



ANPEd - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação

8382 - Trabalho Completo - XXV EPEN - Reunião Científica Regional Nordeste da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Educação (2020)

ISSN: 2595-7945

GT16 - Educação e Comunicação

**A AUTO CELEBRIZAÇÃO DOS LEITORES E AS PEDAGOGIAS DA VISIBILIDADE:
A ESPETACULARIZAÇÃO DE SI NAS REDES SOCIAIS**

Handherson Leylton Costa Damasceno - UFBA - Universidade Federal da Bahia

Barbara Coelho Neves - UFBA - Universidade Federal da Bahia

A auto celebração dos leitores e as pedagogias da visibilidade: a espetacularização de si nas redes sociais

*

1. INTRODUÇÃO

Se antes ostentar ou publicizar determinadas conquistas ou atributos pessoais ficava a cargo dos interditos e das subjetividades discretas, atualmente o indivíduo toma para si a tarefa de narrar suas proezas, usa a própria privacidade como munição e a dispara sem nenhum pudor ou parcimônia, como elemento que angaria, para si os mais diversos olhares, materializados em likes e *vives*.

Fruto de uma pesquisa qualitativa, de cunho descritivo e analítico e tendo a análise de conteúdo como método de pesquisa, o estudo – que é um recorte de uma tese de doutorado em andamento - traz à tona o lugar que o leitor assume enquanto narrador de si, no contexto do grupo da rede social Facebook, intitulado “Skoob: o que você anda lendo?”. O trabalho tem por objetivo principal apresentar os principais temas que emergiram das postagens dos interagentes, bem como discutir o conceito de pedagogias da visibilidade.

Para tanto, a partir de *prints* retirados do referido grupo, o trabalho busca confirmar o principal argumento deste trabalho: diferente do que antes se esperava de um leitor, histórica e culturalmente, – a descrição comedida e a introspecção como marca da personalidade leitora – o leitor da rede clama visibilidade e dela depende a sua sobrevivência nos espaços virtuais e estes, por sua vez, incitam-no a assumir um comportamento de auto celebração, que é valorizado pela rede social enquanto comunidade de leitores.

2. O LEITOR-ESPETÁCULO E AS PEDAGOGIAS DA VISIBILIDADE

A efervescência das redes sociais evidenciou a busca pela visibilidade midiática, que tornou-se um elemento incansável do processo de ser conhecido e as narrativas do eu se constituíram em um poderoso recurso para angariar para si a fama tão almejada nas redes, que deveria superar os 15 minutos de fama, profetizado pelo Andy Warhol em 1950.

Neste contexto, o processo de celebração definido por Daniel Boorstin (1992) se assemelha à formação de um pseudoevento humano. No caso, é qualquer atividade ou acontecimento forçado ou trivial, que objetiva ganhar atenção e/ou virar notícia e não é novidade que as notícias atuais que mais ganharam visibilidade giram em torno da vida das celebridades: de fotos vazadas “acidentalmente”, inícios e/ou términos de relacionamento, traições, brigas, alguma fala considerada polêmica e, mais em voga, quando uma celebridade deixa de seguir a outra em determinada rede social.

Desta maneira, se partimos do pressuposto de que os indivíduos estão situados em um determinado tempo e espaço e que o sujeito é uma entidade psicossocial (RICHE, 2006), as redes sociais se configuram em um terreno fértil para que as narrativas do eu - implicadas de uma verossimilhança forjada e embebidas de privacidades despudoradas - encharquem as telas, alcancem olhares e fomentem um comportamento interessante: o processo de auto celebração assumido por sujeitos outrora anônimos.

Ao ritualizarem seu dia-a-dia, os sujeitos vivenciam a necessidade de constante redefinição do "eu", ainda mais intensa do que aquela que experienciam nos ambientes "físicos". Assim, nos aproximamos da ideia de Couldry (2017), quando afirma que as redes oportunizam outros processos de transformação dos reconhecimentos. Acrescentamos: reconhecimentos e novas maneiras de existir, a partir das narrativas dos cotidianos.

Também, vale ressaltar que esse movimento incide no que Gerlitz e Helmond (2013) chamaram de “economia das curtidas” (like economy): mediante a quantidade de curtidas ou viwes que uma postagem recebe e a capacidade de ser rastreada via plug-ins, podem se configurar num rentável nicho financeiro.

Por conseguinte, as redes sociais criaram um "novo mundo" e espaços simbólicos onde a máscara é o próprio rosto, que é trocado na velocidade da rede, da tecnologia e conforme o conteúdo da narrativa, que precisa ser constantemente ressignificado. A essas estratégias, didaticamente pensadas, considerando o próprio ritual concernente ao processo que perpassa desde o planejamento inicial, às ações meticulosamente pensadas em relação às exposições do eu, bem como as possíveis reações do público-alvo a quem se destina aquelas narrativas, chamamos de pedagogias das visibilidades.

Consideramos pedagogias, pois além de serem planejadas estratégica e didaticamente – levando em conta o horário de publicação, a linguagem, o público a que se destina, a periodicidade, e principalmente, a possibilidade de modificar comportamentos e pensamentos – são processos de (re)construção de novas subjetividades e esse não é um processo unilateral, pelo contrário: ao utilizar as pedagogias da visibilidade o indivíduo também se (re)constrói enquanto agente de uma ação metodologicamente organizada.

Essa dinâmica de construção de celebridades tendeu a reconfigurar estruturas e fazer estremecer modelos histórica e culturalmente cristalizados nas sociedades, como o perfil de leitor, por exemplo. Dessa forma, quando inserido no contexto das redes sociais, é permitido ao leitor socializar suas narrativas de leitura e expor suas impressões e predileções de livros, compartilhar gestos de leitura (seja por meio de selfies, trechos do livro, indicações literárias, críticas, dentre outros) e tais pedagogias contribuem para o fortalecimento e retroalimentação das comunidades virtuais nas quais habitam. Estes comportamentos reorganizam o lugar de leitor e também de leitura, anteriormente explicitados neste texto.

Em face às redes sociais, o leitor assume o papel de protagonista que, através de uma visibilidade mediada (Santana, 2014), abandona o anonimato pretérito: não faz mais sentido estar solitário no seu quarto de leitura. Ele clama por ser visto, lido, notado. Deseja para si que os holofotes e luzes estonteantes estejam ao seu redor e alimenta a plateia, desejosa por suas intimidades leitoras e todo o tipo de comportamento que reforce o seu status de um leitor. Denominamos este sujeito como “leitor espetáculo”.

Esta ação em expor seus gestos, intimidades e narrativas de leitura incidem no que Santana e Couto (2015) endossam como uma forma de alcançar valorização social. Portanto, as redes sociais conferem o protagonismo dos leitores que bailam e realizam suas narrativas pirotécnicas de seu perfil leitor e mediante o processo de socialização entre e com os outros usuários da rede, dão mais força para que esta engrenagem continue a girar.

3. TRAJETÓRIAS METODOLÓGICAS

Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, de cunho descritivo e analítico, foi necessário lançar mão de técnicas específicas para se chegar a um volume de dados e, conseqüentemente, ampliar a compreensão do fenômeno estudado.

Em vista disso, como método de pesquisa utilizamos a Análise de Conteúdo, preconizada pela pesquisadora Lawrence Bardin (1977). Para a autora, a AC é um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que lança mão de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo de mensagens. Portanto, seguimos os seus procedimentos metodológicos, conforme as fases: pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos dados.

Estivemos imersos durante no grupo^[1] do Facebook “Skoob: o que anda lendo?” e através de uma observação encoberta, acompanhamos as postagens dos membros do grupo, utilizando o software *FireShot* para a construção do corpus de análise, através dos prints das postagens.

Na fase de pré-análise, elencamos como objetivo a seleção de todo o material a fim de torná-lo operacional e dos 2.154 prints capturados, elegemos 1.076, porque, como assevera a própria estudiosa, nem todo material de análise é suscetível de dar lugar a uma amostragem (BARDIN, 1997). Como critério de filtro descartamos propagandas, textos panfletários, materiais político-partidários e postagens realizadas por perfis institucionais (de editoras, escolas públicas e privadas, faculdades e centros universitários, cursinhos, bibliotecas públicas, livrarias, lojas ou departamentos comerciais.)

Posteriormente, partimos para a segunda fase do processo de organização: a exploração do material. Esta fase consistiu na descrição analítica e a partir dela definimos as cinco categorias, que foram construídas mediante a formulação de operadores de codificação, ou seja, delimitadas como categorias temáticas. Uma informação pertinente é que, por fazermos parte do grupo e conhecermos sua dinâmica das narrativas fotográficas, já tínhamos em mente duas categorias apriorísticas: Espetacularização da privacidade do leitor e Protocolos da Ostentação.

Rumamos, depois, em direção a compor o eixo “Unidades de significação”, de acordo ao segmento do conteúdo temático pertencente à categoria. Pela especificidade de cada categoria, houve uma oscilação na quantidade das unidades de significação. Ainda na fase de exploração do material, selecionamos as “Unidades de contexto”: referem-se à linguagem utilizada pelos sujeitos, que foi materializada nos diferentes gêneros que compuseram as narrativas.

Por fim, achamos pertinente acrescentar o eixo “Recorrência”, por cremos que a quantidade em que determinada “unidade de contexto” (gêneros) dá pistas interessantes sobre as categorias e unidades de significação.

4. RESULTADOS DA PESQUISA

Como resultados da pesquisa, apresentamos no quadro abaixo a matriz de tipificação das postagens do referido grupo e inspirada na matriz de análise de tweets proposta por Camila Santana (2014), na qual socializamos “o universo de documentos de análise” (BARDIN, 1997, 123):

Quadro 1 - Matriz de Tipificação das postagens

CATEGORIAS	UNIDADES DE SIGNIFICAÇÃO	UNIDADES DE CONTEXTO	RECORRÊNCIA
1. Espetacularização da Privacidade do leitor	Políticas da Intimidade	Fotografia	252
	Cenas habituais de leitura	Meme	192
		Texto	97
	Rituais de leitura	<i>Selfies</i>	103
		<i>GIF</i>	05
2. Atividades de fomento à leitura	Publicização de eventos	Fotografia	53
		Link (externo)	28
	Publicização de Ações	Vídeo	11
3. Protocolos da ostentação	Aquisição	Fotografia	111
	Consumo	<i>Selfies</i>	49
4. Estatutos da predileção leitora	Exposição do juízo de valor	Texto	83
5. Indicação literária	Sugestões e buscas	Texto	91

Fonte: Autoria própria. 2020.

O eixo “Espetacularização da privacidade do leitor” abrange várias postagens cujo tema principal gira em torno das intimidades do sujeito leitor. Materializado nas diversas linguagens que eclode na rede, neste eixo encontra-se a maior variedade de unidades de significação (foram três) e de unidades de contexto (gêneros): fotografias, memes, textos verbais, selfies e *GIFs*. Este eixo responde por exponenciais 61% de todas as postagens realizadas no grupo, no qual o leitor transforma-se em um verdadeiro espetáculo de si mesmo.

O eixo denominado “Atividades de fomento à leitura” responde por 9% do total do material analisado. Para esta categoria, emergiram duas unidades de significação. Chama a atenção, de forma especial, a quantidade de likes que as postagens receberam, o que é um indicativo, também, de aceitabilidade no grupo, que considera tais ações como sendo importantes.

Para as unidades de contexto, foram aglutinadas fotografias, vídeos e links que versaram sobre diversos movimentos, como inauguração de bibliotecas populares, doações, vendas e trocas, promoções de livros, eventos acadêmicos e rodas de leitura com escritores.

No eixo “Políticas da ostentação”, representado por 15% das postagens, é sinalizado algo bastante comum nas redes sociais: o movimento escandaloso da suntuosidade. Nele, duas unidades de significação encorpam o escopo do exibicionismo, despontam com força e mostram que o processo de compartilhar fotografias de pilhas de livros (caros e volumosos), é um elemento caro aos indivíduos do grupo analisado.

Acresça-se a isso, uma legenda que enaltece a capacidade estética do leitor - por ser um livro socialmente legitimado no grupo -, a capacidade financeira, por se tratar de uma coleção cara ou ainda, uma legenda que sinaliza, pelo tamanho do livro, a opulência da sua fome de leitura.

“Estatutos da predileção leitora” é um eixo que aparece com 7% do total de postagens. Na unidade de significação visualizada neste eixo, apenas uma, recolhemos 83 postagens de leitores que, além de socializarem resenhas e indicações literárias, discutiam sobre a qualidade e o processo de recepção da leitura e dos seus respectivos autores.

Os leitores se aprofundaram na obra lida, realizando postagens que demonstraram conhecimento sobre autor e obra, muitos spoilers e uma tênue relação: das obras e autores lidos, percebemos uma íntima ligação entre estes e as três editoras que detinham mais membros em seu grupo, na rede social Skoob - Intrínseca, Sextante e Rocco com, respectivamente, mais de 590 mil, mais de 440 mil e mais de 420 mil membros

A unidade de contexto desta categoria nos chamou a atenção porque os leitores utilizaram apenas textos escritos (resenhas), muitas vezes longos, para emitirem juízo de valor sobre as obras lidas, sem, no entanto, esquecerem-se de auto celebrar-se, ao mesmo tempo em que revelam profunda emoção advinda da leitura.

O último eixo que aparece no escopo das postagens analisadas é o da “Indicação Literária”. Por se tratar de um grupo formado por leitores, era de se esperar que este comportamento leitor estivesse presente, por ser comum, em uma comunidade de leitores, que se façam recomendações de livros. Representou 8%

das postagens.

Para o supracitado eixo, apenas uma unidade de significação fora percebida, cuja linha seguiu pela busca por livros, autores, editoras, gêneros específicos ou recomendações, conforme a idade e o sexo. Ainda que o foco seja o pedido por livros, percebe-se o quão presentes estão os traços de intimidade e privacidade, quando se autoafirmam como leitores experientes, têm cuidado com a qualidade dos livros e editoras quando da procura por obras e socializam pedidos em um nível de intimidade tão grande, como se dirigisse a um grupo de amigos próximos.

Finalmente, a matriz de tipificação das postagens auxiliou na compreensão do conteúdo das pedagogias da visibilidade, bem como na compreensão dos movimentos que os sujeitos leitores realizam na rede. A dinâmica orquestrada pelos leitores sinaliza que duas grandes colunas sustentam as pedagogias das visibilidades no grupo analisado: a socialização de gestos e comportamentos leitores e a espetacularização das intimidades.

5. CONCLUSÕES

As pedagogias da visibilidade e todos os comportamentos do leitor que assume os palcos das redes como território de (re)existências, sem dúvida alguma, se constituem materialidades simbólicas de um nova maneira de se fazer existir frente a emergência das redes sociais.

Por este ângulo, despontam algumas considerações, das quais sinalizamos, como centro, três elementos centrais: o sujeito emissor, a forma e o conteúdo. A primeira, reside especialmente no indivíduo, para além do que compartilha nas redes. Este sujeito é, majoritariamente, mulher e corrobora com os 52% de leitoras atestados pela pesquisa Retratos de Leitura no Brasil (ZOARA, 2016) e disso, depreende-se uma afirmação: no grupo, impera a maioria de leitoras que fazem espetáculos de si!

A segunda consideração, diz respeito à forma, ou seja, a maneira como o leitor se assume no cenário de excitação das intimidades, típico das redes sociais: ao se comportar como uma celebridade, ele sai dos silenciosos espaços introspectivos e solitários nos quais realizava suas leituras e tinha garantida a inviolabilidade dos seus gestos de leitor (a contemplação da literatura como arte, as reflexões profundas e o prazer ocasionado pela obra), para a catarse da espetacularização das suas intimidades e tudo precisa ser exposto, narrado, documentado, sob a luz dos gêneros digitais: fotografias, links, memes, gifs, selfies, vídeos.

A última consideração, diz respeito ao conteúdo, ou seja, as categorias temáticas que emergiram quando da análise do escopo do material. Mesmo em face das cinco categorias delimitadas trazerem elementos específicos, há um fio condutor que, proeminentemente, se faz em relevo: a intimidade.

A matéria prima que preenche as categorias pode ser comparada a um caleidoscópio, dadas as múltiplas possibilidades de leitura. Todavia, é bastante nítido um fio condutor que se transversaliza por entre o conteúdo: a intimidade do leitor. Em todas as categorias percebeu-se vestígios claros de processos de autocelebrização, de reivindicação dos fochos de luz em troca da publicização de eventos íntimos e/ou corriqueiros, como um passeio, o momento da leitura quando se está sentado na privada (sanitário), uma sugestão de livro ou até o pedido de um

desenho relacionado a alguma obra, para a confecção de uma tatuagem.

Por fim, a matriz de tipificação das postagens, buscou agregar informações acerca das pedagogias da visibilidade das quais os leitores fizeram uso para serem vistos. Em se tratando de uma comunidade de leitores, as postagens analisadas sinalizam movimentos naturalmente atribuídos a esses sujeitos: indicações literárias, discussões sobre livros, pedidos, recomendações, contudo, o que vem à tona é o grau de superexposição das intimidades do leitor, que se configura no sistema nevrálgico daquele grupo.

Parece que os substratos que fecundam a valorização do leitor no grupo enquanto comunidade de leitores são as pedagogias da visibilidade e são elas e por elas que os leitores-espetáculo logram êxito no que concerne à busca pelo reconhecimento, aceitação e visibilidade midiática.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BOORSTIN, Daniel J. **The Image: A Guide to Pseudo-Events in America**. New York, Vintage Books, 1992. Disponível em: <https://books.google.com.br/books/about/The_Image.html?id=qrBQ-WW7ITwC&redir_esc=y> Acesso em 10 jan. 2020

COULDRY, N.; HEPP, A. **Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments**. *Communication Theory*, 23, p. 191–202, 2013. Disponível em: <http://www.andreas-hepp.name/wp-content/uploads/2017/10/couldry_hepp_intro-commtheo.pdf> Acesso em 15 jan. 2020.

GERLITZ, C.; HELMOND, A. **The Like Economy: Social Buttons and the Data-Intensive Web**. *New Media & Society*, 15 (8): p. 1348–1365, 2013. Disponível em: <https://books.google.com.br/books/about/The_Image.html?id=qrBQ-WW7ITwC&redir_esc=y>. Acesso em 10 set. 2020.

RICHE, Rosa Maria Cuba. **Leitura e formação de docentes: teoria e prática pedagógica**. In: TURCHI, Maria Zaira. SILVA, Vera Maria Tietxmann Silva (Orgs.). **Leitor formado, leitor em formação: leitura literária em questão**. São Paulo: Cultura Acadêmica. Assis, SP: ANEP, 2006. P.108-129.

SANTANA, Camila Lima Santana e. COUTO, Edvaldo Souza. **Estratégias de visibilidade e ações docentes no Twitter**. In: **Anais da 37ª Reunião Nacional da ANPEd – 04 a 08 de outubro de 2015, UFSC – Florianópolis**. Disponível em: <<http://37reuniao.anped.org.br/wp-content/uploads/2015/02/Trabalho-GT16-3805.pdf>> Acesso em 10 ago.2020.

SANTANA, Camila Lima Santana e. **Visibilidade mediada: estratégias e ações docentes no Twitter**. Tese de Doutorado em Educação. Faculdade de Educação. Universidade Federal da Bahia: Salvador, 2014. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/17242>>. Acesso em 20 out.2020.

ZOARA, Faila. **Retratos de Leitura no Brasil**. 4ª. edição. Rio de Janeiro: Sextante, 2016. Disponível em: <<http://prolivro.org.br/home/index.php/atuacao/25-projetos/pesquisas/3900-pesquisa-retratos-da-leitura-no-brasil-48>> Acesso em 30

jan. 2020.

Palavras – chaves: Tecnologia Educacional, Redes Sociais, Leitor.

[1] C.f. <https://www.facebook.com/groups/sociedadeskoob>. Acesso em 25 de set.2020.