

## **“PEDAGOSELFIES”: DO CORPO ORGÂNICO ÀS POSSIBILIDADES DO CORPO IMAGEM**

*Evelyn Santos Pereira*

*Bianca Salazar Guizzo*

*Luiz Felipe Zago*

A experiência de tornar o corpo uma imagem é um dos efeitos dos modos de vida contemporâneos que têm colocado o corpo em um lugar central na vida de cada um de nós, lugar este privilegiado para obtenção de prazer e satisfação. Investir no próprio corpo, na busca de torná-lo mais potente, saudável e atraente é uma preocupação que atinge fortemente os indivíduos deste tempo. Aliada a essa centralidade, as tecnologias eletrônicas de comunicação e informação proporcionam novos modos de organização e interação social. As tecnologias, mais do que simplesmente fazer parte do cotidiano dos sujeitos, vêm transformando profundamente a forma como vivemos. É nesse contexto social, em que corpo e tecnologias eletrônicas protagonizam, que as imagens do corpo tornam-se tão relevantes.

Talvez a imagem do corpo não seja mais importante do que sua materialidade orgânica, mas é evidente que é parte da composição de um corpo contemporâneo. É quase uma extensão de sua materialidade. Pois nada vale “ter um corpo” se ele não pode ser mostrado e reconhecido pelo olhar do outro. De nada adianta ser belo se não souber “imprimir-se” em imagem para que possa ser olhado e admirado pela sua rede de amigos. De nada adianta tamanho investimento de tempo, sacrifício, dor e dinheiro no corpo se não for possível exibi-lo. Desta maneira, da mesma forma que é preciso saber cuidá-lo, é preciso saber torná-lo imagem. E aprender a tornar o corpo uma imagem exige uma série de habilidades que precisam ser adquiridas, testadas e exercitadas muitas e muitas vezes: a isso chamaremos de *pedagoselfies*.

Viviane Castro Camozzato (2012) realizou em sua tese de doutorado um minucioso trabalho em torno do conceito de pedagogia, mostrando como ele vem se transformando ao longo da história em articulação com o estado da cultura. Camozzato (*op. cit*, p. 10) preocupou-se em mostrar como as transformações da cultura refletem nas formas e ênfases que a pedagogia vem ganhando, em especial, contribuindo para que tal conceito seja

pluralizado e ampliado em seu campo de atuação. Nessa direção, a pesquisadora evidencia a forma como o conceito é flexionado e transformado de modo a adequar-se às demandas culturais de determinado tempo-espço e como, em especial, a partir das fecundas discussões em torno das pedagogias culturais desenvolvidas no campo dos Estudos Culturais, “a” pedagogia, em seu *status* de ciência, vai sendo tensionada frente “às” pedagogias, enquanto múltiplos mecanismos pedagógicos em operação na cultura.

Ainda segundo Camozzato (*op. cit.*, p. 36), a pedagogia “envolve, assim, um conjunto de saberes e práticas que cada indivíduo é incitado a fazer operar sobre si para tornar-se sujeitos de determinados discursos”. Levando em consideração as transformações culturais gestadas na contemporaneidade, nas quais os sujeitos constituem-se na fluidez entre múltiplas posições de sujeitos que lhes são ofertadas a ocupar, a pedagogia precisa estar em constante atualização para continuar em operação.

Valemo-nos do trabalho de Camozzato (*op. cit.*) para pensar a produção de fotografias, na forma de autorretratos, como uma prática que põe em funcionamento uma pedagogia hoje presente na cultura ocidental do século XXI, pedagogia essa que ensina determinadas maneiras de constituir-se sujeito em um contexto indelevelmente constituído pelo consumo, pela moda e, sobretudo, pelas tecnologias e pela visualidade. Tal pedagogia opera sobre os sujeitos ensinando a exercerem sobre si uma série de cuidados e táticas que lhes proporcionem produzirem-se em imagens, sendo que a produtividade dessa pedagogia está no fato de que as imagens de si são, cada vez mais, parte importante para a construção das identidades contemporâneas. Portanto, emprego o conceito de *pedagoselfies* na tentativa de mostrar que a produção de *selfies*, tão comum na atualidade, vai ganhando forma e sentido a partir da execução de uma variedade de estratégias, as quais são produzidas, difundidas e aprendidas pelos sujeitos que a executam e por seus expectadores. Logo, pressupõe-se que uma determinada pedagogia esteja em operação marcando, selecionando e organizando os conhecimentos que dão sentido à produção de *selfies*.

Paula Sibilía (2004, p. 68) chamou de “design epidérmico” as múltiplas estratégias pelas quais o corpo é submetido para o cultivo das “boas aparências”, em um tempo em que “a visibilidade e o reconhecimento no olhar alheio são fundamentais na definição do que cada um é”. No cerne desse enaltecimento do corpo e da valorização da aparência, a autora ressalta que se ergue um paradoxo: enquanto delegamos ao corpo o lugar de maior valor na determinação de quem somos, “o corpo é desprezado com uma violência inédita”.

Sibilia (2004; 2015) analisa o modo como o corpo orgânico – com todas as suas células, órgãos, tecidos, etc. – vem sendo cada vez mais rejeitado pelas sociedades ocidentais a partir do início deste século. Segundo ela, em um período da história em que a abundância, o desperdício e os excessos estão em alta, o medo da fome vem sendo substituído pelo pavor da obesidade, na mesma proporção em que a subjetividade está cada vez mais ancorada na exterioridade de cada corpo do que em seu interior. Desta maneira, não param de crescer os setores da sociedade que se dedicam a desenvolver técnicas e produtos que buscam interferir na aparência do corpo. Da medicina à indústria de cosméticos, das academias de ginástica às clínicas de beleza, o objetivo é o mesmo: purificar o corpo dos excessos e das imperfeições impostas por sua condição orgânica.

Pureza e sacrifício são dois conceitos-chave nestes processos. Toda impureza orgânica será repelida e, para isso, impõe-se um amplo catálogo de rituais de um novo tipo de sacrifício da carne, que envolve o intenso investimento de três elementos dos mais prezados na cosmologia contemporânea: dor, tempo e dinheiro. Assim, junto com um certo *neognosticismo* de inspiração digital, que pretende virtualizar o corpo humano ultrapassando os limites da sua materialidade orgânica, novas formas de ascetismo se desenvolvem, na procura de um corpo construído como uma imagem pura, um modelo insuflado pelo imaginário digital que permeia a nossa cultura. Isto é, um corpo-ícone desenhado para o consumo exclusivamente visual (SIBILIA, 2004, p. 70).

Nessa direção, a autora diz estar se afirmando um modelo corporal hegemônico, o qual busca uma “pureza digital”, que emerge graças aos variados recursos tecnológicos voltados para produção e edição gráfica. Em um mundo dinamizado pela proliferação de imagens de todos os tipos, nossos olhos vão aprendendo com a mídia, com a publicidade, com o marketing pessoal dos/as famosos/as e das pessoas “comuns”, padrões de beleza e de feiura. O corpo purificado pela imagem, ou seja, o corpo remodelado, retocado, potencializado e livre das impurezas orgânicas alcança certo *status* de perfeição, que organiza nosso imaginário e nos conduz, tiranicamente, ao sacrifício diário na busca de nos adequarmos a essa imagem corporal pura e bela. No universo encantador das imagens, onde todo defeito pode ser escondido, apagado ou minimizado, pelas lisas, cabelos sedosos, e corpos curvilíneos brilham e ofuscam toda matéria orgânica que condiciona os corpos às rugas, gorduras, sobras de pele e outras imperfeições.

No recorte deste texto<sup>1</sup>, buscamos analisar o processo pelo qual um grupo de nove meninas, entre 15 e 17 anos, estudantes de uma escola pública do Litoral Norte do Rio Grande do Sul coloca em operação os conhecimentos, as estratégias e as táticas em torno da autoprodução do corpo em imagem, dando sentido ao que chamo de *pedagoselfies* – uma vez que entendemos este processo como parte fundamental na produção das identidades dos sujeitos que vivem nos dias de hoje.

Os três encontros de discussão realizados com o grupo de meninas nos anos de 2014 e 2015, foram gravados e posteriormente transcritos, sendo que alguns trechos de falas desses encontros constituem o *corpus* de análise deste artigo. Utilizou-se como material deflagrador para as discussões *selfies* femininas e masculinas cujos corpos de diferentes biotipos materializavam-se nas imagens em poses, expressões e roupas diversas<sup>2</sup>.

É sobre as práticas e possibilidades da produção de “um eu” em imagem que buscamos discutir a seguir. Um eu, porque acreditamos que podemos produzir muitas versões de nós mesmos nesse ambiente imagético das *selfies*, sendo que tais versões podem ser testadas, atualizadas, modificadas e aperfeiçoadas quantas vezes tivermos vontade ou sempre que formos seduzidos por novas modas ou outros pontos de referência e identificação.

### **“Ela é normal, só que sabe tirar foto”**

Paula Sibilia (2008; 2012) dedica-se a analisar a forma como as subjetividades foram se transformando ao longo do último século, acompanhando o universo tecnocientífico, o qual foi se constituindo nas sociedades ocidentais pós-modernas.

Neste processo de construção do eu – nunca fixo e estável –, a interioridade, o autoconhecimento, o voltar-se para si mesmo na busca de um eu centrado, introspectivo e, portanto, misterioso, foram perdendo força e sentido em um contexto social em que as tecnologias de época proporcionam que tudo seja transformado em imagem e esteja conectado. Na era da mídia e da internet, tudo precisa ser visível. Toda essa diversidade de estímulos e referências midiáticas nos oferecem múltiplas posições de sujeito através das quais podemos nos identificar. Não estamos mais restritos aos exemplos da família, dos amigos, da escola e das poucas informações que chegavam através de escassos meios de comunicação. Hoje em dia, a informação está por toda parte. A televisão está nas casas dos

---

<sup>1</sup> Este artigo é resultado de uma pesquisa de Mestrado.

<sup>2</sup> Essas imagens foram encontradas na internet, através do Google, e tinham a função de estimular a discussão sobre diferentes tipos de *selfies* e formas de materializar o corpo em imagem.

lugares mais remotos do mundo. Através desses meios eletrônicos, multiplicam-se sem parar as modas, os estilos e as tendências. A mídia, em especial, a internet, possibilitou que estejamos ligados e conectados em tempo real com tudo que acontece no mundo. Na dinâmica global das tecnologias eletrônicas, tanto os fatos da vida social, econômica e política, como os acontecimentos mais ordinários da vida de cada um podem ser acessados, e, desta forma, aprendemos a nos constituirmos vendo e nos mostrando aos olhares alheios.

Nos trechos que seguem, podemos verificar que a produção do corpo em imagem – e não temos como fugir disso – faz parte da composição de uma identidade contemporânea. Por mais que o sujeito não seja adepto às redes sociais ou à produção de *selfies*, muito provavelmente em diversos momentos de sua vida ele vai ser surpreendido por uma foto sua na rede, com ou sem seu consentimento. E, desse modo, irá se deparar com sua versão em imagem. É deste modo que acreditamos que a construção das subjetividades *alterdirigidas* (voltadas para o olhar do outro) de que trata Sibilía (2008) faz tanto sentido nos dias de hoje.

Se tudo é transformado em imagem para que possa ser visto, o mesmo acontece conosco. Constituímos nossas noções do eu a partir do olhar do outro sobre nós, mas também a partir do nosso olhar sobre a imagem de nós mesmos. Se até pouco tempo atrás, as referências que tínhamos para construirmos uma ideia de nossa imagem eram, em especial, a imagem que víamos refletida no espelho e aquilo que os outros diziam de nós, podemos dizer que, hoje, temos um elemento a mais para a composição dessa noção individual de quem somos. Esse elemento é a fotografia. O grande número de fotografias que produzimos de nós mesmos gera efeitos na maneira como nos percebemos. A imagem refletida no espelho nunca é a mesma congelada na imagem. É por isso que transformar o corpo em uma “boa imagem” torna-se uma prática importante e, ao mesmo tempo, difícil para os sujeitos deste tempo. Porque esta imagem diz/mostra “quem somos” não só aos outros, mas a nós mesmos.

*Ana<sup>3</sup>: mas mesmo assim, vai uma [...] vai, por exemplo, postar isso aqui no Facebook (Figura 1<sup>4</sup>), tu vai ser mais zuada do que não sei o quê. Já essa aqui não, vai ser elogiada (Figura 2<sup>5</sup>).*

*Pesquisadora: então posta no Facebook para ser elogiada?*

<sup>3</sup> Para preservar a identidade das participantes da pesquisa, foram utilizados nomes fictícios escolhidos por elas mesmas. O projeto de pesquisa do qual se originou esse artigo foi submetido à Plataforma Brasil e aprovado pelo Comitê de Ética da Universidade ao qual está vinculado.

<sup>4</sup> Ana estava se referindo a uma *selfie* na qual a protagonista é uma menina gorda, de aproximadamente 13 anos, que está de biquíni em frente a um espelho, de uma maneira em que aparece todo o seu corpo.

<sup>5</sup> A segunda imagem de que Ana fala, a protagonista da *selfie* é uma mulher que também está de biquíni em frente ao espelho, mas tem um corpo sarado que segue os padrões de beleza estabelecidos na cultura ocidental contemporânea.

*Antonela: para se achar bonita.*

*Ana: é, para se achar bonita.*

*Isabela: vai que ela se acha bonita (Figura 1). Deixa ela.*

*Antonela: mas ela não postou essa foto no face, eu acho.*

*Julia: “ué”, se está aqui.*

*Antonela: na internet.*

*Isabela: se a pessoa tira uma foto é porque ela posta. Se fosse eu nem tirava.*

(Encontro: 03/12/2014).

Antonela e Ana disseram que as fotos são postadas na internet para que elas se achem bonitas. Mas, como podemos observar na fala de Ana logo no início do trecho, as imagens são publicadas levando-se em consideração que outras pessoas irão vê-las e julgá-las de acordo com certos padrões estéticos consolidados na cultura e também a partir de referências e gostos pessoais. Sendo assim, dependendo da *selfie* que for postada, é possível ser “elogiada” ou “zuada”. E as impressões que essas imagens causam em quem vê podem ser expressas por meio de curtidas e comentários ou através da ausência de ambos. Diante disso, o olhar do outro se torna valioso para a construção do que cada um “é” ou pensa de si.

A partir do questionamento sobre o peso que tem as curtidas nas *selfies* publicadas pelas meninas, elas mostraram que elas são parte importante das *pedagoselfies* que, segundo a Elisa, *sempre dá uma mexida no psicológico*. Apesar de dizerem que não tem tanta importância assim, elas também ressaltam que o número de curtidas produz efeitos na forma como elas interpretam suas imagens. As curtidas servem como um termômetro que mede o grau de aprovação de tudo aquilo que é publicado nos perfis das redes sociais. Por isso, como disse Elisa, *tu tirou uma selfie e achou ela bonita, aí postou e cinco pessoas curtiram, tu vai achar que está feia na foto, porque ninguém curtiu*. Da mesma forma, se houver muitas curtidas, *tu vai achar que está linda* (Sophia).

A ambiguidade nos argumentos das garotas em torno da importância das curtidas mostrou as tensões e negociações que envolvem produzir-se e expor-se ao olhar do outro. Pois enquanto estimula-se que sejam assumidas personalidades autênticas e singulares, teoricamente autossuficientes e que não dependam da opinião do outro, a exposição constante ao olhar desse outro e a maneira tirânica como somos subjetivados a investirmos no corpo e na aparência fazem com que precisemos nos reconhecer nesse olhar alheio para nos sentirmos aceitos/as e valorizados/as. Logo, a possibilidade de curtir e comentar nos conteúdos que são publicados nas redes sociais é condizente com as novas dinâmicas de interação social no ambiente midiático e, sobretudo, responde a uma forte necessidade de nos mostrarmos e

expressarmos. De podermos publicar algo e sabermos como foi a avaliação do outro em relação ao conteúdo divulgado, qual foi o efeito que aquele material produziu, além de podermos expressar nossas próprias impressões e julgamentos sobre aquilo que vemos.

A possibilidade de interação que as curtidas e os comentários proporcionam nas redes sociais faz dessas duas funções partes importantes das *pedagoselfies*, haja vista que o processo de ensino-aprendizagem envolvendo tirar uma foto de si e publicar nas redes sociais inclui o sucesso imagético deste corpo que “deixa de ser” orgânico e se torna editável, publicável, “pixelado”. E o sucesso ou não do corpo feito em imagem pode ser quantificado por meio das curtidas, como podemos observar na fala de Elisa: *se tu tiver bastante curtidas tu vai achar que está mais bonita; se tu tiver menos tu vai achar que está feia. Mesmo tu achando que a foto está bonita.*

Antonela falou da possibilidade de apagar a imagem caso não receba um número significativo de curtidas, pois isso demonstra que a imagem não causou o efeito esperado, não foi bem aceita. A alternativa de excluir, de tirar de vista, de fazer sumir aquela imagem que não obteve uma aprovação mensurável – através do número de curtidas – só existe para o corpo feito em imagem. Diferentemente do “corpo orgânico”, o “corpo editado” pode ser publicado e excluído quantas vezes forem necessárias em decorrência dos julgamentos do outro. Se receber muitas curtidas, é sinal que se está bonita; se o número de curtidas for abaixo do habitual, pensa-se que a foto está feia. Através das *pedagoselfies*, aprende-se a produzir uma “bela” imagem do corpo – mesmo que o corpo não seja “belo” –, editá-la, publicá-la, filtrá-la e, além de tudo isso, avaliar seu grau de aprovação.

Outra questão importante observada nas falas das meninas foi que, enquanto elas ressaltaram que o número de curtidas interfere na forma como elas avaliam suas próprias imagens, explicaram que o mesmo não acontece no julgamento delas em relação às *selfies* de outras meninas. Como podemos perceber nas seguintes falas: *se tu viu uma pessoa e achou ela feia e ela tem quatro mil curtidas, tu vai continuar achando ela feia* (Elisa); *se tu achar uma foto bonita e a pessoa tem vinte curtidas, tu vai continuar achando ela bonita* (Elisa); *claro, porque tu sabe como é que ela é pessoalmente* (Antonela). Nesse caso, elas estão dizendo que o excesso de curtidas ou a falta delas não determina se a pessoa é “linda” ou “feia”, o que irá determinar tal classificação é a forma como a pessoa é pessoalmente.

Esta fala sinaliza para uma ligação, no mais das vezes tensa, entre o “corpo orgânico” e o “corpo imagético”, posto que a imagem do corpo pode ser tratada e editada, mas o corpo orgânico não (a não ser por meio de cirurgias, cosméticos e/ou exercícios). Reforça-se uma separação, uma divisão entre o corpo em imagem da *selfie* e o corpo “orgânico”.

As gurias também mostraram que o corpo em imagem é produzido e publicado, tendo em vista a aprovação de determinados olhares. Desse modo, algumas curtidas e alguns comentários possuem maior importância do que outros. Os comentários indesejáveis, como *daqueles guris que tu não conhece* ou dos parentes, podem ser excluídos, porque, como disse Sophia, *é tenso esse negócio de parentes*. Ainda que as tecnologias da informação e comunicação estejam atravessando a vida dos sujeitos de diferentes gerações, é preciso levar em consideração que as crianças e os/as jovens que hoje vivem já nasceram imersos nesse universo de novas sensibilidades. São nativos desse ambiente virtual, recheado de estímulos visuais, sonoros e interativos (BARBERO, 2002). Desde a mais tenra idade, são familiarizados às dinâmicas multimídia, ao brilho, às cores, aos sons e à interatividade das telas da televisão, dos *smartphones*, *tablets* e computadores, estão acostumados aos *flashes* das fotografias e manuseiam com facilidade todo esse aparato tecnológico.

Portanto, para alguns sujeitos cuja geração precisou se adaptar a essa nova forma de interatividade estabelecida a partir do advento da internet, dominar as linguagens, as formas de interação e as habilidades para a produção de conteúdo no ambiente virtual não é uma tarefa fácil. Podemos perceber a marcação dessa diferença geracional através da fala de Sophia e de Isabela que ressaltam não gostar dos comentários que os familiares escrevem em suas fotos, porque eles não sabem como funciona essa linguagem e utilizam esse espaço – dos comentários – para mandarem beijos para o restante da família, por exemplo. Mas não é só isso: o fato da internet ser um lugar irrestrito, ou seja, qualquer um pode acessar e navegar no ambiente virtual, permite que diferentes grupos e gerações interajam no mesmo espaço. A partir do momento em que os pais e mães, tios e tias e, até mesmo, os/as avós possuem perfis no *Facebook*, o conteúdo que os/as filhos/as publicam é visto, curtido e comentado não só por seus pares, mas por toda a família.

Apresentamos a seguir outro excerto que faz alusão à questão geracional, no qual as garotas dizem que seus pais e mães não sabem fazer boas imagens.

*Carolina: se tu tira (a selfie de) um ângulo assim, que aparece da tua cintura pra cima, tipo assim (mostra o ângulo) já fica estranho. Tem que tirar meio que de cima, sei lá. O ângulo muda muito a foto. Tu pode estar na mesma pose, por exemplo, a minha mãe, minha mãe não sabe tirar foto. Minha mãe tira uma foto de mim, eu estou fazendo a mesma pose, ela tira fica horrível. Aí eu tiro uma foto minha e já me acho melhor.*

*Elisa: minha mãe também. Ela tira num ângulo que eu fico parecendo uma baleia.*



*Sophia: é, tipo meu pai. Ele tira foto assim olha, ele pega o teto (segura o celular com os braços encolhidos em frente ao pescoço).*

*Risos.*

*Sophia: aí pega aquela papa assim (gesticula mostrando a “papada”).*

*Muitos risos.*

*Carolina: é bem assim.*

*Sophia: e o telefone é desse tamanho, né? (indicando que o celular é muito grande).*

(Encontro 17/08/2015).

A frase de Carolina *minha mãe não sabe tirar foto* mostra que a produção do corpo em imagem exige certas habilidades para que um bom resultado seja alcançado. Desse modo, é preciso que um processo de ensino e aprendizagem esteja em operação para que tais habilidades sejam adquiridas, sendo que, assim como acontece com qualquer processo pedagógico, alguns sujeitos aprendem e outros não.

Sant’Anna (2002, p. 106) argumenta que, na ordem tecnocientífica-empresarial que vem se desenvolvendo nos últimos anos, aprofunda-se uma tendência em torno da exposição do corpo, que é a de utilizá-lo como uma importante ferramenta de “marketing privilegiado do eu”. De acordo com essa tendência, cada parte do corpo é transformada em “imagem de marca”, a qual deve ser preparada cuidadosamente para ser vista, admirada, filmada e fotografada. Segundo Sant’Anna (*op. cit.* p. 107), “há, aqui, uma espécie de *totalitarismo fotogênico* banalizado: exige-se que tudo no corpo seja preparado para ser visto, exposto, colocado em pose”.

No rastro do pensamento de Sant’Anna (2002), nessa nova política de exposição do corpo que fundamenta o que ela chama de “marketing do eu”, colocar o corpo em pose para que funcione como “imagem de marca” envolve a operação de *pedagoselfies*. Essa tendência de transformar tudo em imagem, inclusive a nós mesmos/as, estimula que saibamos estar sempre prontos/as para nos tornarmos uma foto. A transformação operada no corpo no momento de fazer uma foto é produzida utilizando diversas estratégias que são aprendidas desde muito cedo pelos sujeitos que vivem neste tempo. Podemos observar crianças muito pequenas operando legítimas transmutações no corpo, com poses, sorrisos e outras “caras e bocas” no momento em que enxergam uma câmera fotográfica. O “totalitarismo fotogênico” faz com que as *pedagoselfies* entrem em operação já na infância e atravessem a vida de cada um, independentemente de geração.

Conforme a mesma autora (SANT'ANNA 2002), as campanhas publicitárias não cessam de multiplicar imagens nas quais as partes mais íntimas do corpo são expostas despidamente. Mas com um detalhe importante: devem estar tratadas e embelezadas. Na medida em que o corpo feminino foi ganhando maior liberdade para mostrar-se e expressar-se, maiores foram se tornando as exigências em torno dos cuidados voltados a ele. Sant'Anna (*op. cit.* p. 66) argumenta que “a vontade de ser *mulher livre* rima com o dever de ser fotogênica para os outros e para si mesma, em todas as circunstâncias”.

A exigência de tornar visível tudo aquilo que define nossa identidade faz com que a produção e a seleção das fotografias que serão expostas aos olhares alheios sejam uma tarefa minuciosa e de muito valor. Observemos o seguinte excerto:

*Elisa: a Niara tem vinte fotos por dia no Instagram.*

*Julia: eu vejo todo dia que ela posta uma, ou duas.*

*Isabela: eu não consigo ser assim.*

*Carolina: eu também não.*

*Elisa: até porque eu nem tiro foto todos os dias.*

*Isabela: não é todo dia que eu me acho bonita. É raramente que eu me acho bonita.*

*Rafa: na real eu só tiro foto quando eu estou arrumada pra sair pra festa, sabe? Porque dia a dia é difícil eu tirar foto.*

Na maioria das vezes, a *selfie* é feita quando as meninas acreditam que estão bonitas ou quando estão arrumadas para alguma festa. Logo, percebemos que sempre há uma preocupação em mostrar a melhor versão que podemos produzir de nós mesmos. E a produção do corpo em imagem cria uma infinidade de possibilidades para a montagem e edição de versões ideais do eu, possibilidades que só existem na versão digitalizada dos corpos. Retomando Sibilia (2008), vivemos um período em que as tecnologias da comunicação e informação têm feito se proliferarem verdadeiros “festivais de vidas privadas”. Esse interesse pelo ordinário, pelo corriqueiro, pela pequenez da vida cotidiana, a curiosidade pelo que de mais íntimo se pode expor, em especial, sobre a vida das celebridades do momento, chama os sujeitos a exercerem a tarefa de narradores de suas próprias vidas. Como podemos ver no trecho a seguir, as narrativas pessoais produzidas na internet através de imagens possibilitam que os sujeitos utilizem infinitos recursos para a produção de narrativas cheias de emoções, alegrias, aventuras e, além disso, esteticamente apresentáveis.

*Elisa: acho que ninguém usa photoshop aqui. É só filtro<sup>6</sup> mesmo.*

*Carolina: tu usa aqueles cílios né? (perguntando para Antonela).*

*Antonela: eu não.*

*Carolina: parece que tu usa aqueles cílios.*

*Antonela: ah, uma (selfie) eu botei. Uma que eu postei no face. Aquela eu botei.*

*Elisa: mas dá pra ver. Bem nítido.*

*Carolina: teve uma (menina) que botou uma sobrancelha e a sobrancelha terminou por cima do cabelo assim.*

*Antonela: nessa aqui eu botei a sobrancelha (mostra uma selfie no celular), mas não aparece.*

*Pesquisadora: e além do filtro, sobrancelha, cílios, recorte, o que mais que vocês costumam fazer?*

*Sophia: nossa, eu não uso cílios e sobrancelha (com expressão de desaprovação). Acho que só a Antonela que bota.*

*Isabela: é que a Antonela é a única perua daqui.*

*Risos.*

*Sophia: filtro todo mundo usa, mas não bota...*

*Isabela: mas as outras coisas nunca.*

*Sophia: acho que todas as fotos que a gente posta é com filtro pra dar um contraste ou coisa assim.*

*Carolina: às vezes é bem suave... às vezes mal dá pra ver a diferença, mas mesmo assim eu posto a que está com filtro, porque eu acho melhor a que está com filtro (risos).*

(Encontro: 17/08/2015).

Como se pode notar, assim como a utilização dos filtros é muito comum entre as meninas, os exageros são desaprovados. As imagens que são publicadas nas narrativas pessoais precisam causar uma impressão de naturalidade, assim como devem, em certa medida, ser fidedignas ao que cada um “realmente é”.

A edição das imagens é uma prática tensionada entre as meninas, pois como vimos nas falas anteriores, elas disputam quais os limites que se deve respeitar na hora de editar uma imagem. É uma prática de comum acordo entre elas o uso dos filtros. Entretanto, apesar de serem a favor da aplicação dos recursos de edição oferecidos pelos filtros, elas parecem rigorosas quanto à utilização do *photoshop*. De fato, o filtro é um recurso do *photoshop*, por

---

<sup>6</sup>Filtro é um recurso encontrado em aplicativos que oferece modelos/estilos de imagens com cores e efeitos diferenciados, os quais podem ser aplicados automaticamente na imagem submetida. O filtro dá a possibilidade de limpar e retocar uma imagem, aplicar luzes, efeitos artísticos, mudar os tons da imagem, entre outros recursos.

isso é parte dele. Contudo, as falas das garotas mostraram que elas estabelecem uma diferença entre eles, a qual pode ser percebida da seguinte maneira: o *photoshop* distorce a imagem e, assim, a realidade, pois é utilizado para colocar sobrancelhas e cílios postiços, para aumentar ou diminuir partes do corpo, para retirar espinhas, manchas ou qualquer outra coisa, enquanto que o filtro não interfere no corpo da imagem, não tira nem acrescenta qualquer elemento, ele apenas “filtra” o que ali está posto.

Enquanto houve uma reprovação dos recursos de “interferência da realidade” através do *photoshop*, a utilização do filtro parece ser uma regra entre as meninas da pesquisa, como podemos ver na fala de Sophia: *filtro todo mundo usa [...] e continua: acho que todas as fotos que a gente posta é com filtro pra dar um contraste ou coisa assim*. Desta maneira, por meio de expertises em torno da produção do corpo em imagem – que envolve um processo que vai desde a captura da imagem até os retoques finais de edição –, os corpos editados/filtrados vão se popularizando nos meios de comunicação contemporâneos como um produto das *pedagoselfies*.

*Antonela: tu sabe como é que ela é pessoalmente. E às vezes em foto é muito photoshop.*

*Sophia: que nem a Natalia. Eu não acho ela tão bonita, como eu acho ela pelas fotos.*

*Elisa: é, eu também. Pessoalmente eu acho ela bem mais...*

*Isabela: é que acontece [...] por exemplo: ela é uma pessoa mais bonita em foto, só que ela é muito querida. Isso também atrai.*

*Antonela: eu acho ela mais bonita em foto também. Mas pessoalmente ela é muito feia.*

*Elisa: eu não acho ela feia, mas eu acho que ela não é tão bonita quanto nas fotos.*

*Sophia: eu acho as fotos dela lindas, mas eu não vejo ela [...]*

*Isabela: é que assim, é uma pessoa que tu olhas por foto e tu imaginas: “é uma guria alta, tem bastante peito, bastante bunda”. Tu olhas pessoalmente é uma guria deste tamanho...*

*Julia: ela não é alta.*

*Carolina: que nem ver a Ana nas fotos e ver a Ana pessoalmente. É isso.*

*Sophia: a Ana ganha um monte de curtidas e ela se acha linda.*

*Antonela: ela tem curtida nas fotos dela? Nem sabia.*

*Antonela: mas é muito diferente as pessoas nas fotos.*

Sibilia (2012) propõe que estamos vivendo um período que supervaloriza o real. Com suas raízes no século XIX, o gosto pelos “fatos verídicos” passaram pelas artes, pelo cinema, pela publicidade e pela mídia para então invadir a vida cotidiana e real dos sujeitos comuns. Desse modo, ela sugere que “essa crescente ficcionalização do real na mídia, bem como a gradativa naturalização do realismo na ficção, também contribuíram para mudar os contornos do mundo e da própria *realidade*”. Assim, enquanto os canais midiáticos “se tornam mais e mais atravessados pelos imperativos do real”, “a própria vida tende a se ficcionalizar recorrendo aos códigos midiáticos” (*op. cit.* p. 23).

Tudo indica que essa injeção de dramatismo e estilização midiática, que tomou conta do mundo ao longo do século XX, foi nutrindo uma vontade de acesso a uma experiência intensificada do real. Uma realidade incrementada cujo grau de eficácia é mensurado, paradoxalmente, com padrões midiáticos. Por isso, se o paradoxo do realismo clássico consistia em inventar ficções que parecessem realidades, lançando mão de todos os recursos de verossimilhança imagináveis, hoje assistimos a outra versão desse aparente contra-senso: uma ânsia por inventar realidades que pareçam ficções. Espetacularizar o *eu* consiste precisamente nisso: transformar nossas personalidades e vidas (já nem tão) privadas em realidades ficcionalizadas com recursos midiáticos (*op. cit.* p. 24).

Desse modo, as narrativas autobiográficas retratam vidas reais, mas estão recheadas de ficção na medida em que a própria realidade é ficcionalizada. As práticas confessionais (SIBILIA 2008) ou os relatos de vida que povoam a internet diariamente, assim como os conteúdos veiculados nos canais televisivos e na mídia impressa, buscam introduzir em suas narrativas “efeitos do real” (SIBILIA, 2012). As narrativas pessoais produzidas na internet, para serem autobiográficas, precisam expressar a realidade vivida pelo autor-narrador-personagem. Todavia, o que Sibilia propõe (2012) é que a realidade cotidiana vivida pelos sujeitos está sendo intensificada e ficcionalizada de tal maneira que a própria noção de realidade passa a ser questionada.

Como as *selfies* fazem parte desse conjunto de conteúdos produzidos e publicados que dão forma às nossas narrativas pessoais no espaço virtual, elas são investidas de ficção – tanto através das possibilidades de “montagem” dessa imagem, como por meio dos recursos de edição –, porém, também precisam produzir “efeitos do real”. As *selfies* devem retratar um eu espetacularizado, no entanto, real. Por isso, as meninas destacam que, mesmo havendo muitos recursos para a produção do corpo em belas imagens – como a utilização de cílios e de

sobrancelhas gráficas, por exemplo –, tais recursos são desaprovados pela maioria delas, pois não são reais, ao passo que o filtro é utilizado em quase todas as imagens que elas publicam, ou melhor, que elas produzem – pois elas aplicam filtro até nas imagens que não são publicadas. Conforme disse Carolina: *às vezes é bem suave. Às vezes mal dá pra ver a diferença, mas mesmo assim eu posto a que está com filtro, porque eu acho melhor a que está com filtro.* Assim, o filtro serve como uma purificação da realidade. Ele não a altera, apenas a melhora.

Como foi possível perceber através das falas apresentadas anteriormente, as possibilidades que o universo virtual oferece para filtrar o corpo e, de certa forma, purificá-lo das imperfeições que a condição orgânica lhe impõe (SIBILIA 2004) proporcionam que cada corpo possa ser melhorado ou não, de acordo com as habilidades que cada sujeito desenvolve para produzir-se em imagem. Durante os encontros, as meninas ressaltaram que existem algumas estratégias para tornar o corpo uma boa imagem, algumas delas mais gerais e outras um pouco mais específicas, que variam de acordo com o corpo de cada um. É preciso ensaiar seu melhor ângulo, a pose que lhe favorece, quais partes do corpo devem ser escondidas e quais devem ser destacadas. São justamente essas estratégias que são ensinadas e aprendidas ao longo da experiência de cada indivíduo com a produção do próprio corpo em imagem que chamamos de *pedagoselfies*.

Analisando a produtividade do conceito de *pedagoselfies* para a transformação do corpo em imagem, percebemos que os significados em torno dessa prática e a forma de exercê-la são constantemente ensinados, aprendidos, disputados e negociados entre as garotas da pesquisa. Através de múltiplas contradições e negociações, elas foram mostrando como o olhar do outro funciona como um espelho que reflete nossas identidades e interfere na maneira como nos constituímos, assim como nas imagens que buscamos imprimir de nós mesmos/as. Evidenciaram também que determinados tipos de corpos possuem maior valor no mercado das aparências, mas que, através do domínio de técnicas e do desenvolvimento de certas habilidades, é possível que um corpo não tão belo seja produzido em belas imagens do corpo.

### **Alguns apontamentos finais**

O processo que envolve aprender ou não a produzir o corpo em imagem, torna-se importante na medida em que o olhar do outro se torna central para a definição de nossas subjetividades. De acordo com o pensamento de Sibilía (2008), a definição de “quem somos” está estreitamente ligada ao reconhecimento e à valorização do olhar alheio. Desta forma, as

tecnologias eletrônicas e os meios de comunicação e informação são importantes ferramentas para produção e promoção de nossas identidades. A partir de tais ferramentas é possível produzir versões de nós mesmos/as para serem vistas, admiradas ou criticadas por muitos olhares. O sucesso ou não de tais versões dependem das competências desenvolvidas pelos sujeitos para a produção do seu corpo em imagem. O desenvolvimento das técnicas e habilidades necessárias para este fim faz parte de uma pedagogia voltada para a produção de *selfies*, que foi nomeada neste estudo como *pedagoselfies*, porque – como destacaram as meninas ao longo dos encontros de discussão – não se nasce sabendo fazer *selfies*. Este é um processo complexo, que precisa ser aprendido através de inúmeras tentativas.

Woodward (2014, p. 56) argumenta que “nós vivemos nossa subjetividade em um contexto social no qual a linguagem e a cultura dão significado à experiência que temos de nós mesmos e no qual nós adotamos uma identidade”. É nesta direção que entendemos a produção de *selfies* como uma forma singular de experienciar a nós mesmos/as. No atual contexto social em que vivemos, onde somos chamados/as a mostrarmos nossos corpos e nossas identidades através de imagens, a experiência de si passou a ser vivida, também, a partir/através da produção de autorretratos que compõem as narrativas pessoais. Nessas produções, experimentamos nossos melhores e piores ângulos, as partes do corpo que nos favorecem e nos desfavorecem. Aprendemos o que mostrar e o que esconder de nossos corpos para que ele seja “bem visto”, “curtido” e “comentado”. Nesse sentido, assim como argumentou Woodward (op. cit.) a cultura e a linguagem significam essa experiência de si ao nos mostrar quais corpos têm maior valor no mercado das aparências e como devemos nos mostrar nessa dinâmica da visibilidade.

Logo, a experiência de tornar o corpo uma imagem produz efeitos em nossas subjetividades e possibilita que possamos incorporar e testar nossas identidades, produzindo imagens de nós mesmos/as que busquem se aproximar dos ideais de corpo e beleza valorizados na cultura, e exibindo-as para o exame detalhado dos olhares alheios.

## REFERÊNCIAS

CAMOZZATO, Viviane Castro. **Da pedagogias às pedagogias – formas, ênfases e transformações**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Jóvenes, comunicación e identidad. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura: Pensar Iberoamérica. **Revista de Cultura** (revista digital). N.0, Febrero, 2002. Texto disponível em:

<http://www.cenpec.org.br/biblioteca/Cultura/artigos-academicos-e-papers/jovenes-comunicacion-e-identidad>.

SANT'ANNA, Denise B de. **Corpos de passagem: ensaios sobre a subjetividade contemporânea**. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

\_\_\_\_\_. Transformações do corpo: controle de si e uso dos prazeres. In: RAGO, Margareth; ORLANDI, Luiz B. Lacerda; VEIGA-NETO, Alfredo (orgs.). **Imagens de Foucault e Deleuze: ressonâncias nietzschianas**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

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

\_\_\_\_\_. **O homem pós-orgânico: a alquimia dos corpos e das almas à luz das tecnologias digitais**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.

\_\_\_\_\_. A construção de si como um personagem real: autenticidade intimista e declínio da ficção na cultura contemporânea. **Revista ECO-Pós**. Rio de Janeiro: UFRJ, v. 15, n. 3, p. 22-46, 2012.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz T. (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.