

Visualizando cibercultura em rastros digitais juvenis no *Instagram*

Douglas P. da Costa (douglascosta.15@hotmail.com)
Maria Dolores dos S. Vieira (doloresvieiraeduc@hotmail.com)

Resumo: O *Instagram* é um espaço de expressão dos jovens, que traz consigo novas estruturas sociais e uma liberdade de interações fadadas a permanecer nesse ambiente em formas de rastros digitais. Diante disso, o presente estudo objetivou seguir rastros digitais na rede social através da Netnografia, como metodologia de pesquisa, e assim, visualizar a cibercultura emergida no contexto da cibergeração que transita pelo ciberespaço em representatividade social por intermédio de seus perfis. Assim, contempla-se a cibercultura como um emaranhado de culturas que se conectam, moldam-se, completam-se, modificam-se e, também, emergem no ciberespaço, diante das relações sociais dos atores nos trajetos realizados dentro da rede social.

Palavras-Chaves: Cibercultura, *Instagram*, Jovens, Rede Sociais.

Abstract: *Instagram* is a space for the expression of young people, which brings with them new social structures and a freedom of interactions destined to remain in this environment in forms of digital traces. Therefore, the present study aimed to follow digital traces in the social network through Netnography, as a research methodology, and thus, to visualize the emergence of cyberculture in the context of young generation that transits through cyberspace in social representation through its profiles. Thus, cyberculture is considered as a tangle of cultures that connect, shape, complete, modify and emerge in cyberspace, in the face of the social relations of the actors in the paths carried out within the social network.

Keywords: Cyberculture, *Instagram*, Young people, Social networks.

1. INTRODUÇÃO

O *Instagram*, como rede social, é um espaço de expressão dos jovens, do qual é necessário compreender como os atores constroem esse novo espaço, ou nos termos temáticos da pesquisa, o ciberespaço, que traz consigo novas estruturas sociais e uma liberdade de interações fadadas a permanecer nesse ambiente em forma de rastros digitais, “rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros (p. 24)” [1].

O ciberespaço construído por sistemas de sistemas conjunta-se no sistema do caos, agrega as obscuridades dos sentidos por meio de um crescimento labiríntico desordenado [2]. Segundo a percepção da caosmose guatarriana, na raridade informacional reside o caos dinâmico e a desordem, e em tal sistema caótico aparecem as configurações complexas, diversas e mais raras. Sob esse efeito, tomam formas os territórios existenciais subjetivos no meio de circulação em que o indivíduo está inserido [3].

Como um universo oceânico de informações, o ciberespaço não é neutro, transforma as condições de vida em implicações sociais e culturais. Ao tempo em que cada ator presente na rede, além de mero espectador e consumidor, pode ser um produtor emissor de informações por conta própria [2], ou seja, personalizadas a seu modo, conforme os territórios existenciais na caosmose creditada por Félix Guatarri [3]. Portanto, em cada rastro digital, pode-se subentender um valor subjetivo e sociocultural daquele que o encravou no ambiente.

Diante disso, o presente estudo objetivou seguir rastros digitais no aplicativo *Instagram* através da Netnografia, como metodologia de pesquisa, e assim, visualizar a cibercultura emergida no contexto da cibergeração que transita pelo ciberespaço em representatividade social por intermédio dos perfis criados na rede social.

Esse mais novo contexto nos arremete ao conceito de cibercultura, “especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos

de pensamento e de valores que se desenvolvem combinados ao crescimento do ciberespaço (p. 17)” [2].

Sobre espaços, físicos ou simbólicos, podem ser considerados como territórios quando apropriados por forças políticas, econômicas, culturais ou subjetivas, e a vida social precisa de territórios para sua existência [4].

Conectando os pensamentos expostos com o que desvendaremos a seguir na pesquisa, podemos desde já adiantar, que o ciberespaço é um território caótico “residido” por sujeitos com uma vida social, consumidores e emissores de informações que deixam marcas ou rastros por onde passam, e assim, há nesse espaço uma construção sociocultural e de identidade dos sujeitos.

2. A NETNOGRAFIA COMO METODOLOGIA

Estudar as culturas juvenis é um desafio, ao associarmos essas culturas às redes sociais virtuais, os desafios se ampliam, pois, são aspectos da condição social jovem emergida na perspectiva de espaços-tempos fluídos e de mobilidade constante. No entanto, os procedimentos metodológicos apropriados e devidamente desenvolvidos contribuem para fundamentação e veracidade das pesquisas.

Dessa forma, Robert Kozinets fundamenta a Netnografia como uma metodologia de pesquisa adequada para seguir os trajetos de sujeitos em contextos provenientes da cibercultura e em comunidades virtuais [5]. Orientados pelo autor, de forma ética e responsável, foi realizado o convite para jovens de uma instituição escolar federal pública de Ensino Médio, solicitando a permissão para seguir seus rastros digitais nos perfis do *Instagram*. O critério para participação era que aceitassem contribuir com o estudo, com o consentimento dos pais ou responsáveis, e estivessem compreendidos na faixa etária entre 15 e 17 anos. Por outro lado, o pesquisador comprometeu-se com a missão de manter as identidades dos jovens em sigilo.

Após isso, 14 atores confirmaram participação na pesquisa. Ressaltamos que os protocolos necessários por conta do quesito idade dos sujeitos foram seguidos conforme orientação dos pesquisadores netnográficos, que nos

apresentam uma imensidão de procedimentos e técnicas netnográficos para navegação de pesquisas virtuais. Para esse estudo, adequamos aos preceitos dessa investigação a autonetnografia e seguir os rastros digitais [5] [6].

A autonetnografia é quando o pesquisador experimenta o campo de estudo, ou seja, adentra ao universo da pesquisa semelhantemente como os atores também fazem, isso é capaz de propiciar uma visão mais ampla e real da vivência dos jovens no *Instagram* [5]. Assim, foi criado um perfil exclusivo para a pesquisa como etapa da entrada netnográfica investigativa e, posteriormente, dar início a seguir os rastros digitais. Nessa segunda fase, foram analisadas todas as publicações existentes nas contas dos jovens datadas do ano de 2017.

Ainda como técnica de estudo, houve conversas informais com os atores por meio do bate-papo do aplicativo, o recurso chamado de *Direct*, na Netnografia, isso pode acontecer de forma informal, desde que respeite a ética e os participantes do estudo [5]. E, por fim, foi realizada a análise descritiva dos dados e das informações acolhidos no percurso netnográfico.

A partir de então, buscamos analiticamente seguir tais pegadas digitais, visualizar e apresentar, tanto os aspectos ciberculturais contidos nelas, quanto notar interconexões com a subjetividade jovem expressa na rede social. Ambas, presentes no *feed* do usuário criado exclusivamente para a pesquisa que permite o acesso às publicações realizadas pelos jovens no território do ciberespaço *Instagram*.

3. RASTROS DIGITAIS: AS PUBLICAÇÕES JUVENIS

Antes de tudo, lembramos que a conta de usuário criada pelo pesquisador com a finalidade de realização do estudo, segue unicamente os jovens participantes da pesquisa. Dessa forma, no *feed* do usuário pesquisador aparecem somente as publicações desses membros pertencentes à categoria de objeto de estudo somado ao conteúdo expresso por eles na rede social. Familiar a uma espécie de mural, em alguns momentos nos referiremos ao *feed* com essa nomenclatura.

Esse mural dispunha das publicações realizadas pelos jovens, assim como eram visíveis aos usuários que os seguem. Mas como melhor forma de coleta de dados e informações, como também de organização dos mesmos, foi realizada a visita em cada perfil dos atores e analisadas todas as postagens datadas do ano de 2017. Não é contabilizado o número de publicações, mas nos detemos ao tipo delas e demais características que apontam para a subjetividade expressa nelas e os moldes da cibercultura.

Similar a um álbum ou galeria, as publicações dos jovens ficam dispostas em suas contas. Ratificando que em cada publicação pode-se enviar um total de dez arquivos entre vídeos e imagens. Todavia, muito dificilmente eles fazem uso dessa possibilidade, somente três atores praticam isso com maior frequência, sendo o restante, em grande maioria, uma única mídia por postagem. São dois tipos de arquivos publicados: fotografias/imagens e vídeos. Porém, as imagens se sobressaíram em relação às produções audiovisuais,

apenas quatro vídeos foram postados para visualização no mural dentro do recorte de tempo estabelecido para essa parte da pesquisa.

Nitidamente, os recursos visuais são preferíveis entre os atores, nesse tipo de publicação as edições são mais práticas, opcionalmente, no próprio processo de postagem no aplicativo personaliza-se as fotografias, ou como eles dizem, “dar uma melhorada na foto”. Há uma valorização estética, tanto do indivíduo, quanto da imagem como num todo, não em padrões profissionais e técnicos, mas a paisagem e o pano de fundo que a compõe precisam ser visivelmente agradáveis, e os integrantes bem alinhados ou “louções” – poses, caretas, língua de fora, sinais com as mãos e coisas afins.

A forma representativa dos atores é mencionada por eles como um estilo, que traduz suas identidades, costumes, atitudes, modo de pensar, dentre outras eventuais demarcações de si. Isso é confirmado por José Machado Pais, ao questionar as razões do investimento da juventude em suas imagens, o autor encontra uma resposta: “Porque as identidades são uma construção que se logra no visual, na linguagem, nas formas de comunicação e de consumo, com recurso a múltiplas estratégias cénicas” (p. 55) [7].

Mas, além de investir na imagem pessoal, os jovens são atraídos por aquilo que aos seus olhos é interessante e digno de registro. De sorte, os jovens são criativos na realização dos registros fotográficos, e clicam paisagens naturais com frequência, momentos de lazer em viagens/turismo, piscinas, praias, shoppings, lanchonetes e restaurantes. As festividades e eventos dificilmente passam despercebidos de suas câmeras, bem como momentos dos mais simples aos mais complexos em valores pessoais com família, amigos e colegas de escola. O valor assentido à publicação é resultante de um emaranhado de fatores fundamentalistas dessa perspectiva. Dessa forma, não pode ser concedido às fotografias um caráter simples e sem importância, ao tempo em que os dispositivos móveis nas mãos dos atores fazem de todos os momentos fotografáveis.

Uma publicação fotográfica recorrente são as *selfies*, sobre elas, os cuidados estéticos são ainda maiores. Ao desvendar as faces da *selfie*, pode-se iniciar sua abordagem da seguinte forma: “*Selfies* são autorretratos fotográficos realizados com *smartphones* equipados com câmera frontal – ou realizados com *webcams* –, feitos para a postagem em redes sociais (p. 1)” [8]. Prossegue-se percorrendo que o valor do retrato incide sobre a exibição do indivíduo, ou seja, aquele que o realiza tem que está presente no mesmo, sendo isso a particularidade necessária e diferenciadora dele sobre os demais tipos, essa característica é confirmada por outros estudiosos em investigações sobre cultura por meio de *selfies* [9].

De fato, esse é o diferencial das *selfies*, mas além do autofotografado, elas podem exibir outras pessoas e serem fotos frente ao espelho – individual ou coletiva [8] [9]. Nota-se, que os jovens conseguem em uma única fotografia conjugar todas essas propriedades e se apropriam delas nos autorretratos com afinco, e resulta, que dentre os tipos de fotos, as *selfies* são as mais vistas nos murais e anunciadas, por eles, como prediletas para publicação.

Salienta-se que “as *selfies* podem nos mostrar muita coisa sobre os tempos que correm (p. 3)” [8] e são “um sintoma dessa cultura conectada (p. 3)” [9]. As *selfies* estão impregnadas na cibercultura. Na linguagem dos jovens e na observação sobre elas extraem-se tais aspectos culturais. Quando sozinhos nesse tipo de *post*, eles focam o rosto, esbanjam sorrisos, carões, biquinhos, línguas de foras, outras vezes seriedade, sinalizações com os dedos, brincam e abusam das expressões faciais. Nesse instante, são produtores de suas próprias imagens, protagonistas e gerenciadores da autoprodução concernente aos seus diversos padrões de estilos de vida, valores sociais e traços culturais.

Diante do exposto, tecemos o seguinte comentário, a autoprodução subjetiva do jovem na *selfie* “concerne também a tudo o que diz respeito ao si próprio, a tudo aquilo que se refere ao que é o próprio de um eu, como, por exemplo, a autoafirmação, a autoconfiança, a autodefesa, a autoestima e, *last, but not least*, a autoidentidade (p. 2)” [8]. Mas sabe-se que o eu é resultado de um meio, da relação do objeto com o ambiente, e tomando o meio como território, ele é sociocultural [3], seja ele físico ou simbólico [4]. Nesses parâmetros, as “autos” enunciadas pelo eu são reflexos dos outros e de uma vida social em um espaço, o que faz com que cada um desses “eus” sejam representativos de si e de uma cultura.

Unindo-se ao pensamento anteriormente exposto, tecemos agora, um segundo comentário, a *selfie* [8]

“[...] é o eu na qualidade de eu reflexivo, aquele que pode voltar-se para si próprio, colocando-se no lugar do outro e assumindo o papel que é o da alteridade, portanto, aquele que pode ser a um só tempo sujeito e objeto [...] ele supre os indivíduos – agentes que são – da capacidade de apreciar não só a si próprios, explorando suas profundezas internas, mas também o espaço social e o universo cultural dentro dos quais estão imersos, permitindo estabelecer relações entre seus mundos interior e exterior (p. 1-2)”.

Os atores jovens esbanjam com as *selfies* o que há de cultural internalizado neles, e assim, externam todos os traços ciberculturais comportamentais no momento de registrar a fotografia. Assim, é cabível pensar na relação entre os universos interior e exterior, com a presença de mais um mundo. Em meio ao caos do mundo cibernético – ciberespaço – há a necessidade de adaptação dos sujeitos para vivência nele [1], o que não deixa de ser uma exteriorização. As legendas e as localizações concedem às *selfies*, assim como aos outros tipos de fotografias publicadas, maior sustentabilidade nos termos subjetivos e ciberculturais juvenis no *Instagram*. Elas incrementam o retrato e o adaptam ao espaço, ao tempo que possuem seus significados e valores próprios em estudo.

Acrescentar legendas conforme as falas jovens “é causar”, pensar algo marcante ou frase de efeito e gerar um impacto, inserir uma citação que tenha relação direta com a fotografia, ou ainda dizer o não dito de outras formas e em outros locais, por motivos introspectivos e pessoais. Claramente, os atores compartilham que desabafos são feitos na rede dessa forma, local onde se encontram revestidos de uma certa liberdade para transparecer o que por vezes é reprimido em outros ambientes e pelos padrões sociais.

Essa qualificação de controle exercida sobre os jovens, é o de fronteiras sobre territórios. Limítrofes físicos, sociais, simbólicos, culturais e/ou subjetivos, que como mecanismos de controle atuam como fronteiras. Assim, a sociedade se dinamiza em direção a uma linha de fuga resultantes da vida social fluida e em mobilidade por meio dos movimentos de territorialização, desterritorialização e des-re-territorialização [4].

Nas redes sociais, especificamente no *Instagram* e publicações, os jovens em rastros digitais se movimentam por essas fronteiras, não é que assumam uma identidade diferente daquelas expressas em ambientes físicos, mas se acham encorajados para vivenciarem um processo de emancipação trilhado por essas linhas de fuga que se abrem no ciberespaço. É nesse momento que acontece o ato de desterritorializar, ressignificação do inscrito e instituído. Melhor explicando, os jovens se desterritorializam dos seus limites físicos, sociais, culturais e subjetivos ao penetrarem no território – territorialização – do ciberespaço, e passam pelo processo de des-re-territorialização ao romperem com essas barreiras impostas sobre eles nos mais variados aspectos [4].

As legendas assinalam o anteriormente exposto, a invocação à liberdade, ao amor próprio, à ousadia e ao atrevimento para viver. Frases e citações motivacionais, de superação, perseverança e objetivos de vida. Trechos de músicas de épocas e estilos diferentes, algumas que ganharam espaço no cenário nacional impulsionadas pela internet, assim como poetas em destaques nas mídias digitais, atuais, contemporâneos e que se utilizam do *Instagram* como um dos instrumentos para disseminarem seus pensamentos em poemas. Em análise a esse contexto, percebemos que culturas distintas emergem na cibercultura, assim como os jovens as vivenciam, compartilham e difundem.

O apreço pela liberdade é real perante os atores, e o *Instagram* é um meio de comunicação com o mundo sobre o desejo de ser livre, ao tempo que usufruem da liberdade propiciada por ele. Na linguagem juvenil expressa, liberdade é sinônimo de felicidade. Zygmunt Bauman nos informa que ser livre é uma condição indispensável para ser feliz [10], sendo assim, acredita-se que a liberdade e o apreço por ela enquadram-se como uma das oito características da geração digital [11].

Ainda sobre as legendas, se as classificássemos em categorias de tipos e conteúdos, teríamos ainda aquelas que reafirmam laços familiares e de amizades; religiosidade, fé, esperança e registros de pertencimentos aos grupos religiosos; e as escritas em língua inglesa, tendo em vista a considerável frequência de legendas no idioma.

Destacam-se as legendas nas publicações como uma expressividade emocional juvenil [12]. Os atores em estudo no *Instagram* as adicionam valorizando aos amigos e familiares, demonstrando vínculos mais que subjetivos nas relações, mas também afetivos. Redigem legendas motivacionais, de boas expectativas e esperança. Esses dois significados de legendas se interligam nas digitadas em inglês, língua de grande importância mundial, não só culturalmente, mas economicamente, tecnologicamente e em outros segmentos sociais. Em suma, as legendas são

exemplos de linguagens que expressam os desejos, vontades, sentimentos e opiniões juvenis, produtoras de subjetividades nesse espaço [13].

As combinações e sentidos dados aos jovens nos *posts* procedem também das *hashtags* e *emojis* em legendas. As “*Hashtags*, por sua vez, são as palavras antecedidas pelo símbolo #. *Hashtags* se tornam *hiperlinks* dentro da rede e indexáveis pelos mecanismos de busca (p. 71)” [12]. Paralelamente a como acontece da maneira escrita, a simbologia das *hashtags* em meio à juventude torna-se conexões – *hiperlinks* – de pensamentos e ideologias dentro da rede entre os atores em uma busca pela propagação da subjetividade ou cultura, pela visibilidade e pelas relações interativas. “Chamar a atenção!” é um objetivo explicitado por eles ao apelarem a elas, além de popularizar um assunto em foco na mídia e encontrar pessoas com uso das mesmas *hashtags*. “E, ainda que isso aconteça entre círculos pequenos, o uso de *hashtag* para indexar publicações é um recurso utilizado pelos jovens que, de forma mais ampla, também os coloca em contato com outras pessoas de qualquer lugar do mundo (p. 149)” [12].

No contexto atual, podemos incidir sobre as *hashtags* a inerência à cibercultura em meio ao corpo de representações sociais na rede social em estudo. Não coincidentemente, as *hashtags* são figuradas por pesquisadores como “ponto de destaque a ser investigado, uma vez que, remetem tanto à antfiguratividade dos *selfies* (...) quanto à questão da importância da visibilidade para seus usuários (p. 13)” [9].

Diante do exposto, podemos verificar pontos característicos nas *hashtags* utilizadas pelos jovens nas legendas de suas publicações. Na escrita, geralmente são palavras, abreviações e/ou siglas com letras minúsculas, sem espaço ou caractere que separe palavras diferentes. Quanto maior a quantidade de postagens com a mesma *hashtag*, maior a possibilidade de visibilidade dentro da rede e de encontrar novos usuários para interação direta. A #tbt (*hashtag* tbt), em inglês, *throwback thursday* (sigla tbt), tradução possível: quinta-feira do retorno, é usada com maior frequência entre os atores do estudo, o número total de publicações com ela na rede mostra que isso é reflexo de como parte expressiva dos usuários tem se portado, tornando-se, também para os jovens, um hábito de nas quintas-feiras trazer ao mural uma lembrança boa e saudosa.

Vemos que os jovens, reduzem, criam, aprendem e dão significados às palavras novas que surgem na rede social, com isso a cultura escrita formal se adéqua aos “dedos” digitáveis sobre telas de *smartphones*, e assim, a conjugação de escrever é substituída por digitar ou teclar. A inovação pertinente à geração de nativos digitais traspassa por uma subjetividade criativa e de adequações das palavras ao mundo virtual com valores próprios, daqueles que desejam digitar como se fala oralmente ou encurtar palavras, cedendo à velocidade que define a cibergeração.

“Na fala dos jovens é comum o surgimento de uma linguagem que conota com seus próprios valores. Eles produzem uma relexicalização da linguagem; promovem um *fluir* de vozes que se renovam constantemente; criam palavras novas, deformam-nas ou dão novos significados às existentes (p. 56)” [7].

Essa linguagem digital em todas as funcionalidades do *Instagram* é cultural, histórica e social, e assim, flexível, apesar de se firmar em regras do ambiente virtual advindas de seus atores, é um marco característico das gerações juvenis equivalente à emergência dos aspectos ciberculturais. O exposto é fruto da cultura digital complexa devido a seis lógicas comunicacionais e culturais, em que as novas vão alterando as funções das já existentes [14].

Andressa Fantoni se empenhou em estudar as autorrepresentações de jovens no *Instagram*, e como referência, sua investigação acrescenta ao tema a abordagem dos pontos de discussões sobre os conteúdos divulgados no aplicativo, ou seja, não apenas imagens de interesse próprio e particular, mas que a complexidade de informações e a maneira como são abordadas no ciberespaço dão abertura para um espaço de conversações e marcação de conteúdos vinculados às *hashtags* [12].

Essa anunciação da autora é percebida nas reações dos demais usuários em curtidas e comentários sobre e nas publicações. O *link* ativado por cada *hashtag* pode ser um meio de atrair membros que estejam aptos e predispostos a tecer diálogos em concordância ou discordância sobre o tema. Os jovens relatam que a *hashtag* seguida com a sigla da instituição de ensino que estudam foi capaz de gerar novas amizades entre alunos da instituição de ensino, bem como de fazer com que atividades escolares de escolas de outras cidades fossem curtidas, comentadas e compartilhadas.

Com isso, o uso da *hashtag*, além de enquadrar os jovens em algum movimento ou comportamento habitual da rede social, denota apreciação ao pertencimento de uma classe identitária, seja escolar (#obmep), cultural (#raulseixas), religiosa (#ejc) ou esportiva (#bmx). As *hashtags* são instrumentos de confirmação da autoidentidade [12].

De modo geral, curtidas e comentários são mais numerosos nas publicações dos usuários de perfis com maior número de seguidores, proporcionalmente, acontece com os de menores quantidades. Dessa forma, acredita-se que quanto mais visíveis são as publicações – observado o conjunto número de seguidores, legenda e *hashtags* – mais populares são as pessoas, e tal nível de popularidade pode ser medido em curtidas e comentários.

Verificando a sequência de comentários nas publicações jovens, os compreendemos como rastros digitais que impulsionam a interação juvenil. Elogios que salientam a beleza, as realizações e as conquistas são as palavras mais comentadas entre eles, principalmente quando são *selfies* individuais, datas de aniversários ou divulgação de feitos dignos de parabéns. A categoria juvenil informa que existe uma troca de *likes* e comentários entre usuários na rede social, chamada por ela de reciprocidade em conjunto, o que ganha o nome de “interação construída, negociada e criativa (p. 33)” [1].

Na dinâmica das redes sociais, Raquel Recuero ainda nos situa quanto à competição, cooperação e conflitos entre os indivíduos [1]. As ações acima citadas são interpretadas como um dinamismo de cooperação, e subjetivamente, isso desloca os sujeitos a um patamar motivacional elevado de

autoestima pessoal, para permanência na rede social e no compartilhamento de novas publicações.

Esse panorama, em termos digitais, é interativo, pois, acontece a interação na relação social dos atores sociais em mutualidade por meio de uma lógica comunicacional possibilitada por linguagens tecnológicas de informática e digital. A partir dessas relações, o espaço virtual é de aceitação de si pelos outros ou de atender a necessidades específicas de cada perfil subjetivo, cultural ou em outras vertentes. A maioria dos jovens sente-se à vontade enquanto transitam na rede social, pois, consegue encontrar na interação interativa (parece pleonástico) apoio em uma coletividade que vivencia situações semelhantes.

“Por isso mesmo, interatividade é a palavra-chave para caracterizar o agenciamento do cibernauta — palavra, de resto, que foi tornando o termo “recepção” cada vez mais obsoleto. A interatividade, de resto, só é possível porque o ciberespaço é, sobretudo, um espaço de acesso livre, informal, descentrado, capaz de atender a muitas das idiosincrasias — motoras, afetivas, emocionais, cognitivas - do usuário (p. 19)” [14].

Os jovens confirmam o comportamento ativo na reciprocidade em conjunto, nem que seja por curtir o comentário de alguém em sua foto, ou mesmo que não tenha um ato concretizado. Na cibercultura, não há passividade na transação de informações [2], o que ressalta as conexões interativas. No que diz respeito às dimensões de competições e conflitos, não foram percebidas na percorrida da pesquisa no ciberespaço ações desse escalão, se existem ficaram no plano não interativo.

Ainda é opcional acrescentar aos *posts* localizações geográficas de maneira espontânea e instantânea. A rede de dados de internet móvel e a conexão *wi-fi*, nos estabelecimentos frequentados, munem os jovens do poder de transparecerem os locais por onde passam, ou seja, os rastros digitais no ciberespaço ganham localização geográfica com referências físicas em restaurantes, lanchonetes, bares, parques aquáticos, piscinas, shoppings e igrejas. Nota-se que a busca por *status* é um fator influente no ato de adicionar a localização, como socializar em rede que esteve em um bom restaurante, em uma loja com roupas de marcas caras, lugares turísticos bonitos e alguns mais.

Os movimentos de ida e vinda dos jovens na rede são dinâmicos e constantes. “O nomadismo seria mesmo a característica essencial da nossa espécie (p.30)” [15]. Ou seja, a nossa “espécie” juvenil territorializada no *Instagram* não foge a uma de suas características essenciais e naturais. Tal condição humana abre os caminhos e horizontes de sustentabilidade sobre a mobilidade dos atores dentro do ciberespaço, ou melhor, nos espaços físicos, mas que, paradoxal e diretamente, refletem nas firmezas de sentidos culturais, sociais e subjetivos no *Instagram*.

“O nômade é aquele que passa pelos pontos, que busca o que está entre eles (Deleuze; Guattari, 1980). Os novos nômades virtuais criam territorializações em meio a movimentos no espaço urbano. Os nômades possuem um território, eles seguem trajetos costumeiros, passando de ponto a ponto (por exemplo, uma fonte de água) e estes pontos só existem para serem abandonados. O que vale é o que está entre os pontos.

A vida do nômade é o *intermezzo* (Deleuze e Guattari, 1980). Os nômades virtuais buscam novos territórios, os territórios informacionais. Eles passam de ponto a ponto em busca não de água, caça ou lugares sagrados, mas lugares de conexão. Não precisam carregar seus pertences nas costas já que tudo o que precisam está virtualmente na rede (p. 31) [15].

O valor dos trajetos jovens está nos intermédios entre os pontos, naquilo que agregam em suas formações e construções sociais entre um local e outro, recordamos que a identidade sociocultural é adquirida na relação com as pessoas e sobre a imagem que elas criam sobre elas. Dessa forma, transparecer na rede o que são, depende de onde estão, de onde passam, e então, no território informacional, os lugares de conexão são “portais” para manifestação do ser jovem. A geolocalização no cinema infere o gosto pela sétima arte e o exibido em suas telas confere um teor social, cultural e/ou subjetivo; assim como, a refeição em um bom restaurante demonstra apreço pelo tipo de culinária que ali sirvam.

Os pontos conectam-se às razões e às emoções dos sentidos humanos, e assim, histórias e memórias interligam-se a eles e aos atores. Os jovens narram para cada localização um acontecimento diferente, dinâmico, extrovertido, emocionante, de tristeza e/ou de aprendizado. “Há, seja socialmente ou individualmente, a necessidade de ancorar a experiência em um contexto local. É justamente este pertencimento que funda um lugar (espaço da memória e da experiência) (p. 32)” [15]. Outra forma de ancorar experiência no pensamento juvenil, seria viver o hoje, o hoje é o lugar deles, viver um hoje intenso que se alastra em um cenário com personagens e enredos diferentes para cada novo hoje (lugar).

Os pontos de localização também rompem com as fronteiras físicas, apesar de ser pela minoria dos sujeitos da pesquisa. Foram compartilhadas fotos de viagens por unidades federativas e no exterior. Esses mesmos atores foram os que mais apresentaram mobilidade pelas geolocalizações no *Instagram*. Segundo eles, “os patrocínios dos pais bancaram cada andada dessas”, ou seja, os “andarilhos” não custearam suas viagens por conta própria. Isso tem implicação direta nas condições socioeconômicas dos atores, quanto maiores elas são, mais chances de projetarem percursos nômades no aplicativo.

Sobre isso, a cultura da mobilidade desponta formas e estruturas de poder, variantes de acordo com o indivíduo ou grupo social, em suma e fortalecendo a realidade percebida entre os jovens, ele afirma: “Os que podem se movimentar mais facilmente pelo ciberespaço são também os que têm maior autonomia para o deslocamento físico e vice-versa. A cultura da mobilidade não é neutra, nem natural (p. 29)” [15].

A mobilidade virtualizada é fator determinante socioeconômico, cultural e social, que se transforma na propriedade de autonomia. Os dois últimos atributos (não neutra e nem natural) vistos nas palavras acima cabem ao fato dos novos sentidos de lugares concernidos a partir do desenvolvimento das mídias virtuais, que historicamente sempre foram influentes “nos processos de produção do espaço, de subjetividade e de sociabilidade de acordo com o

estado das artes, técnicas, culturas de determinada formação histórica da mobilidade (p. 29-30)” [15].

Digamos, então, que a não neutralidade e não naturalidade da mobilidade virtual cultural fazem com que essa não seja imparcial e espontânea, mas direcionada, e construída nos moldes de quem a pensa, propõe e divulga, e leva consigo suas intencionalidades, sejam elas na ressignificação subjetiva dos ambientes, ou no deslumbre proposto pelas assimilações do local vivido, sentido, percebido e expandido na rede social. Em síntese, a cultura da mobilidade compõe a cibercultura.

Retomamos agora para o outro tipo de publicação no *Instagram*, os vídeos. Recurso menos divulgado pelos jovens, como já dito, pois, apenas quatro foram vistos em *feed*. Se, por um lado, as imagens são facilmente editadas, por outro, no aplicativo, os vídeos não são. Razão pela qual os sujeitos não se sentem à vontade para promoverem na rede as produções audiovisuais. Outro ponto de justificativa elaborado é a abrangente exposição em falas e gestos decorrentes das filmagens.

Dos vídeos publicados, um apresenta um jovem do estudo tocando violão e cantando, há mais um vídeo semelhante, postado por ele, em cada um ele faz apresentações de canções diferentes do gênero gospel, músicas de adoração ao Deus do Cristianismo. Um outro, é um jovem na instituição de ensino montando um cubo mágico, um quebra-cabeça tridimensional com alto nível de dificuldade de montagem, em menos de 1 minuto.

O último vídeo é uma homenagem em prol do aniversário de uma amiga publicado por uma jovem, composto por inúmeras fotografias de momentos vividos juntas, dispostas em transição de *slides*, as fotos foram acompanhadas pela música Cravo e Canela, que enaltece a beleza feminina, na voz da cantora Anita executada por todo vídeo. As felicitações em datas comemorativas de aniversários estão por quase todos os perfis, ganhando também as formas de fotografias e textos. A referida homenagem difere das demais pela construção do vídeo, que mesmo de forma amadora, conforme os comentários na postagem, foi de grande valor simbólico.

As performances musicais, além de arte, de acordo com o jovem cantor e músico, são uma forma de expressão que parte do mais íntimo de si, e uma maneira agradável e artística de externar suas emoções, sentimentos e fé, “é uma razão de vida e levar paz, bons sentimentos, autovalorização, motivação, fé, vida... Vida para outras vidas”, diz ele. De fato, o conjunto musical (tocar e cantar) é uma arte de expressão cultural inserida pelo jovem no ciberespaço, um espaço de propagação de informações, que se torna um “palco” de manifestações culturais, religiosas ou não, que como bem diz o sujeito social juvenil, externam emoções que lhe são próprias, porém prontas para compartilhamento, nesse instante, o eu subjetivo em voz entrelaça-se a expressividade de uma arte em violão e virtualizam-se pela cibercultura.

Há um elo entre os dois vídeos publicados pelo ator cantando e pela jovem homenageando a amiga. A interconexão está na valorização da vida humana, por mais um ano vivido por completo pela amiga, ou daqueles que

possivelmente poderão ouvir o som entoado nos vídeos com canções com o objetivo de gerar uma força motivacional para a vida. Não apenas socialmente, mas de maneira abrangente e humana, os jovens com essas visões conectam-se a eles mesmos e aos outros num processo importante de manutenção das imagens de si. “A desvalorização do sentido da vida provoca o esfacelamento da imagem do eu: suas representações tornam-se confusas, contraditórias (p. 22)” [3].

Isso se traduz em afeto, e afeto é questão de existência [3]. Onde as representatividades incorporadas – artísticas, culturais e subjetivas –, não meramente enunciam um eu, mas são capazes de mudar e transformar outros, além do próprio eu. Logo, “as máquinas tecnológicas de informação e de comunicação operam no núcleo da subjetividade humana, não apenas no seio de suas memórias, da sua inteligência, mas também da sua sensibilidade, dos seus afetos, dos seus fantasmas inconscientes (p. 14) [3].

Há uma exposição imaterial do eu para outro que compromete a sensibilidade humana, e o compartilhar de afetos, mesmo sem toques, carícias ou coisas semelhantes, não sendo apenas discursos. Se a identidade cultural e subjetiva juvenil se estende para o ciberespaço não há como separá-las do meio tecnológico, em todo instante os jovens estão demonstrando afetividade para com outras pessoas. Existe uma inseparabilidade do humano e o espaço material e dos signos que ele atribui sentido à vida: “Acrescentamos, enfim, que as imagens, as palavras, as construções de linguagem entranham-se nas almas humanas, fornecem meios e razões de viver aos homens e suas instituições... (p. 22)” [2].

Uma pequena parte dos jovens não gosta de publicar suas próprias fotos, mas dizem não terem problemas com suas identidades. A dimensão do estudo não nos possibilita identificar algum tipo de complexo sobre eles, mas, mesmo assim, não foi percebido nenhum indício comportamental que pudesse convir com a hipótese, tendo em vista que uma pesquisa britânica divulgou o *Instagram* como a rede social de maior impacto negativo na vida juvenil. Ao tempo em que, a mesma pesquisa noticiou o aplicativo positivamente nos efeitos de autoexpressão e autoidentidade [16].

Sobre esse último apontamento disseminado pela pesquisa, deduzimos das conversas diretas com os atores, a aceitação de si, “cabelos com cachos bagunçados ou não, somos todos iguais, eles têm me aceitado assim e eu aprendi com eles”, afirma um sujeito da pesquisa. E os discursos de ambos são pautados nessa linha de pensamento, de que as diferenças são reais, mas é natural, e que necessitam de respeito e valorização, e quando possível solidários com quem assim não são, demonstrando afeto.

Objetivamente, visualiza-se a afetividade de cada jovem no conjunto de suas publicações, fotos, vídeos, legendas, *emojis*, *hashtags* e até mesmo em localizações, seja para com familiares, amigos, irmandade, colegas, ou com os seguidores desconhecidos mais distantes do convívio social ou fisicamente. Então, pode acreditar-se subjetivamente, que seria o caso de pensar na cultura do afeto na cibercultura.

Por fim, o vídeo do jovem aluno montando o cubo mágico foi gravado dentro do ambiente escolar. A cultura da mobilidade adentra os muros das instituições escolares e dão probabilidade de conversão dos padrões educativos tradicionais para novas linguagens. “Nossos estudantes de hoje são todos ‘falantes nativos’ da linguagem digital (p. 1)” [17]. Os jovens mantêm a conexão, mesmo não estando em interatividade, os registros no âmbito escolar são feitos e posteriormente publicados, e virtualizados expandem a escola para a rede social. Nesse campo, é produzido o conceito de inteligência coletiva, favorecedora da cibercultura [2].

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O previsto encerramento da conta ou o fechamento da autonetnografia não eximem a pesquisa de compartilhar os resultados encontrados, bem como não faz de suas conclusões verdades absolutas e fechadas, mas percepções interligadas aos contextos, aos sujeitos, aos discursos e às realidades percebíveis no ciberespaço da pesquisa e no recorte de tempo, de modo que, de certo, elas estão aptas para novas vias de interpretações.

Assim, o estudo aponta que fotografias e vídeos publicados em murais da rede social em estudo agregam valores além do visual e desenvolvem derivados da cibercultura. Dessa forma, aos conteúdos visualizados são acrescidos indicadores de uma linguagem digital cultural, histórica, social e, assim, flexível, mas que, portanto, é um marco característico das gerações juvenis equivalente à emergência cibercultural. Nesse contexto, procedem as legendas como linhas de fugas juvenis em expressões de liberdade com efeitos marcantes.

Surgidas ciberculturalmente, as *hashtags* e seus usos evidenciam a demarcação de territórios identitários diversos na rede social. A cultura da mobilidade, grande fomentadora da cibercultura, impulsiona o movimento dinâmico de idas e vindas nas localizações, que mobiliza a busca por *status*. Comentários e curtidas contribuem com a interação juvenil. E, no conjunto, visualiza-se afetividade. Enquanto isso, nas *selfies*, os sujeitos produzem suas próprias imagens, protagonizam e gerenciam a autoprodução concernente aos seus diversos padrões e estilos de vida, aos seus valores sociais e aos seus traços culturais.

Por fim, contempla-se a cibercultura, nos rastros digitais juvenis no *Instagram*, como um emaranhado de culturas que se conectam, moldam-se, completam-se, modificam-se e, também, emergem no ciberespaço, diante das relações sociais dos atores nos trajetos realizados dentro da rede social. Com isso, percebe-se a cibercultura propagada e disseminada nas redes sociais virtuais como um objeto de estudo em potencial acerca das identidades juvenis da nova era digital.

5. REFERÊNCIAS

[1] RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

[2] LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3. ed. São Paulo, Editora 34, 2010.

[3] GUATARRI, F. **Caosmose: um novo paradigma estético**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 2012.

[4] LEMOS, A. Ciberespaço e tecnologias móveis: processos de territorialização e desterritorialização na cibercultura. In: MÉDOLA, A.S.; ARAÚJO, D.; BRUNO, F. (Org.). **Imagem, visibilidade e cultura midiática**, Porto Alegre: Sulina, 2007, p. 277-293.

[5] KOZINETTS, R. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

[6] AMARAL, A. Etnografia e pesquisa em cibercultura: limites e insuficiências metodológicas. **Revista USP**, Vol. 1, nº. 86, 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/issue/view/1087> acesso em: 28/03/2019.

[7] PAIS, J.M. Jovens e Cidadania. **Sociologia, Problemas e Práticas**, Vol. 1, nº. 49, 2005. Disponível em: <http://sociologiapp.iscte-iul.pt/capas/49g.jpg> acesso em: 28/03/2019.

[8] SANTOS, F.C. As faces da *selfie*: Revelações da fotografia social. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, Vol. 31, nº 92, 2016. Disponível em: <http://anpocs.org/index.php/publicacoes-sp-2056165036/rbcs/1701-rbcs-92> acesso em: 28/03/2019.

[9] MONTARDO, S.P.; PELLANDA, E.; PASE, A.; VELHO, E. Estudando a cultura através de *selfies*: implicações do aspecto digital dos dados em sua análise. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 40, Curitiba, set. 2017. **Anais eletrônicos...** Curitiba: INTERCOM, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1143-1.pdf> acesso em: 12/01/2018.

[10] BAUMAN, Z. **Entrevista concedida a Fernando Schüler e Mário Mazzilli**. 2011. Disponível em: <https://www.fronteras.com/videos/dialogos-com-zygmunt-bauman> acesso em: 17/03/2018.

[11] BORTOLAZZO, S.F. Nascidos na era digital: outros sujeitos, outra geração. In: Encontro Nacional de Didática e Práticas de Ensino (ENDIPE), 16., 2012. **Anais...** Campinas: Junqueira & Marin Editores, 2012. p: 2-13.

[12] FANTONI, Andressa. **Autorrepresentação de adolescentes porto-alegrenses no Instagram**. 2017. 175 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

[13] MARTINS, L.R.; ADAD, S.J.H.C. A produção de subjetividade pelos(as) jovens da escola pública sobre o corpo estranho nas redes sociais: uma inspiração Sociopoética. In: BOMFIM, M.C.A.; ADAD, S.J.H.C.; NASCIMENTO, A.L. (Org.). **Educação, diversidades e políticas de inclusão: juventudes, cultura de paz e subjetividades**. Teresina: EDUFPI, 2014. p. 81-95.

[14] SANTAELLA, L. A aprendizagem ubíqua substitui a educação formal? **Revista de Computação e Tecnologia da PUC-SP**, Vol. 2, nº. 1, 2010. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/ReCET/issue/view/223> acesso em: 28/03/2019.

[15] LEMOS, A. Cultura da Mobilidade. **Revista FAMECOS**, Vol. 16, nº. 40, 2009. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/issue/view/403> acesso em: 28/03/2019.

[16] G1. **INSTAGRAM tem 800 milhões de usuários ativos por mês e 500 milhões por dia**. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/Instagram-tem-800-milhoes-de-usuarios-ativos-por-mes-e-500-milhoes-por-dia.ghtml> acesso em: 12/12/2017.

[17] PRENSKY, M. Nativos Digitais, Imigrantes Digitais. Tradução Roberta de Moraes Jesus de Souza. **De On the Horizon**, Vol. 9, nº. 5, 2001. Disponível em: <https://www.emeraldinsight.com/toc/oth/9/5> acesso em: 28/03/2019.