

## Narrativas de si #selfieeascrianças

Giulia Fraga  
Edvaldo Couto

### Resumo

O artigo apresenta dados de uma pesquisa que analisou as narrativas fotográficas de meninos e meninas no aplicativo de Rede Social Instagram. O campo teórico da investigação foi os Estudos da Infância e da Cibercultura. Trata-se de um estudo qualitativo, descritivo e analítico realizado através de observação das narrativas de si compartilhadas no aplicativo e de entrevista semiestruturada com quatro crianças. O argumento principal é que as crianças utilizam as narrativas fotográficas como forma de expressão e modo de narrar sobre si, seus contextos, e, principalmente, suas infâncias. O estudo conclui que essas práticas fotográficas imprimem a singularidade das culturas infantis e, sobretudo das crianças e de suas culturas no contexto digital, elementos importantes que tanto podem subsidiar as práticas dos pais e professores, como também fundamentar discussões e políticas que relacionem infância, internet, aplicativos e redes sociais.

**Palavras-chave:** Narrativas. Redes Sociais. Selfie. Culturas Infantis.

### Introdução

Nos dias atuais, em um *show*, uma visita ao museu, uma festa de aniversário, haverá, com certeza, pessoas registrando, principalmente através dos *smartphones*, a própria imagem, pessoas fotografando a si próprias.

Presentes no cotidiano, essas “narrativas de si” se tornam um comportamento comum àqueles que vivem na sociedade atual. *Selfie* é o termo mais utilizado para o produto deste comportamento. A palavra se tornou tão importante que, em 2013, foi escolhida pelo Dicionário Oxford como a palavra do ano, dado ao seu estatuto de um dos termos mais procurados naquele ano<sup>1</sup>.

A expressão pode ainda ser estranha ao vocabulário de alguns brasileiros, mas muitos já estão acostumados com a forma visual do que ela representa. A *selfie* é um autorretrato. É um tipo específico de retrato de si mesmo. É uma foto, normalmente, produzida pela própria pessoa que segura o dispositivo ao alcance do braço ou em um espelho, para produzir fotografias que costumam ser casuais. Imagens que incluem, na maioria das vezes, o fotógrafo ou um número de pessoas junto a ele ou em segundo plano, neste caso, denominam-se *selfies* de grupo.

Esse modo de fotografar ganhou uma dimensão jamais imaginada antes da era das redes digitais. É a foto que uma pessoa faz de si mesma utilizando a câmera de algum dispositivo móvel, para, principalmente, publicar em redes sociais. Isso significa que, para esse tipo de fotografia, o compartilhamento – nas redes públicas ou em aplicativos privados de interação – é um aspecto relevante.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/11/selfie-e-eleita-palavra-do-ano-pelo-dicionario-oxford.html>>. Acesso em: 06 jan. 2018.

## **Autorretrato, *selfie*, narrativas de si**

É oportuno destacar que não vem de hoje essa reverência ao autorretrato. Rodrigues (2016) lembra que fazer uma imagem de si, seja pintando-se em um quadro ou utilizando um dispositivo fotográfico, não é uma prática atual. A pintora mexicana Frida Kahlo, por exemplo, marca a sua obra com os autorretratos, além de artistas como Leonardo da Vinci, Vincent Van Gogh e Picasso. São inúmeros os exemplos na história da imagem. Também não é recente a ação de girar a câmera para produzir autofotografias, de forma muito semelhante ao *selfie*, essa prática já remetia à fotografia analógica.

No desenvolvimento das sociedades humanas, o registro dessas imagens sempre esteve presente nas formas de narrar a história de pessoas e civilizações. Desenhos e pinturas rupestres, quadros, esculturas, fotografia e, agora, a *selfie* são formas de expressão, formas de mostrar nós mesmos para o mundo.

Poucas pessoas, no passado, eram dignas de ter suas imagens registradas. Esta prática era destinada apenas aos nobres. Antes, o que era acessível apenas para poucos, hoje, se torna uma prática que engendra a visibilidade dos indivíduos nas mídias *online* e a “aparente” saída do anonimato para qualquer um. Nesse cenário, a fotografia, que já vem com um histórico de práticas da humanidade de registrar sua própria imagem, ganha um novo título ao se produzir um autorretrato: *selfie*.

A internet, a conectividade, os aplicativos para dispositivos móveis e a interação em redes sociais digitais foram aspectos fundamentais para o desenvolvimento dessa prática. Tudo está tão simples que, com apenas um toque na tela, uma fotografia é originada, publicada ou até mesmo armazenada. Prática que influenciou para que incidisse uma maior valorização e protagonismo das imagens e a relevância dessa nova configuração de autorretrato. Como descreve Sibilia (2008, p.33), “com a facilidade técnica que esses dispositivos oferecem na captação mimética do instante, a câmera permite documentar a própria vida: registra a vida sendo vivida e a experiência de *se ver vivendo*”.

Se cada momento histórico tem uma representação, a do século XXI é, sem dúvida, a da visibilidade. Segundo Persichetti (2013), vivemos numa sociedade em que as pessoas valem a partir do momento em que se tornam visíveis, não importa em que medida ou o que fazem para que isso aconteça.

Visibilidade é um termo cada vez mais recursivo nas discussões atuais. No contexto das Redes Sociais Digitais, corresponde a aparecer, ser visto, tornar visíveis as ações realizadas no seu cotidiano. Vivemos uma amplitude de visibilidade em nosso meio social relacionada, principalmente, a demandas de legitimidade e de reconhecimento, ou seja, quanto mais visíveis, mais as pessoas passam a ser apreciadas, consideradas, mencionadas e valorizadas. (AUBERT; HAROCHE, 2013).

A visibilidade é entendida como um capital social importante na nossa sociedade. Distinto de qualquer outro momento da história da humanidade, hoje, as tecnologias digitais, especialmente as Redes Sociais Digitais, possibilitam que as pessoas e suas ações sejam publicizadas, que seus conteúdos sejam enviados de forma instantânea para qualquer parte do mundo. Presenciamos uma gigantesca e intensa circulação de imagens e outros conteúdos. A despeito de outros aspectos, o fato inquestionável é que “o ato de exhibir-se e tornar visíveis nossas práticas e opiniões cotidianamente constitui-se um mecanismo de valorização social e de construção do próprio sujeito contemporâneo”. (SANTANA, 2014, p.21).

É nesse contexto que as *selfies* se popularizaram diante de uma série de acontecimentos presentes nas redes digitais *online*, como o caso da autofoto que o ex-presidente americano Barack Obama fez no funeral de Nelson Mandela (2013); a foto tirada pela apresentadora

Ellen Degeneres na 86ª cerimônia do Oscar (2014), entre outras *selfies* que entraram para a história.

Atos que passam a ser entendidos como fundamentais na vida de um indivíduo, em que uma experiência faz sentido quando registrada, narrada e exibida, mesmo que logo depois essas imagens sejam esquecidas pelo próprio sujeito que a registrou. O que interessa é a situação-momento, a instantaneidade, a efemeridade do momento.

A prática se tornou uma tendência das redes sociais. Milhares de autorretratos são produzidos todos os dias em lugares e situações distintas e por um número cada vez maior de pessoas. Fotos que registram o cotidiano desses sujeitos em situações que antes não seriam avaliadas como importantes para ser registradas, por exemplo, a foto de uma xícara, de fios elétricos, de uma mão, entre outros.

A Revista *Veja*<sup>2</sup> estimou em 1 milhão o número de *selfies* tiradas todos os dias ao redor do planeta, no ano de 2017. Somente no Instagram, foram postados 282 milhões de autorretratos entre 2011 (quando o gênero surgiu na Web) e o final de 2016. A pesquisa também apontou que cada integrante da geração que se tornou adulta nos anos 2000, deverá tirar vinte e cinco mil (25 000) *selfies* ao longo da vida. Outras pesquisas também apontam para uma crescente popularidade desse comportamento, 90% dos brasileiros assumem fazer autorretratos com frequência, 58% dizem fazer *selfies* quase todos os dias ou, pelo menos, uma vez por semana, como exemplo, a realizada pela *Antennas Business Insights* em parceria com a empresa *Samsung*<sup>3</sup>.

Um comportamento que acaba mobilizando aqueles que não tinham antes esse desejo de se exibir na rede, pois não fazê-lo pode significar que está no lugar de *outside*, gerando um comportamento imitativo e sem significado para alguns.

Uma pesquisa brasileira sobre o uso do aplicativo Instagram entre jovens aponta que apenas 8% dizem não postar esse tipo de foto, 46% dos participantes compartilham *selfies* de si, enquanto 81% fazem o mesmo com *selfies* em grupo (BRAGA, 2015).

Desde que tal prática se popularizou, a função principal está voltada para a publicização das imagens em ambientes digitais e públicos. A prática é seguida pelo compartilhamento das fotos via aparelhos telefônicos portáteis e/ou redes sociais. Algumas com grandes repercussões midiáticas, dentre as quais se destacam as *selfies* tiradas durante o enterro de Eduardo Campos, então candidato à presidência do nosso País; a do Papa Francisco com um grupo de jovens no Vaticano e, mais recentemente, com os noivos de um casamento celebrado durante um voo; as do ex-presidente Barak Obama e as de um jovem russo, Kirill Oreshkin, atualmente conhecido como fotógrafo de *selfies*.

Outros exemplos deste comportamento foram descritos em uma pesquisa realizada no Brasil com 29 jovens entre 13 e 18 anos. Ao serem indagados sobre as *selfies*, 41,4% responderam que costumam postar com frequência em redes sociais, 48,3% postam às vezes e apenas 10,3% não publicizam tais fotos (MEIRELLES; FORECHI, 2015, p.5). Com os dados nas mãos, as pesquisadoras enfatizam que “o sucesso e a popularidade da *selfie* não reside na própria foto, no registro da ocasião e/ou pessoa, mas sim na possibilidade de publicá-la”.

Os argumentos levantados pela pesquisa apontam que as fotografias produzidas têm como propósito a socialização. Uma *selfie* deve, necessariamente, ser postado numa rede social com o objetivo de que alguém veja. Isso significa que, para esse tipo de fotografia, a publicização é um aspecto definidor. As *selfies* parecem dizer: “Me vejam! Olhem eu aqui!”

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/revista-veja/um-retrato-das-selfies/>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://tecnologia.ig.com.br/2015-02-25/pesquisa-aponta-que-90-dos-brasileiros-fazem-selfies-veja-5-dicas.html>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

Uma prática que se fortalece nas redes digitais, pelo uso da internet.

Nesse sentido, há de se ater para a popularização das *selfies*. Fruto desse avanço tecnológico e da possibilidade de, com um dispositivo fotográfico, se produzir um autorretrato. Um tipo de fotografia que tem mudado a relação das pessoas com as fotos e com a construção de subjetividades.

A construção da subjetividade se constitui em um processo contínuo, não é uma mera metamorfose, ela resulta de um processo da experiência do sujeito no mundo. Segundo Rolnik (1998), a subjetividade é o perfil de um modo de ser, de pensar, de agir, entre outros aspectos. É resultado da interação do sujeito com as referências socioculturais, sendo produzida de acordo com os valores, os comportamentos e com os sistemas políticos e econômicos de cada sociedade e em cada momento histórico. Na sociedade atual, a subjetividade também é construída pela mediação com os espaços digitais, redes, aplicativos sociais e narradas, dentre outras formas, em fotografias de si.

Uma subjetividade que é continuamente construída a partir do *feedback* e da aceitação do outro em tempo real. Estar fora dessa dinâmica significa que o indivíduo pode ser esquecido, que pode não ter um lugar de reconhecimento, não ser visível e, conseqüentemente, não ser útil. Tais aspectos podem tencionar a autoestima destes sujeitos que necessitam de constante aprovação para se sentir “feliz”. Contudo, esse julgamento do outro pode não vir como o esperado e fragilizar a subjetividade daqueles que necessitam constantemente dessa aprovação.

Esse tipo de narrativa, "o autorretrato é, de certa forma, uma afirmação de presença, ou melhor, um registro dela. É a memória de estar visível entre coisas visíveis. É a prova de estar incluído no mundo, e não isolado dele" (PESSOA, 2006, p. 10).

A fotografia, nesse contexto, se constitui como uma linguagem que move as redes sociais. Algumas redes têm a imagem fotográfica como base das interações e até dispensam qualquer outra linguagem ou conteúdo adicional, pois o hábito de produzir fotos se tornou autossuficiente para a comunicação.

Este é um fenômeno que se consolida numa via de mão dupla. As tecnologias fotográficas digitais, cada vez mais, passam a impulsionar a prática do autorretrato, como também as funções da câmera foram atualizadas devido ao uso intenso para a produção de *selfies*.

Flusser (2009, p.53) defende que “o aparelho da indústria fotográfica vai assim aprendendo, pelo comportamento dos que fotografam, como programar sempre melhor os aparelhos fotográficos que produzirá”. Para o autor, os que fotografam, os que operam os aparelhos, são seus “funcionários”, é importante ressaltar que o dispositivo impulsiona a prática da autofotografia, mas também se transforma para a produção das fotos.

Antes das redes sociais, poucas pessoas poderiam ter suas fotografias publicadas ou disponibilizadas para quem quisesse ver. As fotos eram, normalmente, particulares e, muitas vezes, ficavam em álbuns familiares ou até mesmo guardadas em caixa e gavetas. Agora, elas podem estar presentes em várias locais virtuais, como galerias de imagens, *sites*, *blogs* e aplicativos, por exemplo.

Elas são imagens imediatas (aparecem na tela), de circulação como forma de sociabilidade (‘olha o que estamos fazendo agora’), presenteístas (o que vale é o momento, a olhadela rápida), pessoais e móveis (ver, circular, apagar, postar em um blog em ‘tempo real’, sem precisar esperar o tempo da revelação e da exibição) (LEMOS, 2007, p.34).

São imagens, todavia, que têm um tempo de vida instantâneo para serem vistas, pois, o mais interessante, é ver naquele momento, o da sua produção. Por exemplo, o hábito de contemplar um álbum fotográfico, mesmo digital, não é corrente. Aqueles que registram as fotos e as compartilham, por exemplo, em um álbum no Facebook, não possuem audiência garantida. As pessoas que visualizam as fotos querem ver, interagir, curtir naquele instante

e de forma efêmera. Passou o minuto do registro, raramente são consultadas. Algumas até são resgatadas em outros momentos por alguém da rede de “amigos” que perdeu o *time* do momento exato em que foi compartilhada.

A fotografia no mundo digital está relacionada a, basicamente, dois grupos. No primeiro, estão os fotógrafos profissionais, que identificam o campo da Arte como o território preferencial das suas imagens, consideram os livros e as galerias como espaços naturais para exibição dos seus trabalhos. O segundo grupo, no qual se encontram os sujeitos desta pesquisa, é formado pela maioria da população e que, no caso da nossa investigação, são as crianças. Nele, se concentram as mudanças que o digital trouxe para a fotografia, em que qualquer pessoa pode produzir imagens fotográficas e compartilhá-las, por meio da internet, o que torna cada pessoa produtora e autora de fotos, de narrativas imagéticas. O conteúdo passa a ser produzido e publicizado por cada sujeito que, ao mesmo tempo, se torna autor.

A fotografia na cultura digital funciona como já mencionado, ou seja, como uma das principais mídias de comunicação. Dela, vimos emergir propriedades conversacionais e dialógicas dos produtos fotográficos. Esses fazem com que uma pessoa entre em contato com outra ou com várias ao mesmo tempo, já que permite a interação.

É pertinente destacar que a fotografia não é a cópia da realidade, sua construção nunca é uma reprodução de um mundo externo, mas a “concretização do imaginário de um sujeito inserido numa sociedade, numa cultura, num determinado momento histórico” (PERSICHETTI, 2013, p. 162). São imagens que passam por representações individuais e sociais.

O desejo de se exibir para seu grupo de amigos é cada vez maior, por mais irrelevante que seja a situação fotografada, as pessoas querem simplesmente mostrar. Nesse mundo, falar de si passa a ser uma prática comum. As ferramentas que temos à disposição nos permitem que falemos de nós mesmos. Como destaca Sibilia (2008, p.26):

Milhões de usuários em todo o planeta – gente ‘comum’, precisamente como eu e você - têm se apropriado das diversas ferramentas disponíveis *on-line*, que não cessam de surgir e se expandir, e as utilizam para expor publicamente a sua intimidade. Gerou-se, assim, o verdadeiro festival de ‘vidas privadas’.

São imagens através das quais as pessoas narram-se de maneira bastante espontânea e natural. Para Persichetti (2013), essas fotografias atuais, as *selfies*, não se pretendem mais heroicas, como foram os autorretratos no início da sua história. Hoje, são imagens que brincam com a banalidade, com o cotidiano. Muitas dessas fotos subsidiam os memes<sup>4</sup> e até a criação de um projeto da Universidade Federal Fluminense (UFF), o #MUSEUdeMEMES<sup>5</sup>.

Portanto, fazer uma *selfie*, narrar sobre si e contar sua história nada mais é do que seguir a natureza humana de viver em sociedade.

Uma categoria, ou novo uso da fotografia, que tem provocado a reflexão de muitos pesquisadores, a exemplo de Gunthert (2015), Persichetti (2013), Giannini (2015), Soares; Paiva; Fonseca (2017), que clamam por uma definição de suas características e divergem quanto a sua função social. De uma forma geral, é vista como uma representação do individualismo das pessoas, como exibicionismo. Um produto do desejo desses sujeitos de aparecer, tal comportamento é comparado ao do jovem Narciso. Personagem da mitologia grega, é um jovem que se apaixona pelo seu retrato refletido na água e dali não consegue sair, sucumbindo ao poder da sua imagem, daí, a origem dos termos “narcisismo”, “narcisista”, “narcísico”.

---

<sup>4</sup> Expressão usada para descrever um conceito de imagem, vídeos e *gifs* relacionados ao humor, que se espalha via Internet. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Meme>>. Acesso em: 20 fev. 2018.

<sup>5</sup> Disponível em:< <http://www.museudememes.com.br/>>. Acesso em: 20 fev. 2018.

Analisar as *selfies* como reflexo de uma sociedade narcisista baseada em reprodução e individualidade (PERSICHETTI, 2013; GIANNINI, 2015) é uma das perspectivas apresentadas pelos pesquisadores e, via de regra, é a principal compreensão da sociedade para essa prática. Mas outras perspectivas também foram produzidas para definir esse comportamento:

Quadro 1 - A *selfie* e algumas perspectivas atuais

<b>Narcisismo</b>	As <i>selfies</i> se caracterizam como exibicionismo, como espetáculo, focado no desejo de ser visto e de alcançar visibilidade.
<b>Leitura geracional</b>	A <i>selfie</i> visto como uma prática associada à adolescência e juventude contemporâneas. Um comportamento de caráter geracional.
<b>Símbolo do desrespeito</b>	Um tipo de fotografia que desconsidera as regras formais do retrato e que desrespeita valores e normas sociais.
<b>Subcultura</b>	Compreendido como empobrecimento da iconografia. Apresenta a <i>selfie</i> como subcultura, deslegitimando essa prática no campo das imagens.
<b>Patologia</b>	A <i>selfie</i> apresentada como um distúrbio mental, caracterizado pela obsessão da aparência perfeita.

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Perspectivas consideradas neste estudo como simplistas, pois a *selfie* também pode ser uma maneira de se conectar consigo mesmo e com uma rede de mediadores e seus diferentes modos de existência (RODRIGUES, 2016). Seguindo esse caminho, a *selfie* é uma prática cultural, que se consolida nas redes digitais, que modificou as formas de ver, consumir e, dentre outros aspectos, de produzir subjetividades.

Assim como qualquer ato de expressão retórica, *selfies* são intencionais e oferecem reflexões e interpretações culturais. Enquanto a explicação fácil é que *selfies* existem como emblemas de uma cultura contemporânea narcisista, uma leitura aprofundada dos *selfies* proporciona percepções sobre relações entre tecnologia, o *self*, materialidade, e redes. (HESS, 2015, p.1630)

O autorretrato digital não é só um novo tipo de imagem. A *selfie* é, sobretudo, uma prática, um hábito que emerge na cultura atual, que envolve para além da fotografia uma rede de sujeitos e suas ações conformando experiências diversas. Ou seja, pessoas que produzem autofotos digitais que circulam de telas em telas, que trazem mudanças nas formas de representação de si, que engendram práticas cotidianas, formações de processos comunicacionais, entre outros aspectos, como afirma Rodrigues (2016).

Uma prática bastante disseminada e que possui especificidades locais significantes. Uma pesquisa, realizada em 2016 sobre essas fotografias e seus praticantes, analisou 3200 *selfies* em cinco cidades diferentes: Nova Iorque, Bangkok, Moscou, Berlim e São Paulo. Os dados da *Selfiecity*<sup>6</sup> indicaram que, mesmo sendo uma linguagem visual apresentada como global, surgem aspectos culturais e sociais diferentes de acordo com a idade, região e gênero. Na sequência, construiremos uma análise a partir das *selfies* dos interlocutores da pesquisa e de dados produzidos através das entrevistas com esses sujeitos.

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://selfiecity.net/#selfieexploratory>>. Acesso em: 22 fev. 2018. / <<http://ffw.uol.com.br/noticias/moda/selfiecity-projeto-analisa-o-que-as-selfies-dizem-sobre-sao-paulo-e-outras-cidades-do-mundo/>>



## A *selfie* no universo das crianças participantes da pesquisa

- Você gosta de tirar *selfie*? - pergunto a Ailana.  
"Gosto! É muito bom!  
Até porque antes quando não tinha,  
eu nem tirava muita foto,  
mas agora eu tiro!"

Estamos em um mundo que se expressa e se reconhece por meio de suas fotografias (entre outras imagens). A *selfie* é uma nova maneira de expressão. Tal prática não é desempenhada apenas pelos jovens e adultos, ainda que seja muito popular entre eles, ganhou adeptos também entre as crianças desta pesquisa.

"Eu faço bastante *selfie*", explica Carol. Assim como ela – porém, em situações e com motivações e experiências diferentes –, Diego, Maiara e Ailana (interlocutores) também fazem *selfies*. Eles escolheram, pelo menos, uma dessas imagens dentre as cinco solicitadas para investigação<sup>7</sup>.

"Eu tiro *selfie* pq é mais fácil de sair o rosto na medida que você quer. Exemplo, se você tira a foto com o outro lado você não vai conseguir vê e tal<sup>8</sup>". Uma prática, que para ela, muda de acordo com o lugar, a situação e o que estiver vivendo no momento.

Eu produzo normal, tipo eu tiro a *selfie* quando eu quero botar algum efeito eu boto e tal, mas não é sempre. Tipo, um momento, quando eu estou em um lugar bonito e aí eu decido tirar uma *selfie* e quando eu estou bonita, óbvio.

Nesta direção, tais fotografias são consideradas como práticas culturais cujo foco tem sido "a representação cotidiana de si mesmo, com diversos desdobramentos em nossa sociedade, dentre as quais destacamos as produções em torno dos processos de identidade" (MEIRELLES; FORECHI, 2015, p.6).

Uma prática cultural vivenciada pelas meninas e meninos deste estudo. Cada vez mais seduzidos pelas potencialidades das redes, pela própria imagem e pelas possibilidades das *selfies*, eles criam narrativas em primeira pessoa, ou seja, o "eu" é a referência, um "eu" que brinca, que vai à praia, que estuda, que tem família e amigos. (MEIRELLES; FORECHI, 2015).

A produção e publicação dessas imagens fazem parte do cotidiano dos pesquisados, revelando-nos seus pontos de vista, as interações que estabelecem no aplicativo e o entorno cultural e social em que estão inseridos e que, ao mesmo tempo, constroem. É uma prática para eles que não está separada de outras atividades do seu dia a dia, como os jogos e as brincadeiras. As autofotografias criadas por eles coexistem com outras linguagens, "com diferentes maneiras de construir culturas e infâncias e, sem dúvida, das crianças construir a si mesmas e dar-se a conhecer", como afirma Gobbi (2014, p.156).

As narrativas fotográficas produzidas evidenciam o "olhar dessas crianças", que utilizam essas imagens como forma de expressão e modo de narrar sobre si, seus desejos, seus sentimentos e, principalmente, suas infâncias.

A pesquisa revelou que as quatro crianças brincam com carrinhos e bonecas, correm, pulam, se escondem, criam histórias, desenham seus personagens favoritos, produzem *slimes*<sup>9</sup> e, também, registram esses momentos em vídeos, fotografam, criam animações,

<sup>7</sup> Cada criança selecionou 5 (cinco) fotos do seu perfil no *Instagram* que acha mais interessantes e que falam melhor do seu cotidiano e experiências.

<sup>8</sup> Os textos serão apresentados da mesma forma como foram escritos pelas crianças.

<sup>9</sup> Uma massa viscosa que é a nova febre entre crianças e também adolescentes.

perfis em redes sociais e canais no YouTube. Ou seja, há um hibridismo nos modos de brincar, se divertir, ser e de viver desses meninos e meninas. O acesso aos dispositivos digitais e a sua apropriação na sua rotina têm colaborado para a emergência de novas experiências e práticas culturais e lúdicas, mas não se sobrepõem a outras práticas tradicionais infantis.

Essas são algumas das atividades que compõem as infâncias dos pesquisados. A relação que eles estabelecem com o Instagram e com as fotografias publicadas integra-se ao universo das suas brincadeiras tradicionais. Na pesquisa realizada sobre a Cultura Lúdica Contemporânea, Becker (2017, p.189) destaca, entre suas considerações o:

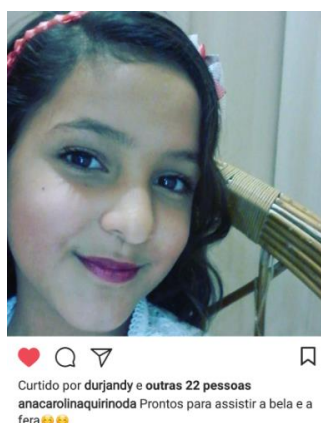
[...] hibridismo das apropriações de espaço-tempo, às múltiplas facetas que envolvem a incorporação das tecnologias nas brincadeiras tradicionais, ocasionando a emergência de novos e inovadores tipos de brincadeiras, mas também às possibilidades cada vez mais amplas de interação entre pares e garantia da manutenção das relações de amizade e das próprias brincadeiras, mesmo em longas distâncias.

A prática da *selfie* traz um novo olhar para as infâncias dos nossos sujeitos. Neste sentido, Couto (2013) destaca alguns fatores que contribuíram para as mudanças, ou seja, para uma nova cultura infantil, dentre eles: o contato com diversas manifestações multiculturais; as transformações presentes no cotidiano em relação à cidade e às famílias; às formas de interação com as tecnologias digitais móveis; o hibridismo entre tradicionais e novos modos de brincar e se divertir; o encantamento e a ludicidade com os *games*, as redes sociais e a conectividade.

Todos os sujeitos confirmaram ter um dispositivo para produzir as fotos. Carol, no início da pesquisa, usava a *tablet*, mas, no final de 2017, começou a fotografar com o celular, assim como as demais crianças.

Em uma das fotos de Carol, ela aparece sozinha, com uma tiara de laço no cabelo, batom rosa; ao fundo, é possível ver uma cortina e a barra da cadeira onde está sentada. Na legenda, a frase “Prontos para assistir à “Bela e a Fera”, acompanhada de dois emojis<sup>10</sup>. Ela diz que não costuma compartilhar muitas *selfies* em redes sociais: “Na verdade, eu não tirei para postar. Eu tirei normal. E resolvi postar. Eu tirei na casa da minha vó” .

Figura 1 - Carol(ina)



Fonte: Instagram/@anacarolinaquirinoda<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> Emoji é uma palavra derivada da junção dos seguintes termos em japonês: e (imagem) + moji (letra). Os emojis são muito populares nas redes sociais.

<sup>11</sup> As crianças concordaram em participar da pesquisa e do uso dos dados (imagens e entrevistas), através do termo de assentimento. Os responsáveis pelas crianças assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

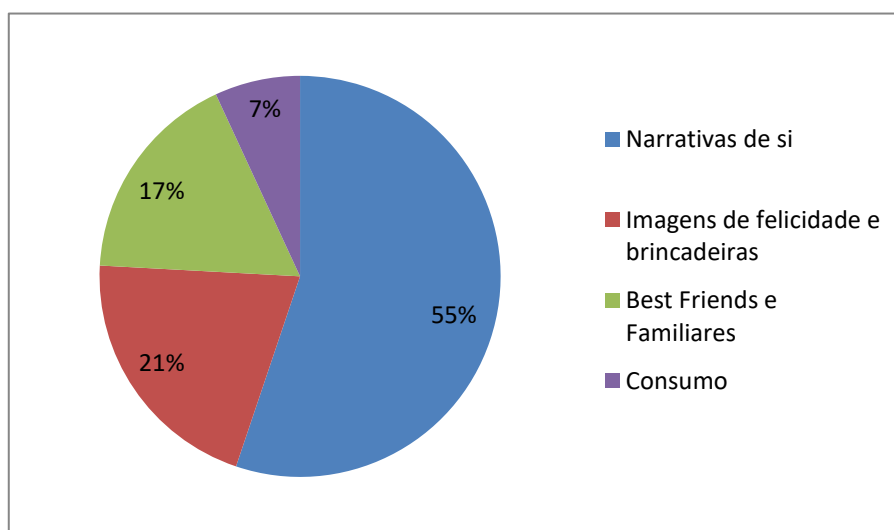


“Tirei normal” revela a prática de um sujeito de uma civilização da imagem, que vive uma vida, um cotidiano fotografável, em que, qualquer instante, por mais irrelevante que possa parecer, registra e compartilha em ambiente de rede, em que “a experiência da fotografia se confunde com a própria experiência humana” (KOSSOY, 2014, p. 277).

A imagem fotográfica criou uma visualidade própria da sociedade industrial. Sem a fotografia, afirma, a cotidianidade seria impossível, pois, “de certo modo, em boa parte, hoje, pensamos fotograficamente” (MARTINS, 2011, p.43). Sontag (2004, p.34) destaca que “as sociedades industriais transformaram seus cidadãos em dependentes de imagens”, ao propor e ao proporcionar novas possibilidades imagéticas, novas interpretações do olhar e novas decisões visuais.

Carol, uma menina de 10 anos, produz autofotos nos espaços e situações do seu cotidiano. E ela não é a única criança a vivenciar a prática da *selfie*. Das dezenove imagens escolhidas pelos quatro sujeitos da pesquisa, dezesseis são narrativas de si, ou seja, imagens de si, compartilhadas em um aplicativo de rede social e isso assume papel fundamental na expressividade dessas crianças, como mostra o gráfico abaixo.

Gráfico - Publicações por categoria.



Fonte: Elaborado pela autora

As *selfies* são vistas como uma forma de expressão desses sujeitos, elas estão entre os tipos de fotografias mais compartilhados por eles, conforme a análise das páginas e fotos das crianças. Imagens que auxiliam esses sujeitos na construção de subjetividades.

Questionada sobre o motivo de ter publicado essa foto, Carol nos diz: “Postei porque eu achei bonito o filtro”. Os filtros disponíveis no aplicativo dão aspectos diferentes às fotos, podendo remeter às antigas fotos analógicas, alterar a luz ou os tons das imagens, adicionar máscaras às *selfies*, entre outros recursos para editar as fotografias. E, nesse processo, cada *selfie* é uma criação da sua própria imagem, ou seja, da imagem que desejaria ser vista pelos outros.

É uma prática de produzir-se em/como fotografia, que está relacionada às intenções e escolhas de cada sujeito. De modo evidente, é mais que um registro fotográfico de si mesmo, caracteriza-se pela busca de autoapresentação, autorrepresentação e pela conexão com o outro em redes sociais.

A *selfie* insere-se como uma possibilidade de apresentar-se. De criar a imagem que se escolhe para si. Quando as crianças se produzem e posam da melhor forma que podem para a *selfie*, elas criam imagéticas próprias sobre si e suas infâncias, já que,

historicamente, as imagens criadas sobre esses sujeitos se dão a partir da modernidade e têm como base as obras de filósofos e cientistas. São representações convencionais da infância, pautadas nos argumentos da fragilidade, imaturidade, dependência e incapacidade. Concepções influenciadas por um viés adultocêntrico que marca fortemente não só as imagens produzidas, como também os estudos sobre as crianças, uma perspectiva, em que é o adulto quem apresenta o universo infantil, que caracteriza seus espaços e suas culturas.

Uma apresentação que envolve a escolha de ângulos, enquadramentos, poses, sorrisos, lugar, luz, entre outras tantas variáveis. Envolve também uma criança como protagonista, como indivíduo competente. Cada uma para se construir nas fotos, precisa pensar nas formas de representar seu eu. Tais representações levam esses sujeitos a criarem a si mesmos, para que tenham uma boa imagem e visibilidade.

Na prática das *selfies*, os interlocutores desta pesquisa se mostraram sujeitos capazes de produzir um discurso coerente sobre as suas práticas e representações. As narrativas de si apresentam especificidades próprias desses meninos e meninas, que independem do ponto de vista dos adultos sobre essas produções.

Para Gunthert (2015), existem três maneiras de fazer a *selfie*: usando um espelho, virando o aparelho (câmera traseira) ou, usando a câmera frontal dos dispositivos móveis, função apresentada mais recentemente nos *smartphones*. Todas as crianças do estudo fazem suas imagens apenas utilizando a câmera frontal dos *smarts*. A câmera frontal se inscreve na genealogia da *webcam*, um dispositivo comum nos anos 2000, destinado especialmente à comunicação visual, e não ao retrato (RODRIGUES, 2016). Cada vez mais utilizada para a prática da *selfie*, elas justificam seu uso: “Acho que fica mais bonita com o formato do meu rosto”; “Eu me sinto à vontade tirando a foto com a câmera que eu posso me ver enquanto tiro a foto”; “É divertido, pq você vai mudando a posição e olhando como a foto vai ficar”. As descrições dos sujeitos evidenciam que não é só a produção de um autorretrato, percebe-se a intimidade delas com a produção de fotografias de si, a relação com a própria aparência e, também, a constituição de uma experiência lúdica.

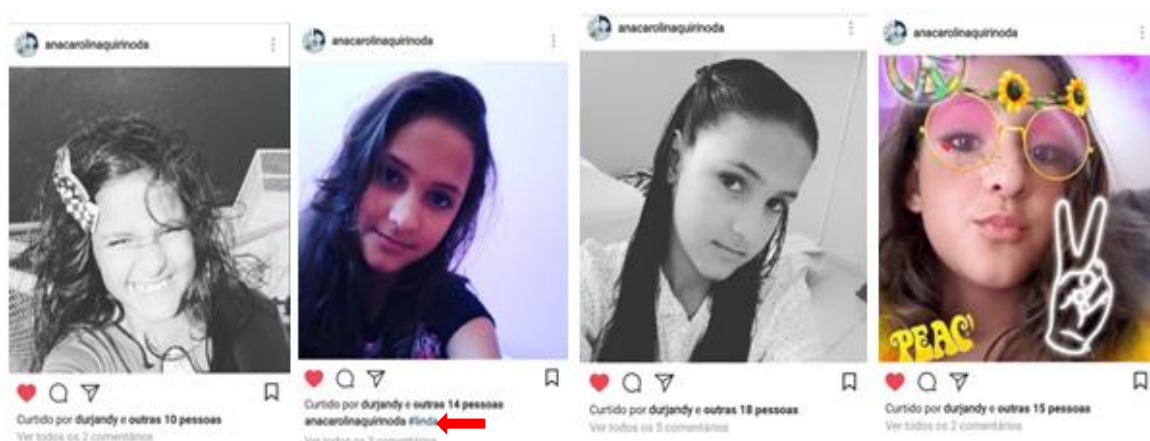
Segundo Gunthert (2015), mesmo que as pessoas utilizem as mesmas estratégias para a prática da *selfie*, não produzem as mesmas imagens, não implicam as mesmas condições. Logo, a produção é singular por esse princípio e, aqui, creditamos mais um elemento às especificidades das culturas infantis: uma cultura singular, viva, elaborada no contexto dos grupos infantis e da sociedade.

Outro aspecto pode ser destacado nas produções das crianças estudadas. Para elas, não importa se o instrumento para produzir uma foto é uma *tablet* ou mesmo um simples celular, o que é importante é registrar um momento significativo.

Autores como Benjamin (1994) e Sontag (2004) afirmaram que, após a invenção da fotografia, a experiência humana se transformou substancialmente. Os dois autores, embora se refiram à fotografia analógica, nos ajudam a entender que, através das lentes de uma máquina, ou recentemente, da tela de um *smartphone*, o ser humano cria outras formas de olhar o mundo.

Nas outras fotografias escolhidas, Carol aparece em quatro *selfies* diferentes. São fotografias distintas e uma delas traz uma montagem com óculos, coroa de flores, dois símbolos de paz e amor e a palavra *peace* (paz). Em todas elas, o enquadramento é o rosto, mas em poses diferentes em cada foto. Carol sorri em uma delas; nas demais, aparece séria e, em uma, projeta os lábios como um beijo. Não utiliza legenda na maioria, com exceção da imagem já mencionada e a segunda da série abaixo, em que coloca a *hashtag* #linda.

Figura 4 - Seleção de *selfies* - Carol



Fonte: Instagram/@anacarinaquirinoda.

Uma parte do *feed* de Carol constitui um mosaico de autofotos que a caracteriza e ao seu cotidiano e engendra narrativas do seu presente.

Narrativas que são criadas em torno de um “eu” que conta a própria vida. São formas de narrar produzidas e exibidas cotidianamente sobre o eu que assume o lugar de sujeito central dessa prática, é, ao mesmo tempo, aquele que captura a cena – o fotógrafo –, e o elemento a ser fotografado, o centro das atenções. (SOARES; PAIVA; FONSECA, 2017).

É também uma autorrepresentação. Como lembra Kossoy (2007, p.54), toda fotografia é criação, “um testemunho que se materializa a partir de um processo de criação, isto é, construção. Nessa construção, reside a estética da representação”. As *selfies* são representativas da forma como nos vemos e de como queremos ser vistos. Nessa direção, as práticas de *selfies*, segundo Soares, Paiva e Fonseca (2017, p.560),

abrem também para a intrusão de um devir outro, de bem-estar, beleza ou de alegria, porque, quando não gostamos de uma *selfie*, temos a possibilidade de deletar a imagem e criar outra que nos agrada. O ato de deletar e criar outra imagem, inclusive modificando-a com os recursos disponíveis no aparelho, não configura uma falsidade sobre si ou sobre o mundo, mas uma fabulação sobre como queremos nos ver/ mostrar e ver/mostrar a escola em que estudamos/ trabalhamos, os lugares que habitamos, os locais em que estamos. Mostramos com novas *selfies* a nossa capacidade de fabulação e de imaginação.

A autofotografia digital é editável, substituível, modificável, enfim, remete a possibilidades infinitas de criação, de formulações visuais e de protagonismo dos sujeitos. Ainda segundo as autoras, a *selfie* tem o intuito de criar, sua função não é simplesmente reproduzir um determinado momento.

A produção de *selfies* pelas crianças participantes da pesquisa traduz-se em uma ação prazerosa e de criação e à emergência de práticas lúdicas conectadas à internet e, mais especificamente, ao aplicativo Instagram. O que se pôde observar foi que, nas experiências das crianças, há interação com os seguidores, construções criativas são compartilhadas com a sua rede, elas brincam ao produzir as imagens e também nos comentários postados.

A *selfie* está relacionada com criação e interação, as crianças brincam e criam com os outros a partir das imagens produzidas e publicizadas.

As narrativas pessoais não devem ser vistas apenas sob a ótica de um possível narcisismo acentuado dessa época de conexões velozes. Elas oferecem, igualmente, um frescor na breve capacidade de criar e se

expressar, nos modos pelos quais se tornou possível, em rede, construir identidades e subjetividades borbulhantes (COUTO, 2015, p. 180).

A produção das crianças se constitui como resultado da interação entre as produções culturais da sociedade – apropriadas através do processo de reprodução interpretativa – e as especificamente das crianças. Este conceito relaciona imitação e invenção, ou seja, as crianças, embora estejam em relação direta com a cultura adulta, elaboram uma forma de relação com o mundo que lhes é própria, criada a partir do lugar singular que ocupam. Em outras palavras, as crianças contribuem ativamente para a produção e mudanças culturais.

No caso das *selfies*, as crianças são os sujeitos-fotógrafos, fotografam e são simultaneamente fotografadas. Partem das referências da cultura mais ampla sobre essas práticas, mas imprimem a singularidade das culturas infantis em imagens que remetem a modos outros de estarem nos espaços, olhares, gestos e filtros, de forma bastante particular e afetiva.

*Selfies* em que as crianças aparecem descabeladas e com partes do rosto cortadas mostram a ausência de cuidados mais estéticos e técnicos. A obsessão da aparência e da imagem perfeita não é observada nas fotos e nas falas dos sujeitos.

São narrativas marcadas por uma exposição delimitada do rosto, ou seja, não há relação com o corpo nas imagens. Elas não produzem representações corporais nas imagens. Para diversos autores, a exemplo de Couto (2012), Missias-Moreira (2017), nas redes sociais, a existência do ser humano é corporal, tudo parte do corpo.

A menina Carol, apesar de se autofotografar com frequência, esclarece: “Mas eu não posto muito”. Ela traz outro dado importante para o estudo, que é a produção de autofotografias desvinculada da sua função de publicização. Um comportamento também observado nas outras crianças do estudo.

Meirelles e Forechi (2015) creditam o propósito de tais fotos à exposição de si e da própria vida, o desejo de aparecer. Isso significa que as *selfies* não publicadas perdem sua função? Que publicizar é o sentido dessa prática cultural? Qual é o propósito das *selfies* tiradas por Carol?

As imagens selecionadas por ela no seu *feed* são todas resultantes da prática de *selfie*, ou seja, as cinco imagens são imagens de si. Para ela, essa prática serve, sim, para ser vista, mas não é só isso. A *selfie* se constitui como uma maneira de expressar e de narrar o momento (cinema, passeio, casa da vó, próprio quarto). “Uma vez que as redes se constituem em ambientes, em que cada uma tem visibilidade no seu entorno, é uma constante a intenção de dar-se a conhecer [...] retratar sua vivência, amores e sabores” (SANTAELLA, 2013, p.36). E acrescentamos: de algum modo, nos perceber e produzir nossa autoimagem.

Diferente da maioria das pessoas, que buscam um maior número de *likes* e comentários, o menino e as meninas participantes deste estudo, ainda que publiquem em redes sociais, o que eles querem é compartilhar com um público seletivo as *selfies* que produzem – familiares e amigos – contrariando a ideia central desse tipo de foto. “Gosto me mostrar para minha família e meus colegas, afirmou Carol”, confirmando uma especificidade dessa prática pelos sujeitos da pesquisa.

Prática também desempenhada por Maiara, assim como Ailana. Das fotografias escolhidas por elas, quase todas são imagens de si, em que se apresentam pensativas ou sorridentes.

Das quatro imagens solicitadas pela pesquisadora, Ailana indicou apenas quatro como as preferidas e, destas, apenas uma não é uma fotografia tipo *selfie*. Na sequência, as autofotos: nas duas primeiras, ela está em casa e, na terceira, na sala de aula em seu colégio.

Figura 5 - As poses de Ailana



Fonte: Instagram/@lana\_lion2006

Assim como ela, Maiara também priorizou, na seleção das fotos, narrativas de si, são duas *selfies*. Vale ressaltar que outras duas imagens não são classificadas como *selfies*, mas são evidentemente retratos produzidos por outra pessoa. Todas elas têm um traço comum: a representação cotidiana de si mesma.

Figura 6 – Autorretratos de Maiara



Fonte: Instagram/@maiara\_salvatori

Há, com a crescente e sempre mais valorizada produção de *selfies*, um fenômeno descrito por Sibilia (2008, p. 23) como “tirania da visibilidade”. De acordo com a autora,

No esforço de compreender estes fenômenos, alguns ensaístas aludem à sociabilidade *líquida* ou à cultura *somática* do nosso tempo, onde aparece um tipo de eu mais epidérmico e flexível, que se exhibe na superfície da pele das telas. Referem-se também às personalidades *alterdirigidas*, e não mais *introdirecionadas*, construções de si orientadas para o olhar alheio, ou ‘exteriorizado’, não mais introspectivas ou intimistas.

As duas meninas apresentam questões semelhantes em relação à prática do autorretrato: fazem as fotos bem próximas ao rosto, mostrando apenas dos ombros para cima. Uma prática que, para além da aparente trivialidade de uma produção de autofotos instantâneas, engendra relações com a própria aparência.

“Prefiro ser EU com meus defeitos. Minhas palhaçadas, meus mikos, minha lerdice. Do que uma pessoa Q acha que pra ser feliz É preciso perfeição”.

“Não sei explicar, é bom tirar, pra mim, levanta a autoestima, a gente se sente mais bonita”.

Maiara e Ailana são meninas negras, moradoras de um bairro periférico da cidade de

Salvador, marcado pelo tráfico de drogas e a violência e, conseqüentemente, por muitas formas de preconceito relacionadas aos seus moradores. Em meio aos padrões imagéticos dominantes nas mídias em geral, elas circulam suas próprias imagens e se sentem representadas no Instagram e em outras redes sociais. As *selfies* constituem um autodiário, onde reconhecem seus traços, sua aparência, suas identidades e exercitam formas de visibilidade.

O protagonismo e a autoria são ampliados e ganham visibilidade na medida em que se tem um maior acesso aos dispositivos digitais (LEMOS, 2014), quebrando, por vezes, até a timidez que invade algumas crianças, como é o caso de Ailana.

É importante sinalizar que essas narrativas estão possibilitando uma “visibilidade” para essa meninada, em três aspectos. O primeiro, a visibilidade das crianças que se autorizam numa produção singular, engendrada não apenas pelas potencialidades técnicas dos dispositivos, mas também pelo lugar/papel que assumem nessa cultura, ou seja, de sujeitos ativos. A participação das crianças em aplicativos de redes sociais (publicando, interagindo e narrando seus mundos) faz emergir a visibilidade desses sujeitos, dessa categoria geracional.

Outro ponto a destacar é uma visibilidade maior para as produções infantis e para as próprias crianças que brincam, comunicam, produzem e compartilham narrativas do seu cotidiano, das suas experiências e das suas infâncias, mediadas por tecnologias digitais. E, por último, a visibilidade de traços sociais e culturais, da identidade das crianças, fortalecendo a sensação de pertencimento desses sujeitos.

Ao elaborar seu perfil no Instagram e indicar as fotos para o estudo (além de outras publicadas), esses meninos selecionam certos aspectos de sua própria identidade, tendo, como critério, o modo como querem ser vistos, o que, de certa forma, pode estar relacionado a identidades esperadas e socialmente desejadas. Contudo, acreditamos que isso não exclui a possibilidade de eles representarem sua identidade e também não os impede de experimentar formas de ser (ROSA; SANTOS, 2014).

Esse olhar para si coloca-se como uma maneira de autoapresentação e de representação para as três crianças até aqui mencionadas – Carol, Maiara e Ailana –, como também uma forma de afirmação de seu estilo pessoal e de vida, como afirmam as duas últimas meninas.

Imagéticas postadas sobre suas questões étnico-raciais, sobre o grupo social ao qual pertencem, sobre a vida que elas têm, desconstruindo padronizações de imagens propagadas nas mídias comerciais, principalmente, que operam reafirmando imagens homogêneas de crianças.

Outra criança participante da pesquisa, Diego, diz que as *selfies*, família e amigos são as fotografias mais comuns em seu cotidiano. Questionado sobre o ato de fotografar, declara: “O que eu mais gosto de fotografar? Eu. Porque eu me sinto à vontade”. Para ele, a prática de *selfie* remete, sobretudo, a uma forma de criar um registro de “como ele é”, de sua aparência. O perfil de Diego está repleto de *selfies*, seja na escola, em sua casa ou de familiares.

Dentre os muitos *posts* no seu *feed*, no Instagram, destaca-se o número de *selfies* como os amigos, principalmente os da escola, identificados pela farda. As “*selfies* em grupo” são fotografias que incluem um número de pessoas que podem estar juntas ou em um segundo plano. Nesse tipo de foto, há a produção de um *nós*, mas que acontece a partir do *eu*, que é sempre a referência da foto.

A definição das imagens publicadas por ele não segue modelos recorrentes dos sujeitos no aplicativo: mesmas poses, temáticas e lugares inusitados. Para ele, dois aspectos são relevantes. Na produção, a escolha está relacionada à intimidade e afetividade: “Quando eu vou pra casa dos meus parentes e acho alguns lugares bonitos pra eu fotografar”, “na casa dos meus amigos”, “na casa da minha tia, em Salvador”, “do meu primo Jonas”, “do meu avô”. O momento de tirar *selfies* envolve a relação dele com o lugar: “Se eu gostei do lugar,



eu tiro foto”. Declarações que levam à compreensão de que não é uma prática automática, o momento capturado pelo celular expressa algo que contém uma carga de sentimento de quem se autofotografa, é o que nos diz claramente Diego.

Dentre tantas fotos geradas no dispositivo, o que é importante para ele na escolha da *selfie* a ser publicada no Instagram é a luz. Este é o segundo aspecto, a pós-produção e compartilhamento da imagem.

Quando você vai para postar a foto no Insta tem aparecendo que você pode editar ela, aí você bota tipo umas luzes. Aí a que se encaixar melhor com a luz que eu quero, eu boto. Eu edito as fotos porque quando fica com uma luz meio ruim, eu boto a ‘claridão’ para dar uma cor melhor para a foto.

Dentre a lista de filtros disponíveis no aplicativo, utiliza apenas os que alteram a temperatura da fotografia – tons quentes, frios, tons mais azulados, ilumina fotos mais escuras. Sobre o uso de outros recursos para a edição das *selfies*, como ajuste e recorte, é bastante enfático: “Eu não corto, eu só boto emoji nas fotos”.

Um recurso que se revela com uma função importante para as crianças pelo caráter lúdico, como ressaltou Carol e, agora, Diego. Os emojis assumem para ele uma função importante na sua autoapresentação: “Eu uso para tipo definir minha personalidade. Tipo assim dá pra dar risada, o emoji dá risada, é como se definisse eu”.

Figura 7 - O menino Diego



Fonte: Instagram/@dhss13579

Das cinco narrativas fotográficas escolhidas por ele para compor o *corpus* visual da investigação, duas são resultantes da prática de *selfie*. Uma, colorida, e a outra, em preto e branco. Diego aparece usando óculos de grau e bem sério. Na parte de baixo das imagens, escreveu “Na casa do avô” e “Partiu festa”, colocando emojis com a carinha feliz nas duas narrativas. Como destaca na fala anterior, o emoji (carinha feliz) define o que ele está sentindo nas duas situações.

Os dados apresentados até aqui revelam a *selfie* como mais do que uma fotografia de si, caracteriza-se como formas, tentativas de autoapresentação, seguindo, então, os argumentos de Soares, Paiva e Fonseca (2017, p. 560), que entendem que “a *selfie* insere-se como uma possibilidade tecnológica de autorrepresentação e de autoapresentação, que engendra movimentos contrários às representações dos outros sobre nós”.

Além destas características, conforme a pesquisa, a produção de *selfies* está relacionada também a formas de relacionamento e interação:

“Curtir as *selfies* dos meus amigos(a)”. (Ailana).

“Vejo as *selfies*. Eu converso com as pessoas e acompanho o trabalho dos famosos”. (Maiara).

“Gosto de enviar fotos minhas e ver que as pessoas gostam de me seguir.”

Gosto que curtam e comentem também”. (Diego).

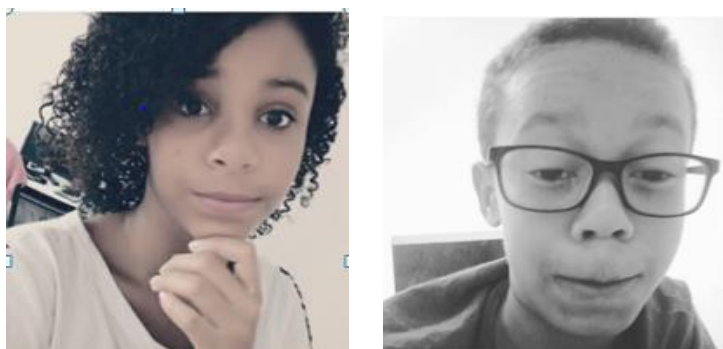
Através da descrição dos sujeitos, percebem-se aspectos conversacionais engendrados pela prática da autofotografia nas redes sociais. Como explica Gunthert (2015), a fotografia conectada torna a *selfie* o veículo de um tipo de comunicação. Ela produz uma mensagem caracterizada pelo tempo da ação, situação e lugares, bem como o relatório (legenda) do emissor para esta ação.

Todas as crianças interlocutoras da pesquisa criam narrativas de si. Imagens distintas imagetivamente, mas que mostram crianças contando sobre si. Elas fotografam a partir do lugar que ocupam, fotografam com os dispositivos disponíveis, mas fotografam, principalmente a partir da sua condição de criança, com uma lógica e ritos que são próprios.

As crianças que aqui, através das suas *selfies*, se autoapresentaram, evidenciaram aspectos relevantes e singulares desse fenômeno. Quando produzem *selfies*, se colocam na cena, ou em cena, são protagonistas das narrativas e das criações. São autoras das *selfies*, são sujeitos “em” comunicação, são tanto produtoras de conteúdos, da cultura e da sociedade. Elas diferem dos sujeitos “da” comunicação, uma condição na qual os sujeitos de limitam a reproduzir o comunicacional que está dado.

Tomemos, como exemplo, um tipo de *selfie* feito por Diego e Ailana. Fotografias tiradas com a câmera frontal, o enquadramento é o rosto, e eles olham diretamente para a lente. Essa é a maneira utilizada pelos sujeitos dessa investigação para a produção das fotos. Ressalta-se que *selfies* podem ser produzidas de outras formas: através de um espelho ou virando o aparelho para utilizar a câmera traseira.

Figura 9 - Duas *selfies*



Fonte: Instagram/@lana\_lion2006/@dhss13579

As *selfies* multiplicam-se diariamente pelas redes digitais. Carol, Ailana, Maiara e Diego compõem apenas um pequeno grupo de crianças envolvidas com a prática da autofotografia. Uma prática que, além da produção de fotos instantâneas, se constitui em possíveis formas de relação e de reconhecimento das suas imagens, de aprendizagem sobre si mesmas, ou como uma experiência criativa, lúdica e prazerosa.

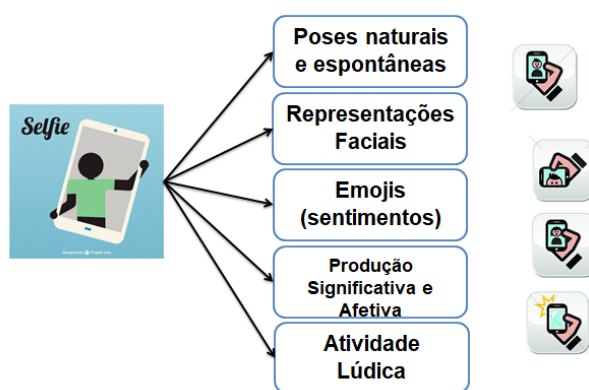
Vivemos em um mundo que se expressa e se reconhece por meio de suas fotografias (CARLI; LOHMANN, 2016). Há que se refletir sobre a difusão das autofotografias, das conhecidas *selfies*. Consideradas como produto do avanço das tecnologias digitais e da possibilidade de se produzir fotos com qualquer dispositivo fotográfico, é um tipo de imagem que tem mudado a noção de privacidade, as relações das pessoas com as fotografias, e, conseqüentemente, com a construção de subjetividade.

## Considerações finais

Através de *selfies*, compartilhadas em redes sociais e via celulares, aplicativos, entre outros, as crianças-sujeitos da pesquisa se produzem, se reinventam, se narram e interagem, em uma prática constante de representação de si mesmas.

Nossos quatro sujeitos apontam caminhos singulares para a produção de narrativas de si no Instagram. Eles se apoiam na cultura mais ampla, nas referências que têm globalmente sobre a *selfie*, mas produzem a partir dos seus contextos culturais e sociais e, principalmente, do lugar singular que ocupam como crianças.

Figura 10 - Especificidades das narrativas de si das crianças-sujeito



Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme a pesquisa, a produção de *selfie* não está relacionada à audiência (grande número de curtidas), as várias estratégias de produção das imagens, à exibição do corpo e à perseguição de aspectos estéticos, principais exemplos das pesquisas sobre o tema. Apesar de parecidas a todas as outras autofotos num primeiro olhar, elas são produzidas por crianças, para falar de si numa sociedade que, recentemente, começou a valorizá-las e considerar que são produtoras de uma cultura singular e viva.

As narrativas fotográficas das crianças apresentadas até aqui ressaltam alguns aspectos particulares nas suas produções, dentre eles, a forma bastante natural e espontânea em que posam para as fotos, a preferência por narrar sobre si a partir de suas representações faciais e os emojis como dispositivos capazes de apresentar os seus sentimentos. Singular também por se constituir como uma atividade lúdica para elas, ao narrar sobre si, as crianças criam e brincam. Conforme Couto (2014, p. 48), "narrativas de si nas redes sociais digitais são maneiras criativas e generosas de compartilhar a vida, produzir e difundir conhecimentos na cibercultura".

E, assim, as inúmeras fotos produzidas pelas crianças e lançadas nas redes são fontes importantes para a compreensão das mesmas e, sobretudo, das culturas infantis no contexto digital.

## Referências

- AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine. **Tiranias da visibilidade**. São Paulo: FAP-Unifesp, 2013.
- BENJAMIN, W. **Obras escolhidas**: magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 2012.
- BORIS, G.; Cesídio, M. Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade. **Revista Mal-estar e Subjetividade**, v.7, n.2, 2007. Disponível em: < <http://periodicos.unifor.br/rmes/article/view/1594>>. Acesso em: 20 fev. 2018.
- BRAGA, Vitor. **Capture, compartilhe e interaja**: um estudo sobre as condições materiais e as performances sociais observadas em um aplicativo de produção e compartilhamento de imagens. 2015. 351 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.
- CARLI, A.; LOHMANN, R. Da selfie ao mito: contribuições do imaginário para a fotografia contemporânea. **Revista Mediação**, Belo Horizonte, v. 18, n.22, jan./jun. de 2016. Disponível em:< <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/3632/1982>>. Acesso em: 20 dez. 2017.
- COUTO, E. Vida privada na esfera pública: narrativas de corpos e sexualidades nas redes sociais digitais. **Revista Entreideias**, Salvador, v. 4, n. 1, p. 163-183, jan./jun. 2015. Disponível em: < <https://portalseer.ufba.br/index.php/entreideias/article/view/8710/9484>>. Acesso em: 12 jan. 2016.
- Couto, E. (2013). A infância e o Brincar na Cultura Digital. **Perspectiva**, Florianópolis, v. 31, n. 3, 897-916, set./dez.
- COUTO, Edvaldo S. **Corpos voláteis, corpos perfeitos**: estudos sobre estéticas, pedagogias e políticas do pós-humano. Salvador: EDUFBA, 2012a.
- FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Sinergia Relume Dumará, 2009.
- GIANNINI, L. Selfie: vamos falar de mim? XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: < <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0722-1.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2017.
- GOBBI, M. **Imaginação, culturas e fontes documentais em desenhos de meninos e meninas da Educação Infantil brasileira**. 2014. Disponível em: <http://www.fupress.net/index.php/sf/article/viewFile/15039/14065>. Acesso em: 25 fev. 2018.
- GUNTHER, A.. La consécration du selfie. **Études photographiques**, n. 32, jul. 2015. Disponível em:< <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3529>>. Acesso em: 13 jan. 2018.
- HESS, Aaron. The Selfie Assemblage. **International Journal of Communication**, v. 9, p. 18, 2015. Disponível em:< [file:///C:/Users/hiper/Downloads/3147-15472-2-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/hiper/Downloads/3147-15472-2-PB%20(1).pdf)>. Acesso em: 20 fev. 2018.
- KOSSOY, B. Fotografia. In: CITELLI, Adilson et al. **Dicionário de comunicação**: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto 2014. p. 271-277.
- KOSSOY, B. **Os tempos da fotografia**: o efêmero e o perpétuo. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.
- LEAL, L.; D'ÁVILA, C. A ludicidade como princípio formativo. In: **Interfaces Científicas**, Educação, Aracaju, v.1, n.2, fev. 2013, p. 41-52. Disponível em:

<https://periodicos.set.edu.br/index.php/educacao/article/viewFile/395/236>. Acesso em: 22 fev. 2018.

LEMOS, André. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). **Revista Comunicação Mídia e Consumo**. São Paulo: ESPM. v. 4. n. 10, 2007. Disponível em:<<https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/DHMCM.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2016.

LOHMANN, Renata. **Lomografia e Instagram**: marcas de um imaginário comunicacional. 2015. 136 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015. Disponível em:<<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/112155/000954302.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 14 jan. 2018.

MARTINS, J. S. **Sociologia da fotografia e da imagem**. São Paulo: Contexto, 2011.

MEDEIROS, Margarida. **Fotografia e narcisismo**: o auto-retrato contemporâneo. Lisboa: Assírio & Alvim, 2000.

MEIRELLES, T.; FORECHI, M. “Tira foto no espelho pra postar no Facebook”. Selfie: narrativas de si, encontro com os outros... Disponível em:<[http://www.sbece.com.br/2015/resources/anais/3/1430092487\\_ARQUIVO\\_artigo\\_corrigido\\_p\\_ronto.pdf](http://www.sbece.com.br/2015/resources/anais/3/1430092487_ARQUIVO_artigo_corrigido_p_ronto.pdf)>. Acesso em: 10 jan. 2018.

PERSICHETTI, Semonetta. Dos elfos aos selfies. In: KUNSCH, Dimas; PERSICHETTI, Simonetta (Org). **Comunicação**: entretenimento e imagem. São Paulo: Editora Plêiade, 2013.

PESSOA, Helena R.G., **Auto-retrato**: o espelho, as coisas. São Paulo. 61 f. (Mestrado em Artes) Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em: <<file:///C:/Users/hiper/Downloads/4121124.pdf>>. Acesso em: 21 jan. 2018.

RODRIGUES, L. Imagens de si: experiências e intimidade em torno da prática contemporânea do selfie. XXV Encontro Anual da Compós, 2016. Disponível em:<[http://www.compos.org.br/biblioteca/imagensdesi-gtciber-leonardopastor\\_3277.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/imagensdesi-gtciber-leonardopastor_3277.pdf)>. Acesso em: 26 out. 2017.

ROLNIK, S. Subjetividade antropofágica. In: Arte contemporânea Brasileira: Um e/entre Outro/s. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 1998. Disponível em: <http://www.pucsp.br/nucleodesubjetividade/Textos/SUELY/Subjantropof.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2018.

ROLNIK, S. Toxicômanos da identidade: Subjetividade em tempo de globalização. In Lins, D. (Org.), Cultura e subjetividade: Saberes nômades (pp. 19-24). Campinas, SP: Papyrus, 1997. <http://www.pucsp.br/nucleodesubjetividade/Textos/SUELY/Toxicoidentid.pdf>

ROSA, Gabriel A. M.; SANTOS, Benedito R. Facebook: negociação de identidades e o medo da violência. Arquivos Brasileiros de Psicologia; Rio de Janeiro, 66, p.18-32, 2014. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/arb/v66n1/03.pdf> Acesso em: 27 fev. 2018.

SANTAELLA, L. O DNA das Redes Sociais. In: BARBOSA, M.; MORAIS, O. J. (Orgs.). **Comunicação em tempo de redes sociais**: afetos, emoções, subjetividades. São Paulo: Intercom, 2013.

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

SOARES, M.; PAIVA, V.; FONSECA, J. *Selfie* e a tessitura de imagens e currículos *individuaiscoletivos* com as redes educativas. Revista Brasileira de Pesquisa (Auto)Biográfica, Salvador, v. 02, n.06, p.546-564, set./dez. 2017. Disponível em:<

<https://www.revistas.uneb.br/index.php/rbpab/article/view/3759>>. Acesso em 5 jan. 2018.

SONTAG, S. **Sobre Fotografia**. Tradução de Rubens Figueiredo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.