

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL**

GIOVANNA CORREIA SBORZ

**REGISTROS NO *INSTAGRAM***  
UMA ANÁLISE SOBRE A PRODUÇÃO DE IMAGENS AO VOLANTE

Brasília

2021

GIOVANNA CORREIA SBORZ

**REGISTROS NO *INSTAGRAM***

UMA ANÁLISE SOBRE A PRODUÇÃO DE IMAGENS AO VOLANTE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Organizacional.

Brasília

2021

GIOVANNA CORREIA SBORZ

**REGISTROS NO *INSTAGRAM***

UMA ANÁLISE SOBRE A PRODUÇÃO DE IMAGENS AO VOLANTE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Organizacional.

Brasília, DF, 20 de maio de 2021.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Orientador Dr. Felipe da Silva Polydoro

FAC/UnB

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Fabíola Orlando Calazans Machado

FAC/UnB

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Mariana Souto

FAC/UnB

---

Prof. Suplente Dr. Pablo Gonçalo

FAC/UnB

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço ao Professor Orientador Dr. Felipe Polydoro por me aceitar como orientanda, por acreditar no potencial da minha pesquisa desde o início e por me auxiliar e apoiar durante a caminhada.

Aos meus pais, Agda e André Luís, por sempre acreditarem em mim mais do que eu mesma acredito e por nunca terem feito imposições sobre o meu futuro.

Ao meu irmão, Luís André, pelos incontáveis copos d'água e por ser parte da minha vida e dia a dia.

À Maiara Moreira, Paloma Timo e Letícia Martins, minhas amigas e parceiras durante os mais diversos desafios da graduação. Vocês são o meu time preferido.

Ao Paulo Mesquita, João Paulo Maciel e Gabriel Oliveira, por me apoiarem e ajudarem a crescer e enxergar diferentes pontos de vista sobre a comunicação e a vida.

## RESUMO

Este trabalho analisa narrativas produzidas por meio de vídeos, através do *Instagram Stories*, onde os cinegrafistas estão ao volante. As evoluções tecnológicas da *Internet* e os dispositivos de acesso à ela mudaram a forma como as pessoas se comunicam e se expressam ao longo dos anos. Com estas evoluções, outros aspectos do discurso narrativo pessoal precisaram se adaptar para acompanhar um mundo cada vez mais *online* e instantâneo. As análises foram estabelecidas de modo a agregar subjetividade e teoria para identificar similaridades e diferenças nas produções narrativas selecionadas. Na abordagem utilizam-se conceitos da produtividade 24/7, fala-se sobre as evoluções narrativas dos diários e autobiografias e também sobre a construção de personalidade por meio dos ambientes digitais, de acordo com as ideias de autores como Sibilia e Crary. As análises permitiram perceber um padrão narrativo com foco na auto exposição e com aceitação de riscos.

Palavras-chave: Comunicação Digital. Internet. Narrativas. Análise Audiovisual. *Instagram Stories*.

## **ABSTRACT**

This work analyzes narratives produced through videos, on Instagram Stories, where videographers are behind the wheel. Technological developments on the Internet and the devices for accessing it have changed the way people communicate and express themselves over the years. With these developments, other aspects of personal narrative discourse needed to adapt to follow an increasingly online and instantaneous world. The analyzes were established in order to add subjectivity and theory to identify similarities and differences in the selected narrative productions. The approach uses concepts of 24/7 productivity, talks about the narrative evolutions of diaries and autobiographies and also about the construction of personality through digital environments, according to the ideas of authors such as Sabilia and Crary. The analyzes allowed us to perceive a narrative pattern with a focus on self-exposure and risk acceptance.

Key words: Digital Communication. Internet. Audiovisual Analysis. Instagram Stories.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 — Quadro <i>Sem Noção</i> no DF1 .....	18
Figura 2 — <i>Stories</i> Rodrigo Hilbert ao volante .....	20
Figura 3 — Detran SP adverte humoradamente Rodrigo Hilbert pelo <i>Facebook</i> .....	21
Figura 4 — Rodrigo Hilbert pede desculpas .....	22
Figura 5 — Detran SP adverte Débora Nascimento pelo <i>Facebook</i> .....	23
Figura 6 — Vídeo 1: Painel, volante e estrada .....	29
Figura 7 — Vídeo 2: Rodovia BR 153 à noite .....	31
Figura 8 — Vídeo 3: <i>Road Trip</i> .....	34
Figura 9 — Vídeo 4: “Contaminado pelo héterovírus” .....	36
Figura 10 — Vídeo 5: Mais rodovias .....	38
Figura 11 — Vídeo 5: “Lembra daquele requeijão?” .....	39

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>8</b>
1.1 TEMA, OBJETO E PROBLEMA	9
1.2 JUSTIFICATIVA	10
1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA	10
1.3.1 Objetivo Geral	10
1.3.2 Objetivo Específico	11
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>12</b>
<b>3 METODOLOGIA</b>	<b>26</b>
<b>4 ANÁLISES</b>	<b>28</b>
4.1 VÍDEO 1 - Painel, volante e a estrada	28
4.2 VÍDEO 2 - Rodovia 153 à noite: vazia e segura?	30
4.3 VÍDEO 3 - Road Trip	33
4.4 VÍDEO 4 - “Contaminado pelo héterovírus”	35
4.5 VÍDEO 5 - “Lembra daquele requeijão?”	37
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>41</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>43</b>
<b>VIDEOGRAFIA</b>	<b>45</b>



## 1 INTRODUÇÃO

As redes sociais sempre existiram, afinal assim se construiu o que é a vida em sociedade. Entretanto, o surgimento da *Internet* possibilitou diversas mudanças e até mesmo a formação de novas redes sociais que, após a difusão dessa possibilidade de conectividade, passaram a ser formadas e acontecer por meio dos computadores e agora acontecem sobretudo nos dispositivos móveis, como *tablets* e *smartphones*. O conceito de redes sociais, como é aplicado e utilizado hoje em dia, foi moldado a partir do senso comum para identificar as plataformas onde acontecem as interações sociais de uma rede de pessoas.

A narrativa é o termo que se refere a ação ou efeito de narrar através da representação de fatos, reais ou não, e que utiliza de signos que podem ser verbais e não verbais, segundo o Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa Michaelis. Com a difusão de acesso e o espaço que a *Internet* disponibiliza, qualquer pessoa pode ter a liberdade de criação de suas próprias narrativas, com possibilidades também para atuar desenvolvendo diferentes papéis nesta construção.

Existem inúmeras plataformas de interação social na atualidade, porém este trabalho se dedicará a abordar somente uma, o *Instagram*, onde estão inseridos a maioria dos registros similares aos que serão objetos desta pesquisa. Desde seu lançamento, em outubro de 2010, o *Instagram* vem recebendo atualizações e agregando novos recursos à plataforma para seus usuários compartilharem fotos e vídeos, tornando-a uma rede social completa e com espaço para diferentes estilos de narrativa. Atualmente, existem 4 recursos disponíveis com maneiras diferentes de publicar algo no *Instagram*: o *Feed*, o *Reels*, o IGTV e o *Stories*. No *Feed* é possível publicar fotos avulsas, até 10 fotos simultaneamente, formando uma “lista” ou um “álbum” e vídeos de até 1 minuto de duração. O *Reels* foi feito para postar vídeos mais curtos, com até 30 segundos de duração, com vídeos verticais que ocupam a tela inteira do dispositivo móvel. Já o IGTV, assim como o próprio nome sugere, é uma espécie de “TV do *Instagram*”, com possibilidade de publicação de vídeos com durações maiores, com tempo mínimo de 1 minuto e máximo de 15 minutos. Os *Stories*, segundo recurso lançado dentro do *Instagram*, são para compartilhamentos de curta duração e desaparecem automaticamente em 24 horas após sua publicação.

Na plataforma existem diversas possibilidades de arranjos e maneiras de documentar, mostrar e compartilhar quaisquer narrativas. O uso do aplicativo é pensado, sobretudo, como

uma maneira das pessoas contarem histórias, e essas histórias podem ser reais ou fictícias. O uso do *storytelling* é visto a todo momento, desde os registros do dia a dia que os usuários identificados por seus @s compartilham, até nas milhares de contas comerciais que também ocupam a rede.

O presente trabalho visa compreender, então, os aspectos a respeito das narrativas que são criadas dentro do *Instagram*, uma das maiores redes sociais da atualidade. Tais narrativas analisadas são feitas por um cinegrafista-motorista, ou seja, que está dirigindo no momento em que usa seu dispositivo com câmera para narrar e compartilhar alguma parte ou aspecto de seu dia a dia.

### 1.1 TEMA, OBJETO E PROBLEMA

O *Instagram* nasceu para ser um espaço de narrativas visuais, e essas narrativas presentes na rede social são o tema central desta pesquisa. O recurso *Stories* da rede social é de onde foram coletados os vídeos que serão utilizados para a construção da análise imagética a ser estudada.

Esta pesquisa tem como foco a construção de uma análise sobre as imagens e narrativas publicadas no *Instagram Stories*. Mais especificamente, uma análise sobre a produção de imagens onde o cinegrafista, se é que pode ser chamado assim, está ao volante, de maneira a identificar similaridades nas produções entre si e trabalhar com a hipótese de existirem fatores determinantes, como por exemplo fatores sociais e de classe, para que a prática ocorra e também traçar parâmetros de comparação com recursos usados no passado para finalidades similares. Tais comparações irão elucidar as diferenças e semelhanças entre a construção do eu no passado e agora.

Além das questões atuais que permeiam a pesquisa, também serão feitas comparações com os recursos narrativos e seus usos no passado, desde os diários pessoais e as biografias, que evoluíram para os *blogs online* e chegaram até o atual aplicativo *mobile* e plataforma *Instagram*.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

Já sabemos que as pessoas estão cada vez mais, com o passar dos anos, presentes no ambiente digital, construindo redes sociais *online* e desempenhando seus respectivos papéis de co-desenvolvedores, cada um à sua maneira. Atualmente, 3,2 bilhões de pessoas são ativas em pelo menos uma rede social, o que corresponde a 42% da população mundial (Emarsys, 2019) e o *Instagram* atingiu a marca de 500 milhões de usuários ativos apenas no recurso *Stories* (Statista, 2019).

As narrativas que surgem de acordo com os avanços das formas e plataformas de interação social (neste caso também digital) são de relevância para os estudos de Comunicação que, como um campo da ciência que é extremamente mutável, precisa ser regularmente estudado para que se possa entender melhor os impactos que estão sendo gerados na sociedade e embasar também os estudos sobre impactos futuros. Além disso, a forma como o ser humano se expressa é de grande valia para os estudos comunicacionais, sociais e psicológicos, ressaltando a importância do estudo acerca das narrativas criadas a partir das redes sociais da atualidade. Assim como se estudavam e discutiam os *blogs* pessoais, o *Fotolog* e o *Orkut* há alguns anos, é relevante entender melhor a dinâmica que envolve a bola da vez das mídias sociais.

## 1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA

### 1.3.1 **Objetivo Geral**

O presente trabalho tem o objetivo de descrever, comparar e interpretar a linguagem visual das narrativas captadas e compartilhadas na rede social digital *Instagram*, mais precisamente no recurso *Stories* da plataforma, com intuito exploratório. Analisar as narrativas imagéticas construídas a partir da espetacularização do cotidiano, exposição da intimidade e presença em redes sociais digitais.

### 1.3.2 Objetivo Específico

São objetivos específicos da presente pesquisa traçar as características de vídeos postados no *Instagram Stories*, onde o cinegrafista/personagem filma a paisagem enquanto dirige, e identificar as semelhanças na narrativa imagética destas produções, relacionando-as com autores presentes no referencial teórico que será a base de todo o estudo, transformando seus conceitos mais relevantes em chaves de análise.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo será desenvolvida a pesquisa teórica fundamental que, posteriormente, servirá de base para as análises de vídeos que serão feitas, buscando entender melhor suas questões narrativas que envolvem os registros e outros aspectos relacionados. E para que sejam traçadas chaves de análise consistentes para o objeto deste estudo, deve-se primeiro entender a evolução dos meios de comunicação e a forma como os registros e relatos são feitos nos dias atuais.

Quando uma rede de computadores conecta uma rede de pessoas e organizações, isto é uma rede social (Garton, Haythornthwaite e Wellman, 1997).<sup>1</sup> A *Internet*, desde sua criação, possibilita que informações e conexões transitem e aconteçam “sem fronteiras”. Essa forma de conexão era acessada apenas via computadores há pouco mais de duas décadas. A primeira tecnologia de acesso à *Internet* via celular, no Brasil, se chamava WAP (*Wireless Application Protocol*) e foi disponibilizada em junho de 2000. A tecnologia tinha um custo relativamente alto para os usuários e entregava um serviço lento e limitado, em comparação com a realidade de acesso que temos hoje.

A *Internet* agora cabe na palma da mão. Através de seu aparelho celular, o usuário pode acessar sistemas bancários, trocar mensagens, checar as condições do trânsito, ler notícias do dia etc. Trata-se de um serviço que permite que as páginas de *Internet* sejam adaptadas ao visor do celular, por meio do sistema mundial de acesso *Wireless Application Protocol* (WAP). O WAP já está a disposição dos brasileiros desde junho desse ano. Possuindo um telefone celular adaptado às suas funções e clicando no menu do aparelho, o cliente poderá navegar por diversos ícones [...] (AGÊNCIA ESTADO, 2000).

As evoluções tecnológicas da *Internet* e o acesso cada vez mais difundido e prático tornaram possível que as pessoas pudessem ser, não somente ouvintes de uma mensagem, mas também constantes emissoras em potencial. A relação dicotômica que existia no inconsciente coletivo entre emissor e receptor da mensagem se torna mais abstrata, uma linha mais tênue. O entendimento de que os emissores podiam ser apenas os meios de comunicação de massa, como os jornais impressos, a rádio e depois também a televisão, e que os receptores seriam todo o resto da população, teve uma mudança significativa. Dá-se então lugar ao entendimento de que qualquer pessoa é um emissor e receptor em potencial e que esses papéis

---

<sup>1</sup> “When a computer network connects people and organizations, it is a social network” em tradução livre.

se invertem a todo tempo quando estamos inseridos nesse contexto atual das ferramentas de comunicação e nas redes sociais digitais.

Na realidade, a força da abordagem de redes sociais está em sua necessidade de construção empírica tanto qualitativa quanto quantitativa que busca, a partir da observação sistemática dos fenômenos, verificar *padrões* e *teorizar* sobre os mesmos. Estudar redes sociais, portanto, é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço. É explorar uma metáfora estrutural para compreender elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais (RECUERO, 2009: 21).

Recuero (2009) diferencia o conceito de uma rede social entre a comunicação como ciência e a maneira como o termo é empregado no dia a dia na fala presente no senso comum. A autora faz essa diferenciação de acordo com dois termos, a apropriação e a estrutura (Boyd e Ellison, 2007 apud. Recuero, 2009). A estrutura seria o *site*, *software*, plataforma ou aplicativo e a apropriação seria o papel desenvolvido pelos atores que são os usuários da estrutura, as pessoas que atuam naquela ferramenta, ou seja, a maneira como eles fazem o uso da estrutura. As redes sociais são, portanto, construídas majoritariamente pela parte externa à ferramenta, as pessoas. No senso comum, o termo rede social é empregado para designar o site ou aplicativo, seriam redes sociais o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e assim por diante. Para Recuero, uma rede social é o produto resultante da apropriação de uma estrutura digital pelos atores, são as conexões entre as duas coisas.

A *Internet* contribuiu para a espetacularização de tudo e qualquer coisa, pois permitiu que as pessoas comuns tivessem espaço e possibilidade de atuar, se comunicar e produzir conteúdos. Inclusive, o conteúdo que os usuários das redes sociais publicam é imprescindível à existência e relevância delas. Na Web 2.0<sup>2</sup>, cada pessoa que usa uma rede social digital é considerada um co-desenvolvedor. São as narrativas, sejam elas fictícias ou verídicas, escolhidas por pessoas comuns, que dão vida a esses espaços sociais na *Internet* e garantem sua relevância - mesmo que por pouco tempo, como é o caso de aplicativos, sites e personagens que surgem e desaparecem para dar lugar a próxima inovação, ferramenta ou pessoa.

---

<sup>2</sup> O termo Web 2.0 foi usado pela primeira vez em outubro de 2004 numa série de conferências realizadas pela *O'Reilly Media* e pela *MediaLive International* sobre o tema e se popularizou a partir de então. Em um texto publicado no Radar O'Reilly em 2006, Tim conceitualiza a Web 2.0 como “a revolução empresarial na indústria de informática causada pela mudança para a internet como plataforma, e uma tentativa de entender as regras para o sucesso dessa nova plataforma. A principal dessas regras é a seguinte: Crie aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para melhorar à medida que mais pessoas os usam.” e como ele mesmo disse em outras oportunidades “aproveitar a inteligência coletiva”.

[...] as novas formas de expressão e comunicação que conformam a Web 2.0 são, também, ferramentas para a criação de si. Esses instrumentos de auto-estilização agora se encontram à disposição de qualquer um. Isso significa todos os usuários da internet - *você, eu* e todos *nós* - mas ao mesmo tempo remete a outro sentido: ninguém em princípio extraordinário por ter produzido uma obra valiosa ou alguma outra coisa de excepcional, e que tampouco será impelido a fazê-lo. A insistência nessa idéia de que “agora qualquer um pode”, no tocante às práticas autorais que se desenvolvem na web, encontra-se no cerne de conceitos como o de “liberação do pólo emissor”, que dão conta da superação do esquema midiático do *broadcasting* e são muito recorrentes nas análises sobre estes fenômenos, tanto no âmbito acadêmico como jornalístico (SIBILIA, 2008: 233 e 234).

O objetivo desta pesquisa não é estudar a dinâmica das redes sociais em si, mas entender melhor a construção narrativa inserida no contexto de uma plataforma de interação social, por meio dos relatos nela compartilhados. As redes sociais nos permitem uma amostragem muito interessante para a análise de aspectos socioculturais e a respeito das construções narrativas sob várias óticas, tendo em vista o leque de recursos que os usuários encontram à sua disposição nesses ambientes para expressar uma mensagem de diferentes maneiras, e por vezes com os mesmos recursos e estilos.

Nesse sentido, surgem novas narrativas e gêneros adaptados às novas ferramentas e possibilidades. A evolução das narrativas expressas por esse novo formato de comunicação foi sendo moldada e criada em paralelo com os avanços tecnológicos disponíveis ao longo de toda a história da humanidade. O que acontece não é uma substituição das finalidades narrativas na comunicação, e sim a agregação de mais formas e possibilidades em relação às diferentes perspectivas em que elas se apresentam. A oralidade, a escrita e as representações visuais são usadas para finalidades mais específicas, e de diferentes maneiras, a depender dos recursos, da época e do contexto em que estão inseridas. A escrita, por exemplo, num primeiro momento, era utilizada sobretudo com o intuito de documentar os fatos históricos, os acontecimentos de um período e também para comunicação à distância, por meio de cartas. Ambas finalidade e estilo presentes nessa narrativa não foram substituídas, somente somadas à nova realidade das ferramentas e meios. Até hoje usamos a escrita com a mesma finalidade e empregamos o mesmo estilo narrativo de documentação histórica, mesmo que possa ser feita utilizando um meio atual, e claro, não a usamos exclusivamente para tais finalidades.

Então, o que acontece com a adaptação aos novos formatos que vemos hoje não é uma novidade absoluta. Além disso, com a evolução da humanidade, as formas e padrões narrativos de relatar e de externalizar a intimidade foram mudando. Na verdade, foi surgindo

cada vez mais espaço na sociedade para a externalização da intimidade. Tal oportunidade também está relacionada com a evolução da sociedade como um todo, estando ligada com a evolução dos meios de produção, os avanços tecnológicos, o aumento constante da expectativa de vida humana e principalmente ligada com o capitalismo, onde a intimidade pode ser vendida. Paula Sibilia, em seu livro *O show do eu - A intimidade como espetáculo* (2008), traça diversos pontos de análise acerca da construção narrativa do eu ao longo dos anos, acontecimentos e evoluções tecnológicas.

As narrativas são meios de externalizar e compartilhar expressões de uma vida ou de uma época. O que muda, agora que todos somos considerados consumidores e produtores de conteúdos e mensagens, é que cada um de nós tem a chance de atrair olhares que antes eram voltados apenas aos grandes meios de comunicação ou aos detentores de poder. Pensar na evolução das formas de expressão ao longo do tempo traz um questionamento sobre as narrativas serem reflexos reais de uma vida ou produções que fazem parte de uma obra (Sibilia, 2008).

Os registros e relatos expressos nas redes sociais são tratados aqui como narrativas, tendo em vista que, compartilhando da visão de Sibilia, em tais registros e relatos o narrador, que também é personagem, se aproveita da possibilidade de mostrar apenas recortes de sua vida e adaptá-la da maneira que quiser, narrando assim uma vida fictícia, uma autoficção.

Vale mencionar que a curiosidade pela intimidade alheia também não é algo novo, mas é cada vez mais crescente. Sempre existiu o desejo por saber o que acontece na privacidade do outro. Isto é, desde que a vida em sociedade e os avanços sociais permitiram que o conceito de privacidade fosse mais comum e desfrutado dentro dos ambientes familiares, por exemplo. Houve uma época em que a intimidade era privilégio de poucos, então esse interesse era endereçado sobretudo a pessoas públicas e personalidades da alta sociedade, afinal as especulações sobre a privacidade das pessoas rondam a vida em sociedade desde que ela existe. Desta mesma maneira, há uma espetacularização quanto às vidas que se tornaram obras, e essa também sempre existiu. O simples fato de se contar uma história a partir de determinada ótica pode transformar vidas em obras, seja ela contada por um ponto de vista pessoal (íntimo) ou externo.

O advento da intimidade permitiu ambientes propícios para a construção do *eu*, e da subjetividade dos indivíduos. Nestes espaços a escrita de diários íntimos pode aflorar, e apesar de pertencer a um gênero literário, esse é um estilo muito pessoal e confessional. Mesmo



assim foi ganhando espaço e o interesse da sociedade com o passar dos anos. Antes, os diários íntimos só eram vistos e, por vezes até publicados, numa realidade póstuma ao autor, e apenas se ele tivesse algum feito notório perante à comunidade que justificasse o interesse em suas escritas pessoais e íntimas. Porém, com o advento da *Internet* e a exposição crescente dos diários íntimos que eram, e ainda são, feitos e publicados online por meio de blogs, pode haver uma mudança significativa nas motivações por trás da escrita confessional.

Na escrita dos diários pessoais, feitos em papel, de maneira analógica no passado, o autor na maioria das vezes, não se sentia bem em ter a intimidade invadida, suas palavras e sentimentos lidos abertamente ou por uma única pessoa que fosse. Aqueles textos eram particulares, como uma forma de catarse ou quem sabe, uma ferramenta de reflexão quanto à própria conduta. Já os diários *online*, expostos a toda e qualquer pessoa na *Internet*, parecem ser escritos como meios de buscar um diálogo, buscar por alguém que passe por experiências parecidas, mas também não anulam a experiência catártica que pode existir. Sibilia faz um trocadilho ao falar que os diários íntimos poderiam ser considerados diários *éxtimos*, levando em consideração o paradoxo da atualidade onde se expõe aspectos da intimidade na *Internet*.

Nas redes sociais digitais, por meio dos dispositivos móveis, como celulares e *tablets*, a narração da própria vivência é mais instantânea do que em um diário, sem tempo para reflexão, é o registro da vida e das ações enquanto acontecem, instantaneamente, ou com um tempo mínimo de distância entre o acontecer e compartilhar.

“Com a facilidade técnica que esse dispositivo oferece na captação mimética do instante, a câmera permite documentar a própria vida: registra a vida sendo vivida e a experiência de “se ver vivendo” [...]” (Sibilia, 2008: 33). Sibilia, no trecho anterior, se refere às câmeras fotográficas, porém o mesmo se aplica, e de forma muito fiel, aos dispositivos móveis com conexão à *Internet* que temos nas mãos com tanta facilidade hoje em dia. Afinal, a facilidade do registro e compartilhamento oferece a experiência de ver a vida sendo vivida em tempo real. As imagens produzidas, além de materiais visuais que fazem parte de um registro com olhar pessoal sobre a vida sendo vivida, podem ser utilizadas com outras finalidades, como por exemplo uma ferramenta de vigilância e controle.

Juntamente com as câmeras de vigilância, as câmeras de telefones celulares, fotográficas e de vídeo, embora não estejam diretamente voltadas para o exercício da vigilância, participam ativamente da construção de um regime escópico sobre a cidade que se passa não tanto nos circuitos de controle, mas sim nos circuitos de prazer, entretenimento e voyeurismo, onde vigoram uma atenção vigilante e a captura do flagrante. As câmeras fotográficas e de vídeo, cada vez mais portáteis e presentes no cotidiano dos indivíduos, especialmente a partir da difusão dos telefones celulares com câmeras, multiplicam os olhares sobre a cidade, fazendo dos corpos passantes olhos que não apenas vêem, mas registram e transmitem, à distância, cenas da cidade (BRUNO, 2008: 48).

As incontáveis imagens que circulam na *Internet* por meio das redes sociais e aplicativos de interação (*WhatsApp, Facebook, Instagram e Twitter*, por exemplo), segundo Bruno, contribuem com sistemas sociais de vigilância e flagrante, transformando qualquer pessoa em emissor de uma mensagem e também um potencial delator.

Há, contudo, em muitas delas, um traço comum que as tornam imagens de vigilância, no sentido contemporâneo que estamos dando a este termo – uma estética do flagrante resultante de um olhar amador que reúne aspectos simultaneamente policiais, libidinais e jornalísticos (BRUNO, 2008: 49).

Nessa estética do flagrante, mencionada acima, os cidadãos comuns tendem a querer captar o que é supostamente de interesse público, muitas vezes utilizando um tom de denúncia. Este tipo de ação é comumente reforçada e encorajada, sobretudo por veículos de comunicação. A Rede Globo é uma das maiores emissoras de televisão do mundo e a maior do Brasil, com maior difusão do sinal aberto. Em um jornal local de Brasília - Distrito Federal, o *DF1*, transmitido pela emissora, há um quadro específico para esse tipo de conteúdo, que é chamado *Sem Noção*. O quadro funciona da seguinte forma: qualquer pessoa pode enviar um vídeo amador com a situação a ser denunciada (aqui fica claramente visível o tom de flagrante) e, após curadoria do jornal, esse vídeo poderá ser exibido na rede aberta para a audiência e comunidade local.

Figura 1 - Quadro *Sem Noção* no DF1

Fonte: Adaptado do Site Globoplay (2020)

O quadro *Sem Noção* já foi utilizado também em outros jornais locais, como por exemplo no *Jornal Liberal 1ª Edição* do Pará, no *Jornal Anhanguera 1ª Edição* em Tocantins e no *ESTV 1ª Edição* do estado de Espírito Santo, sempre no mesmo formato e usando a estética de flagrante, com filmagens amadoras. Na apresentação do quadro, o jornalista explica o que acontece, mostra o vídeo enviado e informa os telespectadores sobre possíveis advertências e multas que podem ser geradas pela ação infratora, bem como seus valores, mas apenas caso uma autoridade tenha presenciado a ocorrência essas medidas serão adotadas.

É importante saber que apenas uma autoridade pode aplicar multas e tomar as medidas cabíveis, e também que vídeos como esses que aparecem no *Sem Noção* não podem ser utilizados como prova de infração de trânsito. No programa usado como exemplo, ao qual a Figura 1 se refere, o vídeo captado pelo telespectador é de um reboque (aparelho que se engata em carros para que seja possível transportar objetos de maneira segura) que está estacionado em uma vaga exclusiva para usuários com mais de 60 anos de idade. Caso um agente de trânsito visse o fato, ele poderia multar o proprietário do reboque por conta de uso indevido da vaga, de acordo com o Código de Trânsito Brasileiro.

No objeto de estudo específico deste trabalho, inclui-se também uma das práticas que ferem a legislação de trânsito brasileira, pois serão analisadas produções visuais em formato de vídeo onde os produtores da imagem, deste conteúdo, estão ao volante.

O Art. 252 do Código de Trânsito Brasileiro (CTB), no inciso V, prevê infração média

com penalidade de multa para condutores que dirigem “com apenas uma das mãos, exceto quando deva fazer sinais regulamentares de braço, mudar a marcha do veículo, ou acionar equipamentos e acessórios do veículo;” (Brasil, 1997). Em parágrafo único, incluído pela Lei nº 13.281, de 4 de maio de 2016, no mesmo artigo, o CTB considera que “A hipótese prevista no inciso V caracterizar-se-á como infração gravíssima no caso de o condutor estar segurando ou manuseando telefone celular.” (Brasil, 2016). Além disso, o uso do telefone celular só é permitido quando o veículo está estacionado, o que significa estar com o motor desligado. Inclusive nas imobilizações temporárias, como quando se aguarda em um semáforo com sinal vermelho, também não é permitida a utilização dos aparelhos de celular e demais dispositivos.

Os cidadãos que possuem a Carteira Nacional de Habilitação são instruídos à luz do Código de Trânsito Brasileiro no período preparatório da auto-escola, ou seja, os condutores possuem o conhecimento sobre as leis de trânsito, pois foi necessário que estes fizessem obrigatoriamente provas e testes para a obtenção da habilitação. Contudo, se um cidadão comum vier a flagrar um condutor cometendo infrações de trânsito, mesmo que o ato seja visível e a infração clara, o material obtido não poderá ser usado pelas autoridades de trânsito (tanto para multar quanto para advertir), pois entende-se que o cidadão comum não é dotado do que se chama de fé pública. Tal fé pública é conferida aos agentes públicos para que os mesmos atuem a serviço do Estado, e com ela se presume a veracidade do que é atestado em multas e advertências, como no caso dos agentes de trânsito.

Então, se uma gravação amadora, como as que são enviadas pelos telespectadores ao *Sem Noção*, não é válida para aplicação de multas de trânsito, o mesmo vale para os casos onde o próprio indivíduo fotografa e/ou filma algo enquanto está ao volante. Nestas ocasiões, há a impressão de que o registro seria uma prova auto incriminatória, porém apenas uma autoridade competente no momento do ocorrido poderá fazer a autuação e aplicar as medidas cabíveis.

Em 2017, o ator e apresentador Rodrigo Hilbert, fez um vídeo no *Instagram Stories* dentro do carro no Rio de Janeiro. No registro ele mostrava a praia, o pôr do sol, a estrada e o painel do carro da marca Audi, que ele inclusive menciona em texto sobre o vídeo. Não é necessário muita análise para perceber que Rodrigo estava ao volante no momento da filmagem.

Figura 2 - *Stories* Rodrigo Hilbert ao volante

Fonte: Reprodução/*Instagram* Rodrigo Hilbert (2017)

Na ocasião da postagem muitos perfis de fofoca, *blogs* e até seus admiradores reprovaram a atitude, porém o que mais chamou atenção foi a atitude do Detran SP (Departamento Estadual de Trânsito de São Paulo). A organização usou seu perfil no *Facebook* para fazer uma postagem, na linguagem despojada da *Internet*, com humor e sarcasmo, criticando e alertando sobre a atitude do galã. O ocorrido chamou também a atenção pois o apresentador estava no Rio de Janeiro quando a filmagem foi feita e publicada, entretanto, foi o Detran do estado de São Paulo que acabou repreendendo a atitude.

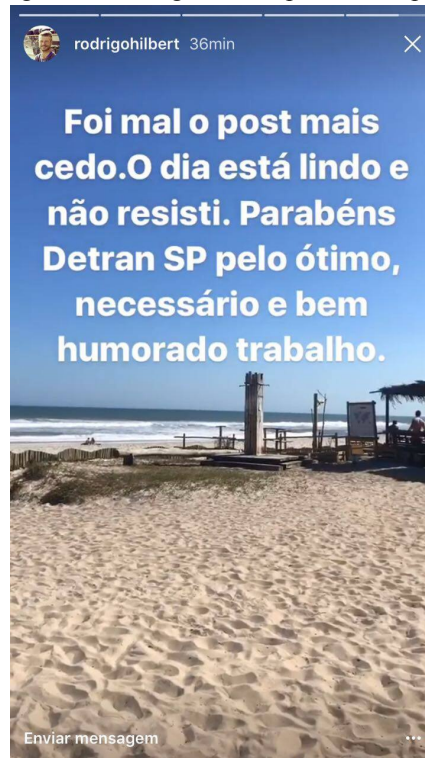
Figura 3 - Detran SP adverte humoradamente Rodrigo Hilbert pelo *Facebook*



Fonte: Reprodução/*Facebook* Detran.SP (2017)

Mesmo sabendo que uma filmagem não viabiliza uma advertência formal e nem a cobrança de multas, o Detran SP apostou na descontração que o ambiente digital da *Internet* possibilita para ressaltar que o uso do telefone celular ao volante é uma prática em desacordo com a lei e de alto risco à vida. Com isso, a organização conseguiu fazer a mensagem circular e usar o espaço e a repercussão gerada para advertir e conscientizar mais pessoas além do infrator em questão. Rodrigo, que é uma pessoa pública e tem grande visibilidade em suas redes sociais, usou posteriormente o *Instagram Stories* também para se desculpar pela conduta adotada e parabenizar o trabalho importante que o Detran SP desempenha na conscientização da população, sempre de maneira necessária e bem humorada, segundo ele.

Figura 4 - Rodrigo Hilbert pede desculpas



Fonte: Reprodução/*Instagram* Rodrigo Hilbert (2017)

Além de Rodrigo Hilbert, outros famosos também já levaram puxões de orelha virtuais dos órgãos de fiscalização, como a atriz Débora Nascimento. O caso ocorreu no mesmo ano da bronca de Rodrigo, em 2017. A postagem também foi feita através do *Instagram Stories*, e nela Débora aparece fazendo um desabafo sobre o processo de emagrecimento que estava passando para interpretar um novo personagem, relatando as dificuldades e o estresse envolvido na nova dieta. O problema é que o vídeo foi gravado enquanto ela estava ao volante, dirigindo.

Na sequência de vídeos, Débora aparece com as mãos no volante, mas o alerta foi feito sobretudo por conta do desvio de atenção, pelo local onde o celular estava posicionado, e claro, também por manusear o celular durante o percurso, afinal foi necessário ligar e desligar a câmera do celular e posicionar o aparelho no painel.

O puxão de orelha, que também foi feito pelo Detran SP, novamente no perfil oficial do órgão no *Facebook*, desta vez teve outro estilo. O alerta foi escrito de uma maneira menos sarcástica e cômica, em comparação ao feito para o apresentador Rodrigo Hilbert, porém ambos tiveram o mesmo intuito: conscientizar e alertar através do exemplo de pessoas conhecidas.

Figura 5 - Detran SP adverte Débora Nascimento pelo *Facebook*



Fonte: Reprodução/*Facebook* Detran.SP (2017)

Com o aumento desta prática, não apenas pelos famosos, mas também por influenciadores e cidadãos comuns nas redes sociais, estudam-se medidas de conscientização e punição para que elas sejam inibidas e se garanta mais segurança no trânsito. A Deputada Federal Christiane Yared, do Partido Liberal do Paraná, apresentou o Projeto de Lei nº 130/2020 que “Altera a Lei n.º 9.503, de 23 de setembro de 1997, para dispor sobre as sanções por divulgação, por parte do infrator, de condutas infracionais de risco praticadas por ele, nas redes sociais e outros meios de divulgação digitais, eletrônicos ou impressos.” (Brasil, 2020).

A deputada, que é engajada desde sua primeira campanha em pautas de trânsito devido à situação que acarretou a morte de um de seus filhos, justifica a criação do Projeto de Lei mencionando, justamente, alguns dados a respeito de mortes no trânsito. Além disso, a deputada menciona também o aumento da divulgação de vídeos com a prática de condutas de alto risco, com ações que ferem a legislação de trânsito, sobretudo no *YouTube*. Segundo texto do Projeto de Lei nº 130/2020, isto “É o que podemos chamar de fábrica de infratores que premia quem comete o crime, o divulga e promove, sendo remunerado pelo volume de seguidores e admiradores.” (Brasil, 2020).



Outro conceito que deve ser levado em consideração é o da produtividade 24/7, de Jonathan Crary (2017). Quando traçamos uma linha do tempo desde a migração dos diários íntimos para a *Internet*, permitindo acesso livre aos relatos autobiográficos, até a realidade atual de compartilhamento em tempo real em formatos variados de fotos e vídeos, é difícil não enxergar a relação de produtividade em que todos estão inseridos. Os aspectos mais comuns da vida de um adulto ocupam em média 16 das 24 horas do dia, considerando um indivíduo que trabalha 8 horas por dia e tem uma noite agradável de sono com também 8 horas. Sendo assim, restam mais 8 horas, que devem ser divididas entre as refeições, deslocamentos, tarefas domésticas, filhos, burocracias do dia a dia e lazer. Qualquer adulto já tem seus dias praticamente preenchidos com a rotina, e quando dividimos as 8 horas restantes entre os demais aspectos da vida percebemos que muitas vezes um dia chega a ser curto.

Os registros que fazem parte do dia a dia moderno podem ser considerados um novo formato de autobiografia mas também podem ser vistos como materiais de constante autoafirmação. No contexto da autoafirmação e da construção da personalidade, a produtividade 24/7 está atrelada ao que se deve fazer para obter espaço nos holofotes, construir às claras um personagem de si mesmo, em seus melhores recortes, a todo tempo. Segundo pesquisas, o tempo médio diário gasto nas redes sociais é de 2 horas e 22 minutos, por pessoa (Globalwebindex, 2019). Ou seja, na atualidade, as pessoas dedicam ainda tempo para produzir material nas redes sociais e também para consumir o que outras pessoas estão produzindo, fazendo, “vivendo” e postando.

[...] agora só acontece aquilo que é exibido em uma tela: tudo quanto faz parte do mundo só se torna mais real ou realmente real se aparecer projetado em uma tela. Com essa transformação, não só deixou de ser necessário que a vida em questão seja extraordinária, como era o caso das biografias renascentistas, mas agora tampouco é um requisito imprescindível que ela seja bem narrada, como exigiam os ímpetus românticos e as tradições burguesas. Porque neste novo contexto cabe à tela, ou à mera visibilidade, a capacidade de conceder um brilho extraordinário à vida comum recriada no rutilante espaço midiático (SIBILIA, 2008: 240).

Em meio a tantas demandas diárias e a rotina, a construção de uma personalidade acaba passando a ser também uma necessidade do ser humano na atualidade, para que ele não acabe sendo engolido pela vida e pelas obrigações. Esta construção de personalidade não está ligada necessariamente com a construção da personalidade feita nas redes sociais, tem a ver com a dedicação e investimento em tempo de qualidade para desenvolver a si mesmo como

pessoa e não como um eventual personagem. O compartilhamento de postagens é encarado, muitas vezes, como uma necessidade em outro aspecto, onde a experiência deve ser vista pelos outros para que ela de fato tenha acontecido e seja validada. As experiências não têm o mesmo valor para o indivíduo, e para os outros, se não forem compartilhadas, postadas. Os feitos se tornam então “mais reais” após serem escancarados numa rede *online*.

### 3 METODOLOGIA

O presente trabalho foi desenvolvido a fim de descrever, interpretar e comparar a linguagem visual dos relatos e registros de si compartilhados e captadas na rede social digital *Instagram*, mais precisamente no recurso *Stories* da plataforma, com intuito exploratório. As etapas desta pesquisa compreendem a revisão bibliográfica acerca do tema e análise teórica das imagens coletadas, com interpretações comparativas e subjetivas. A partir do referencial bibliográfico e em concordância com o tema, foram analisados os registros pessoais coletados, com o devido embasamento teórico e de forma que também compreende a subjetividade deste tipo de comunicação inovadora e atual.

A seleção e escolha dos vídeos foi feita de modo a obter diferentes produtos e assim poder enriquecer as análises de forma geral. A amostragem obtida por meio da seleção serve como ponto de partida para entender melhor tal prática, porém não compreende todos os estilos de narrativa possíveis e similares presentes na plataforma.

Foram escolhidos vídeos com diferentes estilos para serem analisados, com o intuito de mostrar como esse tipo de filmagem, cada vez mais presente nas redes sociais, pode ser adaptado a diferentes realidades e meios e transmitir sensações também distintas de cada “eu” que está sendo construído e compartilhado através das telas, mesmo que com o uso de recursos iguais ou parecidos.

Todos os vídeos foram coletados utilizando o perfil pessoal do *Instagram* da autora deste estudo. A identidade dos cinegrafistas, bem como seus respectivos nomes de usuário, foi escondida como uma forma de não expor as pessoas fora de seus círculos sociais e também pela irrelevância da informação para o presente estudo. Com a subtração dos nomes de usuário que foi feita, é importante mencionar que nenhum vídeo foi coletado de contas de perfis públicos ou de pessoas famosas (como atores, cantores, políticos etc.), os vídeos usados na análise foram feitos por pessoas comuns que estão inseridas no universo da rede social *Instagram*.

Ao todo, foram selecionados cinco vídeos. Cada filmagem tem suas particularidades e semelhanças e conversam com os conceitos usados no presente estudo. Nas análises, onde prevalece o intuito exploratório desta pesquisa, são levados em consideração os recursos de filmagem, como os ângulos escolhidos, movimentos de câmera, trilha sonora, narração, textos inseridos sobre o vídeo e outros recursos que a própria ferramenta *Stories* disponibiliza. Além

disso, em busca da subjetividade quanto à comunicação e a construção do eu, estão presentes análises em relação à sensação transmitida pelas imagens e o *lifestyle* que é mostrado na construção da personalidade, por exemplo, de modo a tentar responder algumas questões. Que sensações as imagens podem transmitir? Qual o papel dos registros na construção da personalidade dos usuários? Os vídeos tem similaridades com gêneros narrativos ou cinematográficos? Como a realidade 24/7 e o capitalismo contribuem para a dinâmica das redes sociais?

## 4 ANÁLISES

Dos registros mais simples aos mais elaborados, os vídeos analisados tem suas peculiaridades e motivações dentro do universo de possibilidades no *Instagram*. Perigo, ilicitude, contemplação, crítica, culto à personalidade, ócio e a produtividade capitalista 24/7 são alguns dos conceitos abordados nas análises seguintes.

Os conceitos expressos em cada análise se complementam e podem ser percebidos em mais de um vídeo isolado. Em um contexto geral as percepções são similares por conta de seu ponto de convergência: todas foram construídas com um cinegrafista atrás do volante.

### 4.1 VÍDEO 1 - Painel, volante e a estrada

O primeiro vídeo escolhido é o mais simples entre os que serão analisados, em todos os aspectos. Inclusive, durante o período de coleta e seleção dos registros audiovisuais, filmagens similares a esta apareceram com maior frequência. O vídeo é considerado simples pois não explora diferentes ângulos e recursos, no entanto, há uma trilha sonora ao fundo da gravação, aspecto também muito comum entre a maioria dos vídeos observados no período de coleta anterior à análise.

O cinegrafista deste vídeo mantém o celular parado, mostrando em primeiro plano parte do painel do veículo e o volante, já em segundo plano aparece a pista movimentada. Em dois *prints* feitos do mesmo vídeo, percebe-se a mudança apenas na imagem em segundo plano, ou seja, não houve mudança significativa de ângulo ao decorrer do vídeo. Os movimentos de câmera e as trocas de ângulo da filmagem são formas de transmitir uma sensação ao espectador, e claro, uma câmera parada também transmite uma sensação.

A falta de movimento de câmera, combinada com o ângulo escolhido, transfere a atenção de quem assiste para a música que toca ao fundo. Desta maneira, somos levados a entender que o evento principal do registro é a trilha sonora em si, afinal nada chama realmente atenção no aspecto visual da produção. Um produto audiovisual, assim como qualquer forma de expressão, visa transmitir uma mensagem e/ou uma sensação, e da mesma forma que os movimentos de câmera desempenham papel importante nesse sentido, a trilha sonora também o faz. Ao fundo do vídeo está tocando uma música do gênero eletrônico, que é

um estilo associado a sensações mais complexas, abstratas e até mesmo mais subjetivas do que outros gêneros e são caracterizadas por suas batidas rápidas, que se aproximam de 170 BPM (batidas por minuto).

Figura 6 - Vídeo 1: Painel, volante e estrada



Fonte: Reprodução/Instagram (2019)

Além disso, foi colocado sobre a filmagem um *sticker*, ou “adesivo” em português, que indica a temperatura da região, coletada com base na localização GPS<sup>3</sup> e disponibilizada como recurso nos *Stories* do *Instagram*. Os *stickers* podem ser considerados como mais um recurso audiovisual nesta análise. Tal recurso pode ter sido utilizado para ressaltar e até mesmo conectar aspectos que aparecem na filmagem, como o céu azul e ensolarado em um dia quente, combinados com a sensação de liberdade que a música eletrônica e o ato de dirigir um veículo podem trazer.

A sensação de liberdade pode estar muito ligada a este tipo de registro, tanto para quem filma quanto para quem assiste, principalmente quando se pensa na estética dos *road movies*. Neste gênero cinematográfico a trama se desenvolve majoritariamente “na estrada”, sendo a história um caminho a ser percorrido, como uma jornada catártica e de

<sup>3</sup> Sigla em inglês para Global Positioning System, ou Sistema de Posicionamento Global em tradução livre.

descobrimto. A liberdade também se relaciona ao ato de dirigir, exatamente por se estar no controle, na direção.

Outro aspecto interessante, que pode ser relacionado entre este tipo de registro e os *road movies*, tem a ver com a antiga impossibilidade de se fazer esse tipo de captação. Agora, com os dispositivos móveis tão difundidos, qualquer um pode compartilhar o mundo por sua própria ótica e estrelar seu próprio *road movie*. A sensação que antes só o cinema conseguia demonstrar, hoje está ao alcance de alguns toques.

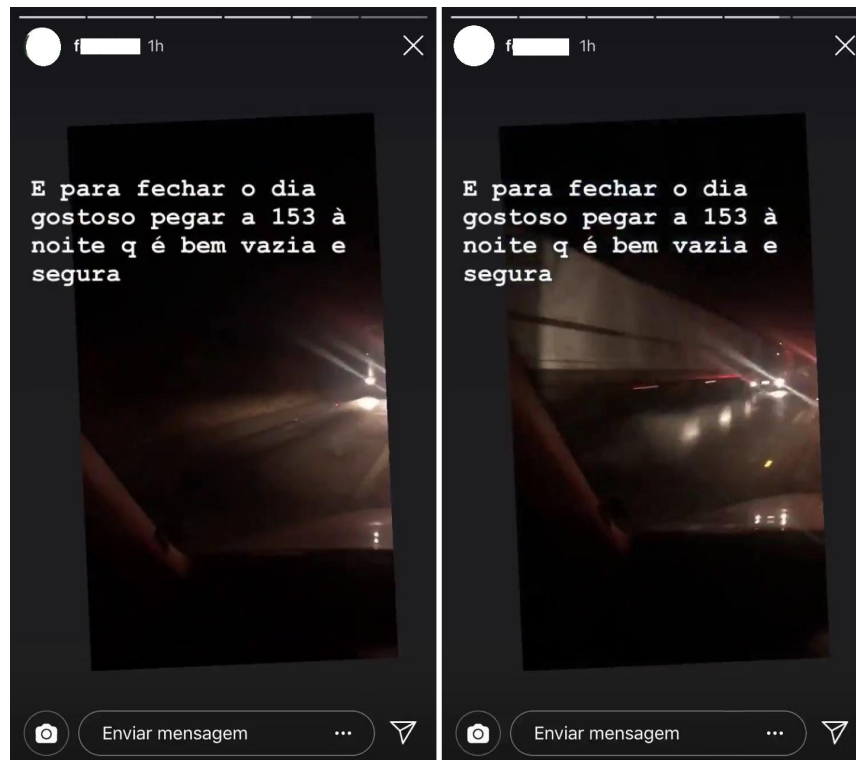
Através dessa legitimação pelo olhar alheio, o autor deve ser reconhecido como portador de algum tipo de singularidade aparentada com a velha personalidade artística. Para se ter acesso a tão prezado fim, a obra é sem dúvida um elemento importante, porém de segunda ordem, pois o que realmente importa é a vida supostamente privada e a personalidade do autor-narrador (SIBILIA, 2008: 237).

O registro obtido abre diversas interpretações, algumas delas que se relacionam até mesmo com o capitalismo. Como não há uma intenção clara para a finalidade de tal filmagem, ela abre espaço para o levantamento de diferentes questões, como por exemplo as questões sociais. Ao analisar com um pouco mais de atenção o painel e volante do carro, percebemos que não se trata de um modelo “popular”, como são chamados os carros de preços um pouco mais acessíveis. Talvez, também por este motivo, o cinegrafista tenha escolhido filmar naquele ângulo.

#### 4.2 VÍDEO 2 - Rodovia 153 à noite: vazia e segura?

O segundo vídeo a ser analisado neste estudo, em comparação com a análise anterior, não tem grandes mudanças quanto aos movimentos de câmera e recursos utilizados. Porém, existem outros aspectos que chamam atenção no registro e que podem ter alguma conexão ou herança relacionada às narrativas dos diários de antigamente e também às autobiografias. Tal característica que remete ao estilo narrativo dos diários está sobretudo na parte textual inserida na gravação postada.

Figura 7 - Vídeo 2: Rodovia BR 153 a noite



Fonte: Reprodução/*Instagram* (2019)

O início do texto nos leva a pensar que houve, naquele dia, uma sequência de postagens relatando os acontecimentos, realmente um diário, e esta seria a conclusão da sequência. Na imagem gravada, o cinegrafista está dirigindo durante a noite, numa rodovia sem iluminação e bastante movimentada com caminhões. Ele ressalta no texto que a “153 à noite” é “bem vazia e segura”, o contrário do que percebemos na filmagem. Com isso, o vídeo transmite também a sensação de perigo, tendo em vista que a pista, movimentada com caminhões, é uma via de mão dupla onde os veículos transitam em direções opostas com proximidade. Essa sensação de perigo é reforçada em dois pontos, o primeiro é o fato de o cinegrafista estar dirigindo nas condições descritas, e o segundo é que o cinegrafista-motorista escreve que é o fim de um dia, o que pode indicar cansaço, e assim aumentar o risco na direção.

A ciência de que o cinegrafista está ao volante se dá por conta do ângulo de filmagem e também pela posição que se encontram os elementos na rodovia. A câmera está localizada bem próxima ao painel do veículo e à esquerda da imagem vemos o movimento de carros e



caminhões na direção oposta à do cinegrafista e no Brasil esta é a posição ocupada pelo motorista nos veículos.

O hábito de relatar o dia a dia através das redes sociais é comum, e o processo de construção do eu que acontece nestes espaços é marcado por várias pequenas histórias diárias, o dia a dia contado por meio do *storytelling*, com uma sequência de imagens e vídeos. No caso desse registro, podemos perceber o eu-tríplice, que é ao mesmo tempo autor, narrador e personagem ao comunicar e registrar seu dia a dia *online* por meio de “manifestações renovadas dos velhos gêneros autobiográficos” (Sibilia, 2008).

Os usos “confessionais” da internet parecem se enquadrar nessa definição: seriam, portanto, manifestações renovadas dos velhos gêneros autobiográficos. O *eu* que fala e se mostra incansavelmente na web costuma ser tríplice: é ao mesmo tempo autor, narrador e personagem. Além disso, porém, não deixa de ser uma ficção; pois, apesar de sua contundente auto-evidência, é sempre frágil o estatuto do *eu* (SIBILIA, 2008: 31).

O registro desses “diários” *online*, ou dessas autobiografias, não é mais como antes, agora os acontecimentos são compartilhados para um grupo de pessoas ou publicamente na *Internet*, de forma instantânea. Neste vídeo, não diferente do que acontece na análise anterior, há espaço para interpretações quanto ao que se vê nas imagens. Porém, a gravação mostra exatamente o que se pretende comunicar, e de maneira bem clara: o encerramento do dia em uma rodovia claramente com bastante movimento. O vídeo corresponde à função de diário, ou seja, de contar sobre aquele dia.

Há também o uso de recurso sonoro no registro, uma música que certamente provém do som veicular. Como neste caso o ponto central da gravação é outro (mostrar a via movimentada e relatar a maneira como o dia se “encerra”), a música é algo secundário no vídeo. Entretanto, a trilha sonora pode ter sido escolhida para realçar outros aspectos que fazem parte da construção de personalidade do cinegrafista. A construção da personalidade é feita constantemente nos ambientes digitais já que neles se encontram as “ferramentas para a construção de si”, como defende Sibilia.

[...] o que se cria e recria incessavelmente nesses espaços interativos é a própria *personalidade*. Esta seria, pelo menos, uma das metas prioritárias de grande parte dessas imagens auto-referentes e desses textos intimistas que atordoam as telas dos computadores interconectados: permitir que seus autores se tornem celebridades, ou personagens decalcados nos padrões midiáticos (SIBILIA, 2008: 233).

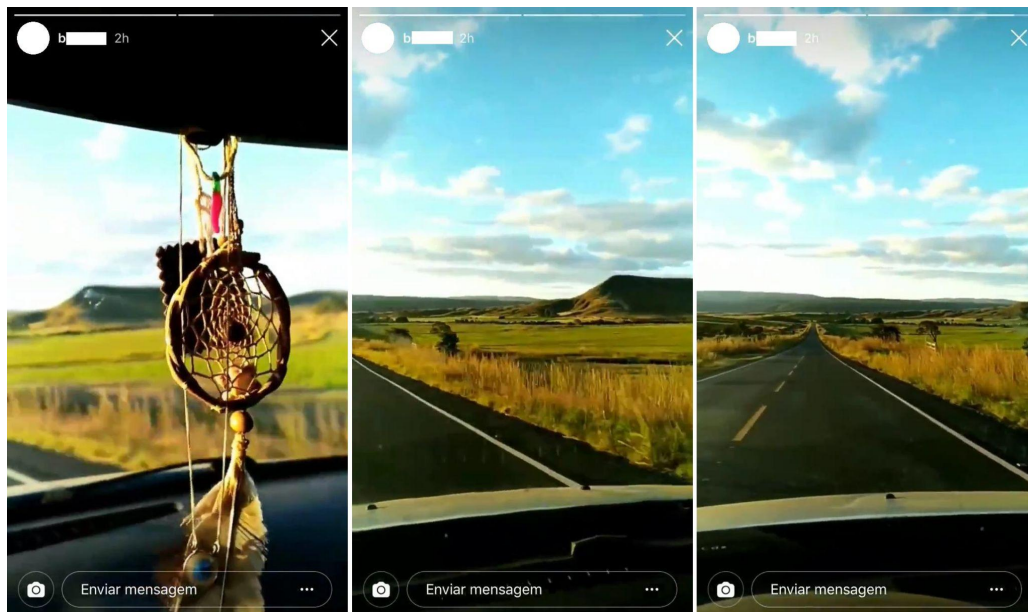
Não necessariamente o autor deste vídeo-diário está expondo os relatos mais intimistas de sua vivência e também tenha pretensões de se tornar algum tipo de celebridade. A possibilidade que há de mostrar apenas o que deseja nas redes sociais permite que seja feito um personagem de si mesmo, o que é tentador. Afinal, é um espaço livre que reúne apenas as “melhores partes” do eu e permite “editar” a vida sendo vivida. O fato de ter este espaço livre à disposição para mostrar a si sendo editado e narrado pelo próprio personagem (eu) pode fazer o registro divergir da realidade quando o autor decide, por exemplo, mudar a música ambiente para que o registro seja feito.

#### 4.3 VÍDEO 3 - *Road Trip*

O vídeo de número três na sequência das análises é, em sua essência, a melhor representação da estética presente nos *road movies*, já que o ponto central desse *Story* é a paisagem de uma autoestrada. Para maior abrangência do cenário no registro, o cinegrafista adota movimento de câmera (da direita para esquerda, na altura do pára-brisas veicular), o início é focado em um adorno presente no interior do veículo e em seguida é possível ver melhor a paisagem natural e a rodovia, que se encontra totalmente vazia. O movimento de câmera utilizado, diferente do que acontece nos outros vídeos analisados, mostra maior cuidado na produção e reflete um resultado menos amador no registro.

Por conta da similaridade estética abordada no gênero cinematográfico dos *road movies*, o vídeo também passa uma sensação de liberdade e acaba remetendo às experiências catárticas que o “estar só” em uma rodovia deserta e o ato de dirigir podem proporcionar. O fato de se sentir bem ao contemplar o momento pode ter sido o motor para o ímpeto do registro audiovisual, seja por querer que outras pessoas pudessem sentir um pouco da sensação compartilhada ou simplesmente para mostrar aos outros a experiência sendo vivida.

O autor-cinegrafista escolheu não usar trilha sonora para a captação, isso pode servir para evidenciar o caráter contemplativo do momento como a finalidade do vídeo. No contexto das redes sociais hoje e levando em consideração a contínua construção de personalidades através delas, até os momentos contemplativos compartilhados podem ser parte de algo maior que o mero registro. Como peças em um quebra-cabeça, cada registro desempenha função crucial para a montagem e edição do que seria o eu.

Figura 8 - Vídeo 3: *Road Trip*

Fonte: Reprodução/*Instagram* (2019)

Pode-se destacar também a contradição que existe entre o “estar só” que o vídeo transmite e o ato de registrar e compartilhar o momento como produto de autoexposição *online*. Isso mostra que as pessoas estão todas à serviço do capitalismo 24/7, o que torna momentos de contemplação e até mesmo de solidão em registros. Jonathan Crary relaciona o conceito de uma sociedade 24/7 também com a desvalorização do ócio. Se até mesmo uma condição de sobrevivência humana, como o sono, é vista como inútil na sociedade 24/7, quanto jogado fora é o tempo que se passa acordado sem produzir e/ou consumir efetivamente? Ao falar em ócio não se incluem os momentos de lazer, afinal estes também são momentos de consumo para a movimentação do capitalismo. O que está sendo realmente desvalorizado são os momentos de reflexão, pensamento, divagação e contemplação, ou seja, a inércia da produtividade 24/7. Com isso, os momentos contemplativos passam a ser produto da venda de si mesmo, como um “trabalho” de filmagem, e até a solidão em uma estrada deserta é oportunidade de expressar a intimidade.

Para além da sensação de liberdade, que é expressada por meio do vídeo analisado, esse tipo de conteúdo gera também dúvidas sobre aspectos da vida íntima alheia. Ou seja, esse tipo de vídeo, que mostra deslocamentos de um lugar para outro, pode ser combustível para o imaginário dos espectadores e criar até mesmo uma certa tensão na espera para saber mais

sobre o destino final da viagem. Quando analisamos esses vídeos com foco no deslocamento, outro tipo de registro que causa a mesma dúvida e espera são os que mostram a paisagem vista de uma janela de avião, por exemplo. O interesse pela vida do outro vai além do percurso que está sendo percorrido (o agora), querem saber também o destino final da jornada. O registro do agora é também combustível para o desejo que se tem de saber mais sobre esses vários eus espalhados pela *Internet*. O interesse manifesto do público serve como impulso para que sempre sejam feitos novos registros da intimidade e se dedique à sociedade regida pelo conceito 24/7.

#### 4.4 VÍDEO 4 - “Contaminado pelo héterovírus”

Neste vídeo o que acontece é uma crítica justamente ao tipo de filmagens e fotografias que são feitas por pessoas ao volante. Sobre o vídeo aparece o texto “contaminado pelo héterovírus”, um *sticker* indicando o horário do registro (08h09), outra linha de texto com a expressão “sextou”, muito utilizada na atualidade, e um *emoji* (um estilo de pictograma utilizado na comunicação *online*) ilustrando um rosto sorridente com a língua para fora e os olhos estrábicos.

A filmagem mostra claramente que o cinegrafista está dirigindo, pois uma de suas mãos está localizada sobre o volante durante todo o tempo. A paisagem fora do veículo é de vários carros parados (e não estacionados), indicando que se trata de um engarrafamento na via ou de uma situação de parada por conta de um semáforo. Como já mostrado no presente trabalho, o Código de Trânsito Brasileiro não considera o uso do celular ao volante uma infração apenas em casos onde o veículo está estacionado, ou seja, com o motor desligado. Além disso, fica clara a concepção de que o cinegrafista é o motorista devido à crítica que ele está fazendo com o texto “contaminado pelo héterovírus”, já que esta seria a conduta adotada pelas pessoas que carregam o “héterovírus”. Como o vídeo é baseado e construído sobre os aspectos de uma conduta que está sendo evidentemente criticada, ele reflete essa mesma conduta.

Figura 9 - Vídeo 4: “Contaminado pelo héterovírus”



Fonte: Reprodução/*Instagram* (2019)

O texto que se refere ao “héterovírus” é uma analogia do autor do vídeo que relaciona o tipo de filmagem que ele está fazendo ao estereótipo de pessoas hétero, sobretudo homens, com a problemática de que todos possuem o mesmo perfil e estariam suscetíveis a fazer as mesmas coisas. Eles são considerados popularmente como os “héteros top”. A expressão “hétero top” é uma gíria para se referir aos homens, muitas vezes com significado pejorativo. Os homens que podem se encaixar nesse perfil são os que representam os padrões sociais de um homem hétero, seriam eles: cisgêneros, com masculinidade frágil, machistas, baladeiros com gosto musical voltado aos estilos sertanejo, eletrônico, funk e *pop* e que priorizam qualidades físicas. O termo “top” na expressão “hétero top” se refere à outra gíria, que é muito utilizada pelas pessoas designadas como pertencentes ao grupo. A motivação usada pelo cinegrafista para fazer o vídeo ao volante é que ele teria sido “contaminado pelo héterovírus”, afinal este tipo de filmagem seria típica de um “hétero top”.

Do mesmo modo, “sextou”, a segunda expressão que aparece sobre o vídeo, começou sendo utilizada pelo referido grupo e passou a ser característica, porém foi adotada como gíria por grande parte da população depois de certo tempo. A expressão “sextou” é usada às

sextas-feiras, indicando a finalização da jornada semanal de trabalho e abrindo alas para os tão esperados dias do final de semana (sábado e domingo). O cinegrafista pode ter escolhido a expressão tanto pelo que ela significa quanto de maneira também crítica, e até debochada, aos “héteros top”, a primeira opção pode ser a mais plausível.

A figura, que ilustra um rosto sorridente com língua para fora e olhos estrábicos, remete a expressões como deboche, chacota, brincadeira e loucura. O *emoji* utilizado reforça o caráter crítico presente na filmagem, ressaltando que o registro é apenas uma brincadeira e não algo que represente a personalidade do cinegrafista. O vídeo conta com um trilha sonora ao fundo, que provém certamente do equipamento de som veicular. A música é de estilo *pop* e, apesar deste tipo de música também poder ser associada aos “héteros top” em alguns momentos por estar presente em baladas noturnas, a crítica ficaria muito mais interessante caso ao fundo do vídeo estivesse tocando um dos gêneros musicais mais fortes do estereótipo, principalmente o sertanejo universitário.

O registro também é interessante pois critica não a ilicitude por trás desse tipo de filmagem, mas o associa a um estereótipo. A crítica se dá não pelo motivo mais plausível, que seria o risco de usar o celular ao dirigir, mas sim por ser uma prática associada a pessoas que têm suas condutas mal vistas perante alguns aspectos das discussões da vida em sociedade.

Pode-se pontuar também que, assim como é visto neste caso, a construção da personalidade acontece também por meio de críticas a outras personalidades. O cinegrafista usa seu espaço nas redes sociais para criticar uma conduta e evidenciar que aquilo não condiz com sua personalidade, mesmo que use da mesma construção visual para fazê-lo.

#### 4.5 VÍDEO 5 - “Lembra daquele requeijão?”

A quinta análise que compõe o presente estudo é, na verdade, uma sequência de dois vídeos (*stories*) do mesmo cinegrafista que juntos formam um *storytelling* mais interessante de ser analisado. O conjunto ilustra o trajeto e o ponto de parada e se assemelha à narrativa de um diário. O cinegrafista, em dado momento, conversa com sua audiência, o que explicita a relação de proximidade que foi criada e reforça a construção de seu eu como marca ao narrar sua vida como um relato. Dentre os vídeos analisados durante o estudo, este é o primeiro em que o cinegrafista interage falando com a câmera, ou com seu público, mesmo sem aparecer.

O primeiro *story* da sequência grava a estrada com movimento de câmera e o uso de *zoom* que garante mais dinamismo ao registro (reduzindo e aumentando o *zoom*). Em um primeiro momento, no início do vídeo, o foco da câmera está ainda dentro do carro, no painel do veículo, poucos segundos depois o cinegrafista levanta a câmera e a estrada aparece em segundo plano. Utilizando de *zoom in* (aumento do *zoom*) e *zoom out* (redução do *zoom*) repetidamente com foco na estrada, o motorista evidencia que a mensagem principal daquele vídeo é a própria locomoção, o percurso. O uso do *zoom* também reflete maior intimidade com o equipamento e os recursos da câmera, mostrando menos amadorismo na filmagem. Com esse efeito ele cria expectativa quanto ao próximo momento que será compartilhado com sua audiência. Há ainda, neste primeiro registro, uma trilha sonora tocando ao fundo que ainda não se trata da fala do cinegrafista com as pessoas que o assistem, porém o som de funcionamento do carro e os barulhos da autoestrada se sobressaem, dificultando a identificação da música.

Figura 10 - Vídeo 5: Mais rodovias

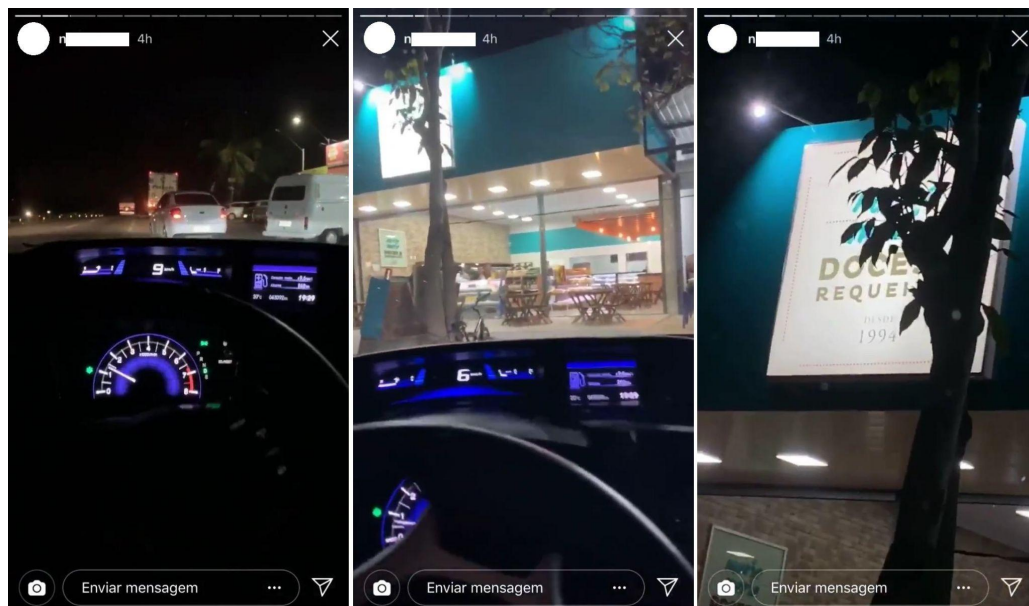


Fonte: Reprodução/*Instagram* (2019)

Esta primeira parte da análise transmite também a sensação de perigo, afinal, assim como na análise do vídeo 2, trata-se de uma rodovia sem iluminação e com movimento de carros e caminhões. Outra coisa que deve ser levada em consideração é a velocidade marcada no velocímetro, que aumenta no decorrer do vídeo e vai de 110km/h a 115 km/h. O primeiro *story* tem duração bastante curta e serve como uma espécie de introdução para o próximo vídeo.

Após o término desse primeiro momento da sequência em análise, o cinegrafista se encontra estacionando o carro em frente a um comércio e já conversa com sua audiência explicando sobre sua parada e relembrando coisas compartilhadas em um outro momento, no passado. *“Aí ó, lembra daquele requeijão que eu tava comendo semana passada? Olha aqui onde que compra, ó. Aqui ó... pera aí... ó. Entendeu? Essa barraquinha aqui ó, Teresópolis! Vamos lá.”* (Transcrição de áudio do vídeo 5). A fala deixa explícita a relação que o cinegrafista estabelece com o público e nos leva a entender que ele é usuário frequente da rede social. A fala acontece “quebrada” desta maneira pois o cinegrafista-narrador tenta focar a imagem na placa da fachada enquanto conversa.

Figura 11 - Vídeo 5: “Lembra daquele requeijão?”



Fonte: Reprodução/Instagram (2019)

No segundo *story*, além da fala utilizada, há bastante movimento de câmera, também com utilização de *zoom in* e *zoom out* para evidenciar principalmente a fachada com o nome



do estabelecimento que é mencionado pelo cinegrafista. Este também é o único vídeo entre os analisados onde, em determinado momento, o cinegrafista-motorista age conforme determina o Código de Trânsito Brasileiro e não corre perigo ao usar o celular: com o carro estacionado.

Pensando na produtividade 24/7, o vídeo contribui com a ideia de que o tempo gasto ao volante seria um tempo perdido e melhor utilizado se gerasse algo a mais, afinal o conceito 24/7 está altamente associado ao capitalismo. Isto é, em vez de apenas se locomover de um lugar para outro, é possível aproveitar este tempo, muitas vezes ao volante, na construção da personalidade. A necessidade desse tipo de “produtividade”, que existe principalmente dentro da Web 2.0, é um reflexo da vontade da sociedade de saber mais sobre a vida das pessoas, até nos aspectos mais banais do dia a dia.

Uma intensa “fome de realidade” tem eclodido nos últimos anos, um apetite voraz que incita ao consumo de vidas alheias e reais. Os relatos desse tipo recebem grande atenção do público: a não-ficção floresce e conquista um terreno antes ocupado de maneira quase exclusiva pelas histórias de ficção (SIBILIA, 2008: 34).

Tal “fome de realidade”, citada por Sibilía, é instigada pelo capitalismo e pela publicidade, feita atualmente por diversos personagens nas redes sociais. Os influenciadores, que mostram suas “vidas reais” ou o que seriam os recortes maquiados de uma vida, formando um personagem ficcional, uma obra, são agentes dessa realidade da produtividade capitalista 24/7. Nestes casos, o dia a dia tão banal pode se tornar realmente um trabalho, o trabalho de ser alguém que compartilha coisas, vida e dicas. O registro que o cinegrafista faz nesta última análise pode se encaixar nas narrativas produzidas por influenciadores, que ocupam papel de personalidades importantes e interessantes para sua parcela de seguidores, a ponto se tornarem porta-vozes de marcas e a partir daí construir suas personalidades também como marcas.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo possibilitou a análise de narrativas criadas através da rede social digital *Instagram* à luz de importantes referências da comunicação que puderam se relacionar e contribuir para uma melhor exploração dessa temática atual e ainda pouco discutida sob a óptica dos recursos analisados.

Em um contexto geral, as narrativas possuem um denominador comum: o risco envolvido nas produções de imagem ao volante. As estruturas da construção narrativa demonstram diversas semelhanças com gêneros literários e cinematográficos, o que possibilitou evidenciar as evoluções das formas de comunicação ao longo dos anos e avanços tecnológicos. As análises são uma reflexão a respeito das características e recursos utilizados para compreender aspectos mais subjetivos das construções narrativas. As razões por trás das produções analisadas são contextualizadas através de conceitos como a construção do eu, o culto à personalidade e a produtividade capitalista em regime 24/7.

A importância do estudo e das análises se dá ao possibilitar um olhar diferente aos registros, que são vistos no dia a dia já de uma maneira tão natural. As narrativas, que se tornaram parte do dia a dia de milhares de pessoas, acabam sendo diluídas na rotina e vistas como “normais”, mesmo carregando aspectos comunicacionais relevantes tanto para a construção pessoal e individualizada de cada pessoa quanto para a vida em sociedade, principalmente quando se trata dos riscos envolvidos na produção de imagens ao volante, por exemplo. Além disso, os estudos que envolvem a comunicação, enquanto ciência e ferramenta para as diversas formas de expressão, são necessários para que se possa entender e relacionar os diversos aspectos sociais e culturais em um mundo cada vez mais sem fronteiras.

Com o desenvolvimento desta monografia foram alcançados os resultados esperados. Foi possível identificar semelhanças nas narrativas com os gêneros autobiográficos, que são usados à maneira atual da comunicação *online*. Os conceitos tratados por Paula Sibilia em seu livro “O show do eu” também puderam ser identificados e as análises tiveram aspectos explicados por meio deles. A constante produção do tipo de imagem estudada pode ser explicada através dos conceitos de produtividade 24/7 que Jonathan Crary aborda em seu livro “24/7 Capitalismo tardio e os fins do sono”.

Os cinco vídeos analisados nesta amostragem fornecem sinais muito interessantes e relevantes acerca do uso de imagens pessoais no *Instagram* como algo já inserido no

cotidiano. Há ciência de que a amostra não proporciona conclusões detalhadas, mas foi possível perceber nas narrativas um padrão focado na exposição de si como aspecto relevante para a construção da personalidade e da aceitação dentro da sociedade atual. Percebe-se também que o fator “risco” não é levado em consideração nos registros feitos ao volante, nos permitindo entender que a exposição pessoal é, naquele momento, mais relevante ou importante do que agir de maneira segura, responsável e de acordo com a conduta prevista em lei.

As análises trouxeram também uma nova dúvida quanto à produção desenfreada de registros do que seria considerada a intimidade. Mesmo com a exposição da intimidade cada vez mais crescente no dia a dia, será que ainda existirão aspectos da vida considerados pessoais demais para serem compartilhados? Ou caminhamos, enquanto sociedade, para uma vida cada vez mais escancarada e sob a luz dos “holofotes”?

Conclui-se então que apesar do espanto gerado ao redor do que algumas evoluções tecnológicas trazem para a percepção de si e dos indivíduos, a maioria dessas questões sempre fizeram parte do ser humano como ser social, mas que só estão podendo aflorar justamente por conta desses avanços. Neste sentido, os estudos deste tipo podem ser usados para entender como a construção da comunicação se dá por meio de uma linha do tempo, e assim poder imaginar e também teorizar sobre o futuro.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 130/2020**. Altera artigos da Lei nº 9.503/1997 que institui o Código Nacional de Trânsito Brasileiro e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2236607>. Acesso em: 31 Mar. 2021.

BRUNO, Fernanda. **Controle, flagrante e prazer: regimes escópicos e atencionais da vigilância nas cidades**. Revista Famecos, Porto Alegre, nº 37, páginas 45-53, Dez. 2008.

CÓDIGO de Trânsito Brasileiro (CTB). **Lei nº 9.503**, de 23 Set. 1997. Art. 252. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19503compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19503compilado.htm). Acesso em: 30 Mar. 2021.

CRARY, Jonathan. **24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono**. Tradução de Joaquim Toledo Jr. São Paulo: Ubu, 2017.

DETRAN SP. **Assim você corta nosso (coração) Débora**. São Paulo, 2017. Facebook: Detran.SP. Disponível em: <https://www.facebook.com/detransp/posts/1048199225312136>. Acesso em: 02 Abr. 2021.

DETRAN SP. **Um homão desses, bicho. Usando o celular enquanto dirige?** São Paulo, 2017. Facebook: Detran.SP. Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=1092108864254505>. Acesso em: 31 Mar. 2021.

EMARSYS, 2019 apud MOHSIN, Maryam. **10 estatísticas das redes sociais mais usadas em 2021 [infográfico]**. Oberlo, 2020. Blog. Disponível em: <https://www.oberlo.com.br/blog/redes-sociais-estatisticas>. Acesso em: 14 Mar. 2021.

ESTADÃO. **WAP: Internet pelo celular**. Agência Estado, 2000. Economia. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,wap-internet-pelo-celular,20000824p8896>. Acesso em: 02 Out. 2020.

GARTON, L.; HAYTHORNTHWAITE, C. e WELLMAN, B. **Studying Online Social Networks**. Journal of Computer-Mediated Communication, Edição 1, Volume 3, 01 Jun. 1997. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00062.x>. Acesso em: 14 Mar. 2021.

GLOBALWEBINDEX, 2019 apud MOHSIN, Maryam. **10 estatísticas das redes sociais mais usadas em 2021 [infográfico]**. Oberlo, 2020. Blog. Disponível em: <https://www.oberlo.com.br/blog/redes-sociais-estatisticas>. Acesso em: 14 Mar. 2021.

MICHAELIS, Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. **Narração**. Brasil: Melhoramentos, 2021. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/busca?palavra=narra%C3%A7%C3%A3o&r=0&f=0&t=0>. Acesso em: 10 Mai. 2021.

O'REILLY, Tim. **Web 2.0 Compact Definition: Trying Again**. Radar O'Reilly, 10 Dez. 2006. Disponível em: <http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html>. Acesso em: 21 Out. 2020.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet** (Coleção Cibercultura). Porto Alegre: Sulina, 2009.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

STATISTA, 2019 apud MOHSIN, Maryam. **10 estatísticas das redes sociais mais usadas em 2021 [infográfico]**. Oberlo, 2020. Blog. Disponível em: <https://www.oberlo.com.br/blog/redes-sociais-estatisticas>. Acesso em: 14 Mar. 2021.

## **VIDEOGRAFIA**

**SEM NOÇÃO.** Jornalista: Fábio William. In: DF1. 2020. 1 vídeo (49s). Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8806243/>. Acesso em: 18 Mar. 2021.