

REVISTA ELETRÔNICA DE
CIÊNCIAS SOCIAIS

v. 5, N. 1 - JAN. - JUL. 2021

INTERAÇÕES SOCIAIS

DOSSIÊ MÍDIAS
DIGITAIS E
PESQUISA SOCIAL:
DESAFIOS E
POTENCIALIDADES

 <p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE FURG</p> <p>Reitor DANILO GIROLDO</p> <p>Vice-Reitor RENATO DURO DIAS</p> <p>Chefe de Gabinete do Reitor JACIRA CRISTIANE PRADO DA SILVA</p> <p>Pró-Reitor de Extensão e Cultura DANIEL PORCIUNCULA PRADO</p> <p>Pró-Reitor de Planejamento e Administração DIEGO D'ÁVILA DA ROSA</p> <p>Pró-Reitor de Infraestrutura RAFAEL GONZALES ROCHA</p> <p>Pró-Reitora de Graduação SIBELE DA ROCHA MARTINS</p> <p>Pró-Reitora de Assuntos Estudantis DAIANE TEIXEIRA GAUTÉRIO</p> <p>Pró-Reitora de Gestão e Desenvolvimento de Pessoas LÚCIA DE FÁTIMA SOCOOWSKI DE ANELLO</p> <p>Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação EDUARDO RESENDE SECCHI</p> <p>Pró-Reitora de Inovação e Tecnologia da Informação DANÚBIA BUENO ESPÍNDOLA</p>	<p>Editora Chefe <u>Lara Roberta Rodrigues Facioli</u>, Instituto de Ciências Humanas e da Informação. – Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Rio Grande/RS, Brasil</p> <p>Comissão Editorial <u>Cassiane de Freitas Paixão</u>, Universidade Federal de Rio Grande – FURG, Brasil <u>Cristiano Engelke</u>, Universidade Federal de Rio Grande – FURG, Brasil <u>Elizardo Scarpati Costa</u>, Universidade Federal de Rio Grande – FURG, Brasil <u>Ricardo Gonçalves Severo</u>, Universidade Federal de Rio Grande – FURG, Brasil <u>Rodrigo Marques Leistner</u>, Universidade Federal de Rio Grande – FURG, Brasil <u>Sérgio Botton Barcellos</u>, Universidade Federal da Paraíba – UFPB, Brasil</p> <p>Conselho Consultivo <u>Alejandro Frigerio</u>, Pontificia Universidad Católica da Argentina – UCA <u>Alex Pizzio</u>, Universidade Federal do Tocantins – UFT <u>Breno Augusto Souto Mator Fontes</u>, Universidade Federal de Pernambuco – UFPE <u>Carlos Alberto Máximo Pimenta</u>, Universidade Federal de Itajubá – UNIFEI <u>Federico Traversa Tejero</u>, Universidad de la República – UdelaR <u>Hermes Augusto Costa</u>, Universidade de Coimbra – UC <u>Humberto José da Rocha</u>, Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS <u>José Vicente Tavares dos Santos</u>, Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS <u>Juliana Gonçalves Melo</u>, Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN <u>Luis Inácio Germany Gaiger</u>, Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS <u>Luis Lourenco</u>, Universidade Federal da Bahia – UFBA <u>Luiz Antônio Bogo Chies</u>, Universidade Católica de Pelotas – UCPel <u>Maíra Baumgarten Corrêa</u>, Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. <u>Manuel Angel Edeza</u>, Universidad Autonoma de Sinaloa, México <u>Marcello Baquero</u>, Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Brasil <u>Marcus Vinicius Spolte</u>, Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS., Brasil <u>Paolo Totaro</u>, Universidade Federal de Alagoas – UFAL <u>Pedro Robertt</u>, Universidade Federal de Pelotas – UFPel <u>Rafael Bayce</u>, Universidad de la República – UdelaR <u>Rochelle Felinni Fachinetto</u>, Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.</p>
<p>EDITORIA DA FURG</p> <p>Coordenadora CLEUSA MARIA LUCAS DE OLIVEIRA</p>	
<p>COMITÊ EDITORIAL</p> <p>PRESIDENTE DANIEL PORCIUNCULA PRADO</p> <p>TITULARES ANDERSON ORESTES CAVALCANTE LOBATO ANGELICA CONCEIÇÃO DIAS MIRANDA CARLA AMORIM NEVES GONÇALVES CLEUSA MARIA LUCAS DE OLIVEIRA EDUARDO RESENDE SECCHI ELIANA BADIALE FURLONG LEANDRO BUGONI LUIZ EDUARDO MAIA NERY MARCIA CARVALHO RODRIGUES</p>	
<p>Editora da FURG Câmpus Carreiros CEP 96203 900 – Rio Grande – RS – Brasil editora@furg.br</p>	

Integrante do PIDL



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE – FURG



INTERAÇÕES
SOCIAIS



ISSN 2594-7664

Revista Interações Sociais - REIS	Rio Grande	v. 5, n. 1	p. 1-238	2022
-----------------------------------	------------	------------	----------	------

Direitos reservados desta edição: Editora da Universidade Federal do Rio Grande – FURG

2022

Imagem da capa: Lara Roberta Rodrigues Facioli via Canva

Diagramação:

Tainã da Silva Rodrigues

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Ficha catalográfica elaborada pela Bibliotecária Marcia Carvalho Rodrigues, CRB 10/1411

R454 Revista Interações Sociais [recurso eletrônico] : REIS / Instituto de Ciências Humanas e da Informação, Universidade Federal do Rio Grande. – Dados eletrônicos. – Vol. 5, n. 1 (Jan./Jul. 2021) – Rio Grande, RS: Ed. da FURG, 2022- .

Modo de acesso: <<http://www.seer.furg.br/reis>>

Semestral.

Editada pelos docentes da área de Sociologia da Furg.

Outro título: Revista Eletrônica de Ciências Sociais : REIS.

ISSN 2594-7664 (eletrônico)

Índice para o catálogo sistemático:

- | | |
|---------------------|-----|
| 1. Ciências sociais | 316 |
| 2. Sociologia | 316 |

Nota da editora sobre saudades e parceria – uma homenagem ao amigo Kaciano Gadelha

■ Lara Facioli

Conheci o professor Kaciano Gadelha quando, juntos, prestamos o concurso para a vaga de professor adjunto da área de Sociologia da FURG. Passamos e, devido a aprovação em primeiro lugar, Kaciano se mudou para Rio Grande, alguns meses antes de mim. Ele foi para o campus de Santa Vitória do Palmar e eu, por conta da aposentadoria de uma colega, fiquei alocada no campus Carreiros, pra onde Kaciano seria removido, já no contexto da pandemia da Covid 19.

Do dia em que soubemos o resultado da prova, até o dia de sua passagem, nosso contato se manteve constante e próximo. Me lembro com muita nitidez de nossa emoção, e, especificamente da de Kaciano, ao falar, naquele momento de aprovação, da enorme batalha que travou para conseguir espaço na Universidade pública brasileira. A vida acadêmica, a mudança; o ambiente de trabalho na área de Sociologia; a dificuldade de lidar com o frio, para duas pessoas que tem o calor extremo como referência; a cultura gaúcha fechada; as expressões gritantes de racismo, pelas quais Kaciano e Juliano (seu irmão e grande amigo) passaram em terras sulistas, eram os assuntos que sempre figuravam em nossas conversas, em nossos momentos de lazer, e quando buscávamos traçar planos para um futuro não tão distante.

Eu, como mulher branca do interior de São Paulo, muito embora tivesse vivenciado uma trajetória vinculada às classes populares e também embora tenha uma carreira desenvolvida com base nos estudos de gênero e das diferenças, tinha uma enorme dificuldade de compreender (e aceitar) a postura mais reclusa de Kaciano, Uma certa timidez e contenção que o fazia preferir observar as relações e interações, exaustivamente, para então se posicionar. Um aprendizado diário, para mim, observá-lo. Uma das nossas brincadeiras internas, que muito diziam sobre nossas

personalidades, ocorria quando Kaci fazia referência, sorrindo bastante, à minha Iansã, que imprimia em mim, ao contrário dele, certo hábito de ser expansiva. Hoje compreendo o significado valioso e profundo de nossa troca.

O fato é que sempre que eu precisava ter discernimento sobre as relações profissionais e sobre os contextos gerais vivenciados no extremo sul, eu recorria à sua lucidez. Ao contrário de qualquer discurso que busque imperar sobre a morte de meu amigo, posso afirmar, sem sombra de dúvidas, que Kaciano era uma das pessoas mais lúcidas que conheci na vida. Ele tinha uma enorme capacidade, inclusive sociológica, de ver o que ninguém percebia e de destrinchar o emaranhado de relações históricas, sociais, econômicas e políticas, o que fazia dele uma pessoa sensível e, certamente, o que imprimia nele um tanto elevado de sofrimento.

Ainda hoje, meses depois de sua partida, recorro às nossas conversas de WhatsApp procurando trechos em que ele me indicava um arsenal de referências combativas do campo das artes e do feminismo negro. Este último, tão pouco estudado por mim em uma formação majoritariamente europeia e americanizada. Meses antes de partir, Kaciano me deixou um conjunto de indicações de leituras que eu devorei como quem descobria um universo.

Nossa amizade se iniciou em 2018 - na sala onde seria divulgado o resultado do concurso – e nossa parceria acadêmica e de vida se estabeleceu quando me mudei para Rio Grande, em junho de 2019. Antes disso, tivemos várias “quase” oportunidades de nos conhecermos. Temos vários amigos em comum e quase compartilhamos os mesmos espaços de orientação e formação, se não fosse a mudança de Kaciano para a Alemanha, onde consolidaria sua trajetória. Inúmeras vezes falamos sobre o destino que, mais cedo ou mais tarde, nos aproximaria.

Juntos, assumimos a coordenação da área de Sociologia, pelo ano de 2020, estivemos em alguns importantes espaços decisórios da Universidade e, decidimos, ao final de 2019, nos mudarmos, juntos, para Pelotas. Dividir um apartamento, a vida, os gastos, em uma nova cidade, são aspectos que surgiam, para nós, como possibilidades de ter qualidade de vida e de cuidarmos, um do outro, nesta fase de adaptação em um contexto ainda bastante frágil. A pandemia interrompeu nossos planos com força brutal e, embora nosso contato fosse constante, nos afastamos devido a minha mudança para Araraquara, cidade de minha mãe, com vistas e vivenciar a quarentena, que já dura quase dois anos.

Nunca mais vi Kaciano pessoalmente, mas trago comigo as boas lembranças de nossos papos, de nosso trabalho conjunto e de nossos closes na praia do Cassino. Mais do que isso, tento buscar sua lucidez e retomar, na memória, nossas conversas com objetivo de trabalhar em mim os

ensinamentos que Kaci me deixou sobre observação, sobre ponderação e sobre a luta feminista, anti racista e anti colonial.

Este número da revista foi planejado por nós dois, pois compartilhávamos, desde o início de 2021, a editoria da REIS. A revista, a Sociologia da FURG e a Universidade brasileira perdem, sem dúvida, um de seus maiores intelectuais e professores.

Deixamos, também neste número, nossa homenagem escrita pela professora Maria Elvira Díaz Benítez, amiga e parceira de trabalho de Kaciano.

Que sua luz permaneça em nós, Kaci Diamonds!

Araraquara, 16 de fevereiro de 2022

Lara Facioli
é professora adjunta da área de Sociologia da Universidade Federal do Rio Grande (FURG), colega de trabalho e amiga do professor Kaciano.

Carta sobre meu amigo Kaciano Gadelha dirigida a quem o amou, a quem não o conheceu e a quem o conheceu pouco

■ *María Elvira Díaz Benítez*

Conheci Kaciano em 2011, não sei se em agosto ou setembro. Às vezes acho que estou embaralhando tudo e que realmente o conheci no primeiro semestre desse ano. Sei que esse dado não é relevante, mas hoje, que ele não está mais, adoraria ter certeza, como numa tentativa desesperada de guardar comigo cada instante compartilhado, cada lembrança, inclusive aquela em que ainda não éramos amigos.

Não lembro da data, mas lembro da cena: Kaciano vestia uma camisa branca e uma calça jeans, e sentado a poucos passos de mim, na parte exterior do IFCH, na Unicamp, lia um livro cuja capa eu não consegui ver, e de quando em quando olhava para mim timidamente e sorria. Eu carregava o Gael, meu filho, que naquele momento era um bebezinho. Na verdade, ele olhava para meu bebezinho. Ambos aguardávamos a aula de Antropologia da Violência de Maria Filomena Gregori, que começava às 14h. A turma era muito especial, simbolicamente se dividia entre aqueles que vínhamos da área dos estudos de gênero e sexualidade, e aqueles que trabalhavam mais diretamente violência e processos de Estado. Era uma turma numerosa e pairava no ar um ímpeto muito grande de participação e interesse. Grande parte dos colegas com os quais dividi esse curso hoje são professores de universidades estaduais e federais e antropólogos de grande reconhecimento. Em meio a leituras ávidas, comentários críticos e sacações fulminantes, eu logo percebi que Kaciano se destacava, e logo passei a sentir que cada vez que ele pedia a palavra, algo muito bom estava por vir. Ele nunca me defraudou. Com o passo dos dias, posso afirmar, sem exageros, que passei a me interessar basicamente por suas colocações, as quais anotava em meu caderno com a certeza de que estava registrando uma perspectiva inusitada sobre o assunto em debate.

Assim nasceu uma relação em que eu silenciosamente o admirava, e muito. Tampouco exagero quando digo – e meus alunos já me escutaram muito afirmar – que Kaciano é um dos melhores pensadores das ciências sociais, de minha geração, no Brasil.

Acredito que a grandiosidade de suas perspectivas vinha não apenas do que eu sempre considerei uma inteligência ímpar, mas de sua formação interdisciplinar. Graduado em psicologia, logo se tornou mestre em sociologia pela Universidade Federal do Ceará e, posteriormente, doutor em sociologia na Freie Universität Berlin.

Grande leitor de filosofia, psicanálise, artes, teorias da performance, teoria queer e pensamento negro radical. Fluente em inglês, alemão e espanhol, sempre me apresentava “autores raros”, fossem filósofos clássicos que ele lia em alemão original e que nunca foram traduzidos ao português, fossem autores contemporâneos latino-americanos, de origem árabe ou afro-estadunidenses que publicaram obras recentes. Kaciano sempre estava atualizado, era um feroz buscador de novidades teóricas, e lia tudo com absoluto respeito e profundidade. Para mim, como colega, era um privilégio poder escutá-lo.

Após seu passo pela Unicamp como aluno especial, fez uma estância como pesquisador visitante na Universidade Nacional Autônoma de México, UNAM. Um ano depois, em 2012, participou de um Programa de intercâmbio para estudantes de doutorado na Columbia University. De volta à Alemanha, em 2014 defendeu sua tese intitulada “Virtualização do corpo e sexualidades online: encontros gay, gênero e performatividade”, que recebeu *magna cum laude*, máximo reconhecimento.

Durante todo esse tempo mantivemos comunicação por e-mail, sempre comentando um ao outro as nossas novidades. Ainda guardo a mensagem entusiasta que ele me enviou em 2012 quando eu fui aprovada como professora na pós-graduação em antropologia social do Museu Nacional: “amiga, você merece”, ao que eu disse: “quando você voltar vamos fazer muitas coisas juntos”.

Logo após seu retorno ao Brasil, em 2015 ingressou como pesquisador pós-doutor do Programa de Pós-Graduação em Artes da Universidade Federal do Ceará. Ali desenvolveria a pesquisa intitulada “Hélio Oiticica: arte, paisagem e biopolítica”, em que se propôs colocar em diálogo a intervenção estético-epistemológica do artista com o pensamento do filósofo queer Paul Preciado, em atravessamento com as ideias sobre simetria e natureza de Bruno Latour: novamente uma conversa inusitada, lembro que foi o pensei quando me contou sobre sua pesquisa.



Kaciano em Fortaleza com a turma da aula *Performance e teoria queer*

Foi naquele momento, quando ele realizava seu pós-doc, que mais nos aproximamos academicamente. Por caminhos diferentes, percebemos que ambos tínhamos interesse por entender as dinâmicas sociais e subjetivas do nojo. Ele chegaria a essa procura da mão da arte, muito especificamente da performance art, em que gramáticas do nojo se faziam presentes, muitas vezes pelas vias da erotização, ou pelo “gozo do negativo”, como ele costumava dizer, ou pela posituação do nojo como ato de resistência e dispositivo para outras formas de imaginação política. Eu chegaria à temática do nojo por via etnográfica: acompanhando a realização de filmes de fetiches extremos que faziam uso de secreções corporais. Para além do que filme e performance pudessem “representar”, ambos nos perguntávamos por uma dimensão mais psíquica do nojo. Quando comentei a Kaciano meu interesse por ler psicanálise, em questão de horas me enviou numerosos livros em PDF e longas listas de autores e textos que me poderiam interessar. O ritmo de minhas leituras avançava muito aquém de seu entusiasmo e da velocidade com que me cobria de dicas e referências. Mais uma vez me sentia unida a ele por um sentimento daqueles que a gente cultiva por um professor extremamente generoso. Meu amigo me ensinava de um jeito que eu jamais pude retribuir. Foi nessa época, meados de 2016, quando ideamos nosso curso “Nojo, humilhação e desprezo no fazer social”, que ministramos juntos no Museu Nacional, no primeiro semestre de 2017. Esse momento representou um marco para nós. E quando digo nós, me refiro ao pessoal do núcleo que eu coordeno, o NuSEX (Núcleo de Estudos em Corpos, Gênero e Sexualidade), e para a turma que nos acompanhou e que carinhosamente passou a chamar meu amigo de “Tia Kaci”. Esse curso foi marcante para os devires de várias pesquisas que o coletivo desenvolve e para os nossos vieses analíticos. Mas sobretudo, de um modo muito especial e espontâneo, a presença formosa de Kaciano e a maneira como transmitia seu conhecimento em sala de aula geraram uma atmosfera de enorme afeto e carinho que transbordava e atingia todos nós e também outros estudantes que se aproximavam interessados por nossas atividades. Até hoje, de brincadeira, o pessoal daquela turma chama a si de “as humilhadas”, como demonstrando que a confraria tem permanecido apesar do passo do tempo.

Kaciano foi meu grande amigo, mas nunca visitou minha casa. Isso para mim é um mistério. Eu, a diferença do costume carioca de chamar os amigos a bares e botecos, acredito que uma boa amizade se constrói em casa, no espaço mais íntimo e doméstico, rodeados das coisas que fazem parte de nosso cotidiano, longe do barulho das multidões e através de nossa própria comida, vinho e música. Mesmo que eu ame alguém, sinto que se não me convidou para sua casa ou ele não veio na minha, algo falta e o ritual está incompleto. Mas acontece que Kaci e eu tivemos desde o começo uma amizade marcada pela distância, e quando ele esteve no Rio tinha tanta vontade de visitar lugares, de acordar cedo e olhar o sol e o mar pela janela do quarto que alugou em Ipanema, de perceber a arquitetura da cidade (sempre pensando no Hélio Oiticica), e de reconhecer aqueles pedaços da cidade que ele muito conhecia já pelas etnografias sobre travestis, gays e queers que retratavam um Rio de Janeiro específico. Kaciano tinha naquele momento uma vontade enorme de viver intensamente, e seu desejo misturava procuras existenciais e acadêmicas simultaneamente: seu amor e sua luta pela pretitude dissidente sexual e de gênero. Por isso, nos poucos meses que moramos na mesma cidade, sempre que ele não passava um final de semana lendo ou assistindo filmes em casa, o destino era a rua, as derivas de uma noite carioca em que frequentemente eu ou alguma de “as humilhadas” estava junto. Uma das noites mais divertidas que dividimos foi um sábado de abril, que começou com um bolo de aniversário e um canto de parabéns para mim na casa de Nathalia Gonçalves, outra antropóloga grande amiga de Kaci, e terminou com um bonde saindo dali e se encontrando com outro bonde na CasaNem, na Lapa. Aquele dia Indianare Siqueira organizara um evento de arrecadação de dinheiro para pagamento do aluguel e das despesas da casa em que ela e muitas outras mulheres trans moravam e que sofria ameaças de despejamento. Dançamos alegremente no show de Linn da Quebrada, vibramos diante do discurso comovedor de Indianare, tiramos uma série de selfies como nos assegurando de que aquele momento ficasse registrado para a posteridade. Sair com Kaciano era uma delícia, mas ainda ressinto de não ter feito questão de que visitasse minha casa, adoraria ter cozinhado para ele.



Na foto Kaciano abraça Rodrigo “Eva” Coelho e Nathalia Gonçalves, seus dois mais próximos amigos do clube de “as humilhadas”, junto a eles, Bruno Zilli, Montse Valle, Telma Bermeguy e eu.

Um pouco antes do final desse semestre de 2017, ele precisou voltar a Fortaleza para cumprir compromissos de seu pós-doc. Mas àquela altura do ano o Nussex preparava um evento¹ e esse era o motivo que prometia nosso reencontro. Ele chegou no dia 27 de junho, com uma pequena mochila de roupas porque somente ficaria no Rio alguns dias. Do aeroporto foi direto ao Museu Nacional. A ele foi reservado o debate da mesa de encerramento, intitulada “Arte, performance e micropolíticas”, que Kaciano prestigiou com uma intervenção inesquecível.



Kaci debatendo no Nussex. Atrás, nosso amigo Hugo Prais o observa com atenção.

Foto de Nathalia Gonçalves.

Durante 2018 Kaciano se preparara para fazer concursos docentes, ou para voltar à Alemanha, o que também era seu grande desejo. Trás o final de seu pós-doc em Fortaleza algumas possibilidades se deram, mas sua aprovação para professor adjunto de Sociologia na Universidade Federal do Rio Grande acabou por definir seu destino imediato. Afinal, voltar ao exterior significava também se afastar de seus principais afetos e essa era uma difícil decisão. Kaciano era muito apegado à sua família, um filho tremendamente carinhoso. Sempre utilizava expressões como “a mamãe, o papai” em um tom quase infantil. Conheci em fotos Silvia e Fernanda, suas irmãs mais novas, “Las Gadelhas” como costumava dizer, conheci também seu sobrinho Pedro. Mas de quem mais escutei falar ao longo dos anos foi de Jose Juliano, seu irmão também acadêmico e artista, com quem dividia a paixão por autores negros e queer. Seus olhos brilhavam ao falar do Juliano, sua alma gêmea, um de seus principais motivos de orgulho.

¹ II Seminário do Nussex: Gênero, Corpos e Sexualidades em debate. Mais informações e: <https://www.nusexufrj.org/eventos.html>



Kaciano com suas irmãs, irmão e sobrinho, “Las Gadelhas”.

Foi assim que Kaciano ficou num Brasil que lhe ofereceu oportunidades, mas que também se apresentou hostil. Quando nos reunimos de novo, na Reunião de Antropologia do Mercosul, em Porto Alegre, em julho de 2019, Kaciano me disse que sentia que a vida naquela cidade do sul fria e branca, Santa Vitória do Palmar, não estava sendo fácil. Não me contou detalhes penosos naquele momento, ao contrário, concentrou-se em falar das coisas que o emocionavam, como sua principal novidade: a criação de um coletivo de debate em relações raciais e pensadores negres que logo depois se chamaria Grupo de Estudos Epistemologias Negras, e sua participação no Núcleo de Estudos Afro-brasileiros e Indígenas (NEABI/FURG). Algum tempo depois me contou de sua transferência para o campus de Rio Grande e seu passo à coordenação do NEABI.

Essa foi a penúltima vez que nos vimos em pessoa: três dias intensos em que compartilhamos o mesmo hotel e dividimos o mesmo Grupo de Trabalho, “Antropologia do Desejo”, e a mesa redonda, “Epistemologias negras: Debates clássicos e contemporâneos”, que juntos havíamos planejado e da qual também participaram os antropólogos negres Fatima Lima (UFRJ) e John Antón Sanchez (IAE, Equador).



Kaciano, Fatima John e eu na RAM de 2019

Nosso último encontro coincidentemente também foi em Porto Alegre, em 15 de março de 2020, dois dias antes do começo da quarentena por covid 19. Eu tinha sido convidada para palestrar no departamento de antropologia, e ele tomou um ônibus desde Rio Grande e viajou para acompanhar-me. Estivemos juntos apenas algumas horas, mas o momento do almoço, e a viagem até o aeroporto na companhia de nossa amiga Vi Grunvald, falando todo tipo de futilidades e dando altas risadas foi suficiente para matar saudade. Antes de nos despedirmos ele tirou de sua mochila um presente que sabia que me faria feliz: “A dívida impagável” de Denise Ferreira da Silva, autora da qual há já algum tempo vínhamos trocando ideias. “Que bom que já não precisarei ler em PDF”, pensei.

Enquanto escrevo estas palavras reviso meu whatsapp com o desejo de ali encontrar um áudio em que Kaciano me comentava seu ponto de vista sobre a ideia de “flecha do tempo”, da Denise e a importância do Kindred, da Otávia Butler, para entender a noção de dívida, tal como a autora a construiu. Esse, e muitos outros áudios sumiram com sua partida. Ainda lembro um, do qual também participou José Juliano, em que ambos tiraram minhas dúvidas sobre algumas noções que Fred Moten e Stefano Harvey debateram no “The undercommons”, e que para mim ainda não eram precisas. Kaciano tinha a faculdade de facilitar o que era difícil, de traduzir, de “escurecer” nosso pensamento.

À distância eu acompanhava suas novidades. Sempre vibrei com sua participação em eventos de enorme relevância. Como a aula inaugural do mestrado em psicologia e políticas públicas da Universidade Federal do Ceará, em janeiro de 2021, intitulada “O enfrentamento do racismo na academia”, agenda na qual colocou muitíssimo esforço nos últimos tempos, promovendo junto ao NEABI diversas conversas sobre a necessidade de uma educação antirracista.



Reunião do NEABI. Do lado de Kaciano, sua amiga Cassiane de Freitas, por quem ele tinha um grande afeto.

Junto de Cristiano Engelke e de sua colega Lara Facioli, que rapidamente se tornou sua amiga e parceira de empreitadas acadêmicas e políticas, organizou o dossiê “Estratégias decoloniais: perspectivas antirracistas e anti-hegemônicas”, e uma série de mesas redondas e seminários sobre temáticas correlatas.

Entre suas palestras e participação em seminários nos últimos tempos, duas que acompanhei me pareceram tremendamente marcantes. A primeira, “Imagem e negridade: um diálogo com Beyonce e além” colocou em debate a temática do afrofuturismo e da performance negra contemporânea em oposição às gramáticas do silenciamento e de engessamento do arquivo racial. A segunda, sua fala na mesa redonda intitulada “A ficção racial, o fim do mundo, suas ruínas e vocês terão que dar conta disso” em que junto das pensadoras e artistas negras Michelle Mattiuzzi e Jota Mombaça nos convidou a habitar os escombros do mundo que conhecemos destruído pela violência anti-negra.

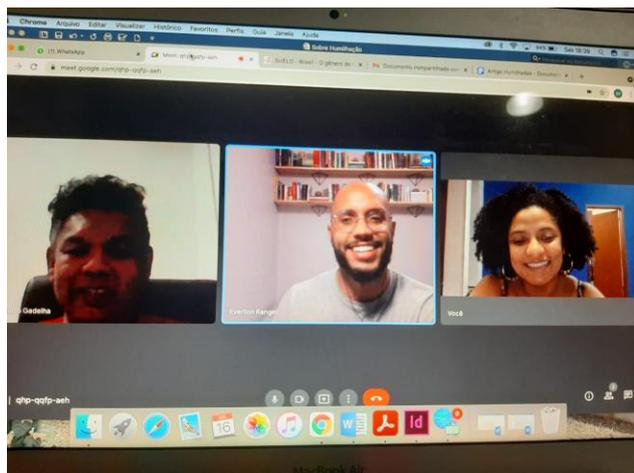
Publicou diversos artigos em inglês sobre *queer migration*, *queer visibility* e sobre metodologias de pesquisa em estudos queer. Sociologia e arte foram sempre suas ferramentas para contribuir na elaboração de outros arquivos possíveis, outras memórias para dissidentes sexuais e de gênero e para pessoas negras.

Foi nesse caminho que escreveu o seu penúltimo artigo publicado em vida. *Notas de um arquivo queer*,² onde esboça considerações teóricas e críticas da teoria queer para a América Latina, a partir de perspectivas anticoloniais e interseccionais que questionam a produção de conhecimento e seguindo as pistas deixadas por Gloria Anzaldúa, no sentido de inspirar e imaginar “um espaço-tempo *queer* que atravessa as fraturas da epistemologia colonial”.

O seu último artigo o escreveu junto a mim e ao nosso amigo, o antropólogo Everton Rangel. Em *Nojo, humilhação e desprezo: Uma antropologia das emoções hostis e da hierarquia social*,³ conseguimos condensar no papel as ideias que juntos articulamos desde 2017. De algum modo, esse artigo fecharia um ciclo e, simultaneamente, abriria outros em que pautas analíticas para futuros desdobramentos ganhariam densidade. Devo à escrita deste artigo e à organização do dossiê que levou o mesmo nome, uma dinâmica de intensa troca com meu amigo, sem jamais imaginar que se aproximava um final, ao menos neste mundo que conhecemos. Foram vários encontros pelo meet, muitos áudios e risadas, fotografias a páginas de livros em que algum de nós três queria destacar um trecho, prints da tela do computador como para novamente guardar esses momentos para a posteridade.

² “Notas de um arquivo queer”. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género de El Colegio de México*, vol 7, 2021. Disponível em: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2395-91852021000100211&script=sci_arttext_plus&tlng=pt

³ Nojo, humilhação e desprezo: Uma antropologia das emoções hostis e da hierarquia social. *Anuário Antropológico*, vol 46, 2021. Disponível em: <https://journals.openedition.org/aa/8898>



Kaci, Eve e Melvi em um dos tantos prints que fizemos de nossas conversas

Trabalhar com Kaciano não era apenas profundo e produtivo. Era também leve e transformador. Ele dizia que estava em nossas mãos recriar um trabalho intelectual longe de competições absurdas que pudessem afetar negativamente as nossas emoções. Ele reprovava relacionamentos entre colegas em que pesasse mais o produtivismo do que a empatia e o respeito. “A academia faz adoecer” me disse meu amigo em algumas de nossas conversas mais recentes. Seu projeto de vida se dirigia a contribuir na construção de uma intelectualidade que ele chamava de “black excellence”, expressão que inúmeras vezes o escutei proferir para se referir a artistas negros ao redor do mundo, inclusive suas divas do pop favoritas, pensadorxs trans negros brasileiros, e a epistemologia negra e anticolonial que teve lugar ao longo do continente americano, e que ele tão bem conhecia. Em um dos nossos últimos áudios me comentava que em seu núcleo de pesquisa estavam lendo autores africanos de diversas linhas de pensamento. Hoje eu digo que Black excellence é uma expressão perfeita para descrever o que foi em vida Kaciano Gadelha.

Em seus últimos tempos tinha se dedicado a revisar a versão em português de sua tese de doutorado. Tínhamos falado sobre a importância e a necessidade de que fosse publicada no Brasil e lida por todos nós. Mas ele dizia que precisava mexer em várias passagens, aprimorar uma ou outra discussão, editar alguns trechos. Eu prometi me somar a essa empreitada. Publicar seu primeiro livro autoral tinha se tornado um projeto que trazia regozijo a seus dias, e com certeza o regozijo será nosso quando nos deparemos com as páginas de uma pesquisa à qual Kaciano dedicou anos de trabalho, leitura e escrita.

A uma pessoa tão sensível e idealista de um mundo justo para pretos, pobres e queers, a realidade em que vivemos se torna mais chocante. Kaciano morava em Fortaleza quando aconteceu o assassinato brutal da Dandara dos Santos. A cidade em que nasceu e cresceu se tornou absolutamente ameaçadora para pessoas gay e trans. Ele me disse que temia por ele, por Juliano e por tantas e tantas pessoas de seu convívio. Tudo em que ele acreditava se deparava com o terror e o ódio. E sentir o racismo em sua própria pele, inclusive em seus contextos de trabalho, criou feridas que lutava por fechar. Meu amigo me disse que se sentia fragilizado e

hostilizado, mas meu “black optimism” não me permitiu entender a profundidade de seus sentimentos. Procuro em nossas conversas pistas do que deixei escapar. Encontro uma do dia 2 de novembro de 2021 em que me escreve “O Jaider Esbell faleceu, triste. Ninguém mais aguenta esse mundo cão”, “muito triste”, respondo eu, “não da, temos que nos cuidar, ficar bem”, “temos muito, abraços amiga”, me disse um pouco antes de que mudássemos de assunto.

O racismo desse mundo cão fez adoecer meu amigo. Era isso que ele sentia. À sua família manifestou que desejava renascer e pediu licença para sua mamãe, que junto de seu esposo e filhos ofereceu todo o amor e alívio possível. Às vezes penso que este mundo não está preparado para a imensidão de pessoas como Kaciano Gadelha. Ele é para mim uma estrela cadente, daquelas que a gente vê uma ou pouquíssimas vezes na vida, mas que justamente por isso deixa uma lembrança eterna.

Meu amigo renasceu no dia 9 de dezembro de 2021, e algo muito forte dentro de mim me diz que ele está bem.

Rio de Janeiro, 9 de fevereiro de 2022

María Elvira Díaz Benítez
é professora do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS)
do Museu Nacional (UFRJ) e é amiga de Kaciano Gadelha, parceira de
pesquisas, reflexões e luta desde o ano de 2011.

MÍDIAS DIGITAIS E PESQUISA SOCIAL: DESAFIOS E POTENCIALIDADES

■ Anna Paula Vencato; Felipe Padilha

O dossiê *Mídias Digitais e Pesquisa Social* inscreve-se numa série de debates que resultam do esforço contínuo de proporcionar encontros e aproximações entre pesquisadores e pesquisadoras que têm se dedicado a compreender as articulações entre relações sociais e mídias digitais no Brasil contemporâneo.

A coletânea de artigos, conforme se anuncia desde o título, visa apresentar um panorama amplo de algumas das linhas de pesquisa e análises em construção, desenvolvidas nas fronteiras entre pesquisa social e mídias digitais e tendo como foco o contexto brasileiro. A diversidade de temas e abordagens apresentados neste número revela a pluralidade de aproximações possíveis com o tema, explicitado através dos diferentes eixos temáticos e coordenadas teórico-metodológicas, além de apontar para incontáveis possibilidades em aberto e ajudar a diagnosticar problemas do nosso tempo.

Ainda que não sem desafios, o dossiê busca estruturar-se em torno do digital como tópico de investigação, como campo da pesquisa e como ferramenta para o levantamento de dados. Sob cada um desses aspectos o digital tem desafiado os instrumentos disponíveis para a pesquisa social. Longe de pretender oferecer caminhos prontos, os artigos buscam, de maneira criativa, solucionar problemas de pesquisa, equacionando enquadramentos teóricos que permitam compreender as especificidades das relações digitalmente mediadas.

O número está organizado em torno dos seguintes temas: novas formas de produção laboral por meio da internet; estratégias de instituições políticas para o engajamento nas redes sociais; ativismo, sexualidade e mídias digitais; educação, escola e internet; imigração e usos da internet; extração de dados; economia psíquica dos algoritmos.

Inicialmente, o artigo *Estratégias de engajamento nas redes: um estudo de caso sobre as mídias sociais da Polícia Federal*, de Carla Avanzi, analisa as sobre as estratégias usadas pela Polícia

Federal em serviços de redes sociais digitais, como Twitter, Instagram e Facebook. Levando em consideração os recursos característicos da dinâmica das mídias sociais, o artigo analisa como a utilização de dispositivos emocionais, de elementos motivacionais e ampla utilização de *hashtags* por parte da instituição, visam a produção de dinâmicas interativas específicas com a audiência. O que se revela a partir das preocupações com a construção de uma imagem pública online, mediante um esforço para incorporar valores sociais e políticos difundidos a partir das tecnologias, é a elaboração de estratégias de socialização, de modo que a performance do perfil seja capaz de ampliar o número de seguidores, os aproximando da instituição.

Em seguida, *Entre as instituições de ensino e as tecnologias de informação e comunicação: “anomia digital” ou reconstrução do conhecimento*, escrito por João Pedro Lyra da Silva e Breno Rodrigo de Oliveira Alencar, mostra como, por seu caráter de formação de redes em torno de afinidades, a internet tende a produzir um tipo de sociabilidade que é auto regulada e automatizada. Os autores chamam atenção para como a neutralidade técnica que reveste a tecnologia oculta as intenções humanas e de mercado contida no desenvolvimento das tecnologias. Em outras palavras, a internet está longe de ser um espaço neutro e despido de valores, sobretudo se levarmos em consideração que a produção tecnológica se dá sob égide do mercado. Nesse sentido, o texto pode ser interpretado como um convite à reflexão sobre os impasses que as tecnologias produzem a partir das conexões que estabelecem com as instituições de ensino.

Em *Os usos das mídias sociais pelas imigrantes brasileiras no Canadá*, Rodrigo Fessel Segal investiga, a partir de seu campo de pesquisa com dinâmicas de migração e de fluxos de pessoas, os usos sociais dos serviços de redes digitais por mulheres brasileiras que migram para o Canadá. Buscando produzir uma genealogia dos usos, com foco nas estruturas físicas das mídias, suas funções, intenções e formas de utilização, Segal percorre o desenvolvimento técnico e o envolvimento social das pessoas com as mídias. Atravessando quase duas décadas, entre 2000 e 2017, a análise revela as transformações na linguagem online, desde o declínio da textualidade até a ascensão imperativa das imagens.

Plataformas digitais envolvem códigos e termos que dão forma às interações sociais que abrigam. Levando em consideração as transformações da internet ao longo das últimas três décadas, as mudanças implementadas nas mídias digitais se refletem nas maneiras de produzir uma autorrepresentação online. Dito de outro modo, a construção da representação de si em plataformas digitais está limitada por uma arquitetura digital sendo produzida mediante escolhas que ocorrem no interior de uma série limitada de possibilidades por recursos sociais e técnicos, que afetam profundamente as interações e também as normas que as regulam.

Nesse contexto, o artigo *Uma virada conservadora: pânico moral, mídias digitais, (des)ilusões e (des)afetos no Brasil dos anos 2010*, Anna Paula Vencato e Regina Stela Corrêa Vieira discutem como discursos socialmente construídos ao longo da última década na sociedade brasileira, por setores compreendidos e que se reivindicam como conservadores, passaram a questionar e se contrapor a pautas relacionadas à proteção e inclusão de minorias políticas ou de defesa dos direitos humanos. Este embate se deu especialmente através das mídias digitais, e foi consolidado a partir da produção e divulgação em massa de *fake news*, pautadas em pânico morais, sobretudo em relação a direitos sexuais e reprodutivos, e que impactaram sobremaneira o andamento e resultado das eleições presidenciais de 2018 no Brasil. Para tanto, as autoras analisam discursos encontrados em veículos de imprensa e serviços de redes sociais. Conforme argumentam, embora este contexto de instabilidade política, inédito até então e um tanto desolador e que nos propicia pouca possibilidade de vislumbre de seus desdobramentos, é produzido no interior da mesma sociedade que antes propusera o avanço no (re)conhecimento dos direitos humanos e sociais. Assim, ponderam que é possível encontrar nesses movimentos rumo ao conservadorismo espaços para a crítica e a resistência, algo fundamental para não sucumbirmos à desesperança.

Por caminhos teórico-metodológicos diferentes, Joana Ziller, Dayane do Carmo Barretos, Kellen Xavier, Leíner Hoki, Luiza Bodenmüller, Mônica França Dias, no artigo intitulado *Visibilidades lésbicas em plataformas de mídias sociais: heteronormatividade e resistências no YouTube, Instagram e TikTok*, também centram a análise na dimensão dos usos das tecnologias, mas com foco na maneira como os sujeitos se relacionam com as normas sociais em contextos digitalmente mediados. Produzido no contexto do grupo de pesquisa sobre lesbianidades, o artigo reúne um conjunto diverso de investigações desenhadas a partir de abordagens qualitativas e quantitativas tomadas para compreender as negociações e os deslizamentos de sentido que envolvem as regulações de gênero nas mídias digitais. O artigo examina as tensões produzidas na intersecção entre tecnologia e as percepções sobre a sexualidade lésbica num contexto de mercado que busca alimentar imagens vendáveis.

Também na esteira do gênero, no artigo intitulado *O digital é político: ativismo bissexual e apropriações das mídias digitais*, Helena Monaco e Danieli Klidzio discutem os usos sociais das mídias digitais no ativismo bissexual na internet. Inspirado pelo bordão crítico do feminismo para o qual “o pessoal é político”, a análise desloca o digital posicionando-o como espaço de disputas de poder e, portanto, político. O artigo mostra que a ampliação do consumo de conteúdo e das redes de troca de experiências entre bissexuais a partir do digital tem se colocado como central para a sociabilidade e organização política desses sujeitos. Nesse contexto, a sexualidade é mobilizada como

um marcador identitário e ao mesmo tempo como um sistema classificatório em torno do qual emergem disputas.

O ensaio de Monique Navarro e Luís Artur, de título *Modulações algorítmicas em plataformas digitais e o colonialismo de dados: reflexões para a construção de uma agência descolonial* discute como os algoritmos as subjetividades na sociedade contemporânea através do uso de diferentes instrumentos e técnicas que, de forma colonial e antropocêntrica, reificam a noção de um humano. Concentrados em possibilidades de descolonizar as epistemologias sobre o digital, o texto busca responder a questão: “Como podemos resistir nas (e com as) plataformas digitais?”.

Por fim, Carolina dos Anjos, nos traz a resenha *Esfera pública técnico-midiatizada: contemporâneo campo de batalhas morais e políticas identitárias*. A resenha nos apresenta ao livro *Batalhas Morais: política identitária na esfera pública técnico-midiatizada*, publicado em 2021 por Richard Miskolci. Para Anjos, o argumento central do livro tece reflexões críticas ao modelo de práticas de políticas identitárias contemporâneas, as quais se deram como Batalhas Morais na Esfera Pública Técnico-Midiatizada. O livro, nos conforme nos apresenta, é organizado em capítulos breves e bem sistematizados, e confronta às formas discursivas punitivistas presentes na esfera pública técnico-midiatizada produzidas sob a égide do empreendedorismo de si e da economia da atenção, que se valem de léxicos não científicos como “lugar de fala”, “cisgeneridade” e “experiência”, termos por vezes utilizados como uma blindagem à contra-argumentação, buscando monopólio da fala (ou “protagonismo”). Para a autora, em consonância com a proposta do livro que resenha, embora a formulação de políticas públicas demande certas fixações, uma vez que lhes é fundamental a descrição de quem são os sujeitos da política formulada (ou quem pode ou não acessá-las), na produção científica fixações ou essencialismos devem ser evitados, pensando-se sempre a partir das análises das diferenças (*differance*).

O dossiê apresenta um conjunto de discussões que entrelaçam as mídias digitais, sexualidade, instituições e política no mundo contemporâneo digitalmente conectado. A iniciativa de elaboração da reunião de textos aqui expostos advém, principalmente, de duas experiências coletivas de trabalho: o Grupo de Pesquisa em Sociologia Digital, vinculado ao CNPq e os encontros no Simpósio de Pesquisas Pós-Graduadas que ocorreram anualmente nos eventos da ANPOCS, desde 2016. A interlocução entre os organizadores do dossiê, bem como com a rede de pesquisa mais ampla, não somente impulsiona a composição do dossiê, como também busca abrir espaço para reflexões que contribuam para o campo da Sociologia Digital no Brasil.

Em parte, são estudos que buscam enfrentar o desafio colocado para as pesquisas com mídias digitais: a produção de conceitos, teorias, metodologias e esquemas analíticos que permitam elaborar uma compreensão com base empírica para entender as especificidades dos arranjos sociotécnicos, das

dinâmicas típicas das sociedades em rede e para explicar os fatores que influenciam os sujeitos e as instituições sociais que as compõem, bem como as implicações sociais. Trata-se de um campo de estudos em franca expansão à medida que a tecnologia se mostra mais presente na vida social.

O número também conta com um texto de fluxo contínuo, intitulado *Movimento Hardcore: associativismo e contracultura na construção da identidade*, cujo objetivo é compreender, por meio de entrevistas narrativas, como sujeitos inseridos no movimento Hardcore constroem suas identidades e ações associativas. Os autores consideram que o Hardcore consegue manter certa harmonia entre a emergência individual de uma organização profissional e a sustentação das diferenças na identificação com um movimento de contracultura.

Isto posto, podemos afirmar que um dos principais objetivos desta publicação é contribuir para colocar em circulação a produção nacional das Ciências Sociais sobre o contexto sociotécnico contemporâneo, ampliando o debate a respeito sobre relações complexas entre tecnologia, cultura, política e sociedade. Acreditamos que a coletânea de artigos reunidos neste número interessa a antropólogos, sociólogos, cientistas políticos, pesquisadores e pesquisadoras das humanidades de modo geral.

Temos certeza que a contribuição dos estudos para a compreensão das articulações entre relações sociais e mídias digitais, uma das áreas de pesquisa mais originais e estimulantes da atualidade, permitirá criar conexões sobre novos contextos e espaços de diálogo e debate.

Anna Paula Vencato - Doutora em Antropologia. Professora Adjunta do Departamento de Ciências Aplicadas à Educação da Universidade Federal de Minas Gerais. Contato: <apvencato@ufmg.com.br>. Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/0542304469914856>>..

Felipe Padilha - Doutor em Sociologia. Professor substituto do Departamento de Sociologia da Universidade Federal da Bahia. Contato: <felipeapa@yahoo.com.br>. Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/5608497895561456>>. Orcid: <<https://orcid.org/0000-0002-5511-7252>>.



Uma virada conservadora: pânico moral, mídias digitais, (des)ilusões e (des)afetos no Brasil dos anos 2010

A conservative turn: moral panic, digital media, (dis) illusions and (dis) affects in Brazil of the 2010s

■ Anna Paula Vencato; Regina Stela Corrêa Vieira

Resumo

A década de 2010 no Brasil marcou o início de uma virada conservadora na esfera política e nas relações familiares, que culminou no crescimento do apoio e ascensão ao poder de setores reacionários. As questões de gênero e sexualidades e as políticas públicas voltadas às minorias sociais, que foram ampliadas ainda que de forma tímida nos governos anteriores, passaram a ser alvo de discursos de ódio, que espalharam desinformação e *fake news*. A pauta dos Direitos Humanos foi deturpada e o pânico moral passou a ser instrumento dos grupos conservadores para obter apoio político. O presente artigo abordará essa problemática, analisando casos como o “kit gay” para escolas públicas, a “mamadeira de piroca” e seus desdobramentos nas eleições de 2018.

Palavras-chave

Direitos Humanos; gênero; sexualidades; virada conservadora; pânico moral.

Abstract

The 2010s in Brazil has marked the beginning of a conservative turn in the political sphere and in family relations, culminating in a larger support and rise to power of reactionary sectors. Gender and sexuality issues and public policies aimed at social minorities, which were broadly but shyly expanded in previous governments, became the target of hate speech, which spread misinformation and fake news. The human rights agenda was misrepresented and moral panic became an instrument of conservative groups for political support. This article aims to address this issue by examining cases such as the "gay kit" for public schools, the "mamadeira de piroca" ("penis baby bottle") and its developments in the 2018 elections.

Keywords

Human Rights; gender; sexualities; conservative turn; moral panic.

Introdução

O século XXI parece flertar, contraditoriamente, com a esperança de um futuro melhor e a desesperança de tempos de incerteza, em que estão em cheque as bases da sociedade e do planeta como conhecemos, em face ao esgotamento do modelo econômico, desequilíbrio ambiental e tecnologias que concorrem com o ser humano e desagregam espaços coletivos de convivência. No Brasil, se os anos 2000 foram palco da vitória de programas de governo que punham em diálogo interesses econômicos e populares, a partir de 2016, com o golpe que tirou Dilma Rousseff do poder, a onda de retrocesso não poupou a pátria amada.

A esperança por um Brasil melhor, com menor desigualdade e mais oportunidades tem se desmanchado dia após dia. Uma série de reformas sociais foram colocadas em movimento, incluindo a trabalhista e a previdenciária, e a política econômica tem sido de contingenciamento de gastos públicos, o que impede investimento em setores básicos e estruturais – i.e. Emenda Constitucional 95/2016 e o bloqueio orçamentário de 30% na educação superior e técnica. Além disso, o país presencia uma guinada ao conservadorismo, com uma onda crescente de ódio propagada por correligionários do atual presidente de República, Jair Bolsonaro, que pregam desde um anticomunismo antiquado até o fim da “ideologia de gênero”.

Diante desse mote, caímos necessariamente no debate dos direitos humanos, em especial gênero e sexualidades, e na incapacidade de no Brasil firmarmos narrativas históricas sobre a construção direitos e garantias fundamentais. Essas narrativas estão sendo recontadas por perspectivas obscurantistas, estando pautadas no alastramento do que se poderia chamar de *pânico moral*. Conforme Richard Miskolci,

“O conceito de pânico moral permite lidar com processos sociais marcados pelo temor e pela pressão por mudança social. Este conceito se associa a outros de muitas áreas como desvio, crime, comportamento coletivo, problemas e movimentos sociais, pois permite esclarecer os contornos e as fronteiras morais da sociedade em que ocorrem. Sobretudo, eles demonstram que o grau de dissenso (ou diversidade) que é tolerado socialmente tem limites em constante reavaliação”¹ (2007, p. 112).

¹ Para Miskolci poder-se-ia criticar o uso do termo pânico, uma vez que busca explicar um fenômeno social remetendo-se a sentimentos ou atos irracionais. Por outro lado, justifica-se por se tratar de um fenômeno distinto daquele causado, por exemplo, de crises econômicas. Assim, “o foco no ‘medo’ enfatiza como as reações a comportamentos não-convencionais não surgem sempre por meio de julgamentos realistas e ponderados a respeito das consequências coletivas

Dessa forma, trataremos aqui de discursos socialmente construídos ao longo da última década, conflitantes na sociedade brasileira, em que pautas relacionadas à proteção e inclusão de minorias políticas² ou de defesa dos direitos humanos sofrem questionamentos e enfrentamento por parte de determinados setores sociais compreendidos como conservadores (e que se reivindicam como tal).

Para pensar a questão dos discursos nos inspiramos em Foucault (2012), quando nos diz que estes não são uma cópia exata, mas uma representação culturalmente construída pela realidade. Para o autor, “(...) em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que tem por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade” (2012, p. 8-9). Assim, o discurso confere materialidade a determinado imaginário social (e não outros), uma vez que diz respeito, em última instância, ao poder e ao controle.

Em termos metodológicos, foi utilizada revisão bibliográfica de autores de diversos campos das Ciências Humanas que debatem as questões relativas ao discurso do ódio, opressão de gênero e LGBTfobia³, bem como temáticas de política nacional e debates sobre as alterações jurídicas encaminhadas desde 2016. Somou-se a análise documental de matérias jornalísticas e documentos oficiais do Governo Federal, coletadas como amostra da hipótese aqui desenvolvida.

Pânico moral em face às questões de gênero e sexualidades

O início de um debate público mais organizado e amplo contra a igualdade de gênero e os direitos sexuais e reprodutivos como políticas de Estado no Brasil estabeleceu-se em razão do Programa Escola sem Homofobia, em 2011. Este programa, que previa a elaboração de material didático a ser distribuído nas escolas com o intuito de combater a homofobia, estava vinculado à Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização, Diversidade e Inclusão do Ministério da Educação (SECADI/MEC). Era supervisionado pela *Global Alliance for LBGT Education*, da

de estilos de vida particulares. A reação social a um fenômeno aparentemente perigoso surge tanto do perigo real quanto do temor de que ele ameace posições, interesses, ideologias e valores”. (2007, p. 112).

²Minorias em termos de representatividade, vale lembrar, muitas vezes não se configuram em minorias numéricas, por exemplo no caso da divisão entre pessoas brancas e não brancas no Brasil, ou no número de mulheres comparado ao número de homens. Outro índice que exemplifica bem essa questão é a maior representatividade social de ricos sobre não-ricos (inclusive, em não-ricos, pessoas oriundas das classes médias).

³ LGBT é um acrônimo para Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais. Mais recentemente, o movimento adotou a sigla LGBTQI+, incluindo *queers*, intersexuais e demais identidades dissidentes. Optamos por utilizar a sigla reduzida, por ser ela a utilizada como alvo do discurso conservador aqui abordado.

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (GALE/UNESCO), e pela Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais, e executado pela Comunicação em Sexualidade – ECOS, em parceria com a *Pathfinder* Brasil e a Reprolatina - Soluções Inovadoras em Saúde Sexual e Reprodutiva (Oliveira Júnior & Maio, 2017).

“Apelidado pejorativamente de ‘kit gay’, este material pedagógico de combate à homofobia no ambiente escolar tornou-se o alvo maior das críticas ao Programa Escola sem Homofobia, em especial, oriundas da chamada ‘bancada evangélica’ e de parlamentares conservadores e ultraconservadores, entre os quais se destacaram os discursos inflamados e amplamente difundidos pela mídia e redes sociais do deputado Jair Bolsonaro (PP-RJ), os quais acusava, que o conteúdo do kit faria ‘apologia ao homossexualismo e à promiscuidade’” (DESLANDES, 2015, p. 50).

A distribuição do material foi oficialmente vetada pela então Presidenta da República, Dilma Rousseff. O Ministro da Secretaria-Geral da Presidência, Gilberto Carvalho, pronunciou-se à época, após se reunir com as bancadas evangélica, católica e da família, afirmando que:

“O governo entendeu que seria prudente não editar esse material que está sendo preparado no MEC. A presidente decidiu, portanto, a suspensão desse material, assim como de um vídeo que foi produzido por uma ONG - não foi produzido pelo MEC - a partir de uma emenda parlamentar enviada ao MEC” (PASSARINHO, 2011).

Ainda neste pronunciamento, Carvalho afirmou que o Governo Federal passaria a realizar consultas públicas sobre temas relacionados a “costumes”, mesmo que a decisão não se tratasse de um recuo do governo no combate à homofobia. Nas palavras do Ministro, “Não se trata de recuo. Se trata de um processo de consulta que o governo passará a fazer, como faz em outros temas também, porque isso é parte vigente da democracia” (PASSARINHO, 2011).

A esta declaração soma-se outra, da então Presidenta da República, em que afirmava que embora não tivesse assistido a todos os vídeos do material, não concordava com o conteúdo do trecho que fora veiculado na mídia⁴. Disse ainda que “O governo defende a educação e também a luta contra práticas homofóbicas. No entanto, não vai ser permitido a nenhum órgão do governo fazer propaganda de opções sexuais” (DAMÉ, 2011).

Não vamos nos aprofundar aqui no debate sobre a proibição do material anti-homofobia que nem mesmo foi distribuído nas escolas⁵. O que nos interessa é que ele acabou por ser reconhecido,

⁴ O conteúdo dos vídeos veiculados pela imprensa que integrariam o “kit anti-homofobia” contavam três histórias que se passavam na escola, com adolescentes: uma sobre o namoro entre duas garotas, outra sobre transexualidade e outra sobre bissexualidade. Maiores detalhes, cfr.: <https://oglobo.globo.com/politica/confira-os-videos-que-poderiam-ser-incluidos-no-kit-anti-homofobia-2765051>

⁵Sobre este debate, ver as análises de Fernandes (2011a, 2011b) e Oliveira Júnior & Maio (2017).

algum tempo depois, como uma espécie de divisor de águas nas políticas públicas brasileiras que concernem o direito às diferenças. Na conjuntura política da época, este episódio, se não marca o início de uma ofensiva conservadora, que acarreta diversos debates na sociedade brasileira contrários à pauta dos direitos sexuais e reprodutivos, às questões de gênero, e às temáticas tidas como “progressistas”, ao menos acirra disputas até então mais brandas que apontavam para este sentido (QUADROS e MADEIRA, 2018).

Muitos desses debates ocorreram no âmbito do Congresso Nacional, puxados por parlamentares conhecidos como da “Bancada BBB” ou “Bíblia Boi e Bala”, em referência às bancadas evangélica, do agronegócio e armamentista, formadas para articulação legislativa em prol de interesses de seus grupos. Embora esses Parlamentares não se constituam como um grupo homogêneo, é possível afirmar que:

“[...] o mote a partir do qual lideranças relevantes passaram a reivindicar abertamente a identidade de direita não foi o liberalismo econômico que emergiu na década de 1990 (com presença importante na agenda política desde o governo Collor e das privatizações ocorridas sob Fernando Henrique Cardoso), mas o conservadorismo envolvendo questões morais e os apelos de repressão à criminalidade, que ganharam volume a partir de 2010, englobando duas vertentes distintas, mas complementares: a religiosa e a laica” (QUADROS e MADEIRA, 2018, p. 516).

Ainda, conforme esses autores, evidencia-se que “[...]a mobilização dessas categorias é muito mais reativado que proativa (configurando aqui mais uma das principais características do conservadorismo), e se dá em função de avanços ‘intoleráveis’ em algumas das ‘pauta progressistas’ no Executivo, no Legislativo e no Judiciário”(QUADROS e MADEIRA 2018, p. 516).

Nesse contexto, entram em cena um conjunto de ações que buscam evitar a ampliação de direitos LGBT e a descriminalização do aborto, ao mesmo tempo em que buscam o recrudescimento da legislação penal no país. A esse conjunto de ações também se soma o esforço da construção de uma identidade desse grupo de parlamentares como “de direita”, a ser utilizada como instrumento de ganho de votos nos processos eleitorais. A partir dos valores que norteiam o conservadorismo, esses deputados opõem-se frontalmente à pauta dos direitos humanos, reagindo contra uma “ameaça” oriunda de projetos identificados com a esquerda, como a igualdade e a retificação social (QUADROS e MADEIRA, 2018).

Por meio de posicionamentos conservadores de parlamentares, lideranças religiosas e alguns outros personagens com voz ativa nos veículos de comunicação, paulatinamente constrói-se um cenário em que os direitos das minorias sociais, ainda em processo de construção e conquista, passam a ser questionados e atacados por discursos públicos que se contrapõem a certa noção de direitos humanos, igualdade e justiça social. Tais discursos podem ser traduzidos em expressões atualmente

correntes, como “direitos humanos para humanos direitos”. Exemplifica esses movimentos no país a projeção e força conquistada pelo movimento “Escola sem Partido” (idealizado em 2004, pelo advogado Miguel Nagib) e pela ofensiva contra o que se convencionou chamar de “ideologia de Gênero”, pautada pela Igreja Católica e abraçada pelas igrejas protestantes, especialmente neopentecostais.⁶

Conforme Rogério Junqueira (2018, p. 451), ofensivas como essas engajam “setores e grupos interessados em promover uma agenda política moralmente regressiva, especialmente (mas não apenas) orientada a conter ou anular avanços e transformações em relação a gênero, sexo e sexualidade”. O autor complementa, afirmando que:

“Na esteira dessas investidas, constroem-se discursos inflamados com vistas a produzir ou a alimentar *pânico moral*⁷ (Cohen, 1972, 2011), por meio de estratégias político-discursivas voltadas a arregimentar a sociedade em uma batalha em defesa da "família tradicional". Essa cruzada implica intensa mobilização política e discursiva em favor da reafirmação das hierarquias sexuais, de uma assim dita "primazia dos pais na formação moral e sexual dos filhos", da retirada da educação para a sexualidade nas escolas, da restrição ao acesso de adolescentes a informações sobre saúde sexual, do rechaço a arranjos familiares não heteronormativos, da repatologização das homossexualidades e transgeneridades, entre outros posicionamentos que representam cerceamentos a direitos e garantias fundamentais” (JUNQUEIRA, 2018, p. 451).

Com isso, assiste-se à negação dos direitos sexuais como direitos humanos, ao combate contra perspectivas que defendem a igualdade de gênero e à re legitimação de “visões de mundo, valores, instituições e sistemas de crenças pautados em marcos morais, religiosos, intransigentes e autoritários” (JUNQUEIRA, 2018, p. 451). Caso emblemático que envolve pânico moral relacionado ao gênero e às sexualidades foram as eleições presidenciais de 2018.

O pleito presidencial brasileiro, a exemplo do que ocorrera nos Estados Unidos em 2016 (OLIVEIRA KALIL, 2018), foi permeado por campanhas polêmicas e com intenção de causar pânico

⁶ Há uma recente produção bibliográfica que versa sobre o “Escola sem Partido” e o debate da “Ideologia de Gênero” no Brasil. Para fins da redação deste artigo nos utilizamos de Frigotto (2017); Junqueira (2017, 2018); Mattos (2018); Rios & Resadori (2018); Vencato, Silva & Alvarenga (2018).

⁷ Conforme Stanley Cohen (1972, p. 9), o pânico moral refere-se a “uma condição, um episódio, uma pessoa ou um grupo de pessoas passa a ser definido como um perigo para valores e interesses societários; sua natureza é apresentada de uma forma estilizada e estereotipada pela mídia de massa; as barricadas morais são preenchidas por editores, bispos, políticos e outras pessoas de Direita; especialistas socialmente aceitos pronunciam seus diagnósticos e soluções; recorre-se a formas de enfrentamento ou desenvolvem-nas. Então a condição desaparece, submerge ou deteriora e se torna mais visível. Algumas vezes, o objeto do pânico é absolutamente novo e outras vezes é algo que existia há muito tempo, mas repentinamente ganha notoriedade. Algumas vezes o pânico passa e é esquecido, exceto no folclore e na memória coletiva. Outras vezes ele tem repercussões mais sérias e duradouras e pode produzir mudanças tais como aquelas em política legal e social ou até mesmo na forma como a sociedade se compreende” (*apud* MISKOLCI, 2007, p. 111).

moral, impulsionado pelo uso das “*fake news*”⁸ viralizadas⁹ pelas das mídias digitais – com respaldo das mídias tradicionais e veículos jornalísticos da televisão, rádio e/ou impressos, que também traziam para seu público estes debates, mesmo quando buscavam “desconstruir” notícias falsas.

Importa lembrar que, no caso das mídias digitais, as “notícias falsas” circulavam amplamente nas redes por vezes como uma verdade que deveria causar indignação a quem a recebesse, outras vezes como uma mentira a ser combatida ou esclarecida. Nos dois casos, a notícia ganhava notoriedade e ampliava seu alcance, fazendo da denúncia mesma um instrumento de sua divulgação. Conforme Oliveira Kalil:

“Ao observar a atuação política tanto do campo mais conservador quanto do campo mais progressista, um dado importante é o de que a extrema direita, no Brasil, tem feito das manifestações de rua uma espécie de ‘laboratório de experimentação’, um campo de testes para colocar à prova uma nova forma de comunicação e, conseqüentemente, de se fazer política. Assim, trata-se de um fenômeno que ocorre na internet, mas que é parte de uma articulação entre as ruas e as redes sociais. (...)” (2018, p. 6).

Um dos temas mais difundidos na ocasião da eleição presidencial de 2018¹⁰ dizia respeito às “mamadeiras eróticas”¹¹, supostamente distribuídas pelo então candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), Fernando Haddad. A origem desta notícia deu-se a partir de um vídeo publicado por um “pai indignado”, no qual via-se apenas sua mão segurando uma mamadeira cujo bico de borracha, em forma de aparelho sexual masculino (pênis e saco escrotal), era preso à garrafa por um anel de fechamento com rosca cor-de-rosa claro. No vídeo informava-se que a mamadeira havia sido distribuída pelo PT nas creches de um município não informado, com o intuito de “combater a homofobia”. O cidadão indignado, protagonista e narrador das imagens, também conclamava sua audiência a prezar para que se deixassem os meninos continuarem meninos e as meninas continuarem meninas.

⁸ Para uma análise sobre as “*fake news*”, ou a disseminação de boatos, notícias falsas, histórias fabricadas, etc., e seus impactos nas mídias digitais, jornalismo e sociedade, ver Delmazo & Valente (2018).

⁹ De acordo com Torres, “[...] emprestado da biologia, o termo viralização remete a algo que se espalha de maneira contagiosa, infectando e se disseminando na internet”. (2016, p. 60).

¹⁰ Conforme Oliveira Kalil (2018), os dados de sua pesquisa sobre o perfil do eleitorado do atual presidente Jair Bolsonaro, ainda no âmbito do primeiro turno do pleito em que se elegeu, revelava que o perfil deste era composto de uma multiplicidade no padrão de eleitores e, sobretudo, a estratégia de comunicação do então candidato “(...) se baseou em segmentar as informações para os diferentes perfis de potenciais eleitores” (2018, p. 6). A mesma estratégia se manteve na disputa do segundo turno.

¹¹ Apelidadas de “mamadeiras de piroca”.

O referido vídeo teve quase cinco milhões de visualização, de acordo com a página da internet “O antagonista”, auto-identificada como “de direita” (MAINARDI e SABINO, 2019), em matéria intitulada “A mamadeira de Haddad”¹². Nela informava-se, em um texto rápido, que a campanha de Haddad havia derrubado na Justiça Eleitoral essa *fake news*.

Concomitantemente à “mamadeira”, outra *fake news* da época da campanha eleitoral que circulou pelas mídias digitais foi um *meme*¹³ com a foto de Fernando Haddad ao fundo sobrescrita com o texto "Ao completar cinco anos de idade, a criança passa a ser propriedade do Estado! Cabe a nós decidir se menino será menina e vice-versa! Aos pais cabe acatar nossa decisão respeitosamente! Sabemos o que é melhor para as crianças!" (SCHULTZ e VELASCO, 2018). Além do pânico moral aqui se aciona a pauta do estado mínimo, que posteriormente, nas medidas tomadas pelo já empossado governo Bolsonaro, mostrou-se não apenas neoliberal, mas anarco-capitalista, no sentido de aniquilar toda e qualquer regulação da economia advinda do Estado (CFR. BERCOVICI, 2019).

O avançar do mandato, aliás, sem oposição política que seja forte o suficiente para deter os interesses econômicos representados por este governo, o discurso veiculado por Jair Bolsonaro tem-se tornado mais opressivo, segregador e violento contra o “Outro” (Cfr. MBEMBÉ, 2016; BUTLER, 2003) ou o “anormal” (RUBIN, 1984). Isso é verbalizado pelo atual Presidente da República quando ataca o que identifica como oposição, chamados de “turma vermelha” ou “comunistas”, e as populações que para ele representam afrontas à família tradicional cis-heteronormativa, em especial feministas e LGBTs¹⁴.

É possível identificar nos discursos conservadores exemplificados, e também nas *fake news* que os impulsionam, uma reconstrução das intenções do que os movimentos sociais pleiteavam ou pretendiam fazer, sustentada pela aplicação de uma agenda econômica totalmente voltada aos interesses do capital financeiro. Assim, a pressão dos movimentos por um Estado que incorpore as lutas por igualdade e que tenha abertura¹⁵ para a inclusão de minorias sociais nas políticas públicas gera reações na sociedade e na classe política. A esse respeito:

¹² Matéria de 06/10/2018 - <https://www.oantagonista.com/brasil/mamadeira-de-haddad/>

¹³ “No contexto da internet, meme é uma mensagem quase sempre de tom jocoso ou irônico que pode ou não ser acompanhada por uma imagem ou vídeo e que é intensamente compartilhada por usuários nas mídias sociais.” (Torres, 2016, p. 60).

¹⁴ Bolsonaro, por exemplo, afirmou em discurso ao vivo nas suas redes sociais, dia 14 de agosto de 2019, que “O cocô é essa raça de corrupto e comunista, Nas próximas eleições, nós vamos varrer essa turma vermelha do Brasil”. <https://exame.abril.com.br/brasil/vamos-acabar-com-o-coco-que-sao-corruptos-e-comunistas-diz-bolsonaro/>

¹⁵ Embora não seja o objeto deste texto, vale dizer que algumas pautas, em especial as que envolviam direitos sexuais e reprodutivos, também encontravam resistência dentro de setores “mais conservadores” da própria “esquerda”, então Governo. Nesse sentido, vale a pena retomar as análises de Balieiro (2018), Deslandes (2015), Junqueira (2017, 2018),

“A oposição a tal agenda de direitos humanos se efetuou a partir de um recurso discursivo estratégico: uma mudança na chave interpretativa na qual a expansão de direitos à população LGBT contida nas iniciativas governamentais era concebida como uma ameaça às crianças. No lugar de se apresentarem como contrários à equiparação de direitos, os agentes do pânico moral se mostraram como defensores dos direitos das crianças, enquanto seus adversários foram transformados em inimigos com presumidas intenções ocultas que ameaçariam as bases da sociedade. A transformação interpretativa, levada a cabo pelos agentes que dispararam o pânico moral, obliterou posicionamentos de fundo preconceituoso que, quando explícitos, poderiam desqualificar sua fala. A construção da ameaça às crianças revelou-se de intenso apelo à opinião pública, recebendo publicidade e tomando caráter passional, com consequências efetivas ao barrar iniciativas de combate à homofobia ou de respeito à diversidade sexual” (BALIEIRO, 2018, p. 4-5).

Nesse interim, gênero e sexualidade foram colocados em pauta na arena pública, mas não no sentido da elaboração de instrumentos para a efetivação do postulado “todos os seres humanos nascem livres em dignidade e direitos” (ONU, 1948), conforme reivindicavam os movimentos sociais e visavam algumas políticas de Estado e/ou Governo¹⁶. Sobretudo com o uso massivo das mídias digitais, abriu-se a possibilidade de que essa narrativa, de repente, fosse transformada em outra, que afirmava que a ideia de igualdade era apenas uma tentativa de “assexuar” ou “hipersexualizar” crianças indefesas.

(Des)Afetos e a ofensiva contra os Direitos Humanos

A escola tornou-se, então, palco central dessa disputa, no qual professores e professoras ditos de “esquerda” eram acusados por cumprir “ordens” do governo “de esquerda” (como ficou identificado o PT nesses discursos) de inculcar seus valores em crianças e adolescentes indefesos/as (e também sem capacidade crítica, presumimos) através de uma “doutrinação”. O movimento mais reconhecido que se fortalece dentro desse debate foi o “Escola sem Partido”¹⁷, que conseguiu,

Mattos (2018), Oliveira Júnior & Maio (2017), Quadros & Madeira (2018), Vencato (2017), Vencato, Silva & Alvarenga (2018).

¹⁶ Vale aqui a menção, na esfera municipal, da criação do Programa Transcidadania pela Prefeitura de São Paulo, gestão Fernando Haddad (PT). Não localizamos pesquisas que comprovem a relação entre as *fake news* relacionadas à “mamadeira de piroca” e o programa de escolarização e inclusão de travestis no mercado formal de trabalho em São Paulo, mas acreditamos que o fato de esta política ter sido elaborada no governo Haddad tenha alimentado as notícias falsas.

¹⁷ O Escola sem Partido tem origem em meados de 2004, mas ganha notoriedade bem mais recentemente, impulsionado pela pauta contra a “ideologia de gênero” e o processo de impeachment da Presidenta Dilma Roussef (Frigotto, 2017, Vencato, Silva & Alvarenga, 2018). Recentemente, seu coordenador nacional, Miguel Nagib, anunciou a suspensão deste programa para o dia 01 de agosto de 2019, criticando ainda a falta de apoio que esperava do Presidente Jair Bolsonaro ao projeto (Ferreira, 2019). Contudo, o movimento “Professores contra o Escola sem Partido” reagiu em suas redes sociais a

inclusive, levar o Congresso Nacional um projeto de lei de mesmo nome, no qual consta a seguinte justificativa:

“É fato notório que professores e autores de livros didáticos vêm-se utilizando de suas aulas e de suas obras para tentar obter a adesão dos estudantes a determinadas correntes políticas e ideológicas; e para fazer com que eles adotem padrões de julgamento e de conduta moral – especialmente moral sexual – incompatíveis com os que lhes são ensinados por seus pais ou responsáveis. Diante dessa realidade – conhecida por experiência direta de todos os que passaram pelo sistema de ensino nos últimos 20 ou 30 anos –, entendemos que é necessário e urgente adotar medidas eficazes para prevenir a prática da doutrinação política e ideológica nas escolas, e a usurpação do direito dos pais a que seus filhos recebam a educação moral que esteja de acordo com suas próprias convicções” (PL 867, 2015, Câmara dos Deputados).¹⁸

É importante salientar que a internet, em especial os serviços de redes sociais, têm grande protagonismo na divulgação deste pânico moral. Em diversos momentos, as mídias tradicionais no país também se apropriam de discursos conservadores e valores tradicionalistas e passam a combater o Governo. Isso se dá, principalmente, por meio de artigos de opinião e “colunas”, mas não deixa de ganhar por vezes editoriais de grandes jornais e revistas no país quando tratam de direitos sociais e, especialmente, da pauta dos direitos humanos. Não é incomum encontrar nos veículos jornalísticos nacionais exemplos de violação de direitos humanos, como os casos em que suspeitos de crimes são expostos (nominalmente ou através da veiculação de suas imagens) como culpados antes mesmo de passarem por uma investigação e condenação pelo sistema judiciário, como preconiza a legislação vigente.

No caso do discurso sobre a “ideologia de gênero”, é comum ver jornais e revistas empregarem este neologismo como sinônimo de “teoria de gênero” ou “estudos de gênero”. Ainda, o espaço da mídia tradicional brasileira, desde que o embate acerca da “ideologia de gênero” se iniciou em meados de 2014 no Brasil, tem privilegiado as falas dos setores conservadores, que se contrapõem à ideia de gênero como uma construção social e no que diz respeito às formas como masculinidades e feminilidades são engendradas e se engendram em diferentes culturas ao redor do mundo.

esta notícia, lembrando que mesmo que o Escola sem Partido não continue suas atividades, seu legado permanece vivo na sociedade brasileira e precisa ser enfrentado em prol de uma educação que se garanta democrática (@profscontraoesp, Instagram, 18 de julho de 2019).

¹⁸ O PL 867/20015 está hoje pensado ao PL 7180/2014, que possui proposta semelhante de “Incluir entre os princípios do ensino o respeito às convicções do aluno, de seus pais ou responsáveis, dando precedência aos valores de ordem familiar sobre a educação escolar nos aspectos relacionados à educação moral, sexual e religiosa”. Cfr: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=1050668>

Se não reproduziu por completo o discurso conservador, a mídia tampouco contribuiu para esclarecer dúvidas deixadas nas entrelinhas de falas que atacavam, por exemplo, defensores de direitos humanos.¹⁹ Isso permitiu que chegássemos à metade do primeiro ano de governo Bolsonaro sem que ele precisasse, enquanto chefe de Estado, rever ou, ao menos, conter os ataques proferidos a quem pensa diferente dele. Aliás, nem mesmo fundamentos básicos do Estado Democrático de Direito (art. 1º da Constituição de 1988) parecem ser respeitados. Em discurso de agosto de 2019 em evento evangélico, Bolsonaro afirmou que “as leis existem para proteger maiorias” e não podem ferir seus princípios. Essa maioria, segundo o próprio presidente, seria cristã, motivo pelo qual ele iria “respeitar a inocência as crianças” em face da “ideologia de gênero”, que seria “coisa do capeta” (SOARES e GULLINO, 2019).

Assistimos, assim, à construção de uma sociedade composta por auto-verdades, como denominado por Eliane Brum (2018), formada por discursos de ódio e *fake news* mal esclarecidas, que abrem brechas para que a História não apenas possa ser recontada pelo ponto de vista dos “vencedores”, mas apagada e reescrita a partir da negação da racionalidade, do alastramento do medo e da força de interesses político-religiosos.

Para compreender a aqui denominada “virada conservadora” da política nacional, é preciso lembrarmos que, nos últimos anos, houve o alastramento e ampliação da força de movimentos com pautas identitárias, reivindicando igualdade e respeito às diferenças, somado à atuação de instituições como a Organização das Nações Unidas e à abertura dada a tais pautas pelos governos petistas. Isso gerou uma onda de ganhos sociais, embora tímidos, que passaram a figurar no cenário político e social brasileiro (BENTO, 2018).

Berenice Bento (2018) explica que, com a emergência dos direitos das minorias sociais (em especial relativas ao gênero e às sexualidades, mas não apenas), também entram em cena outros discursos, pautados numa ideia de falta ou de perda de espaço/direitos pelos setores conservadores. É como se “a poucos se desse muito e a muitos se desse pouco”. Nesse contexto, organiza-se um discurso de amplo alcance, que se utiliza das mídias tradicionais (e adicionamos aqui, digitais) para difundir uma espécie de pânico moral na sociedade brasileira. Conforme analisa Bento,

“O medo tem sido um recurso historicamente utilizado pelas direitas para produzir adesões. Nas disputas pelo poder político institucional, há outro dispositivo discursivo acionado pelas

¹⁹ Enquanto candidato à presidência da República, Jair Bolsonaro atribuía a defesa dos Direitos Humanos a uma “ideologia de esquerda”, prometeu deixar o Conselho de Direitos Humanos da ONU se eleito, afirmou que considera um “desserviço” ao país que o Estado disponibilize recursos para movimentos em defesa dos direitos humanos. Enquanto deputado, ele postou em seu Twitter uma foto na qual se lê que os direitos humanos são o “esterco da vagabundagem” (Martins & Peron, 2018).

direitas: o da eficácia. No poder institucional exigem-se níveis de conhecimentos técnicos que apenas aqueles/as que estudaram possuem. Nada fascina mais o imaginário social do que a crença de que um empresário bem-sucedido irá colocar seus conhecimentos de gestão a serviço do Estado. Ou, ainda, quando os tecnoburocratas são convocados para explicar (o verbo é sempre “explicar”) que os dados da Previdência Social não fecham, sendo a Reforma o único caminho para nos salvar do precipício. A GloboNews²⁰ tem sido um dos lugares privilegiados em transfigurar questões políticas em técnicas” (2018).

Bento (2018) completa seu raciocínio afirmando que a “politização do privado produz níveis de instabilidade emocional vivenciados com angústia e medo. Nada é mais dramático do que a luta de valores no âmbito da família”. Para a autora, a tentativa de silenciar vozes dissonantes dentro desse espaço muitas vezes é feito por meio de violência, o que gera uma profunda crise ética. “Estes sentimentos, vazios politicamente, são preenchidos de sentido por movimentos como a TFP²¹, nos anos de 1960 e, atualmente, pela Escola sem Partido e pelo MBL²²” (BENTO, 2018). Encontramos, novamente aqui, o discurso do “outro” (qualquer outro) como uma ameaça, seja ela clara ou ainda não revelada, motivo pelo qual a solidariedade passa a ser “percebida como uma armadilha traiçoeira para os ingênuos, crédulos, tolos e levianos”, especialmente “uma solidariedade empenhada de tipo juramentada ou pactuada” (BAUMAN, 2018, p. 95).

Por conseguinte, fugir da “armadilha” da solidariedade torna-se a atitude “racional” a se tomar: “Na moeda agora em circulação a solidariedade não paga. Em vez de ser um ativo confiável, inclina-se morbidamente para o passivo. A bolsa de valores da “política da vida” desvaloriza o “capital social” (...) ao mesmo tempo em que valoriza a auto-referência, o egoísmo e uma propensão social à autoafirmação.” (BAUMAN, 2018, p. 95).

É nesse contexto que qualquer direito duramente conquistado pelas minorias nas últimas décadas passa a ser contestado e visto como ameaça no período mais recente, uma vez que,

“(...) todo sucesso do ser humano ou do grupo humano pode ser percebido como mais um caso ofensivo e exasperador da minha própria privação – e, deste modo, somar-se ao estoque das minhas queixas. Na sociedade individualizada, a competição pelos benefícios universalmente desejados, e ainda por cima em falta, só pode ser sentida como um jogo de

²⁰ Canal da televisão paga que transmite notícias durante todo o dia, vinculado à Rede Globo de Televisão.

²¹ A TFP, ou Sociedade Brasileira de Defesa da Tradição, Família e Propriedade, se define em sua página na internet como uma “entidade cívica, cultural e filantrópica, de inspiração católica, fundada por Plínio Corrêa de Oliveira em 1960.” <https://www.tfp.org.br>

²² Ou Movimento Brasil Livre, iniciado em meados de 2014. Conforme Araldi, “A origem do MBL está ligada ao Estudantes pela Liberdade (EPL), uma organização estudantil sustentada com recursos de *think-tanks* estadunidenses, como a *Atlas Research Economic Foundation*, relacionada aos conglomerados do petróleo dos Estados Unidos, bem como a *Students For Liberty* (SFL), sua fundadora norte-americana. Ou seja, a EPL, que deu origem ao MBL, é a representante brasileira da SFL. De acordo com reportagem da Agência Pública de Jornalismo Investigativo, o grupo surge como uma alternativa de financiamento para fomentar ideologias de interesse de grupos empresariais e defender os interesses de empresas estadunidenses no Brasil” (2017, p. 2).

soma zero. O sucesso de todos é percebido como minha derrota e parece diminuir minhas chances já magras de ‘subir na vida’. Fica-se então tentado a abandonar a ideia de percepção de ‘privação relativa’²³ em favor da percepção de sua forma universal. O efeito colateral da percepção de ‘universalidade’ da privação é, entretanto, a sensação de que a privação não tem cura: o que quer que eu faça dentro do reino da ‘política da vida’, ela não vai acabar. Está fadada a continuar a ser o meu destino não negociável, enquanto minhas ações concebíveis permanecerem confinadas no interior desse reino.” (BAUMAN, 2018, p. 96)

Sem solidariedade, a retórica da criação dos direitos humanos não mais se sustenta, uma vez que o indivíduo deixa de sentir empatia e, pelo contrário, passa a ver o “outro” como opositor. Desse forma, os ataques aos direitos dos grupos mais vulneráveis acabam por representar o início do desmantelamento do tecido de proteção social brasileiro, cujo escopo é a Constituição de 1988. Manter a cis-hetorenormatividade²⁴ e os padrões de família patriarcal burguesa permitem a manutenção das relações de poder como estão, sendo que, não à toa, as escolas tornaram-se campo de disputa para evitar desvios do pensamento hegemônico.

Conclusão

A história das mudanças sociais é muito mais dinâmica e cheia de nuances e complexidades do que podemos mapear. O conjunto de pesquisas e trabalhos sobre gênero e sexualidades, compreendidos como uma seara fundamental dos Direitos Humanos são hoje incontáveis mundo afora. Também são incontáveis os momentos de retrocesso. Em 2019, conforme argumentamos, passamos por um momento de grandes retrocessos e de enfrentamentos, parecendo que muitos dos direitos conquistados historicamente pelas minorias sociais estão ameaçados.

Esse contexto de instabilidade política está permeado pelas formas de comunicação do mundo atual, a respeito das quais ainda temos pouca noção dos desdobramentos dos (ab)usos de ferramentas como as mídias digitais ou, mesmo, dos discursos da mídia tradicional, quando alinhada a interesses políticos relacionados ao mercado e à defesa do capitalismo. Ainda assim, é preciso lembrar que tais

²³ Conforme Bauman, a ideia de “privação relativa”, implica na compreensão de que “não são o volume e a severidade absolutos, ‘objetivos’, das privações sofridas que determinam a dissensão e o descontentamento e a dissensão dos sofredores, levando finalmente a protestos e rebeliões, mas o volume de desvio e intensidade das privações que eles são obrigados a suportar em relação ao padrão de distribuição de privações entre os diferentes setores da sociedade – o padrão tacitamente aceito como “normal” e, portanto, legítimo.” (2018, p. 91-92).

²⁴ Conforme Mattos & Cidade, cis-heteronormatividade diz respeito à “(...) perspectiva que tem a matriz heterossexual como base das relações de parentesco e a matriz cisgênera como organizadora das designações compulsórias e experiências das identidades de gênero; ambas produzindo efeitos que são naturalizados em nossa cultura, a partir da constituição de uma noção de normalidade em detrimento da condição de anormalidade, produzindo a abjeção e ocultamento de experiências transgressoras e subalternas” (2016, p 134).

discursos são produzidos no interior de uma mesma sociedade, logo, também encontramos nela espaços para a crítica e a resistência.

Se por um lado, o avanço das pautas dos movimentos sociais, em especial feminista e LGBT, fez com que se ganhasse espaço nas ruas, casas e discursos sociais, houve uma reação do lado conservador que busca reconquistar os espaços que entendem por “perdidos” (BENTO, 2018). Sobre o momento atual, Pinheiro-Machado e Mury Scalco (2018) argumentam que é difícil falarmos apenas em uma “virada conservadora”. Para as autoras, “esperança e ódio não são – e nunca foram – categorias excludentes, mas coabitam ganhando maior ou menor espaço conforme o contexto.” (p. 13).

O que nos parece peculiar, apenas, é que essas disputas que antes se davam em arenas mais ou menos estabelecidas, como os pleitos eleitorais e debates em espaços públicos como escolas, universidades, associações de moradores e moradoras, etc., hoje permeiam também, e talvez até mais intensamente, os meios de comunicação tradicionais e digitais, num processo ainda em fazimento e sobre o qual precisamos cada vez mais nos debruçar analiticamente para não sucumbirmos à desesperança.

Referências

ARALDI, Lucas. O antipetismo no Brasil – um breve resumo. *Anais, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul* – Caxias do Sul – RS, 2017. <http://portalintercom.org.br/anais/sul2017/resumos/R55-0466-1.pdf>

BALIEIRO, Fernando de Figueiredo. “Não se meta com meus filhos”: a construção do pânico moral da criança sob ameaça. *Cadernos Pagu*, (53), 2018. <https://dx.doi.org/10.1590/18094449201800530006>

BAUMAN, Zygmunt. *Retrotopia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

BENTO, Berenice. Quando o medo se transforma em ação política. *Justificando*. 2018. <http://www.justificando.com/2018/05/09/quando-o-medo-se-transforma-em-acao-politica/>

BERCOVICI, Gilberto. MP 881/2019, direito constitucional e direito econômico. In: *Seminário Nacional Estado Social e Liberdade Econômica: os vícios jurídicos da MP 881*. São Paulo: Faculdade de Direito, USP, 12 ago. 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=kYBc09dP0B4>

BRUM, Eliane. (2018). Bolsonaro e a autoverdade. **El país**, online, 16 jul. 2018. https://brasil.elpais.com/brasil/2018/07/16/politica/1531751001_113905.html

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

COHEN, Stanley. **Folk devils and moral panics**. London: MacGibbon & Kee, 1972.

DELMAZO, Caroline, & VALENTE, Jonas C. L. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, 18(32), 2018, 155-169. http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2183-54622018000100012&lng=pt&tlng=pt.

DESLANDES, Keila. **Formação de professores e Direitos Humanos: construindo escolas promotoras da igualdade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

FERNANDES, Felipe Bruno Martins. *Estado, sexualidade e educação: a questão do kit anti-homofobia* (parte 1). SC: **Grupo de Diversidade Sexual da UDESC**, 2011a. http://www.youtube.com/watch?v=_P3Rn0tfttg&list=PL7309D62FFAB43733

FERNANDES, Felipe Bruno Martins. *Estado, sexualidade e educação: a questão do kit anti-homofobia* (Parte 8). SC: **Grupo de Diversidade Sexual da UDESC**, 2011b. <http://www.youtube.com/watch?v=ejtdZfUpW2M&list=PL7309D62FFAB43733>

FERREIRA, Paula. Escola sem Partido anuncia suspensão de atividades, e criador do movimento desabafa: 'Esperávamos apoio de Bolsonaro'. **O Globo**, online, 18 jul. 2019. <https://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/escola-sem-partido-anuncia-suspensao-de-atividades-criador-do-movimento-desabafa-esperavamos-apoio-de-bolsonaro-23817368>

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo, Loyola, 2012.

FRIGOTTO, Gaudêncio. A gênese das teses do Escola sem Partido: esfinge e ovo da serpente que ameaçam a sociedade e a educação. In: Frigotto, G. (Org.). **Escola "sem" Partido. Esfinge que ameaça a educação e a sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: LPP/UERJ, 2017, p. 17-34.

JUNQUEIRA, Rogério Diniz. "Ideologia de gênero": a gênese de uma categoria política reacionária - ou: a promoção dos Direitos Humanos se tornou uma "ameaça à família natural"? In: Ribeiro, P. R.

C., Magalhães, J. C. **Debates contemporâneos sobre Educação para a sexualidade**. Rio Grande: Ed. da FURG, 2017.

JUNQUEIRA, Rogério Diniz. A invenção da "ideologia de gênero": a emergência de um cenário político-discursivo e a elaboração de uma retórica reacionária antigênero. **Revista Psicologia Política**, 18(43), 2018, 449-502. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-549X2018000300004&lng=pt&tlng=pt.

MAINARDI, Diogo. & SABINO, Mario. Apresentação do site. **Antagonista**, 2019. <https://www.oantagonista.com/sobre/>

MARTINS, Luísa, PERON, Isadora. Bolsonaro está equivocado sobre direitos humanos, diz procurador. **Valor Econômico**, São Paulo, 18 out. 2018. <https://www.valor.com.br/politica/5934943/bolsonaro-esta-equivocado-sobre-direitos-humanos-diz-procurador>

MATTOS, Amana Rocha, CIDADE, Maria Luiza Rovaris. (2016). Para pensar a cisheteronormatividade na psicologia: lições tomadas do transfeminismo. *Periódicus - Revista de estudos indisciplinados em gêneros e sexualidades*, 5(1), 132-153. <https://portalseer.ufba.br/index.php/revistaperiodicus/article/viewFile/17181/11338>

MATTOS, Amana Rocha. (2018). Discursos ultraconservadores e o truque da "ideologia de gênero": gênero e sexualidades em disputa na educação. **Revista Psicologia Política**, 18(43), 573-586. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-549X2018000300009&lng=pt&tlng=pt.

MEMBÉ, Achille. **Necropolítica**. Arte & Ensaios, Rio de Janeiro, 2016, p. 123-151.

MISKOLCI, Richard. Pânicos morais e controle social: reflexões sobre o casamento gay. **Cadernos Pagu**, (28), 2007, 101-128. <https://dx.doi.org/10.1590/S0104-83332007000100006>

OLIVEIRA JÚNIOR, Isaias Batista de, & MAIO, Eliane. “Não vai ser permitido a nenhum órgão do governo fazer propaganda de opções sexuais”: o discurso inaugural no “desagendamento” do kit gay do MEC. **Revista e-Curriculum**, 15(1), 2017, 125-152. <https://doi.org/10.23925/1809-3876.2017v15i1p125-152>

OLIVEIRA KALIL, Isabela. *Quem são e no que acreditam os eleitores de Jair Bolsonaro*, **Relatório de Pesquisa, Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo**, 2018. <https://isabelakalil.files.wordpress.com/2019/08/relatc3b3rio-para-site-fespsp.pdf>

ONU. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. New York: Organização das Nações Unidas, 1948.

PASSARINHO, Nathalia. Dilma Roussef manda suspender kit anti-homofobia, diz ministro. **Portal G1**: 25 mai. 2011. <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2011/05/dilma-rousseff-manda-suspender-kit-anti-homofobia-diz-ministro.html>

PINHEIRO-MACHADO, Rosana, MURY SCALCO, Lucia. Da esperança ao Ódio: Juventude, Política e Pobreza do Lulismo ao Bolsonarismo. **Cadernos IHU Ideias (UNISINOS)**, 16, 2018, 3-15. <http://www.ihu.unisinos.br/images/stories/cadernos/ideias/278cadernosihuideias.pdf>

QUADROS, Marcos Paulo dos Reis, MADEIRA, Rafael Machado. Fim da direita envergonhada? Atuação da bancada evangélica e da bancada da bala e os caminhos da representação do conservadorismo no Brasil. **Opinião Pública**, 24(3), 2018, 486-522. <https://dx.doi.org/10.1590/1807-01912018243486>

RIOS, Roger Raupp, RESADORI, Alice Hertzog. Gênero e seus/suas detratores/as: "ideologia de gênero" e violações de direitos humanos. **Revista Psicologia Política**, 18(43), 2018, 622-636. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-549X2018000300012&lng=pt&tlng=pt.

RUBIN, Gayle. Thinking Sex: notes for a radical theory of politics of sexuality. *In*: VANCE, Carole S. **Pleasure and danger: exploring female sexuality**. Boston: Routledge&Kegan Paul, 1984, p. 267-319.

SOARES, Jussara, GULLINO, Daniel. 'Ideologia de gênero é coisa do capeta' e 'leis existem para proteger maiorias', diz Bolsonaro. **O Globo**, Rio de Janeiro, 10 ago. 2019. <https://oglobo.globo.com/sociedade/ideologia-de-genero-coisa-do-capeta-leis-existem-para-proteger-maiorias-diz-bolsonaro-23868960>

Schultz, Adriane, Velasco, Clara. É #FAKE que Haddad disse que criança vira propriedade do Estado aos 5 anos e pode ter seu gênero escolhido. **O Globo**, Rio de Janeiro, 2018.

<https://oglobo.globo.com/fato-ou-fake/e-fake-que-haddad-disse-que-crianca-vira-propriedade-do-estado-aos-5-anos-pode-ter-seu-genero-escolhido-23120056>

TORRES, Ton. O fenômeno dos memes. **Ciência e Cultura**, 68(3), 2016, 60-61. <https://dx.doi.org/10.21800/2317-66602016000300018>

VENCATO, Anna Paula. Gênero e sexualidades em tempos instáveis: mídias digitais, identificações e conflitos. **ETD - Educação Temática Digital**, 19(4), 2017, 808-823. <https://doi.org/10.20396/etd.v19i4.8646384>

VENCATO, Anna Paula, SILVA, Rafaela Lacerda da, ALVARENGA, Rodrigo Lessa. A educação e o presente instável: repercussões da categoria "ideologia de gênero" na construção do respeito às diferenças. **Revista Psicologia Política**, 18(43), 2018, 587-598. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-549X2018000300010&lng=pt&tlng=pt.

Anna Paula Vencato - Professora Adjunta da Faculdade de Educação (FaE) da UFMG. Doutora em Antropologia pelo PPGSA/UFRJ, mestre em Antropologia Social pelo PPGAS/UFSC e licenciada em Pedagogia pela FAED/UDESC. Coordenadora do Grupo de Pesquisa "Gênero, sexualidades, socialidades e subjetivações" (UFMG). Pesquisadora Associada do "Quererres - Núcleo de Pesquisa em Diferenças, Direitos Humanos e Saúde" (UNIFESP) e do "Transgressões- Gênero, Sexualidades, Corpos e Mídias contemporâneas" (UNESP). Temas de pesquisa: gênero, sexualidades, diferenças, direitos sexuais, mídias digitais e crossdressing. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0542304469914856>. ORCID iD <https://orcid.org/0000-0001-6602-2948>. E-mail: apvencato@ufmg.br.

Regina Stela Corrêa Vieira - Professora da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e do Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC). Doutora, Mestra e Graduada em Direito pela Universidade de São Paulo (FDUSP). Membro do Grupo de Pesquisa Trabalho e Capital (USP) e do Núcleo Direito e Democracia do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (CEBRAP). Temas de pesquisa: Direito do Trabalho e da Seguridade Social, estudos de gênero e cuidado. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4740801827964310>. ORCID iD <https://orcid.org/0000-0002-4407-4867>. E-mail: regina.vieira@unoesc.edu.br



Estratégias de engajamento nas redes: um estudo de caso sobre as mídias sociais da Polícia Federal

Network engagement strategies: a case study on the Federal Police's social media

■ Carla Campos Avanzi

Resumo

As mídias sociais constituem espaços de interação com características e valores próprios. Neste cenário, o engajamento dos usuários representa mais do que o aumento das curtidas ou comentários, mas propicia a ampliação desses valores. Ainda que as pesquisas sobre as mídias sociais estejam em progresso, ainda são escassos os estudos que abordem as estratégias das instituições estatais nas redes. Assim, buscou-se responder ao seguinte questionamento: quais estratégias de engajamento características da dinâmica das mídias sociais foram utilizadas pela instituição na rede? Para isso, foi realizado um estudo de caso dos perfis institucionais da Polícia Federal no *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, a fim de identificar as estratégias para aumentar o engajamento dos usuários em sua página institucional. Foram identificados como recursos característicos da dinâmica das mídias sociais a utilização de dispositivos emocionais, elementos motivacionais e ampla utilização de hashtags.

Palavras-chave

mídias sociais, engajamento, instituição, Polícia Federal.

Abstract

Social media are spaces for interaction with their own characteristics and values. In this scenario, the engagement of users represents more than the increase in likes or comments, but provides the expansion of these values. Although research on these platforms is in progress, studies that address the strategies of state institutions in networks are still scarce. Thus, we sought to answer the following question: which engagement strategies characteristic of the dynamics of social media were used by the institution on the network? To this end, a case study of the Federal Police's institutional profiles on Facebook, Twitter and Instagram was carried out in order to identify strategies to increase user engagement on its institutional page. The use of emotional devices, motivational elements and wide use of hashtags were identified as characteristic features of the dynamics of social media.

Keywords

social media, engagement, institution, Federal Police.

Introdução

Os emergentes estudos sobre as mídias sociais indicam que as dinâmicas nessas plataformas possuem características próprias que se diferem das atividades fora da rede. Embora as dinâmicas nas mídias sociais não se dissociem das relações sociais fora da rede, como as relações políticas, sociais e desequilíbrios de poder, a comunicação mediada pelo digital tem a capacidade de atingir maior velocidade e escala, bem como comporta valores próprios (PADILHA e FACIOLI, 2018; RECUERO, 2009). Neste contexto, são frequentes as estratégias que visam engajamento, vinculadas à busca por maior lucratividade ou status. Na comunicação realizada pelas instituições estatais, no entanto, há uma inclinação em desconsiderar essas estratégias específicas das mídias sociais, já que a finalidade inicial dos seus canais de comunicação é principalmente informativa. Este estudo visa identificar em que medida esses elementos próprios das mídias sociais estão presentes na estratégia de comunicação de uma página institucional.

A Polícia Federal (PF) pode ser considerada uma instituição estatal que tem obtido sucesso no engajamento em suas mídias sociais. Atualmente a instituição conta com mais de 2,8 milhões de seguidores no Facebook, 2,1 milhões de seguidores no Twitter, 1,2 milhões no Instagram, além dos inúmeros comentários e curtidas em suas publicações. A visibilidade da PF nas mídias sociais está em grande medida relacionada ao papel destacado que a instituição passou a ter no combate à corrupção, em razão da sua competência constitucional para a apuração de infrações penais contra a ordem política e social¹. Além disso, a atividade constante da instituição na internet contribuiu para o maior engajamento obtido. As mídias sociais² da PF permitem apreender diretamente a imagem que a instituição quer transmitir de si sem os convencionais atores intermediadores, como os jornalistas na mídia tradicional, bem como o poder de agência da PF nas redes ao promover seus interesses nos campos em que pretende atuar. As publicações nas mídias sociais, embora guardem a impressão de liberdade, não são isentas de intermediação, que é exercida pelas próprias plataformas de natureza privada e pela atuação dos algoritmos, que destacam alguns tipos de relações e atividades na rede (PADILHA e FACIOLI, 2018). No entanto, busca-se compreender neste estudo “como” a mensagem

¹ Art. 144. § 1º A polícia federal, instituída por lei como órgão permanente, estruturado em carreira, destina-se a:

I - apurar infrações penais contra a ordem política e social ou em detrimento de bens, serviços e interesses da União ou de suas entidades autárquicas e empresas públicas, assim como outras infrações cuja prática tenha repercussão interestadual ou internacional e exija repressão uniforme, segundo se dispuser em lei;

II - prevenir e reprimir o tráfico ilícito de entorpecentes e drogas afins, o contrabando e o descaminho, sem prejuízo da ação fazendária e de outros órgãos públicos nas respectivas áreas de competência;

² As plataformas *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* são denominadas por Recuero (2009) como Redes Sociais na Internet. No entanto, o termo “mídias sociais” será utilizado nesta pesquisa para designar as redes sociais em foco, apesar de o termo compreenda outras mídias digitais, como blogs e sites que permitem interações.

foi transmitida pela PF no ambiente das mídias digitais e quais as principais características dessa comunicação realizada pela instituição (MORAES, 1999).

A pesquisa foi realizada em três etapas. Inicialmente foi feita uma raspagem de dados nas páginas oficiais nas mídias sociais da Polícia Federal no Facebook, Instagram e Twitter. A mineração de dados foi realizada com programação específica para essa atividade, com utilização de APIs (Application Programming Interface), programação em R e, eventualmente, extração manual de informações nas plataformas. Os dados foram coletados para o período entre 1 de janeiro de 2017 e 31 de dezembro de 2018, compreendendo todas as publicações realizadas neste intervalo e alcançado 5.528 publicações (819 no Instagram; 1717 no Facebook e 2992 no Twitter). Para cada publicação em cada uma das mídias sociais foi preenchida uma ficha individual contendo o tipo (vídeo, foto ou link), data e o texto de descrição. Em seguida as publicações foram categorizadas por temas principais: operações e ações realizadas; estrutura da instituição, como edifícios e veículos; treinamentos; e publicações com as demais estratégias de comunicação não relacionadas diretamente às suas atividades institucionais, como frases motivacionais e publicações de cachorros. Após a categorização dos dados foi feita a análise de conteúdo das publicações, a fim de identificar informações de cunho qualitativo para a pesquisa.

A categorização realizada reflete uma opção procedimental na pesquisa e constitui uma reinterpretação das informações coletadas na busca do seu sentido simbólico. As informações contidas no banco de dados podem contemplar diversos sentidos, de forma que a análise aqui realizada representa uma interpretação pessoal sobre o conteúdo, ainda que pautada em parâmetros teóricos. Além disso, o contexto também é essencial para a compreensão sobre os resultados obtidos. A Polícia Federal é um relevante órgão de controle estatal, com suas mais diversas atribuições e, embora busque constantemente aumentar sua legitimidade, dispõe de prestígio e autoridade previamente conferidos pelo poder do estado. O canal de comunicação utilizado também possui características próprias, como linguagem e destinatários da mensagem com atributos específicos. A análise dos resultados obtidos deve levar em consideração esse contexto (MORAES, 1999).

Foram observados três recursos estratégicos na análise dos perfis institucionais da Polícia Federal nas mídias sociais que visam o engajamento: emoção, a motivação e a utilização de *hashtags*. Inicialmente serão apresentadas as especificidades da pesquisa em mídias sociais, bem como as características e relevância do engajamento nas redes. Em seguida, serão expostas as características de cada uma das três ferramentas identificadas nos perfis oficiais da instituição nas mídias sociais.

Mídias sociais e engajamento

As pesquisas de mídias sociais têm avançado nos últimos anos. Principalmente após o advento da chamada *web 2.0* nos anos 2000, que permitiu maior interação pelos usuários nas plataformas digitais, os sociólogos despertaram o seu interesse para o uso da internet, com o crescimento de estudos sobre comunidades online e redes sociotécnicas (PADILHA e FACIOLI, 2018). No entanto, a produção sobre o tema na sociologia ainda é limitada, sendo ainda mais escassos os estudos que abordem o uso de tecnologias pelas instituições estatais (NASCIMENTO, 2016). Ainda que as mídias sociais constituam um canal limitado de comunicação, pois a informação é transmitida apenas aos seus usuários, elas têm ganhado cada vez mais destaque por sua capacidade de atingir públicos que não se interessam por outros canais de comunicação tradicionais, assim como a possibilidade de interação entre os usuários e a grande rapidez com que a informação é transmitida.

Os estudos de fenômenos nas mídias digitais, embora compreendam aspectos próprios de metodologia e análise, não podem ser entendidos como dissociados da realidade social, visto que a relação com a tecnologia reflete as desigualdades sociais e padrões de comportamento fora da rede (PADILHA e FACIOLI, 2018). Neste sentido, assim como o contexto em que a Polícia Federal (PF) se insere é relevante, as relações de poder e autoridade também permeiam o seu discurso, ainda que indiretamente.

Padilha e Facioli (2018) destacam que o estudo das mídias sociais na sociologia não se restringe aos algoritmos ou novas técnicas de pesquisa, mas engloba o aspecto sociotécnico das relações, a vida social mediada pelas tecnologias. Para os autores, o digital nos estudos sociológicos deve ser entendido como “um conjunto de práticas sociais específicas que articulam humanos e não-humanos em ações que atravessam a vida social e que tem implicações relevantes tanto para a teoria, quanto para a pesquisa social” (PADILHA e FACIOLI, 2018, p. 306). Assim, há uma associação entre as ferramentas tecnológicas disponíveis e as práticas sociais a elas relacionadas. Neste estudo, mais do que a frequência ou padrões de publicações, buscou-se apreender as estratégias utilizadas para aumentar o engajamento dos seguidores nas páginas.

Rosa (2019) aponta as peculiaridades dos novos estudos que envolvem a comunicação, com as mudanças nas condições de circulação dos discursos promovidas pelo amplo acesso aos canais digitais, bem como a própria característica desse novo formato, em que os atores participam ativamente dos meios de comunicação. Nas mídias sociais, os fluxos tendem a ser mais horizontalizados, de forma que os seguidores agem diretamente na construção de pautas, assim como a forte influência dos algoritmos e da atuação dos agentes tradicionais de comunicação (SOARES et al, 2020). Em regra, dois fatores podem influenciar a circulação de informação nas mídias sociais: as

dinâmicas dos diferentes públicos em cada rede social e as funcionalidades técnicas das plataformas. Esses dois elementos se inter-relacionam, de modo que “as ações dos usuários são direcionadas pelas ferramentas técnicas das plataformas, que podem ser apropriadas de diversas, ainda que finitas, formas pelos usuários, inclusive de maneira não planejada pelas plataformas” (SOARES et al, 2020, p. 07).

As redes sociais na internet não são estáticas, mas dinâmicas, revestidas de relações de cooperação, competição e conflito entre seus usuários. No entanto, essas relações não representam processos distintos e desconexos, mas, justamente, fenômenos que estão relacionados e que podem surgir naturalmente nas redes sociais na internet (RECUERO, 2009). O estudo das redes sociais na internet, assim, pode ser tido como um “estudo das regularidades e irregularidades nas interações que gera um padrão na relação social” (RECUERO, 2009, p. 81). Esses fenômenos podem ser observados tanto nas reações dos usuários às publicações, como nas estratégias dos donos do perfil em angariar seguidores, diminuir conflitos e fomentar cooperações. Esta pesquisa concentra-se na segunda situação, com foco na ação da instituição que é detentora dos perfis em construir estratégias nas redes.

Em estudo sobre a circulação nas redes sociais, Rosa (2019b) indica que cada vez mais as gramáticas de produção do conteúdo e o seu reconhecimento nas redes se entrelaçam, de forma que o reconhecimento do conteúdo nas mídias, como por exemplo o engajamento, já integra a própria produção deste conteúdo, como sua finalidade e seu valor (ROSA, 2019b). Assim, as imagens já são produzidas com o propósito de mediação, de circulação. Para Rosa (2019a), a motivação para produção e circulação de imagens não é técnica, mas é de sentido. O valor de um produto não se encontra apenas na sua existência, mas no valor que ele adquire quando é reconhecido e reforçado nas mídias, através de curtidas comentários e compartilhamentos. Neste sentido, “se só existir não basta em nosso cenário midiático, pois é preciso estar visível na circulação, percebe-se que o papel do reconhecimento é fundamental” (ROSA, 2019a, p. 31). Além disso, a autora acrescenta que os produtos que tem maior potencial para esse reconhecimento e circulação são justamente aqueles que contém um componente comportamental e uma motivação para o engajamento. (ROSA, 2019a).

As mídias sociais trouxeram novas formas de visibilidade, que promoveram um rompimento com os limites do espaço e tempo, ou a exigência de presença simultânea. Não é mais necessário estar no mesmo lugar e tempo para ver e ser visto, de forma que as novas formas de visibilidade se caracterizam pelo que Thompson (2008) denominou de “simultaneidade desespacializada”. A visibilidade mediada pelo digital é permeada por novos aspectos sociais e técnicos, bem como por novas formas de interação que antes da internet não eram possíveis. Além disso, o autor destaca que este novo formato também está vinculado à ideia de uma presença ou de reconhecimento no espaço público, de forma que há uma disputa por essa visibilidade mediada (THOMPSON, 2008)

Recuero (2009) aponta alguns valores relacionados às redes sociais na internet, como a visibilidade; a reputação; a popularidade; e a autoridade. A maior conexão entre os atores nas redes sociais na internet resulta em maior visibilidade social, a qual é tida como um valor porque facilita maior suporte social e informações, por exemplo. Ademais, a autora destaca que a visibilidade também é essencial para a própria manutenção da rede social, na medida em que auxilia na manutenção dos laços dos atores que estão fisicamente afastados. A reputação nas redes sociais pode ser tida como a “percepção construída de alguém pelos demais atores e, portanto, implica três elementos: o ‘eu’ e o ‘outro e a relação entre ambos” (RECUERO, 2009, p. 109). É na relação e na qualidade da troca de informações que consiste a reputação nas redes sociais, não se relacionando diretamente com o número de seguidores, mas, principalmente, com as impressões daquilo que os usuários têm sobre determinado perfil, uma percepção, assim, qualitativa. A popularidade se refere à posição que o ator assume dentro da rede, à sua audiência, diretamente relacionada à quantidade de conexões e interações dos demais usuários da rede. Por fim, a autoridade refere-se à influência que um ator tem com relação aos demais usuários de uma rede social (RECUERO, 2009).

Neste sentido, o engajamento nas mídias sociais não representa apenas o aumento dos números de curtidas e de comentários, mas resulta na maior divulgação do conteúdo pela própria mídia social, já que quanto maior o engajamento, mais a plataforma tende a visibilizar o conteúdo para os demais usuários conectados³. Publicações mais populares aparecem com maior frequência no *feed* dos seus usuários, de forma que o engajamento é quase uma condição para manutenção da visibilidade do perfil. A utilização de publicações com dispositivos emocionais, nesse sentido, pode ser interpretada como uma estratégia para alavancar a visibilidade das demais publicações, inclusive das que contenham conteúdo técnico. Busca-se nesta pesquisa identificar se a construção da estratégia de comunicação da PF nas mídias visa também o fortalecimento desses valores, típicos das relações nas mídias sociais, além da divulgação de informações institucionais.

No que tange as instituições estatais, um estudo realizado sobre a estratégia de comunicação utilizada no *Twitter* pela polícia de Toronto, no Canadá, apurou que as instituições policiais estão cada vez mais presentes nas mídias sociais, ainda que sejam raros os estudos que abordem esse fenômeno (SCHNEIDER, 2016). Verificou-se, ainda, a necessidade de utilização de estratégias diferentes das empregadas nos meios de comunicação tradicionais. Além das informações sobre crimes e atividades profissionalizantes da instituição, os *tweets* (publicação realizada no *Twitter*) das contas oficiais englobavam assuntos como esportes, conteúdos de humor e informações sobre as atividades dos policiais durante o seu período de folga, como atividades familiares e de lazer. Essas

³ Como funcionam os algoritmos das redes sociais. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/algorithm-facebook-instagram-twitter/>. Acessado em: 11 dez 2020.

publicações possuíam o intuito de amenizar a tradicional relação autoritária da polícia e transmitir a imagem do policial como uma pessoa “comum”. A pesquisa demonstrou que o perfil da construção da legitimidade das instituições policiais enfrenta a necessidade de adaptação, frente aos novos meios de comunicação e anseios do público sobre a comunicação policial (SCHNEIDER, 2016). Assim, tendo em vista os valores inerentes das mídias sociais (RECUERO, 2009), pretende-se identificar quais estratégias são utilizadas pela instituição em estudo para aumentar o engajamento em suas redes.

Emoção como estratégia para engajamento

Um traço marcante verificado nas mídias sociais do perfil institucional da PF foi a divulgação de conteúdos com recursos emocionais. As publicações de veículos com mensagens afetivas, as imagens dos cachorros e a massiva divulgação de frases motivacionais são exemplos deste tipo de conteúdo, que mobilizam a história, os sentimentos, os valores etc. Nessas publicações, o texto e as imagens contêm elementos que remetem à afetividade.

Nas publicações sobre a estrutura da instituição, as que se referem aos veículos são que contêm elementos emocionais mais marcantes, com apelo à história da PF no combate aos crimes e à paixão por carros. São frequentes as mensagens que remetem aos conceitos de relíquia e história, como por exemplo a publicação no perfil da PF no Instagram no dia 30 de setembro de 2017: “*Para os #apaixonados por #carros. Nossa #reliquia, #Chevrolet #veraneio. Essa já combateu muito o crime!! #bomdia #clássico #passado #viatura #automóvel*”. Assim, as publicações com veículos representam mais do que informações sobre os instrumentos técnicos no cumprimento de suas atribuições, mas carregam a mensagem de que efetivamente integram a história da instituição do Brasil e dialogam diretamente com os usuários que tem apreço por veículos.

As publicações sobre os cachorros da PF podem ser consideradas como principal indício da mobilização emocional nos perfis institucionais da PF, mancando presença tanto nas imagens, como na descrição das publicações. A denominação K9 faz uma alusão à sonoridade da palavra em inglês (*canine*)⁴. Essa nomenclatura também é utilizada para designar os cachorros em outras corporações policiais no mundo, a exemplo do departamento de polícia de Seattle⁵. Nos dois anos de publicações pela PF no *Instagram*, os cachorros estão presentes em 11% do total na composição da imagem e 9% do total apresenta os cachorros como um dos principais elementos do texto. As imagens podem conter

⁴ A expressão ganhou destaque com o famoso filme “K-9 – Um policial bom pra cachorro”, lançado em meados da década de 1990. Saiba mais em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/K-9_\(filme\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/K-9_(filme))

⁵ Canine (K9) Unit. Disponível em: <https://www.seattle.gov/police/about-us/about-policing/k9>. Acessado em: 04 maio 2020.

apenas os cachorros ou uma composição com agentes da PF, demonstrando interação e sintonia entre os dois, brincando ou trabalhando juntos. Ainda em menor proporção, os cachorros da PF também marcam forte presença no *Facebook* e no *Twitter*.

As descrições nas publicações podem ser frases motivacionais, podem ser referentes às atividades desempenhadas pelos cães na investigação, ou apenas para apresentar os cachorros aos seguidores da rede. Quase todas as publicações contêm a *hashtag* *K9*. São frequentes, ainda, outras *hashtags* que visam gerar empatia dos seguidores, como *#dogs*, *#Heroisdequatropatas*, *#Cãopolicial*, *#catoro*, *#policedog*, *#lovedogs*, *#doglovers*, *#filhotíneo*, *#puppy* e *#policiazíneo*. As publicações podem indicar também a raça do cachorro, como *#pastoralemao* e *#germanshepherd*. Além disso, muitas delas trazem o nome próprio do cachorro que está na foto, o individualizando e ressaltando a importância dos cachorros no perfil da instituição. Destaca-se que nenhuma publicação sobre os agentes da PF indica o seu nome pessoal, tanto pela segurança dos integrantes da instituição, como para evitar preferências entre as equipes na rede social. Os cachorros, no entanto, são frequentemente denominados, como Elvis, Luna, Goja, Rock, Kyra, Don, dentre outros, como pode ser observado a seguir:

Figura 1 - Publicação de cão - *Instagram*



Fonte: Perfil da Polícia Federal no *Instagram*. Publicada em 15 de setembro de 2018.

Das publicações em que os cães estão em destaque, grande parte delas indica, também, votos institucionais, como “bom dia” e “bom final de semana”. Ademais, podem indicar ainda atividades rotineiras dos cachorros na corporação, como atividades físicas e treinamentos.

Há, também, uma preferência especial pela publicação de imagens de filhotes, já que mais de um quinto de todas as publicações com o tema principal de cachorros no *Instagram* é de filhotes da corporação. Isso pode ser decorrente da grande empatia popular que as imagens de filhotes geram nas redes sociais ou pela própria estrutura de treinamento dos cães. Todos os cães da PF iniciam o treinamento na unidade de Brasília, o que pode facilitar a divulgação de fotos dos filhotes e, só posteriormente, eles são transferidos para as demais unidades do país⁶. A publicação de filhotes também tem o condão de despertar dispositivos emocionais nos seguidores da página e aumentar o engajamento.

Figura 2 - Publicação com filhotes.



Fonte: Perfil da Polícia Federal no *Instagram*. Publicado em 2 de abril de 2017.

A publicação dos cachorros da PF tem como intuito aumentar a afinidade dos seguidores com a instituição, além de transmitir cuidado e humanidade na mídia social. Esse tipo de publicação também pode servir ao propósito de anular eventuais críticas, com o propósito de fomentar indistinta aprovação e consenso positivo dos seguidores da rede. Na linha proposta por Han (2018), as descobertas sobre os conteúdos emocionais poderiam ser interpretadas como intrinsecamente ligadas à motivação, no contexto do neoliberalismo, representando uma mudança de paradigma no capitalismo. Para o autor, “a psicopolítica neoliberal se ocupa da emoção para influenciar ações sobre esse nível pré-reflexivo. Através da emoção, as pessoas são profundamente atingidas” (HAN, 2018,

⁶ A rotina dos cães policiais federais. Disponível em: <https://fenapef.org.br/a-rotina-dos-caes-policiais-federais/>. Acessado em: 09 maio 2020.

p. 68). Assim, ainda que não carreguem informações operacionais sobre as atividades da instituição, as publicações sobre os cachorros podem contribuir para o reforço positivo sobre a instituição

Sobre o tema, Rosa (2019b) destaca que os algoritmos midiáticos respondem a esses dispositivos emocionais das imagens que estão em circulação nas redes, o que justifica sua ampla utilização nas mídias analisadas. Na busca pelo engajamento nas mídias sociais, como curtidas, reações e compartilhamentos de conteúdo, a estratégia utilizada pelos atores vai além da divulgação técnica das informações. A comunicação institucional, neste caso, implica também na utilização desses dispositivos que remetam a questões emocionais, como forma de ampliar o engajamento e a participação dos usuários da rede, de modo que as informações técnicas sobre as atividades institucionais são apenas um dos elementos a serem divulgados, em meio a uma gama de outras possibilidades.

Sociedade positiva e sujeito de desempenho

As estratégias utilizadas pela Polícia Federal nas mídias sociais fogem aos padrões tradicionalmente utilizados na comunicação de instituições, que normalmente buscam prestar contas das atividades realizadas e transmitir a informação de sucesso de seus objetivos. O principal traço verificado nas mídias sociais da Polícia Federal pode ser denominado por Han (2017a) como positividade, alicerce do que o autor chama de sociedade positiva.

O cerne da estratégia da Polícia Federal (PF) nas mídias sociais pode ser representado nas publicações específicas de frases motivacionais. São frases de cunho motivacional, de incentivo e de estímulo direcionada aos usuários da rede que, em regra, não trazem informações relevantes sobre a atuação da instituição. Seu objetivo não é transmitir informações sobre a atuação da PF ou de prestação de contas, mas de gerar engajamento na página, similaridade e empatia. Foram identificados três tipos de frases motivacionais com características específicas, embora as três tenham o mesmo objetivo de transmitir positividade: as citações, as frases afirmativas e as frases de votos institucionais.

As citações compreendem reproduções diretas de trechos de músicas, de poesias ou de frases de pessoas famosas, contemporâneas ou históricas. A lista de autores também é bem diversificada, com nomes como Ana Vilela, Bruce Lee, Confúcio, Renato Russo, Mahatma Gandhi, Charles Chaplin, Muhammad Ali e outros. Todas as frases reproduzidas no perfil possuem uma mensagem positiva, seja de reflexão, seja de ação. Frequentemente, elas também estão acompanhadas de votos como “bom dia” ou “boa noite”, mas o ponto central dessas publicações é a frase transcrita no texto. Elas transportam valores como disciplina, conhecimento, determinação, coragem, persistência,

amizade, superação, união, simplicidade etc. Estão sempre relacionadas ao esforço e ao sucesso, à conquista e à realização dos sonhos.

Ainda que as citações não contenham informações diretas sobre a atividade da PF, elas transmitem constante e indiretamente os valores prezados pela instituição, associando a PF ao esforço contínuo e incansável na busca dos seus objetivos. A citação induz o receptor da mensagem a refletir sobre a sua própria vida, assimilando seu posicionamento à postura da PF. Ademais, as citações utilizadas são entendidas como “verdades universais”, dificilmente passíveis de conflitos ou indagações na rede e atraem engajamento sempre positivo dos que com ela concordam. Por mais que ela aparente ser uma estratégia despreziosa para os setores de comunicação das instituições, as citações carregam elementos importantes para o sucesso da PF nas mídias sociais.

As frases afirmativas desempenham um papel de destaque na estratégia da instituição nas redes sociais. O seu objetivo é transmitir as qualidades da instituição e dos seus agentes, como dedicação, trabalho, força e superação de obstáculos. Duas noções são constantemente reforçadas nas publicações afirmativas da Polícia Federal, as noções de extensão pelo território nacional e de trabalho ininterrupto. Elas estão em sintonia com as principais *hashtags* utilizadas no Instagram: *#aPFnãoopara*, *#PFemação*, *#EuconfionaPF* e *#IssoAquiéPF*. As frases afirmativas possuem o intuito de afirmar a imagem da instituição, ratificando como uma instituição atuante e essencial para a sociedade. A linguagem direta e sem informações específicas facilita a transmissão da mensagem aos usuários, principalmente em mídias de usabilidade rápida como o Instagram. Seguem abaixo alguns exemplos desta subcategoria de publicações no Instagram:

Figura 3 – Exemplos de frases motivacionais - afirmativas - Instagram – 2017 e 2018

Data	Post	Descrição
02/02/2017	Imagem sem texto	A todo tempo em todo o Brasil #aquiépf #somostodoscontraocrime #somostodospf
17/08/2017	Imagem sem texto	Incansáveis no cumprimento do dever. #BoaNoite #IssoAquiéPF #EmTodoBrasil #SomosTodosPF
28/09/2017	Imagem sem texto	Preparo intelectual, equilíbrio psicológico e treinamentos constantes são fatores cruciais para o sucesso da corporação. #BoaNoite #COT #IssoAquiéPF #SomosTodosPF
29/10/2017	Imagem sem texto	Superar obstáculos para combater o crime! Essa é nossa paixão! #BomDia #NaMata # EmTodoLugar #EuConfionaPF
07/12/2017	Imagem sem texto	#Determinação, #disciplina e #união! A PF não para!!! Desejamos uma #boanoite! #IssoAquiéPF #GPI #EuConfionaPF #SomosTodosPF

Fonte: Perfil da Polícia Federal no Instagram. Elaborado pela autora. Grifo nosso.

Já as frases de votos institucionais, constituem publicações em que a principal mensagem transmitida é o desejo de boa semana, bom dia e outros votos no mesmo sentido. Em um primeiro momento essas frases aparentam não ter qualquer função em uma página institucional, já que não transmitem informações sobre a atuação da PF, sua estrutura e sequer transmitem os valores defendidos pela instituição ou as características por ela valorizadas. No entanto, esse tipo de publicação constitui uma das principais estratégias para aproximação e reforço institucional nas mídias sociais, acompanhada das demais subcategorias de frases motivacionais. Ainda que os votos institucionais acompanhem boa parte das demais publicações, as relacionadas nesta categoria caracterizam-se por não associarem outros elementos de destaque, de forma que o seu foco principal é propriamente o desejo de bom dia, boa semana etc. Ocasionalmente, são realizadas mais de uma publicação dessa categoria no mesmo dia, com imagens diferentes. Para melhor ilustrar a categoria, segue uma imagem de referência:

Figura 4 - Publicação de votos institucionais



Fonte: Perfil da Polícia Federal no *Instagram*. Publicada em 19 de agosto de 2018.

As frases motivacionais massivamente publicadas pela PF em seu perfil encontram amparo na teoria de Han (2017a). Ao fazer uma leitura da sociedade atual, o autor desenvolve o conceito de sociedade positiva, vinculado ao conceito de sujeito de desempenho. A sociedade positiva é uma consequência da sociedade da transparência, que compreende a liberdade de informação e ausência de restrições, características intrínsecas à natureza das mídias sociais.

O conceito de sociedade positiva está presente em diversas obras de Han, mas é em “Sociedade da Transparência” (2017a) que o autor lhe dedica um capítulo exclusivo. A transparência

não expressa necessariamente a verdade, mas representa um acúmulo de informações, sejam elas verdadeiras ou não, que são desprovidas de um sentido único. O excesso de informação esvazia o sentido do sujeito, “a hiperinformação e hipercomunicação gera precisamente a *falta de verdade*, sim, a *falta de ser*” (HAN, 2017a, p. 18). Para o autor, a transparência e a positividade resultam em uma sociedade despolitizada e sem opiniões divergentes. As frases motivacionais nas suas três subcategorias contemplam a positividade como seu principal elemento, não abrindo margem para discussões ou confrontos nas mídias sociais e adquirindo grande número de apoiadores nas mensagens. Para Han:

O veredicto da sociedade positiva é este: “Me agrada”. É significativo que o facebook se negue coerentemente a introduzir um *emotion* de *dislike button*. A sociedade positiva evita todo e qualquer tipo de negatividade, pois esta paralisa a comunicação. Seu valor é medido apenas pela quantidade e velocidade da troca de informações, sendo que a massa de comunicação também eleva seu valor econômico e veredictos negativos a prejudicam. Com *like* surge uma comunicação conectiva muito mais rápida do que com o *dislike* (HAN, 2017a, p. 17).

A sociedade positiva, para Han (2017a), não se limita a comandos afirmativos, mas comporta a ausência do que ele denomina por negatividade, como a ausência de contradição, de embates, de limites, de fronteiras. Essa sociedade desprovida de limites resulta em um sujeito de desempenho, carente dos limites sociais, bastando apenas o seu esforço para conquistar os seus objetivos, em que a necessidade constante de superação de si mesmo predomina. O sujeito de desempenho encontra em si o seu maior desafio, mas as constantes lutas com outros atores não são suprimidas, não somem, apenas se agregam ao novo desafio.

Por conseguinte, temos uma instituição imersa em constantes disputas com outros atores, mas que mantêm um eixo da sua comunicação voltada ao indivíduo de desempenho, que podem ser seus seguidores, concurreiros que acompanham a página, agentes da instituição ou apenas admiradores da PF. Nas mídias sociais, a conquista de seguidores e de apoio se caracteriza como um capital a ser mobilizado oportunamente, já que representam o apoio popular à instituição e aos valores que ela professa.

Em uma pesquisa realizada sobre o *Twitter* da polícia de Toronto (Canadá), foi constatada uma preocupação em manter a imagem da polícia como apolítica, afastando-se dos temas polêmicos que pudessem sugerir partidarismos ou preferências (SCHNEIDER, 2016). Nas mídias da PF no Brasil, pode-se visualizar uma preocupação semelhante, no sentido de distanciamento de temas polêmicos ou de assuntos que possam causar divergências, ao passo que informações divulgadas remetem ao otimismo, à ação e à motivação. O espaço despolitizado também é um traço característico

da sociedade positiva, visto que a política traz inerentemente o embate e a necessidade de referência, de posicionamento (HAN, 2017a)

O traço da positividade pode ser vislumbrado, principalmente, nas frases motivacionais, em que o modelo de “sujeito de desempenho” (HAN, 2017b), com o incentivo à superação, ao esforço e à ausência de limites para a conquista dos objetivos ficou mais evidente. No entanto, a positividade pode estar presente em quase todas as categorias de publicações, visto que os elementos textuais das demais categorias quase sempre remetem à motivação e ao esforço. Não se quer afirmar, com este estudo, que o intuito da PF com a estratégia de comunicação, em suas mídias sociais, foi o de fomentar o que se chama de sujeito de desempenho, mas apenas que esta característica foi observada expressivamente nos conteúdos divulgados.

Hashtags

O terceiro aspecto observado nas mídias sociais da instituição foi a utilização massiva de hashtags como estratégia para obter engajamento. As mídias sociais em geral, incluindo o *Instagram*, não costumam admitir a possibilidade de destaques no texto, como cores diferentes ou mudanças da fonte para o negrito ou itálico. As *hashtags* são uma forma de indicar as palavras ou as expressões que a instituição quer destacar na publicação, como marcações no texto. Há um reforço da mensagem com *hashtag*, esteja ela ao meio da oração ou esteja ao final da publicação, repetindo os principais termos ou as palavras relacionadas. Nas duas situações, é clara a intenção de destacar termos no texto. As *hashtags* ganharam destaque como instrumento político nas eleições iranianas de 2009/2010, tendo sido largamente utilizadas no Brasil durante os protestos de 2013 (MOURA, 2014). Assim, a análise das *hashtags* utilizadas pela PF é um interessante instrumento analítico para identificar as prioridades da instituição nas mídias e a sua utilização como estratégia de engajamento dos usuários da rede.

As *hashtags* podem ter duas finalidades na mídia social. Uma delas é facilitar a busca sobre determinado assunto, como ocorre para quem está buscando publicações sobre aeronaves, carros antigos e cidades, por exemplo. Outra finalidade é assimilar algumas *hashtags* específicas aos termos mais genéricos, rotineiramente publicados por outras páginas, ou, ainda, para fortalecer as *hashtags* específicas da instituição nos algoritmos da rede. Isto ocorre porque quando é realizada a busca por um termo específico no *Instagram* com uma *hashtag*, a mídia social apresenta diversas outras possibilidades de expressões que podem estar relacionadas aos termos de busca. Ao trabalhar com os algoritmos das redes, quanto mais a instituição publicar uma *hashtag* específica, mais ela aparecerá nas sugestões associadas aos termos de busca. Logo, as *hashtags* permitem que os usuários da rede

possam participar na criação e nos compartilhamentos, através de recursos específicos nas plataformas (RECUERO et al, 2015).

Em estudo realizado sobre as *hashtags* utilizadas durante os protestos de 2013 no Brasil, Recuero et al (2015) identificou na ocasião seis diferentes classificações das *hashtags*, de acordo com a sua função nas publicações feitas no *Twitter*: as *hashtags* de referência, que indicam a localização ou o evento; *hashtags* expressivas ou emotivas; *hashtags* conotativas, que são utilizadas em formato imperativo, conduzindo para uma ação; *hashtags* metalinguais; que identificam o sujeito emissor ou o tipo de conteúdo; *hashtags* poéticas, que se referem à própria mensagem; e *hashtags* de categoria fática, como *#bomdia*. O estudo apontou, ainda, que as *hashtags* eram cooptadas pelos usuários, que passavam a replicá-las, bem como constatou que as *hashtags* mais utilizadas eram as conotativas, como algum comando imperativo, seguidas das categorias de referencial e emotiva.

São muitas as *hashtags* utilizadas pela PF nas mídias sociais que abrangem os mais variados temas. Foram identificadas mais de 600 *hashtags* diferentes utilizadas nos anos de 2017 e 2018. A maioria delas foi publicada menos que cinco vezes nos dois anos, mas algumas se destacam pela alta frequência de uso nas redes. Ao verificarmos as 50 *hashtags* de maior incidência no perfil da PF, foi possível agrupá-las de acordo com a sua finalidade específica na rede. As *hashtags* “PF”, “SomosTodosPF”, “euconfionaPF”, “IssoAquiéPF” e “AquiéPF” são frequentemente utilizadas para reforço institucional, destacando a PF como fundamental e única, além de empatia dos usuários com os valores por ela proferidos. São também as que possuem uma função conotativa. As expressões “Bomdia”, “boanoite” e “Brasil” integram uma possível categoria fática e estão relacionadas aos votos genéricos, que não transmite informações específicas da instituição, mas geram engajamento na mídia social, conforme mostra a Figura a seguir:

Figura 5 - 50 Hashtags mais utilizadas no pela Polícia Federal– 2017 e 2018

Hashtag	Instagram	Total por grupo	Facebook	Total por grupo	Twitter	Total por grupo	Significado
#SomostodosPF	480	1119	575	1324	516	1372	Expressões que reforçam a Polícia Federal como instituição forte, única, de atuação abrangente e incessante.
#euconfionaPF	151		204		195		
#PF	111		169		217		
#issoaquiePF	95		77		113		
#aquiePF	70		90		91		
#Pfemação	47		56		127		
#policiafederal	45		17		15		
#police	39		7		6		
#somostodoscontraocrime	34		60		39		
#UmlegadodeTodos	29		54		35		
#aPFnãopara	18	15	18				
#Op	63	309	784	999	1548	1752	Indicam equipe técnica ou operações e atividades realizadas para a investigação
#CAOP	75		55		56		
#COT	49		48		47		
#treinamento	35		34		28		
#NEPOM	29		23		22		
#ANP	17		15		15		
#GPI	13		14		13		
#INC	12		10		11		
#pericia	9		13		9		
#GRIFO	7		3		3		
#bomdia	257	775	282	801	271	779	Expressões que indicam votos institucionais, sem informações relevantes sobre a atuação da instituição
#boanoite	138		159		147		
#brasil	137		128		132		
#domingo	43		43		40		
#descanso	30		33		34		
#sexta	30		31		30		
#fds	28		28		28		
#sábado	25		22		24		
#segunda	18		17		14		
#goodmorning	15		4		5		
#partiufds	14		11		11		
#bonsestudos	11		10		10		
#bomdiabrasil	8		7		9		
#partitrabalho	7		9		7		
#vamosquevamos	7		10		10		
#feriado	7	7	7				
#trabalho	21	124	23	108	23	99	Indicam valores institucionais
#determinação	19		17		14		
#dedicação	15		15		15		
#disciplina	12		11		10		
#amor	11		11		9		
#amizade	11		9		9		
#respeito	9		9		6		
#work	9		1		2		
#união	9		5		6		
#coragem	8		7		5		
#K9	58	87	51	76	58	81	Equipe K9
#catoro	20		18		16		
#lovedogs	9		7		7		

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Perfil da Polícia Federal no *Instagram*, no *Facebook* e no *Twitter*.

O grupo de maior incidência de expressões com a *hashtag* é o que reforça diretamente a imagem da Polícia Federal (PF), o que é esperado em uma página institucional. As *hashtags* desse grupo afirmam repetidamente o poder e a autoridade da PF. Como característica da sociedade positiva de Han (2017), a repetição e a saturação dessas expressões na rede dificultam o questionamento sobre

a veracidade do conteúdo pelos seguidores, reduzindo a oposição a esse poder expressado com as *hashtags* “*SomostodosPF*” e “*EuconfionaPF*”, por exemplo. Essa estratégia, aparentemente, tem obtido sucesso, já que a PF figura entre as três instituições de maior confiabilidade social, desde que passou a integrar o ranking da pesquisa realizada pelo IBOPE⁷.

O segundo grupo de destaque é impulsionado principalmente pelas *hashtags* sobre operações (*#op*), abundantemente utilizadas nas mídias, principalmente no *Facebook* e no *Twitter*. Por outro lado, também é a expressão com números de utilização mais discrepante entre as mídias sociais, provavelmente fomentado pela própria estrutura das redes, já que algumas delas permitem um maior número de publicações sobre o mesmo tema em razão da dinâmica de comunicação da mídia. Nesse sentido, em virtude da complexidade de algumas operações, em mídias como *Twitter* são feitas várias publicações sobre o mesmo tema ou operação, alavancando a utilização da *hashtag* “*Op*” na contagem geral. Enquanto as demais expressões da lista mantêm certa constância, a expressão *#Op* tem utilização 12 vezes maior no *Facebook* e 24 vezes mais, se compararmos com a sua utilização no *Instagram*. Esse grupo é de expressões que indicam forças específicas de atuação da PF e atividades investigativas como perícia e operações.

O terceiro grupo, no entanto, é justamente o grupo em que estão ausentes os elementos informativos sobre as atividades da PF, o grupo que indica votos institucionais como “bom dia” e “boa noite”. Por fim, dentre as *hashtags* mais utilizadas estão os valores institucionais, que podem ser consideradas expressivas ou emotivas, e as expressões ligadas ao grupo K9, de atuação com cães. Assim, a utilização das *hashtags* pela instituição caracteriza uma das suas estratégias nas mídias sociais para obter engajamento e direcionar os seus seguidores para os temas que almeja dar maior relevância em suas redes.

Considerações finais

As novas dinâmicas das mídias sociais, com a possibilidade de comunicação direta com os usuários e com o retorno rápido, impuseram uma adaptação na comunicação das instituições estatais. Pode-se considerar que a Polícia Federal (PF) tem obtido sucesso em sua estratégia se levarmos em conta o alto engajamento dos seguidores nos seus perfis nas mídias sociais. Parte desse sucesso possui relação com as estratégias demonstradas nesse estudo.

Os valores apresentados Recuero (2009) relacionados às redes sociais na internet (visibilidade; a reputação; a popularidade; e a autoridade) foram potencializados nas mídias sociais

⁷ Índice de Confiança Social em 2019. Disponível em: [https://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/JOB%2019_0844_ICS_INDICE_CONFIANCA_SOCIAL_2019%20-%20Apresenta%C3%A7%C3%A3o%20\(final\).pdf](https://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/JOB%2019_0844_ICS_INDICE_CONFIANCA_SOCIAL_2019%20-%20Apresenta%C3%A7%C3%A3o%20(final).pdf). Acesso em 09 de maio de 2020.

da PF principalmente com a utilização de três recursos: a emoção, a motivação e farta utilização de hashtags para direcionamento e estímulo ao engajamento dos seus seguidores. A expressiva utilização de frases motivacionais, de conteúdo com elementos emocionais (como as imagens dos cachorros) e de hashtags indicam uma resposta da instituição aos algoritmos das mídias sociais, bem como aos anseios dos seus seguidores, tão importantes quanto a própria divulgação das informações institucionais sobre a sua atuação. Além disso, foram constatadas diferenças na distribuição dessas ferramentas em cada uma das plataformas (*Facebook, Twitter e Instagram*), indicando que os conteúdos podem ser divulgados com vistas a atender as demandas dos diferentes públicos de seguidores em cada uma delas. A adoção de estratégias diferentes, em cada uma das mídias indica que a instituição, além de transmitir as informações que consideram relevantes, busca também o engajamento dos seguidores que são determinados pelas duas variáveis: as funcionalidades e o público de cada uma.

No entanto, algumas lacunas despontam para uma agenda de pesquisa sobre a estratégia de comunicação e utilização de mídias sociais por instituições estatais. Apenas com as informações coletadas neste trabalho não é possível identificar o agente ou grupo responsável pelas publicações *intra* instituição, ainda que a PF possua em sua estrutura uma Divisão de Comunicação Social que provavelmente seja responsável pelas publicações nas mídias sociais. Assim, não é possível depreender se a estratégia aqui apresentada reflete a posição de grupos internos ou diretrizes gerais de atuação do órgão. Tampouco é possível identificar a existência ou características de disputas internas que podem refletir também na comunicação institucional. Além disso, é possível ainda que os resultados apresentados não sejam necessariamente intencionais pela instituição, mas podem ser intuitivos ou mesmo acidentais, como resposta às demandas dos seguidores das páginas.

Os resultados encontrados com a análise de conteúdo das mídias sociais da PF podem ser interpretados como um novo formato de comunicação da instituição na internet, com a aproximação dos conceitos de sociedade positiva, do sujeito de desempenho em uma lógica neoliberal, bem como utilização de dispositivos emocionais. No entanto, a agência das instituições policiais nas mídias sociais e seus objetivos com a construção da imagem institucional ainda demandam maior compreensão pelos pesquisadores.

Referências

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel.; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Trad. Enio Paulo Giachini. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017a.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Trad. Enio Paulo Giachini. 2a. ed. Ampl. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017b.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Belo Horizonte: Áyine, 2018.

IBOPE. **Índice de Confiança Social (ICS)** 2018. Disponível em: http://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/JOB%2018_0741_ICS_Apresentação.pdf. Acesso em 17 de junho de 2019.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MOURA, Fernanda Costa. Proliferação das #hashtags: lógica da ciência, discurso e movimentos sociais contemporâneos. **Ágora** (Rio J.), Rio de Janeiro, v. 17, p. 141-158, 2014. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_isoref&pid=S1516-14982014000300012&lng=en&tlng=pt. Acessado em: 18 dez 2010.

NASCIMENTO, Leonardo Fernandes. A Sociologia Digital: um desafio para o século XXI. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 18, no 41, jan/abr, p. 216-241, 2016.

PADILHA, Felipe; FACIOLI, Lara. Sociologia Digital: apontamentos teórico-metodológicos para uma análise das mídias digitais. **Revista de Ciências Sociais da Unisinos**, v. 54 n. 3 (2018): Setembro/Dezembro, 2018.

POLÍCIA FEDERAL - **Ministério extraordinário da Segurança Pública**. Disponível em: <http://www.pf.gov.br/imprensa/lava-jato>. Acesso em 15 de maio de 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; BASTOS, Marco T.; ARAÚJO, Ricardo. Hashtags Functions in the Protests Across Brazil. **SAGE Open**. 2015
Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2158244015586000#articleCitationDownloadContainer>. Acessado em: 17 dez 2020.

REINER, Robert. Media made criminality: The representation of crime in the mass media. In: Reiner, Robert and Maguire, Mike and Morgan, Rod, (eds.) **The Oxford Handbook of Criminology**. Oxford University Press, Oxford, UK, pp. 302-340. ISBN 9780199256099, 2002.

ROSA, Ana Paula. Circulação: das múltiplas perspectivas de valor à valorização do visível. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 42, n. 2, São Paulo, 2019a.

ROSA, Ana Paula. Imagens que pairam: A fantasmagoria das imagens em circulação. **Revista FAMECOS**, v. 26, n. 2, 2019b.

ROSA, Ana Paula. Imagens em espiral: da circulação à aderência da sombra. **MATRIZES**, v. 13, n. 2, p. 155-177, 2019c.

SCHNEIDER, Christopher J. Police presentational strategies on Twitter. **Revista Policing and Society**, v. 26, n. 2, p. 129-147, Canadá, 2016.

SOARES, Felipe Bonow; VIEGAS, Paula; BONOTO, Carolina; RECUERO, Raquel. Covid-19, desinformação e Facebook: circulação de URLs sobre a hidroxiclороquina em páginas e grupos públicos. 2019. Disponível em: <
<https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/1476/version/1574>>. Acessado em: 16 dez 2020.

THOMPSON, John Brookshire. A nova visibilidade. **MATRIZES**. N. 2, abril, 2008.

Carla Campos Avanzi - Doutoranda da Programa de Pós-Graduação em Sociologia na Universidade Estadual de Londrina. Integrante do Laboratório de Estudos sobre Governança da Segurança (LEGS-UEL). E-mail: carla_avanzi@hotmail.com.

Visibilidades lésbicas em plataformas de mídias sociais: heteronormatividade e resistências no YouTube, Instagram e TikTok

Lesbian visibilities on social media platforms: heteronormativity and resistance on YouTube, Instagram and TikTok

■ Joana Ziller; Dayane do Carmo Barretos; Kellen Xavier; Leíner Hoki; Luiza Bodenmüller; Mônica França Dias

Resumo

O jogo entre resistência e docilidade às normas de gênero ganha contornos específicos quando visto a partir das plataformas de mídias sociais. Tais disputas são o cerne do artigo, que se volta às visibilidades e invisibilidades de lesbianidades no YouTube, Instagram e TikTok. Cada uma das pesquisas, brevemente apresentadas, se moldou metodologicamente às especificidades das plataformas. Além de registrar resultados de levantamentos desenhados a partir de abordagens quantitativas e qualitativas, o texto também se volta aos deslizamentos de sentido e negociações implementadas com as normas de gênero em busca de ampliar a circulação de conteúdos. Entende como comuns às plataformas a lógica *rich get richer* e a normatização dos corpos mesmo no que tange às sexualidades desviantes, com o predomínio de mulheres brancas, magras, jovens em corpos sem deficiência e que performam feminilidade.

Palavras-chave

lesbianidades; heteronormatividade; YouTube; Instagram; TikTok

Abstract

The play between resistance and docility to gender norms has specific contours when seen from social media platforms. Such disputes are the core of this article focused on lesbianities' visibilities and invisibilities on YouTube, Instagram and TikTok. Each one of the researches, briefly pointed here, are methodologically molded to the platform's specificities. Besides presenting the results of surveys

designed from qualitative and quantitative perspectives, the text also turns to the shifts on meaning and on negotiations implemented by the gender norm in order to expand the content circulation. It understands as inherent to platforms the logic of rich get richer and the normalization of bodies, even when it comes to deviant sexualities, with the predominance of white, thin, young women without disabilities and who perform femininity.

Keywords

lesbianities; heteronormativity; YouTube; Instagram; TikTok.

Introdução

As visibilidades que perpassam as lesbianidades nas plataformas de mídias sociais se constroem a partir da tessitura de ambiências *on* e *offline*. Os algoritmos, a heteronormatividade, as políticas das plataformas, as experiências de sexualidades dissidentes, as formas de recompensa e monetização do conteúdo, as negociações que interpomos às normas de gênero, a pretensa ideia da neutralidade maquínica... todos esses elementos se imbricam na disputa por circulação – na constituição, em variados graus, do que se torna visível e do que não se vê.

Pesquisar tal disputa pressupõe partir da constituição social das visibilidades e invisibilidades sociais das lesbianidades para perscrutar como as plataformas de mídias sociais e seus algoritmos hierarquizam tais experiências, as distribuem. E, por outro lado, como as pessoas que produzem conteúdo percebem tais hierarquizações e, mesmo sem acesso formal aos preceitos que guiam os algoritmos, jogam com eles para buscar visibilidade de seus canais e perfis, para ampliar a circulação dos conteúdos que publicam.

Nesse contexto, a máxima algorítmica *rich get richer* tende a reforçar normatividades, a estender a visibilidade daquilo que já tem mais aceitação. Denominador comum às plataformas de mídias sociais, esse preceito significa que quanto mais um conteúdo circula, mais tende a ser ofertado a outras pessoas – numa pretensa possibilidade de fazer emergir qualidade da quantidade de acessos (CIAMPAGLIA, NEMATZADEH, MENCZER e FLAMMINI, 2018). Tal premissa, entretanto, apenas potencializa a circulação daquilo que está sendo quantitativamente bem aceito – ou seja, mais acessado e debatido. E tem dois efeitos imediatos: fortalece padrões seguidos por grupos majoritários e estimula a criação de conteúdos similares, que reaproveitam elementos que *deram certo* em postagens anteriores.

Nos perfis e canais relacionados às lesbianidades em plataformas de mídias sociais, a hierarquização algorítmica aponta para uma questão contraditória: ao mesmo tempo em que possibilitam a circulação de conteúdos que não têm uma visibilidade ampliada em outras ambiências

midiáticas, as plataformas também limitam a circulação desses conteúdos, quase que o restringindo às pessoas que já têm uma ligação anterior com a temática. Tal contradição está relacionada à maneira como as plataformas fazem a mediação dos conteúdos nelas publicados. Entender essa dinâmica ajuda a compreender como as hierarquias estão traduzidas algoritmicamente e como se dão as resistências.

Por outro lado, mesmo no conteúdo que ganha circulação em perfis e canais cuja temática se relaciona às lesbianidades, constituindo uma dissidência no que tange à orientação sexual, há um predomínio de outros elementos da heteronorma: os conteúdos que mais circulam mostram mulheres brancas, jovens, magras, sem deficiência, que performam feminilidade.

A partir de tais questões, apresentamos, neste texto, resultados de pesquisas realizadas em três plataformas de mídias sociais: YouTube, Instagram e TikTok. Os levantamentos se deram com objetivos diferentes e seguiram linhas diversas de coleta de dados. Mas ajudam a perceber o que há de comum entre as visibilidades e no que cada plataforma difere.

Invisibilidade lésbica

Fazer ver, dar-se a ver, tornar visível. A reflexão sobre as visibilidades e invisibilidades é perpassada por lógicas normativas que penetram nosso cotidiano. Se por um lado o simples fato de estarmos produzindo sobre lesbianidade pode sugerir uma maior visibilidade sobre nossas experiências, há ainda uma invisibilidade muito mais ampla que atravessa nossas vivências diárias e se vincula diretamente ao que Rich (2019) chama de heterossexualidade compulsória, mas que também não se esgota nela.

A fim de ampliar o debate, entendemos as lesbianidades a partir da dupla ideia de identidade e prática (ZILLER e BARRETOS, 2020) e a invisibilidade lésbica como parte de um projeto normativo de matriz heterossexual, sendo não só resultado desse projeto, como também parte constituinte dele. Uma faceta que, ao mesmo tempo, reforça a heterossexualidade enquanto única possibilidade e submete as sexualidades dissidentes a sanções.

Avançando em termos foucaultianos, é possível discutir as invisibilidades das experiências das lesbianidades por meio das lógicas de vigilância e disciplina, sendo que a vigilância seria responsável por tornar visível o que deve sofrer a ação disciplinar. Já a disciplina é responsável por definir não apenas uma forma de dizer, como também uma maneira de viver, visto que discurso e ação estão intrincados no pensamento do autor. Sendo assim, não é necessário restringir ou reprimir

essa visibilidade para dificultar a produção de discursos a seu respeito, mas torná-la ampla na medida em que seja possível formatá-la de modo a garantir seu potencial pedagógico, um exemplo a não ser seguido caso se queira escapar das sanções. Há, portanto, uma relação íntima entre a visibilidade e a enunciação, garantindo que os discursos sejam formados dentro e por meio do pensamento heterossexual, nos impedindo de falar (e até de ser) se não nos termos dele, conforme nos diz Wittig (1980, p.10): “serás hétero ou não serás”.

Vemos então que não ocorre uma repressão pura e simples, mas uma dinâmica complexa em que visibilidades, invisibilidades; docilidade e resistência; saber, poder e discurso; interseccionalidades estão em jogo. Rich (2019) compreende a heterossexualidade compulsória como uma forma de “assegurar o direito dos homens de acesso físico, econômico e emocional” (RICH, 2019, p.63) às mulheres. Já Wittig (1980) vai defini-la como um sistema de pensamento¹. E Segato (1997) afirma que o modelo heterossexual é a matriz primeira de poder, o primeiro registro do poder na experiência social e na vida do sujeito. Nesse sentido, a heterossexualidade, tanto em sua dimensão compulsória (RICH, 2019), como sistema (WITTIG, 1980) ou como modelo (SEGATO, 1997) apresenta-se enquanto central para a manutenção dessa invisibilidade, tornando-se seu principal operador.

Um exemplo da ação do potencial pedagógico heteronormativo sobre a visibilidade das práticas e identidades relacionadas às lesbianidades é o texto que a apresentadora da TV Globo Fernanda Gentil publicou em uma plataforma de mídia social um dia após se assumir em uma relação com outra mulher: "Hoje acordei cedo, li umas coisas sobre mim e por um segundo achei que o mundo tinha acabado"². No texto, Gentil menciona os diversos âmbitos de sua vida, trazendo à tona de forma repetida e sutil as ameaças que assumir publicamente seu namoro com outra mulher poderiam trazer a suas relações familiares, sua posição social privilegiada, seu trabalho e até seus filhos. Ainda que estejamos falando de uma mulher branca, jovem, que performa feminilidade e de classe social privilegiada – portanto, em um contexto social muito diferente de mulheres negras, pobres,

¹ Wittig defende que o pensamento hétero composto por categorias tão amplas quanto "mulher", 'homem', 'sexo', 'diferença', e a toda a série de conceitos que carregam esta marca, incluindo conceitos tais como 'história', 'cultura', e o 'real'. E embora tenha sido aceito em anos recentes que não existe semelhante com a natureza, que tudo é cultura, permanece ainda um cerne de natureza que resiste a ser examinado, uma relação excluída do social na análise – uma relação cuja característica é inescapável na cultura, assim como na natureza, e que é a relação heterossexual" (1980, p. 6).

² Disponível em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1146269308760822&id=148899635164466>. Acesso em jun. 2021.

masculinas, por exemplo – os receios que cercam o *outing*³ de Gentil exemplificam as *punições* esperáveis a quem torna visível o desvio da norma.

Em seu texto, a apresentadora se mostra aliviada ao concluir que o *outing* não havia trazido consequências imediatas e profundas ao seu entorno: "Aí olhei pro céu e vi que as nuvens ainda estavam lá. Olhei pra varanda e a piscina do meu prédio ainda estava lá. Entrei nos quartos dos meninos; tudo intacto. Conferi meu pulso: pulsando. Ótimo; há mundo"⁴. O alívio de Gentil, entretanto, se dá em condições de segurança/privilégio específicas, que não podem ser generalizadas no país que mais registra mortes de LGBTI no mundo, como mostram os crescentes registros de lesbicídio (PERES, SUANE E DIAS, 2018) ou os dados que apontam que, em 2019, a cada dia, seis mulheres lésbicas sofreram estupro corretivo no país⁵.

Seguir parcial ou completamente invisível, ou no armário, é assim um jogo que no limite se relaciona à segurança física e à sobrevivência das mulheres com vivências lésbicas. Não por acaso, Sedgwick (2007) afirma que o armário é uma presença formadora na vida das pessoas homossexuais, de onde não se sai apenas uma vez, mas continuamente. Mesmo para pessoas assumidamente homossexuais,

Cada encontro com uma nova turma de estudantes, para não falar de um novo chefe, assistente social, gerente de banco, senhorio, médico, constrói novos armários cujas leis características de ótica e física exigem, pelo menos da parte de pessoas gays, novos levantamentos, novos cálculos, novos esquemas e demandas de sigilo ou exposição (SEDGWICK, 2007, p. 22).

Ou seja, é possível, por exemplo, decidir esconder a própria homossexualidade ao começar um novo trabalho ou adentrar em determinados espaços em que não há certeza de segurança e aceitação. Esse aspecto demonstra não só como a vigilância atua continuamente sobre nós, como também evidencia a sofisticação da disciplina, que não nos obriga a ocultar a nossa sexualidade dissidente, mas faz com que seja de certo modo estratégico para nós mesmas mantê-la em sigilo em certas situações.

Contudo, não são todas as mulheres lésbicas que conseguem se manter no armário. No caso daquelas que não performam feminilidade e que adotam marcadores estéticos mais ligados ao que socialmente se compreende como masculinos, como roupas, cabelo, acessórios, isso se torna muito

³ Sair do armário, se assumir como LGBTI – no caso de Gentil, o fato de assumir a relação com outra mulher.

⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1146269308760822&id=148899635164466>. Acesso em jun. 2021.

⁵ Disponível em <<https://www.generonumero.media/no-brasil-6-mulheres-lesbicas-sao-estupradas-por-dia/>>. Acesso em jun. 2021.

mais difícil. Nesse caso há uma hipervisibilidade efetuada por meio da vigilância e da disciplina, fazendo com que essas mulheres estejam potencialmente mais suscetíveis a discriminação e violência: 55% das vítimas de lesbocídio entre 2014 e 2017 não performavam feminilidade (PERES, SUANE e DIAS, 2018, P. 77)

Ao abordar as masculinidades femininas, Halberstam (2008) permite o entendimento de que essa masculinidade promove uma visibilidade específica às mulheres, fazendo com que a disciplina atue mais fortemente sobre elas. A sua análise das formas pré-identitárias de masculinidades femininas descola a expressão de gênero da sexualidade, um exercício que possibilita enxergar as lógicas diversas da disciplina, que em determinados momentos vai se voltar mais para o gênero e em outros para a sexualidade, por vezes para ambos, mas não necessariamente de forma simétrica e conjunta. A proposição do autor nos auxilia a compreender que, por não se tratar de uma masculinidade dominante, e também por se articular com a heterossexualidade compulsória, há contornos específicos no que se refere à atuação da vigilância e da disciplina sobre esses corpos.

Mas o que vemos nas postagens em plataformas de mídias sociais de que tratamos neste trabalho é que essa hipervisibilidade pela vigilância, que ajuda na atuação da disciplina, não se reflete em uma maior visibilidade. Numa reafirmação da percepção de Lorde (2019) de que lidamos com as diferenças de forma a “ignorar e, quando não for possível, copiar quando a consideramos dominante ou destruir quando a consideramos subalterna” (LORDE, 2019, p.144), as plataformas de mídias sociais contribuem para que as lesbianidades sejam ignoradas pela maioria de seus usuários, como discutiremos a seguir.

Algoritmos, plataformas e visibilidades

A fim de compreender as formas como as visibilidades e invisibilidades das experiências lésbicas se complexificam nas plataformas de mídias sociais, voltamos nossa atenção para as lógicas algorítmicas. Algoritmos nada mais são do que procedimentos codificados para fazer coisas. Algoritmos de busca, por exemplo, permitem que naveguemos à procura de conteúdos visados entre extensos bancos de dados. Mas os algoritmos fazem mais do que nos aproximar de postagens e páginas. Ao propor quais os conteúdos, entre seu imenso banco de dados, devem ser ofertados a cada uma de nós, influenciam sobre a contínua elaboração da nossa interpretação do mundo.

Nesse sentido, O'Neil lembra que "Modelos [algorítmicos] são opiniões embedadas na matemática" (2016, p. 379). Seja para definir a sentença de um condenado, seja para um processo

seletivo, algoritmos podem ser racistas, machistas, nada inclusivos e como podem promover a desigualdade (O'NEIL, 2016).

"Os pontos cegos de um modelo [algorítmico] refletem os julgamentos e prioridades de seus criadores", afirma O'Neil (2016, p.373). O caráter sociotécnico do desenvolvimento de tecnologias de processamento e mineração de dados evidenciam que o caráter pretensamente técnico/matemático/exato é encoberto pelas subjetividades envolvidas em seu desenvolvimento de modo que a máquina acaba reproduzindo tanto os vieses de seus criadores, como os critérios estratégicos e de negócios que guiaram a sua concepção.

Gillespie (2018, p. 97) refere-se aos algoritmos que produzem e certificam conhecimento como algoritmos de relevância pública. Ainda que as plataformas tentem se colocar como espaços neutros, as lógicas que regem seus algoritmos não emergem se não a partir de escolhas humanas e institucionais.

Assim como os algoritmos, "As plataformas não são construtos neutros ou livres de valores; elas seguem normas específicas e têm valores inscritos em sua arquitetura" (VAN DIJCK, POELL & WALL, 2018, p.3, tradução nossa)⁶. Nesse sentido, Grohmann (2020) alerta para o fato de que o objetivo das plataformas é nos manter navegando pelo maior tempo possível. Não por acaso: seu faturamento vem da extração dos dados contidos em nossa navegação. A "extração de dados não é mera coleta de informações, mas extração de valor e recursos" (GROHMANN, 2020, p. 109) "a partir dos mecanismos de dados e das mediações algorítmicas" (GROHMANN, 2020, p. 111). Enquanto navegamos, cliques, interações, mudanças no volume do áudio, pequenas pausas, padrões de rolamento de página e até movimento dos olhos servem como subsídio para prever comportamentos.

Para Gillespie (2018), há pelo menos seis dimensões dos algoritmos de relevância pública cujo valor político devemos considerar, que dizem respeito a 1. *Padrões de inclusão* (que informações os algoritmos coletam, distribuem e oferecem para consumo); 2. *Ciclos de antecipação* (nos quais algoritmos buscam prever e acabam por reforçar o que entendem como de interesses de seus usuários); 3. *Avaliação de relevância* (que, a partir de critérios feitos propositalmente opacos, atuam na delimitação do conhecimento considerado apropriado e legítimo); 4. *A promessa da objetividade algorítmica* (em que as plataformas apropriam-se discursivamente do caráter técnico dos algoritmos para atribuírem a si certa imparcialidade diante do conteúdo que circula em seus espaços,

⁶ "Platforms are neither neutral nor value-free constructs; they come with specific norms and values inscribed in their architectures", no original.

especialmente quando despertam controvérsias); 5. *Entrelaçamento com a prática* (que diz de como reconfiguramos práticas em resposta aos algoritmos, seja para atender às suas demandas ou desafiar suas políticas); 6. *A produção de públicos calculados* (a partir dos quais as plataformas agrupam seus usuários em categorias arbitrárias, adequadas ou não, mas que também podem ser incorporadas pelos mesmos para entenderem-se a partir desses espaços.)

Todas elas estão, em maior ou menor grau, nas análises que apresentamos das plataformas de mídias sociais. E se relacionam ao fato de que, em ambiências que buscam a permanência dos usuários pela maior quantidade de tempo possível, os perfis e canais que retêm mais os usuários serão beneficiados pela plataforma. Assim, as plataformas delegam seu objetivo de manter a atenção de usuários a perfis e canais, que tentam publicar conteúdo que, ao mesmo tempo, fale diretamente com seu público e incorpore os elementos avaliados pelas plataformas, que não são de conhecimento público - a *avaliação de relevância* efetuada pelas plataformas se dá a partir de critérios feitos propositalmente opacos (GILLESPIE, 2018), que faz perfis e canais tatearem em busca de uma maior circulação para o que postam.

Entretanto, em função de seu caráter fortemente quantitativo, os algoritmos tendem a replicar e reforçar ideias e imagens hegemônicas, permitindo que circulem de maneira mais ampla. Conteúdos que abriguem experiências e corpos fora do que se considera a norma tendem a permanecer restritos a seus públicos de interesse - lésbicas falam para lésbicas, pessoas com deficiência falam para pessoas com deficiência etc. - mais do que vídeos que reproduzam o que encontra aceitação social mais ampla. Tendem a alcançar mais usuários as produções de criadores que seguem normas: do que é mais bem recebido, mais bem visto etc.

Nesse ponto, é importante ponderar duas questões: mesmo nos conteúdos voltados a públicos numericamente menores, há elementos internos preponderantes, numa repetição da lógica hegemônica (para além das hegemônias normativas que seguem constituindo todos os grupos); em ambiências midiáticas em que a questão quantitativa é muito relevante, qualquer deslize pode se agravar, levar o canal ou usuário a perder seguidores e, com isso, instituir uma espiral de queda de popularidade, numa reafirmação com sinal trocado da lógica *rich get richer*.

Um exemplo disso são os perfis de Alexandra Gurgel. A influenciadora, conhecida pela pauta *body positive*, contra a gordofobia, publicou em seu canal do YouTube, em 03 de fevereiro de 2019, "COMO ME DESCOBRI SAPATÃO + HT COMPULSÓRIA (Nera Hétero?)"⁷. Na descrição,

⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=OxB3l0LUGcA&t=12s>>. Acesso em jun. 2021.

descreveu que "neste vídeo eu conto pra vocês sobre a minha descoberta: sou lésbica! Com quase 30 anos eu descobri que sou sapatão e não hétero e isso gerou muitos comentários (positivos e negativos) no Instagram."

Reconhecida por seu público como heterossexual, Alexandra, ao publicizar sua homossexualidade, enfrentou certa resistência de seus seguidores e de pessoas LGBTQ, que duvidaram de seu posicionamento, considerando-o oportunista. O vídeo de Alexandra é também uma espécie de prestação de contas ao seu próprio público. Ela diz que se vê

como uma mulher lésbica! Sapatão, sapatão mesmo. E continuo sendo eu, Alexandra que vocês conhecem! Continuo sendo a mesma pessoa. O canal não vai se tornar um canal LGBT. É claro que eu vou entrar cada vez mais nesses assuntos, vai ter um vídeo ou outro, não vai se tornar um canal com esse tema. [...] E eu quero que vocês me respeitem, sabe. Eu quero que vocês respeitem a minha vida, sabe? Como eu tô me sentindo, como eu tô feliz, invés de ficar apontando: "não era hétero, não sei o que, que não sei que lá?" Era! Eu me achava hétero, não sou mais. Não virei nada, eu só me descobri.

O público de Alexandra Gurgel, que estava acostumado com seu conteúdo sobre pressão estética, empoderamento feminino, aceitação, transtornos psicológicos (como anorexia, bulimia, ansiedade etc.), recebeu, neste vídeo, uma explicação sobre o que acontecia em sua vida e o que iria acontecer com o conteúdo de seu canal. Mas não parece ter sido suficiente. Um ano depois, em 17 de maio de 2020, após postar um vídeo dançando e beijando a namorada, em celebração ao dia mundial do combate à LGBTfobia, Gurgel indicou que uma parte significativa de seu público rejeitava o conteúdo mais explicitamente lésbico de suas mídias. "Xanda, tem necessidade de postar vídeo beijando a namorada?", escreveu Alexandra Gurgel na legenda do post seguinte, reproduzindo alguns dos comentários que recebeu. "O vídeo anterior me fez perder 4 mil seguidores em 4 h. Uma galera que não aceita um amor fora da norma hétero".

Ficam explícitos, nesse exemplo, o cuidado que Gurgel teve ao introduzir um elemento não normativo (sua recém-descoberta homossexualidade) para o público de diversidade corporal e a perda de seguidores imediata quando ela publica um conteúdo que explicita a sexualidade dissidente. Gurgel, mesmo sem conhecer formalmente o algoritmo, entende suas dinâmicas e sabe que precisa manejar seu conteúdo com cuidado para não perder seguidores – o que acontece de maneira intensa quando ela expõe ao seu público, que busca questionamentos sobre a hegemonia dos corpos padrão, uma foto que vai contra a heteronormatividade.

Lesbianidades no YouTube, Instagram e TikTok

Vamos nos ater, aqui, a três plataformas de mídias sociais em que desenvolvemos pesquisas nos últimos meses: YouTube, Instagram e TikTok. Em primeiro lugar, cabe destacar o forte caráter normativo que encontramos nessas três plataformas, mesmo nos perfis e canais voltados às lesbianidades. Nas publicações que analisamos, as mulheres que se dão a ver são predominantemente brancas, jovens e magras, em corpos sem deficiência e que performam feminilidade. A máxima *rich get richer* e as consequências que já descrevemos também está presente nas três plataformas. Por fim, cabe destacar que há um uso intermediático delas: dificilmente há presença só em uma das plataformas. Em geral, o uso se faz de maneira conjugada, incluindo ainda Twitter, Facebook, listas de distribuição do WhatsApp, canais do Telegram etc.

Vale registrar que nossas pesquisas nas três plataformas têm caráter exploratório. Não se pretendeu usar metodologias similares que permitissem a comparação dos resultados - mesmo porque cada plataforma estabelece o que disponibiliza ou não em sua API pública, interface que dialoga com as ferramentas adotadas em métodos digitais. Nos interessava entender como a visibilidade se constituía em cada uma das plataformas que abordamos, como os recursos disponibilizados pelas plataformas interferiam na visibilidade. Assim, os levantamentos foram feitos a partir dos recursos disponíveis nas plataformas.

YouTube

Começamos pelo YouTube por ser a pesquisa mais ampla que conduzimos nas plataformas de mídias sociais. A pesquisa foi realizada usando a ferramenta *YouTube Datatools*, com ela coletamos inicialmente vídeos que continham a tag *lésbicas*. Para nossa surpresa, a ferramenta, configurada para gerar uma lista dos 500 vídeos mais vistos com o termo buscado, retornou apenas 363 resultados - explicitando que não havia mais do que esses vídeos com o termo⁸ *lésbicas* publicados em todo YouTube em setembro de 2018. Optamos por uma segunda coleta, desta vez com a palavra-chave *sapatão*, a fim de comparar os dois *datasets* resultantes - a escolha de *sapatão* tem como base o uso ambíguo que se faz do termo, empregado tanto em contextos de discriminação, quanto, politicamente, para reafirmar as identidades lésbicas. A coleta com *sapatão* foi feita em outubro de 2018 e teve como retorno uma planilha com os 500 vídeos.

⁸ A ferramenta leva em conta o uso do termo no título, descrição e nas tags usadas ao publicar os vídeos, mas não em seu conteúdo.

Para entender quem são as mulheres lésbicas que se dão a ver nas coletas, empreendemos uma análise qualitativa dos 863 vídeos⁹. Assistimos a cada um e elaboramos categorias autoemergentes baseadas em questões como: os vídeos são protagonizados por mulheres lésbicas falando de si e de suas experiências ou por outras pessoas se referindo a nós? São outros produtos culturais e midiáticos, como músicas e trechos de filmes, recortados e apropriados? Quando se tratam de mulheres que se identificam como lésbicas, quem são – brancas, negras, indígenas ou amarelas? Magras ou gordas? Jovens ou o que convenciamos chamar de adultas+ – mulheres que aparentam ter mais de 30 anos?

O primeiro dado relevante com o qual nos deparamos é que a invisibilidade das lesbianidades, que é parte da heteronormatividade de que tratamos no começo do artigo, marca até mesmo os vídeos em que são usados os termos *lésbicas* ou *sapatão* nos títulos, descrição ou tags. Isso porque apenas 22% dos vídeos que coletamos com o termo *lésbicas* e 33% com *sapatão* têm como protagonistas mulheres identificadas como tal. Na maior parte dos vídeos, outras pessoas falam de nós (18% da coleta *lésbicas* e 26% da coleta *sapatão*) ou as publicações são recortes de produtos culturais e midiáticos: músicas, filmes, séries (37% e 24%).

Nos vídeos que protagonizamos, a regra é que ganhem visibilidade mulheres jovens (93% dos vídeos em que aparecemos na coleta *lésbicas*; 78% em *sapatão*), brancas (71% e 59%), magras (86% e 68%), sem deficiência (100% em ambas). Ou seja, ainda que haja diferenças entre as duas coletas, relacionadas a uma maior politização dos vídeos de *sapatão*, na maior parte dos vídeos em que aparecem mulheres identificadas por si ou por terceiros a partir das lesbianidades reitera-se o padrão normativo da juventude, magreza e branquitude em corpos sem deficiência. Essa mesma predominância foi percebida por nós nos levantamentos em outras plataformas, ainda que não tenham sido feitos a partir de procedimentos quantitativos.

Um bom exemplo de como a heteronormatividade se relaciona com o YouTube em nossas pesquisas está nos vídeos que trazem a música Maria Sapatão - talvez um dos expoentes da disputa de sentidos que envolvem as lesbianidades nos vídeos na plataforma. A marchinha é usada tanto de forma discriminatória, quanto para manifestar o que se convencionou chamar de orgulho¹⁰, e, por sua "versatilidade", foi presença recorrente em nossa coleta de dados na plataforma.

⁹ A análise e classificação dos vídeos foi feita por bolsistas e voluntárias que então frequentavam o Grupo de Estudos em Lesbianidades (GEL/UFMG), parte do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermidiáticas (NucCon/UFMG).

¹⁰ Usamos a noção de *Orgulho* para qualificar os discursos que tratam o desvio da norma com naturalidade, ou seja, invertendo a lógica normativa da estigmatização da diferença.

Dos 500 vídeos da nossa amostra com a tag *sapatão*, 122 são músicas sobre o tema das lesbianidades. A marchinha *Maria Sapatão* infla a categoria. Um dos vídeos¹¹ com a música mostra um ambiente de churrasco em família no que parece ser a cobertura de um prédio. Um músico toca ao vivo e a família alegremente acompanha o cantor, entoando: "Maria Sapatão, Sapatão, Sapatão, de dia é Maria, de noite é João". Dentre os membros do churrasco, – a maioria é branca e mercadamente pertencente a classes sociais mais abastadas –, não parece haver uma lésbica presente. Ao final, a família se abraça, feliz. No YouTube, a legenda é de apenas uma palavra: *Churrasco*. É um vídeo íntimo, de conteúdo afetivo; produção caseira e feito para circulação restrita – mas que somava 2.660 visualizações¹², um valor considerável.

Em contraste, há um segundo vídeo¹³ no qual a marchinha é tocada e cantada pelas mulheres da bateria do bloco de carnaval Toco Xona¹⁴. O vocal é feminino, grave. Em frente ao palco estão as responsáveis pelos tamborins, cantando, dançando, rindo, vestidas com os abadás do bloco. Gordas e magras, brancas e negras entoam "O sapatão está na moda!" e cantam a marchinha completa, diferentemente da família do churrasco, que se limitava ao refrão.

O vídeo *Maria Sapatão* do Toco Xona foi visto 1.117 vezes. Comparando o ambiente familiar tradicional, no qual se exibiam performances marcadamente heteronormativas e em que apenas o refrão da marchinha era cantado; e as mulheres do Toco Xona, cantando-a inteira, com seus corpos diversos, suas lesbianidades visíveis e orgulhosas, salta aos olhos e ouvidos a mudança no sentido da música.

Não por acaso, o vídeo a receber mais visualizações é a versão da marchinha em consonância com a norma, em que a ideia da sapatão é reafirmada como uma caricatura carnavalesca de uma personagem hilária, risível, desumanizada. Não por acaso, também, o vídeo familiar, para circulação íntima, tem quase o dobro de visualizações daquele feito para o público, que chama para a resistência compartilhada, em uma peça de divulgação do "bloco da mulher sapatona".

Instagram

¹¹ Disponível em: <<https://youtu.be/oGycVAKmhiY>>. Acesso em jun. 2021.

¹² Os números de visualizações se referem à data da coleta.

¹³ Disponível em: <<https://youtu.be/8Cs2vIb1g6w>>. Acesso em jun. 2021.

¹⁴ No perfil oficial do Instagram, Toco Xona se define como o "primeiro bloco LGBTI+ do Rio de Janeiro criado, em 2007, pela força da mulher sapatona"

Nossa exploração do Instagram foi feita a partir do mapeamento dos perfis que se autoidentificavam como relacionados às lesbianidades em seu título ou descrição, como o uso dos termos lésbica, sapatão ou a adoção de símbolos como ♀ e ♀♀. O levantamento foi feito em 2018 e foram reunidos 178 perfis. Nesse primeiro momento, despertou nossa atenção o fato de que, ainda que pare socialmente a ideia da ausência de práticas sexuais nas lesbianidades, encontramos uma quantidade significativa de imagens sexuadas nos perfis mapeados. Sendo assim, a reflexão que apresentamos aqui a respeito dessa plataforma volta-se principalmente às expressões das práticas sexuais lésbicas nos conteúdos direcionados a esse público.

Boa parte das plataformas têm regras que vetam a publicação de conteúdo sexualmente explícito, que atuam de forma conjunta a mecanismos automáticos que excluem tais conteúdos imediatamente após a sua postagem. Mas, dentre os perfis analisados, encontramos com frequência a presença de imagens explícitas do sexo entre mulheres, como mostram as FIG. 1 e FIG. 2.

Além de burlarem as regras do Instagram, as imagens também vão de forma bastante incisiva contra a ideia de que mulheres lésbicas não transam. As imagens, de forma a discordar do comportamento normatizado para mulheres, mostram o sexo sem elementos explícitos de romance, focam no sexo pelo sexo, de maneira que é impossível dizer se há um envolvimento amoroso entre as envolvidas.



FIGURA 1 - imagem de sexo oral entre mulheres publicada no Instagram

FONTE - perfil @umalesbicacitou



FIGURA 2 - imagem de sexo entre mulheres publicada no Instagram

FONTE - perfil @momentolgbt

As figuras 1 e 2 se utilizam de uma fragilidade dos mecanismos de detecção de imagens vetadas pelos termos de uso do Instagram, que encontram dificuldades ao decodificar as ilustrações. Ao explorar essa fragilidade da plataforma, tais imagens também possibilitam que temas variados que compõem a experiência das lesbianidades sejam disseminados, o que permite uma elaboração acerca da própria sexualidade entre lésbicas, contribuindo para retirar essas práticas sexuais da invisibilidade, ainda que de forma limitada pelo acesso ao aplicativo e pela curadoria algorítmica.



FIGURA 3 - imagem de sexo entre mulheres publicada no Instagram

FONTE - perfil @lesbicalizouof



FIGURA 4 - imagem de sexo entre mulheres publicada no Instagram

FONTE - perfil @nosso_mundo_

No que diz respeito ao conteúdo, podemos notar algumas recorrências. Nas postagens que apresentam casais, há uma centralidade do corpo da mulher, acionando as lesbianidades através de um reconhecimento de um desejo compartilhado - de estar naquela cena da imagem com outra mulher. É o fato de tornar-se sujeito do seu próprio desejo, em um contexto social em que as mulheres são muitas vezes vistas como objetos (TOLEDO e TEIXEIRA FILHO, 2010), que está evidenciado nas imagens. Termos como lésbica ou sapatão não são mencionados, deixando pressuposto que aquele conteúdo já tem um destino específico que não precisa ser explicitado. Nas legendas, vemos frases como “terminar a sexta-feira assim com a @” (FIG. 4) e “É tão bom acordar logo cedo assim contigo” (FIG. 3) que demonstram esse aspecto e naturalizam a experiência sexual lésbica.

Contudo, é importante questionar quais são os corpos que se dão a ver ou são representados nessas imagens. Tanto nas fotografias, como nas ilustrações que apresentamos até aqui, nos são apresentados corpos magros, jovens e brancos. Se tensionamos a invisibilidade das lesbianidades, é fundamental também refletir sobre como ocorre a produção de um visível muito específico, como é

o caso. O que parece é que o prazer sexual da mulher, quando é expressado, é permitido a uma única corporalidade, que presta contas a um padrão de beleza imposto às mulheres em geral.

Não é de hoje que mulheres lésbicas denunciam o apagamento sofrido até mesmo no âmbito do movimento LGBT e é nesse sentido que não podemos buscar combater um apagamento promovendo outros. Lima (2018) cita o apagamento da questão racial nesse contexto, ao tratar das violências sofridas por negras lésbicas. Mas ao tratarmos dos corpos que estão representados nos conteúdos que abordam a sexualidade lésbica no Instagram é possível adicionar outras ausências: não há mulheres racializadas, mais velhas, gordas, nem com deficiência nessas imagens.

Por outro lado, ainda que sejam frequentes as postagens de imagens com a presença dos corpos de mulheres em contextos sexuais, eles não são estritamente necessários. Muitas das imagens que encontramos dialogam com uma espécie de imaginário compartilhado por mulheres lésbicas acerca das suas próprias práticas sexuais.



FIGURA 5 - imagem que remete a sexo oral publicada no Instagram

FONTE - perfil @momentolgbt

FIGURA 6 - imagem que remete a sexo com as mãos publicada no Instagram

FONTE - perfil @lesbionalidad3_ofc

No que tange aos sentidos acionados pelas postagens que estão para além da representação do corpo, percebemos que conteúdos que exploram brincadeiras, memes e expressões de um imaginário compartilhado entre as mulheres lésbicas também predominam (FIG.5 e FIG. 6). Referências ao sexo oral, que nas práticas sexuais heteronormativas muitas vezes é entendido como parte das preliminares, mas que é apontado como uma das principais formas de obtenção de prazer pelas mulheres, também são expressivos. Além do sexo oral, outro destaque é o uso das mãos nas práticas sexuais, também presentes nas postagens indicando um saber partilhado acerca das especificidades do sexo lésbico.

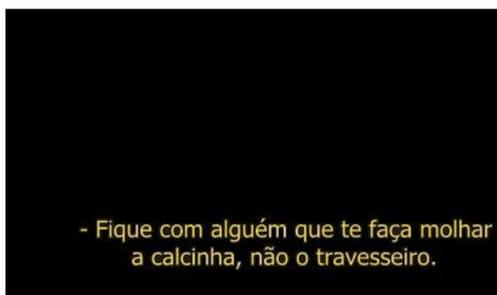


FIGURA 7 - imagem composta por texto, publicada no Instagram

FONTE - perfil @lesbionalidad3_ofc



FIGURA 8 - imagem que remete a excitação sexual da mulher, publicada no Instagram

Singularidades do corpo da mulher também estão presentes nas imagens, feitas por e para mulheres (FIG.7 e FIG.8). Molhar a calcinha e ficar molhada, como indicadores da excitação sexual, são utilizados como chaves de sentido em algumas postagens. Não mais ficar erétil, mas sim molhar a calcinha é o marcador da sexualidade nesses conteúdos, tornando o corpo da mulher como central, contribuindo para um outro entendimento da prática sexual, que deixa de ser falocêntrica - e, assim, remete às resistências à heteronormatividade.

TikTok

O *TikTok* oferece aos seus usuários uma lógica incomum. Diferentemente do que fizeram *Facebook*, *Instagram* e *Snapchat*, sua ênfase inicial não foi a sociabilidade entre usuários, mas o entretenimento a partir da divulgação de conteúdo, mais próximo do que faz o *Youtube*. Embora *tags* como “50 fatos sobre mim” e “Draw my Life” já fossem comuns desde o *Youtube*; e o *Instagram* conte com contas inteiramente dedicadas a zombar de sua própria mesmidade - como o @insta_repeat -, o *TikTok* parece assentar-se tanto ou mais na imitação e na replicação para propagação de seus conteúdos. De acordo com Zulli e Zulli (2020), no *TikTok*, é preciso que haja uma imitação: ou você imita, ou deve ser imitado.

Além de não encorajar conexões interpessoais, pautando a navegação por conteúdos em vez de perfis, há denúncias, baseadas em documentos internos, de que a plataforma instruiria seus mediadores de conteúdo a suprimirem vídeos de pessoas consideradas muito feias, pobres ou com deficiência e para censurar *lives* que contenham discurso com viés político¹⁵. Não por acaso, a incidência da heteronormatividade (e mesmo a homonormatividade¹⁶) nos pareça tão forte na plataforma.

Tal percepção nos levou a levantar perfis que explicitam o jogo normativo entre docilidade e resistência às normas de gênero no que tange às lesbianidades. Um exemplo são as postagens de @gabbi_souza. Na FIG. 9, os olhos azuis da *tiktoker* se destacam no terço superior da tela do celular. Ressaltados por um filtro que automaticamente maquia os olhos em um esfumado perfeito, preenche as sobrancelhas, homogeneiza a pele e aumenta os lábios, compõem um conjunto visual montado para jogar com as frases "Ai, só gosto de princesas" e "muito machinho", que também aparecem destacadas.

Jovem branca, magra, de olhos azuis e bastante maquiada, @gabbi_souza veste camiseta e boné pretos e reage aos comentários que aparecem em sua tela ao som de Tombei, música de Karol Conka. Fazendo cara séria e encarando a câmera, a jovem abre a boca para dublar a parte da música em que Conka canta: "se quiser conferir, vem, que é pra ver se aguenta". Ela sorri e, colocando a língua para fora de maneira pretensamente sensual, pisca para a câmera, como se estivesse desafiando

¹⁵ Disponível em: <<https://theintercept.com/2020/03/16/tiktok-app-moderators-users-discrimination/>>. Acesso em fev. 21

¹⁶ Sobre a discussão de homonormatividade, ver Duggan (2002) e Drucker (2017).

a outra menina, que a considerava pouco princesa/muito machinho, a experimentar ficar com ela (FIG. 10).



FIGURA 9 - lésbica futch no TikTok

Fonte: perfil @gabbi_souza

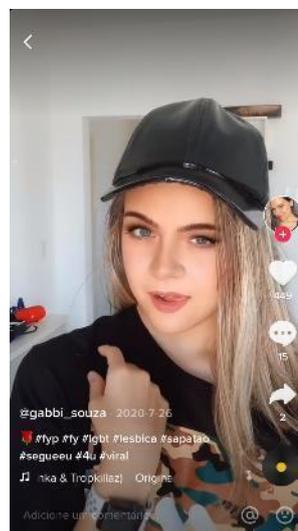


FIGURA 10 - lésbica futch no TikTok

Fonte: perfil @gabbi_souza

A virtual masculinidade de que @gabbi_souza é *acusada* não é uma novidade entre mulheres (HALBERSTAM, 1998) e historicamente demarca as categorias mais comuns às lesbianidades - *femme/butch* (RUBIN, 2011)¹⁷. O que chama a atenção no vídeo da *tiktoker* é que, exceto pelo boné preto, nenhum outro marcador de gênero pode ser lido como masculino. Pelo contrário, o cabelo liso e louro e o destaque que a maquiagem dá à boca e aos olhos compõem um corpo que parece seguir à risca normas que se completam com a pele branca e o corpo jovem e magro.

A estética adotada por @gabbi_souza e bastante replicada do TikTok pode ser descrita como *futch* - a combinação de *femme* e *butch*, que aparece não como androginia, mas como uma mescla de elementos advindos dessas categorias. Não se trata de fundi-las, mas de manter alguns elementos identificados como *butch* em um corpo que aparece dócil às normas de gênero, ao padrão estético feminino.

¹⁷ E aqui evitamos propositalmente o debate sobre a homofobia presente na ideia de lésbicas que não admitem se envolver com mulheres masculinizadas, até porque estamos exatamente questionando tal masculinidade nos vídeos.

O padrão corporal das *futches* dos vídeos que analisamos varia pouco – são magras, cabelos lisos e longos, brancas, jovens. A maquiagem e os filtros ajudam a reafirmar tais características. Os elementos do vestuário *butch* adotados para compor a performance apontam para uma cultura importada, reafirmam um padrão de consumo. Se somam ao corpo e às roupas uma postura provocadora, pegadora, também mais identificadas no estereótipo lésbico como da *butch* (JOHNSON, 1992).

Outro exemplo da normatividade no TikTok diz respeito a @eimaryy_s, jovem de 17 anos assumidamente lésbica, que beijou um colega durante sua estadia em uma *content house*¹⁸ (FIG.11). O beijo, dado quase como uma brincadeira, despertou uma repercussão bastante negativa, como a resposta (#costura) de @bruxinhasolitaria, que disse: "se rotula lésbica mas beija um garoto, parabéns por *estar fodendo* a visibilidade lésbica" (FIG.12). A reação negativa de pessoas autoidentificadas como LGBTs foi grande o suficiente para fazer com que @eimaryy_s respondesse: "... já esgotou pra mim. Não aguento mais, tô de saco cheio e eu vou responder. Bom, muito prazer, meu nome é Mariana, tenho 17 anos e eu sou muito lésbica. Eu sou lésbica demais, mano? É que cês não me conhecem." Vale registrar que os comentários agressivos direcionados a @eimaryy_s também foram respondidos por outras pessoas com indignação, isto é, parte da comunidade LGBT usuária de TikTok se mobilizou, reagindo em defesa da *tiktoker*.

¹⁸ As *content houses* são relativamente comuns no TikTok: casas nas quais os influenciadores digitais moram juntos por um período de tempo, em uma mansão com piscina patrocinada por marcas parceiras. Nessas casas, os influenciadores criam juntos *challenges* e outros conteúdos para viralizar na plataforma, como o "beijo ou tapa", no qual o *tiktoker* caminha pela casa pedindo aos colegas beijos ou tapas.



FIGURA 11 - lésbica beija rapaz no TikTok

Fonte: perfil @eimaryy_s



FIGURA 12 - puxão de orelha - TikTok

Fonte: @bruxinhasolitaria

O que nos interessa aqui, com esse exemplo, é perceber como a normatividade é mais pervasiva do que se pode supor, não se dá apenas em um sentido ou sobre um grupo. No caso de @eimaryy_s, se instaura uma dinâmica entre acolhimento, vigilância, normatização e rejeição que se dá, inclusive, dentro de comunidades específicas e circunscritas. Assim, como no caso de Alexandra Gurgel, é possível perceber, para dizer o mínimo, uma espécie de desconfiança inspetora de pessoas dispostas a questionar, sabatar e invalidar quem, de alguma forma, foge à norma que se estabeleceu como dominante entre as pessoas LGBTs. Ou seja, a norma tanto age sobre nós, quanto a partir de nós.

Nesse contexto, as lesbianidades visíveis (ou menos invisíveis) que circulam por meio de uma reafirmação algorítmica se tornam as únicas legítimas - isso, dentro de grupos LGBT nas plataformas de mídias sociais. Assim como desviar da heteronorma e viver as lesbianidades nos faz mais amplamente vulneráveis às lógicas de vigilância e disciplina de que já tratamos, fugir ao que se convencionou como legítimo dentro das lesbianidades traz consequências similares.

Considerações finais

As disputas em torno das visibilidades lésbicas se dão em uma ambiência midiática em que, como dissemos, compete-se permanentemente pela atenção de usuários. A popularização crescente do TikTok, considerado “uma das plataformas de mídia social mais influentes e amplamente utilizadas no mundo”,¹⁹ vem tensionando a hegemonia das plataformas estadunidenses na acumulação de dados. Em resposta, o algoritmo do Instagram mudou, e profissionais de Comunicação que atuam como produtores de conteúdo apontam diminuição na circulação de seus posts estáticos do *feed*, em prol da (já nem tão) nova funcionalidade *reels*²⁰ e os *stories* (agregados em resposta a outra plataforma de mídias sociais que alcançou grande sucesso fora do Grupo Facebook, o Snapchat). Antes disso, também o Instagram passou a oferecer conteúdos longos de vídeo, disputando o tempo de tela do YouTube com o IGTV – vídeos verticais com um tempo superior de duração ao permitido até então na plataforma e a partir do qual também podem ser salvas as *lives*. Além de intermediar negócios entre empresas e criadores, o Instagram passou também a oferecer remuneração aos seus criadores,²¹ modelo comum ao YouTube, que direciona uma infinitesimal parte de seus ganhos com a publicidade que exhibe entre e durante os vídeos postados na plataforma para quem as alimenta com conteúdo. Já o algoritmo do Instagram é acusado de penalizar produtores de conteúdo e influenciadores que atraíam tráfego para fora de sua plataforma, diminuindo o alcance de quem usa o “arrasta para cima” para levar os usuários ao YouTube ou outros sites. De modo semelhante, o YouTube derruba o alcance dos canais que levem seus usuários a outro espaço, como o Facebook. Ainda o YouTube, com o foco em proporcionar um espaço amigável para adultos e crianças (ou *family-friendly*), inscreve em seu algoritmo a redução do alcance de vídeos cujo conteúdo é considerado *impróprio*.

Entretanto, assim como feio, belo, grande e pequeno, ou qualquer outro adjetivo, *impróprio* não significa nada isoladamente: é mais uma das variáveis que respondem a normas como a de gênero

¹⁹ “TikTok is currently one of the most influential and widely used social media platforms in the world”, no original. Informação disponível em: <<https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>>. Acesso em fev. 2021.

²⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CO_oKVEHngH/?utm_source=ig_web_copy_link>. Acesso em jun. 2021.

²¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CQY_rM9lrOS/?utm_source=ig_web_copy_link>. Acesso em jun. 2021.

– como evidencia, por exemplo, a disputa entre a Bienal do Livro de 2019 e o então prefeito do Rio de Janeiro, Marcelo Crivella, pela censura da capa de uma HQ em que dois rapazes se beijavam²².

Na competição por dados e tempo de tela dos usuários, as plataformas de mídias sociais acabam por incorporar a linguagem e as estratégias umas das outras, num gesto de reforço a partir da repetição. Assim, mesmo que se ofereçam como espaços pretensamente neutros e abertos a toda variedade de corpos, práticas e experiências possíveis de se dar a ver, suas lógicas recompensam a reprodução do que melhor funcionar quantitativamente e, sob tal lógica, difundem e legitimam certas práticas e conhecimentos – como vemos aqui, geralmente normativos – sobre outras. Isto é, ainda que cedam espaço para que outros corpos e vivências de gênero e sexualidade se deem a ver, suas lógicas algorítmicas tendem a segmentar a distribuição desses conteúdos de modo a reforçar preferências atribuídas pelo algoritmo aos usuários. Assim, quanto mais dissidente, mais uma criadora de conteúdo tende a ser isolada pelo algoritmo, salvo em casos de viralização por controvérsias, e pelas empresas que recompensam perfis e canais em função de sua imagem e alcance. O apelo à norma pode servir para tornar algumas dissidências palatáveis – algo como “pode ser lésbica, mas não precisa ser masculina” –, ao mesmo tempo em que também atua para a formação e delimitação de uma comunidade de interesses que vai se alimentar repetidamente das mesmas imagens e formas de viver as lesbianidades.

Do mesmo modo que as plataformas possuem singularidades algorítmicas, diretrizes e lógicas de formato e veiculação de conteúdos distintos, há similaridades no que se refere à circulação das produções e à valorização de padrões que estão intimamente vinculados com as normatividades. Aqui destacamos principalmente a heteronormatividade, mas é necessário que ela seja discutida em relação a outros regimes normativos que limitam nossos corpos a padrões estéticos e nossas experiências a modelos pré-estabelecidos.

Nesse sentido, os conteúdos sobre as lesbianidades se direcionam a mulheres lésbicas, circulando na própria comunidade e produzindo formas de se compreender as experiências lésbicas, bem como de se encaixar nos padrões de comportamento e estética estabelecidos, reforçados e/ou postos em circulação por usuários comuns, canais e produtores de conteúdo.

Ao discutir as lógicas algorítmicas a partir dos jogos de visibilidade e invisibilidade que configuram as lesbianidades com foco nas dinâmicas de docilidade e resistência que compõem a vida

²² Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/09/marcelo-crivella-manda-censurar-gibis-dos-vingadores-na-bienal-do-livro-no-rio.shtml>>. Acesso em jun. 2021.

social, é possível notar como aspectos sociais estão presentes nas plataformas de mídias sociais de formas específicas. Não há uma simples transposição da vida real para ambiência digital, há uma reconfiguração. Se, por um lado, as plataformas propiciam uma maior interação entre usuários que fazem parte de um mesmo grupo, nesse caso as mulheres lésbicas, possibilitando a troca de referências, conhecimentos e brincadeiras, como vemos nos conteúdos que abordam as práticas sexuais do Instagram ou dos vídeos do TikTok que acionam um senso comum sobre ser lésbica; por outro, há também o reforço de um modo normativo de vivenciar as lesbianidades, baseado em corpos magros, brancos, sem deficiência, com poder aquisitivo suficiente para usar as roupas e acessórios do momento.

Referências

- CIAMPAGLIA, Giovanni L., NEMATZADEH, Azadeh, MENCZER, Filippo & FLAMMINI, Alessandro (2018). How algorithmic popularity bias hinders or promotes quality. *Nature - Scientific Reports*, n. 8, out.2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s41598-018-34203-2>. Acesso em: 01 mai 2021.
- GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. *Revista Parágrafo*, v. 6, n. 1, p. 95–121, 2018. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/722/563> . Acesso em 03 ago. 2021.
- GROHMANN, Rafael. Plataformização do trabalho: entre a dataficação, a financeirização e a racionalidade neoliberal. *Revista Eptic*, v. 22, n. 1, p. 107-122, 2020. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/12188/10214> . Acesso em 03 ago. 2021.
- HALBERSTAM, Jack. *Masculinidad Femenina*. Barcelona, Editorial EGALES, 2008.
- JOHNSON, Mykel. Butchy femme. In: NESTLE, Joan. *The persistent desire: a femme-butched reader*. Boston, Alyson Publications, 1992. p. 395-398.
- LIMA, Fátima. Raça, Interseccionalidade e Violência: corpos e processos de subjetivação em mulheres negras e lésbicas. *Cadernos de Gênero e Diversidade*, v. 4, n. 2. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/cadgendiv/article/view/26646/16098> . Acesso em 03 ago. 2021.
- LORDE, Audre. Idade, Raça, Classe e Sexo: mulheres negras redefinem a diferença. In: _____. *Irmã Outsider: ensaios e conferências*. Belo Horizonte, Autêntica Editora, 2019. p. 142-156.
- PERES, Milena Cristina Carneiro; SUANE, Felipe Soares & DIAS, Maria Clara. *Dossiê sobre lesbocídio no Brasil: de 2014 até 2017*. Rio de Janeiro, Livros Ilimitados, 2018. Disponível em: <https://dossies.agenciapatriciagalvao.org.br/fontes-e-pesquisas/wp-content/uploads/sites/3/2018/04/Dossi%C3%AA-sobre-lesboc%C3%ADdio-no-Brasil.pdf>. Acesso em: 03 ago. 2021.
- O'NEIL, Cathy. *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. Nova Iorque, Crown, 2016.

- RICH, Adrienne. Heterossexualidade compulsória e existência lésbica. In: _____. **Heterossexualidade compulsória e existência lésbica & outros ensaios**. A Bolha Editora, Rio de Janeiro, 2019. p. 25-108.
- RUBIN, Gayle S. **Deviations**. Durham e Londres, Duke University Press, 2011.
- SEDGWICK, Eve K. A epistemologia do armário. In: **Cadernos Pagu**, n. 28, jan.-jun, p. 19-54, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cpa/a/hWcOqkryVj3MMbWsTF5pnqn/> . Acesso em: 03 ago. 2021.
- SEGATO, Rita. Os percursos do gênero na antropologia e para além dela. **Sociedade e Estado**, v.12, n, 2, jul.-dez., 1997. Disponível em: http://www.clam.org.br/bibliotecadigital/uploads/publicacoes/1083_588_SEGATO-Rita-Laura-Os-percursos-do-genero-na.pdf . Acesso em 05 ago. 2021.
- TOLEDO, Livia Gonsalves; TEIXEIRA FILHO, Fernando Silva. Lesbianidades e as referências legitimadoras da sexualidade. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 10, n. 3, 2010. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/epp/v10n3/v10n3a06.pdf> . Acesso em 03 ago. 2021.
- VAN DIJCK, José; POELL; Thomas WAAL, Martijn. **The Platform Society**. Nova Iorque, Oxford University Press, 2018.
- WITTIG, Monique. **O Pensamento Hétero**. 1980. Disponível em: https://we.riseup.net/assets/134062/Wittig,+Monique+O+pensamento+Hetero_pdf.pdf . Acesso em: 25 jun. 2021.
- ZILLER, Joana; BARRETOS, Dayane. Lésbicas também transam: disputas sobre a visibilidade das lesbianidades no Instagram. In: **Anais do XXIX Encontro Anual da Compós**, Campo Grande, 2020. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos_arquivo_ZJSM1F80STHWBSAQB3ZH_30_8314_26_02_2020_11_16_34.pdf. Acesso em: mai. 21.
- ZULLI, Diana; ZULLI, David James. Extending the Internet meme: conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. **New Media and Society**, dez. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>. Acesso em: fev. 2021.

Joana Ziller - Professora permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFMG, coordena o Grupo de Estudos em Lesbianidades (GEL) do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermediáticas (NucCon) e a Formação Transversal em Gênero e Sexualidade: perspectivas Queer/LGBTI, ambos da UFMG. joana.ziller@gmail.com

Dayane do Carmo Barretos - Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG. Integrante do Grupo de Estudos em Lesbianidades (GEL), que faz parte do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermediáticas (NucCon). E-mail: dayanebarretos@gmail.com

Kellen Xavier - Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG. Integrante do Grupo de Estudos em Lesbianidades (GEL) do

*Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermediáticas (NucCon). E-mail:
kellencxavier@gmail.com*

Leíner Hoki - ⁴Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Artes da UFMG. Integrante do Grupo de Estudos em Lesbianidades (GEL) do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermediáticas (NucCon). Integrante do Grupo de Pesquisa Estratégias da Arte na Era das Catástrofes (Departamento de Artes Plásticas - EBA-UFMG). E-mail: leinerhoki@gmail.com

Luiza Bodenmüller ⁵Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG. Integrante do Grupo de Estudos em Lesbianidades (GEL) e do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermediáticas (NucCon). E-mail: luizabodenmuller@gmail.com

Mônica França Dias - Graduanda em Artes Visuais na UFMG. Integrante do Grupo de Estudos em Lesbianidades (GEL) do Núcleo de Pesquisa em Conexões Intermediáticas (NucCon). Integrante do projeto de extensão em acessibilidade Arte e Diferença da UFMG. Integrante do Guará- Grupo de Pesquisas Descoloniais em Arte Contemporânea (UDESC). Email: monicafrandias487@gmail.com

Entre as instituições de ensino e as tecnologias de informação e comunicação: “anomia digital” ou reconstrução do conhecimento?

Between educational institutions and information and communication technologies: “digital anomie” or knowledge reconstruction?

■ João Pedro Lyra da Silva; Breno Rodrigo de Oliveira Alencar

Resumo

Considerando que as Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC) “emanciparam” os sujeitos permitindo-lhes a construção e compartilhamento de discursos dissociados das tradicionais instituições reguladoras, este trabalho se debruça sobre as aproximações das ciências sociais como instrumento de pesquisa de fenômenos envolvidos nos processos de transformação social estimulados pela mídia; a relevância de alguns mecanismos, como as plataformas digitais e os algoritmos de recomendação na produção de novas institucionalidades; e, por fim, se os meios acadêmico-científicos disponíveis estão aptos a mobilização de atratividades e convencimento em disputa com os interesses individuais mobilizados pelas plataformas digitais. A hipótese central é de que, se há certa “anomia digital”, pela perda do protagonismo das instituições tradicionais, esse mesmo protagonismo estaria sendo cada vez mais requisitado por “bolhas de opiniões” com pouco – ou nenhum – dissenso interno.

Palavras-chave

Educação; Ciências Sociais; Tecnologias Educacionais; Sociologia Digital; Mídias Digitais.

Abstract

Considering that the Digital Technologies of Information and Communication (TIC) “emancipated” the subjects to an unprecedented power, of construction and sharing discourses dissociated from regulatory institutions, this work focuses on the approaches of the social sciences as a research tool for phenomena involved in the processes of social transformation stimulated by the media; the

relevance of some mechanisms, such as digital platforms and recommendation algorithms in the production of new institutionalities; and, finally, whether the academic-scientific means available are able to mobilize attractiveness and conviction in dispute with the individual interests mobilized by digital platforms. The central hypothesis is that, if there is a certain “digital anomie”, due to the loss of the protagonism of traditional institutions, this same protagonism would be increasingly demanded by “opinion bubbles” of little – or none – internal dissent.

Keywords

Education; Social Sciences; Educational Technologies; Digital Sociology; Digital Media

Introdução

Este trabalho apresenta contribuições para o debate sobre a intersecção entre as transformações digitais e as práticas sociais analógicas — não digitais. Tal proposta tem por fundamento a articulação entre as ciências sociais e as áreas da informática e da comunicação, visando a construção de um argumento que considera necessária não apenas a apropriação de ferramentas e habilidades das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC) pelas instituições formais de conhecimento, como também, transformá-las em campo de investigação das novas formas de conhecimento e sociabilidades.

Para alcançar este propósito reunimos trabalhos que abordam os fenômenos sociais contemporâneos no contexto da mediação e conexão em rede por intermédio das TDIC (BALIEIRO, MISKOLCI, 2018; BENELLI, 2014; CASTELLS, 2011; DIJCK, 2016; DWYER, 2004; FUCHS, 2008; LATOUR, 2005; LEMOS, 2002; RIAL, 2004; VAN DIJK, 2006), bem como abordamos textos jornalísticos e artigos acadêmicos que também contribuem para a discussão da temática.

Iniciamos esta problematização lembrando ao leitor que a popularização das TDIC se deve ao crescente acesso à internet na passagem dos anos de 1990 para os anos 2000, quando a mesma, sendo um recurso caro e exclusivo de algumas classes sociais e corporações, se mostrou como um resultado “prodigioso” da era globalizada. Em fluxos de dados de velocidade e extensão inéditas, a conexão digital global por meio da internet superou as limitações dos fluxos materiais no espaço-tempo e outras formas de conectividade mais retrógradas. Dessa forma, fez emergir novas configurações sociais na comunicação, produção e trabalho, favorecendo a transformação de incontáveis aspectos da realidade social, em velocidade desproporcional aos demais tempos históricos.

A etapa seguinte foi o desenvolvimento da chamada *Web 2.0*¹ (DIJCK, 2016; FUCHS, 2008)

¹ As etapas de desenvolvimento da *Web* (World Wide Web) seguem processos baseados em interfaces gráficas, visual e interativamente atrativas e intuitivas. Segundo Christian Fuchs (2008) “Uma web dominada pela cognição é denominada web 1.0, uma web dominada pela comunicação web 2.0, e uma web dominada pela cooperação web 3.0”. A *Web 1.0*, da

aprimorando a inclusão da conectividade não apenas entre espaços organizados, mas entre os próprios sujeitos em suas individualidades, os quais passam a ter suas interações sociais mediadas pelas TDIC e representações por perfis/páginas, sem necessidade de conhecimento técnico específico, e com ferramentas mais intuitivas e interativas². Van Dijck observa que essas interações ocorrem com a contribuição das plataformas digitais, que são, em linguagem sociológica, um tipo de “site online que se vale de tecnologias automatizadas e modelos de negócio para organizar fluxos de dados, interações econômicas e trocas sociais entre usuários da internet” (VAN DIJCK, 2016 *apud* MINTZ, 2019, p. 103). Em outras palavras, assim como espaços físicos organizam os fluxos de pessoas e suas relações naquele ambiente, as plataformas digitais organizam o fluxo de dados e o comportamento das pessoas em ambientes virtuais.

Um verdadeiro “catalisador” mercadológico para a concentração de fluxos digitais personalizados foi o desenvolvimento dos “algoritmos de recomendação”. Esses algoritmos são os responsáveis por personalizar a experiência de cada consumidor conectado, e isso só é possível graças às informações que os próprios usuários deixam registradas enquanto navegam pela rede mundial de computadores. Cada clique é um traço do comportamento indicativo de interesse. Quanto mais um usuário acessa determinado conteúdo, mais a plataforma lhe oferecerá conteúdos com características semelhantes. Assim, prende-se a atenção e formam-se grupos de interesses semelhantes com pouca, ou nenhuma, interferência externa, as famosas “bolhas de opinião”. Há, dessa forma, uma sociabilidade que é autorregulada e automatizada, em certo grau, no ambiente virtual, como de jovens que socializam outros jovens (ANTUNES; TOMAZ, 2017). Gostos que são estimulados e pouco questionados, conteúdos que são personalizados sem um filtro de qualidade ou veracidade, mas que seguem padrões estabelecidos pela economia da informação que “direciona sua atenção para comportamentos individuais e não para processos sociais” (LUPTON, 2015, p. 30, tradução nossa).

Nessa nova dinâmica de interações humanas mediadas por máquinas, por um lado, os sujeitos têm seu potencial criador e disseminador de discursos ampliado, como potentes construtores ativos da realidade nas ditas “mídias pós-massivas” (LEMOS, *op. cit.*); por outro, perde-se a hegemonia das

década de 1990, caracteriza-se pela produção de conteúdo restrito às corporações e seus servidores; na *Web 2.0*, anos 2000, a produção de meios comunicativos entre indivíduos, desenvolve-se fóruns, chats e rede sociais; a *Web 3.0*, em desenvolvimento é descentralizado e coletivo, também caracteriza-se pelo aperfeiçoamento da captação de dados por algoritmos para um retorno personalizado ao usuário, a produção não mais é restrita à humanos, seja em corporações ou como consumidores, mas envolve máquinas, numa cooperação entre humanos e não-humanos.

² Por ‘interatividade’ no contexto das Plataformas Digitais entende-se que: “interação significa que o estado de uma aplicação muda de acordo com as mudanças do corpo humano que são alimentadas como uma entrada no sistema técnico” (FUCHS, 2008) em outras palavras, um sistema interativo é capaz de mudar sua forma/contéudo como resposta a um comando/reacção humana.

instituições tradicionais de regulação e propagação de discursos.

Neste cenário, pretendemos refletir sobre a necessidade de formular uma proposta investigativa e comunicativa das instituições de educação como um contrapeso à problemática atratividade dos discursos não sistematizados nas plataformas digitais (WOLTON, 2012), e assim identificar seu papel na formação da cidadania digital crítica, capaz de formular opiniões, com autoria e autonomia nas redes, sem abrir mão da veracidade dos fatos. Então, por que as instituições devem buscar espaços e mecanismos de protagonismo nos espaços virtuais?

Por um lado, a lógica foucaultiana nos alerta que não há vácuo nas relações de poder (FOUCAULT, 1977). Assim, se o conhecimento sistematizado, averiguado e certificado por critérios específicos não toma o protagonismo na construção de discursos formuladores da realidade social, então, outros discursos o farão. No ano de 2020 podemos, por exemplo (e infelizmente), testemunhar como discursos não sistematizados ou verificados formularam *fake news* destrutivas o suficiente para fazer com que uma parte da população não priorizasse as recomendações de instituições como a OMS (Organização Mundial de Saúde); associações, sociedades e conselhos em saúde e medicina³ e dos Centros Universitários, no combate à pandemia da COVID-19. No Brasil, pessoas protestaram contra as medidas de distanciamento, invadiram hospitais e se automedicaram devido a descrença no saber científico. Assim, as plataformas digitais, enquanto “ciberespaço”, de construção social e coletiva, já provaram ser capazes de interferir continuamente no espaço social, tanto virtual como analógica (MISKOLCI; BALIEIRO, 2018).

Tal perspectiva também está em consonância com a própria Base Nacional Comum Curricular (BNCC), que já prevê a inserção das TDIC como relevante à organização e entendimento dos fenômenos sociais, visando o uso consciente e ativo das TDIC, para o desenvolvimento de competências e habilidades de “compreensão, uso e criação de TDIC em diversas práticas sociais”, destacando que:

“Compreender, utilizar e criar tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais (incluindo as escolares) para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva.” (BNCC, 2018).

Logo, dada a mudança relativamente recente de paradigma que inclui os estudos sobre as

³ Cabe ressaltar que, embora algumas entidades em saúde tenham alinhado seus discursos, como os de entidades como a OMS e Centros Universitários, esse não foi o caso do Conselho Federal de Medicina (CFM) ao “autorizar sem recomendar” (DW, 2020) o uso de medicamentos sem eficácia comprovada (Hidroxicloroquina) devido a uma possível pressão governamental, que envolve forças políticas e econômicas, mas também a difusão de informações em rede.

Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC) pelas Ciências Sociais, sobretudo o desenvolvimento da área de Sociologia Digital na emergência de relações mediadas, optamos por apresentar neste trabalho algumas noções herdadas da informática e da comunicação, essenciais na compreensão do fenômeno das sociabilidades mediadas por máquinas.

Representações por plataformas: entre as ciências sociais e a informática

As TDIC, como já mencionado, são produto do momento histórico de desenvolvimento do capitalismo globalizado (CASTELLS, *op. cit.*). No entanto, cabe ressaltar que o ato de comunicação humana teve valor exponencialmente ampliado na medida em que a mediação das relações humanas via máquinas⁴ se tornaram economicamente relevantes e tecnicamente viáveis. “Atos de comunicação se tornaram mercantilizados. Muitas agências e organizações comerciais e governamentais agora coletam e usam dados digitais como parte de suas operações” acrescenta Lupton (*op. cit.*, p. 21, tradução nossa), sobre o surgimento de uma economia baseada em dados digitais. Com isso, as transformações tecnológicas não seguem a lógica da aleatoriedade ou da competição de mercado ocasional, mas um objetivo bem delimitado por corporações, governos, etc.

No decorrer do século XX, o centro dinâmico de movimentação de capitais passa a considerar a massa crescente do público consumidor, e não apenas Estados e corporações, os sujeitos em suas individualidades elevam-se como o foco do mercado. À essa altura, a popularização dos meios de comunicação em massa, como televisão e rádio, já trabalhava com a ideia de captar informações sobre seu público consumidor, com sensores e pesquisa de opinião, a fim de moldar a programação e atrair cada vez mais consumidores, almejando alcançar eficiência comunicativa e lucro. Recolher informações transformou-se na forma mais eficaz de impor poder. Não por acaso, Foucault (*op. cit.*) escrevia sobre a correlação entre informações pessoais e métodos de dominação em sua obra *Vigiar e Punir*, que se assemelha um tanto com o clássico da literatura distópica de George Orwell (2005), “1984”. Ter informação é ter poder, logo, desenvolver aparelhos os quais a população é consumidora e produtora de dados informativos não chega a ser uma grande novidade.

⁴ Christian Fuchs (2008) nos apresenta um panorama sobre os tipos de relacionamentos possíveis com a mediação via máquinas “relações um-para-um (o2o), relações um-para-muitos (o2m) ou relações de muitos para muitos (m2m)”.

A escola de Frankfurt, corrente teórica e metodológica formulada com base nos estudos de Theodor Adorno e Max Horkheimer, desenvolveu o conceito de indústria cultural pensando no peso que o polo emissor teria na construção dos conteúdos culturais e informacionais enviados para as massas. As massas, nessa perspectiva, pouco ou nada produziam, eram quase passivas num processo de transmissão; semelhante também à perspectiva de pesquisadores como Shannon e Weaver, que tinham a comunicação midiática como sendo o envio de informações do polo emissor ao receptor, um ativo e outro passivo.

Críticas a estas vertentes ficaram cada vez mais constantes, como explorado por Rial (*op. cit.*), na medida em que a agência do telespectador, ou polo receptor, toma espaço. Seguindo o raciocínio da autora, se o polo emissor busca entender os gostos e necessidades do polo receptor, então o segundo é também agente ativo do processo telecomunicativo. Há, portanto, uma retroalimentação entre corporação e consumidor, superando alguns desses antigos modelos de telecomunicação verticais, de transmissão, pelo propósito da eficiência comunicativa mais horizontal, de mediação. A fonte precisa vender o que é de interesse do receptor.

No contexto das TDIC o fenômeno é semelhante, levando a agência do polo receptor a um patamar inédito. Uma vez que as plataformas digitais tem por objetivo não apenas emitir informações, mas mediar a troca de informações entre sujeitos, podemos falar que a opinião ou comportamento de seus usuários não é apenas objeto de desejo, mas é a própria finalidade da ferramenta. Em outras palavras, é igualmente consequência e finalidade, no uso das TDIC, o consumo e a produção simultânea de dados informáticos pelos sujeitos.

Isso significa que o mesmo polo que “produz” conteúdo também “consome” os dados de seus usuários, armazenando-os nos seus servidores de rede; enquanto que, o polo que é a princípio “consumidor”, também “produz” dados. Vejamos exemplos: ao navegar pelo aplicativo de streaming Netflix⁵, o usuário consome um produto midiático e, ao final, envia dados sobre qual filme assistiu, sua avaliação, localização, até mesmo modelo de aparelho usado. Consome um produto em troca de informações, para os servidores da empresa, sobre o que lhe é atrativo. No Twitter, conseguimos consumir discursos jornalísticos e *fake news*, mas, também podemos facilmente criar nossa própria narrativa. Deborah Lupton enfatiza que “os conteúdos [que os consumidores produzem] estão envolvidos em trabalho não remunerado que, para eles, possuem valor afetivo e moral, cuja mais-valia beneficia financeiramente outros” (*op. cit.*, p. 31, tradução e parêntesis nosso). Consumimos e

⁵ As explicações sobre o sistema de recomendação que a Netflix utiliza é detalhado em sua página oficial: <https://help.netflix.com/pt/node/100639>

produzimos dados, consumimos e produzimos discursos, e como isso é organizado?

Precisamos, então, das Plataformas Digitais, para organização desses fluxos de dados. Segundo Van Dijck (2016), essas plataformas são um tipo de “site online que se vale de tecnologias automatizadas e modelos de negócio para organizar fluxos de dados, interações econômicas e trocas sociais entre usuários da internet” (VAN DIJCK, 2016 *apud* MINTZ, 2019, p. 103). As plataformas digitais são, em primeira instância, simulações de espaços físicos, representações midiáticas que setorizam a realidade virtual em diferentes ambientes interconectados.

Sugerimos mais um exemplo: no ano de 2020, enquanto coordenador da disciplina de Sociologia, o autor principal deste trabalho assumiu a difícil missão de contribuir na “conversão” (permitam-nos o trocadilho) do formato de todo o conteúdo de um curso de pré-vestibular presencial para o modelo remoto/virtual. Dificuldades à parte, cabe destacar que foi criado um espaço virtual do nosso pré-vestibular numa plataforma específica para ambientes educacionais. De três salas e uma área de convivência limitadas por paredes, as interações com estudantes passaram a ser em espaços limitados por links, agrupados e organizados de forma interativa e visual pela plataforma. As disciplinas também foram fragmentadas em links, os conteúdos de classe estavam lá na mesma situação, sem esquecer da frequência dos estudantes, que era automaticamente registrada a cada *click* nos conteúdos.

As plataformas têm por função otimizar a interação em rede, organizando os fluxos de dados, organizando o espaço virtual. Sem as plataformas, a internet seria, como há algumas décadas atrás na Web 1.0 – ou como na *deep web* – moldada por hiperlinks com “nós” que conectam alguns espaços no emaranhado de conexões da rede, mas sem muita interação (FUCHS, 2008), um espaço onde cada link é registrado de forma isolada, sem pistas de como achá-los; com elas, por outro lado, os espaços virtuais não apenas estão conectados entre si, como também com e entre os usuários, por isso os termos “navegar” e “comunicar” ganham sentido. Como cardápios de restaurantes ou sumário de livros, as plataformas nos orientam entre opções de navegação na *web*.

Mas prestemos atenção num detalhe: se há um cardápio ou um sumário, presume-se que quem organizou aquelas opções tem uma consciência prévia das limitações e intenções de seu repertório, que há uma tendência de orientar o comportamento de quem o acessa. Como, afinal, poderia eu pedir um prato de camarão se o cardápio me oferece apenas carnes vermelhas? Assim também ocorre nas plataformas digitais, pois elas são projetadas, programadas para uma função, e por mais que elas aparentem oferecer autonomia aos seus usuários, elas também pré-definem seus comportamentos dentro delas. Segundo Hui (*op. cit.*) Uma das características dessa organização é “dar a sensação de

liberdade para o indivíduo enquanto o mantém em um ambiente restrito”.

Os códigos, por mais que simulem a neutralidade técnica, carregam em si intenções estritamente humanas, para não dizer mercadológicas. Esse fenômeno foi bastante popularizado com o exemplo do “racismo algorítmico” (SILVA, 2020), que projetou como os códigos, refletindo a posição ou omissão de seus programadores e usuários, acabam por potencializar falhas morais, éticas e jurídicas, nas relações mediadas. Latour (2005), por sua vez, mostra que a agência dos “não-humanos”, seja eletrônico ou não, não é inerente a sua criação, mas envolve-se tanto nas intenções prévias de sua criação, quanto nos usos sociais que lhes são aplicados posteriormente.

Uma dessas intenções ocultas em códigos é a da atratividade, recurso indispensável para o mercado. Certamente, o modelo de mercado das plataformas educacionais é totalmente diferente das plataformas de entretenimento, das quais estamos tratando com mais cautela neste trabalho. Nas plataformas de entretenimento, seja as mídias sociais, as de *streaming* ou de jogos, o comando que prevalece é o da quantidade de acessos. Quanto mais o usuário acessa, mais eficiente é a captação de dados para reorganização e oferta de conteúdos na plataforma, e este instrumento se torna particularmente perigoso quando inserimos a noção de ubiquidade, conceito utilizado para definir a “Comunicação constante, em qualquer tempo e lugar” ou ainda, a comunicação em “continuidade temporal” (SANTAELLA, 2010), que é permitida pelos aparelhos portáteis, como notebooks, *tablets*, *smartphones*, *chips*, etc.

A experiência portátil torna o acesso mais individualizado, podendo a conexão estar gradativamente mais sutil e constante. Parece não haver dúvidas que a repetição prolongada ou estratégica em momentos de atenção pode surtir algum efeito cognitivo, afetivo e até mesmo comportamental. Como explicado por Jurno e DalBen (2018) “esses algoritmos funcionam prevendo comportamentos e preferências a partir de dados sobre um determinado usuário. O trabalho desses agentes é escolher o que o usuário X gostaria de ver dentre a miríade de conteúdo disponível em uma determinada plataforma” (p. 20). Isso significa que nelas estamos sendo bombardeados constantemente por conteúdos, produtos e discursos produzidos por corporações, instituições, autoridades e também indivíduos das mais variadas origens. Parece um campo bem difícil de administrar nossa autopercepção enquanto participantes e produtores.

Segundo Carrera (2012), nas relações mediadas existe algum tipo de “escassez de pistas sociais” na construção de relações interpessoais. De fato, temos sujeitos com potencial emancipado na produção e disseminação de discursos, mas o fazem de forma consciente? Sabemos que, uma das estruturas responsáveis por agrupar indivíduos e orientar, não apenas as relações, mas a própria

construção da realidade social, são as ditas instituições sociais. No campo discursivo, podemos ressaltar que “a principal função das instituições no estrato sócio-histórico da sociedade disciplinar é a de normalização, implementando práticas classificatórias hierarquizantes e distribuindo lugares” (FOUCAULT, *op. cit.*), em outras palavras do mesmo autor, são condições sociais gerais de produção e reprodução da existência. Logo, estamos falando de mecanismos e dispositivos sutis de organização social, também baseados na comunicação, produção e reprodução de discursos.

Logicamente, essa organização sistemática, no contexto das instituições da sociedade disciplinar, é dotada de hierarquia, por posições e papéis distribuídos desigualmente entre seus participantes. Dessa forma, a construção da realidade social pelas instituições disciplinares, formais, costumavam ter tal delimitação, que se dissolve na lógica da mediação por máquinas. O subjetivo e o técnico ganham destaque na seleção dos discursos que guiam a conduta e cognição dos usuários da rede, afinal, é o que já lhe é oferecido como atrativo que tende a se repetir de forma ubíqua e personalizada, por isso autorregulado ou automatizado, e não mais tutorado. Os algoritmos, nestas circunstâncias, são projetados para serem funcionalmente automáticos, de forma que, quando acionados, possam agir sem intervenções ou supervisões regulares por humanos (WINNER, 1977).

“Anomia digital” ou reconstrução do conhecimento? O papel dos algoritmos

Neste contexto, de excesso de escolhas e carência de pistas referenciais que orientem a seleção de discursos aceitáveis, é comum ouvir que o rigor científico não é mais convincente que compartilhamentos automáticos no *WhatsApp* e vídeos reacionários no *Youtube*⁶.

A intersecção entre a autonomia técnico-digital⁷ dos jovens e os algoritmos de recomendações das plataformas, findam na já mencionada “sociabilidade automatizada” (ANTUNES; TOMAZ, *op. cit.*). As chamadas “bolhas de opinião”, caracterizam a sociabilidade automatizada como consequência direta do reforço de padrões de informações organizadas pelos algoritmos de recomendação, e sua problemática estratégia de repetir o agradável com pouca ou nenhuma contraposição externa. A modulação algorítmica tem sua eficácia na medida em captura e exhibe

⁶ O termo “reacionário” tem origem na palavra “reação”, são aqueles produzidos por pessoas que não são especializadas no assunto que abordam, muitas vezes confundindo opinião com informação, visando a reação de seu público acima da transmissão de informações confiáveis, causa tanto impacto nas vidas cotidianas que seus alguns de seus produtores são chamados de influenciadores digitais.

⁷ Por “autonomia técnico-digital”, nos referimos à capacidade de navegação em rede pelos jovens sem necessariamente ter orientação formal ou informal de um/a tutor/a.

informações personalizadas, como já mencionado anteriormente, sobre esse fenômeno, Hui entende que é possibilitada a “criação de um espaço para o indivíduo, como se ele ou ela tivesse a liberdade de se entrelaçar e criar, enquanto sua produção, bem como seus fins, seguem a lógica das forças intangíveis” (*op. cit.*, p. 95). Tais “forças intangíveis” são nada mais do que as empresas e corporações na lógica mercadológica de eficiência comunicativa, ao receberem os dados dos usuários para que, como falado por Donohue, “o destinatário da mensagem interprete com mais precisão a mensagem à luz das emoções do remetente” (2015, p. 5 *apud* MACHADO, 2018, p. 52).

Kitchin chama atenção para a modulação algorítmica dizendo que a mesma serve “para criar valor e capital, para impulsionar um comportamento e estruturar preferências de uma certa forma; e para identificar, selecionar e classificar pessoas” (KITCHIN, 2017, p. 18 *apud* MACHADO, *op. cit.*, p. 46). Considerando esta discussão, apresentamos um organograma explicativo, de forma resumida, sobre a dinâmica dos algoritmos nas sociabilidades mediadas pelas TDIC, no que chamaremos de “Ciclo da Sociabilidade em Rede”.

Figura 1: Ciclo Ubíquo da Sociabilidade em Rede



A teoria ator-rede (LATOUR, 2005) já nos lança a luz sobre a agência, ou papel ativo, que os artefatos não-humanos são capazes de aplicar sob a subjetividade e prática da experiência humana, numa relação de interferências mútuas; eventos recentes também demonstraram a possibilidade dessa sociabilidade automatizada interferir na construção e representações da realidade de adultos a crianças, o que nos faz abrir os olhos para um fenômeno interessante, e por que não, perigoso: havendo sempre uma corrida entre forças e grupos de interesse na elaboração de discursos influentes na construção da realidade, qual está sendo o papel das instituições tradicionais e formais de educação? Existe proximidade comunicativa entre as linguagens formal, institucional ou científica e o senso comum dos sujeitos “conectados”? Os meios acadêmico-científicos disponíveis estão aptos na

mobilização de atratividades e convencimento em disputa com os interesses individuais mobilizados pelas plataformas?

Certamente existe uma problemática nesta atratividade não compromissada com a realidade prática, sobre isso, Wolton observa que:

(...) se analisadas de uma ponta à outra, a sedução exercida pelas novas tecnologias, seu caráter mágico, o fato de que a cada cinco anos suas capacidades aumentam e os preços diminuem, a extensão das áreas de aplicação, o caráter lúdico de suas utilizações, seu caráter “democrático”, as utopias que elas reativam, compreende-se o encantamento que elas operam em boa parte dos jovens. (WOLTON, *op. cit.*, p. 87)

São inúmeras questões, cada uma mais desafiadora que a outra. Para a próxima seção do trabalho, limitamos os questionamentos ao desempenho das instituições de ensino, sobretudo da educação básica. Antes de concluir, também levantaremos alguns pontos que servirão para fazermos uma distinção do que são conteúdos sistematizados e conteúdos automatizados.

A corrida pela reconstrução do conhecimento do conhecimento na era das TDIC

Dedicaremos esta seção para reflexão sobre algumas características dos conteúdos produzidos pelas instituições mais tradicionais e formais, para então discutirmos sobre como estes conteúdos muitas vezes entram em atrito com o difundido nas redes digitais.

Sociólogos clássicos e contemporâneos nos oferecem a luz do que seriam tais instituições sociais, reguladoras ou disciplinares. Para Durkheim, são núcleos responsáveis por manter a coesão da sociedade pela divisão de funções, dotadas de historicidade, externas aos indivíduos, coercitiva e generalizante, sendo o direito e a escola os mais estudados (DURKHEIM, 1983); para Max Weber, por exemplo, as instituições são organizações coletivas que integram e preparam os indivíduos para a vida em sociedade, através do exercício do poder e da legitimidade, criam padrões de compreensão e significados da vida social, desde o Estado até a religião e a família (WEBER, 1996); enquanto para Marx, são organizações coletivas que buscam reproduzir ideologias de suas realidades materiais, dotadas também de um percurso histórico, mas principalmente reprodutoras de interesses de classes (MARX, 1994). Um autor mais contemporâneo, Pierre Bourdieu, não fala apenas das instituições,

mas também do processo de internalização de normas e *habitus* nas subjetividades dos sujeitos e em sua conduta objetiva (BOURDIEU, 1996).

Ora, se formos contabilizar, são várias as definições sociológicas de instituições, então focaremos em duas obras que podem delimitar bem nosso objeto conceitual. Em “O que é uma instituição social?” Berger e Berger (1977) as definem como sendo um “padrão de controle” da conduta individual, e enumeram algumas características gerais como autoridade moral (legitimidade), exterioridade, objetividade, coercitividade e historicidade. Para nos aproximarmos da relação entre instituições sociais e produção de discursos, voltamos novamente a Foucault (*op. cit.*), que se refere às mesmas como mecanismos ou dispositivos disciplinares, produtoras de subjetividades via normalização e prática, de “produção e reprodução da existência”. A historicidade dentro desses dispositivos segue uma ordem bilateralmente organizada entre “discursos” e “práticas”, enquanto que o estudo da sequência de transformações discursivas é chamado genealogia.

As instituições, o que inclui as de ensino e pesquisa, produzem e reproduzem conteúdos discursivos sistematizados, seguindo critérios de validação por autoridade moral, dentro de uma organização de indivíduos no decorrer de uma historicidade, em que há a presença de contrapontos e contradições essenciais para transformações destes, assim como o registro das referências. No que se refere à socialização de indivíduos nesses ambientes, há, normalmente, um acompanhamento “disciplinar” hierárquico, regulador da conduta e da internalização dessas informações. Tais instituições também são dotadas de mecanismos de perpetuação, fortalecidos pela estabilidade de suas estruturas impessoais, seja material ou ideológica, o que permite (ou permitia) uma capacidade muito maior de alcance e intensidade de seus discursos em relação aos sujeitos individualmente.

É especificamente neste ponto, da desproporcionalidade de alcance e intensidade dos discursos entre instituições e indivíduos, que começaremos a fazer um paralelo com os conteúdos discursivos automatizados no contexto das TDIC.

Segundo Van Dijk⁸ (2006) A internet adiciona novo capital social às relações tradicionais, ao reforçar formas diferentes de socialização externas ao local e ao temporal, o que não significa exatamente aumentar ou diminuir a intensidade ou qualidade das interações sociais, mas transformá-

⁸ Cabe chamar atenção para a distinção entre duas das referências utilizadas neste estudo, que podem ser confundidas pela proximidade temática e semelhança de seus nomes. Temos a contribuição dos estudos de plataforma dos fenômenos sociais pelas ferramentas digitais feito por José Van Dijk, professora da Universidade de Utrecht, enquanto que os estudos da cibercultura, nas suas relações de poder e aspectos comportamentais, temos contribuições de Jan Van Dijk, professor emérito da Universidade de Twente.

las.

Primeiramente, a organização coletiva nesses espaços midiáticos não segue, necessariamente, uma lógica hierárquica no sentido da dominação “tradicional” ou “hegemônica”, tal qual as instituições sociais tradicionais, mas sim organizada por grupos autorregulados, cuja associação se dá mediante os interesses em comum, facilitados pelos já exaustivamente expostos algoritmos de recomendação.

Então, redes de interesses seguem a simples lógica da atratividade mercadológica, em oposição a uma autoridade moral ou legal, pode ter uma ausência da fonte e nem mesmo exige responsáveis pelo que é compartilhado. Por isso, Van Dijk explica que “sociedade em rede é menos centralizada, no sentido de ter centros exclusivos na economia, política, governo, cultura e vida comunitária” (*op. cit.*, p. 36). A atratividade determina o alcance, e o engajamento pessoal a inclusão em grupos. Não raro, tornam-se virais produtos midiáticos que se quer foram feitos para atingir um grande alcance, ou por métodos de impulsionamento via falsos perfis de espectadores (os *bots*) para um discurso que se pretende grandioso. Eventos recentes nos fazem considerar que até mesmo as democracias correm risco com a simbiose entre atratividade discursiva/midiática e falsos espectadores, com “padrões metacomunicativos... que possivelmente contribuíram para a produção de subjetividades e escolhas políticas” (CESARINO, 2020), como ocorrido em eleições de alguns países, que inclui o Brasil, no *Brexit* e na campanha presidencial de Donald Trump em 2020⁹.

Os conteúdos que tendem a resultados mais momentâneos, como engajamento, reforçam a lógica do “quanto mais se consome, mas tempo se tem para consumir” tornando-se mais atraentes, porém apenas por alguns instantes, assim, também são mais momentâneos, o que vai no oposto à lógica da historicidade das instituições tradicionais. Enquanto isso, graças à ubiquidade, podem ser acessados constantemente, exercendo com intensidade efeito na percepção e opinião de seus consumidores. Basta que se pense o seguinte: é mais constante entrarmos em contato com discursos produzidos academicamente ou com um conteúdo viral?

Logo, se há certa “anomia digital” causada pela perda do protagonismo ou esvaziamento de poder das instituições tradicionais/hegemônicas, esse mesmo protagonismo estaria sendo cada vez mais requisitado por parte dos sujeitos e grupos emancipados em alcance e intensidade discursiva, de pouco – ou nenhum – dissenso interno, autorregulados ininterruptamente graças à ubiquidade. Isso

⁹ Esta última rendendo a icônica cena, compartilhada pela imprensa, de um comício numa arena com capacidade de 19.000 pessoas com apenas 6.200 cadeiras ocupadas, segundo o site G1 (21/06/2020), possivelmente graças a uma campanha de usuários da plataforma TikTok que mobilizou falsos apoiadores para gerar sensação de popularidade.

acaba tornando o ambiente virtual um campo de prática social em si, como apontado por Meyrowitz (1985 *apud* VAN DIJK, 2006): “A combinação de redes e mídias sociais faz com que os meios de comunicação se tornem um ambiente social em si” (p. 28, tradução nossa).

Conclusão: educação para autonomia crítica nas redes

Pedagogicamente, há um quase consenso do papel dos contrapontos, ou da contradição, na construção do conhecimento crítico. A Dialética, no método de Paulo Freire (1970), nos indica como a contradição produz uma ressignificação do conhecimento já internalizado, pelo processo de superação dialógica. Não necessariamente um confronto de informações, mas um compartilhamento de experiências de mundo diferentes. Experiências de mundo diferentes que podem ser suprimidas ou camufladas pelos algoritmos de aproximação de interesses já mencionados. No processo contínuo de aprendizagem, a “imersão”, que na concepção freiriana está mais alinhada com a “educação bancária”, ou seja, pouco reflexiva, opera numa lógica de reforço, repetição e reprodução de saberes já predefinidos; por outro lado, há também a “emersão das consciências” a um ponto que torne possível ter perspectiva das possibilidades de referências e possibilidades de vivenciar o mundo (FREIRE, *op. cit.*).

O que aconteceria se não houvesse um/a professor/a de física e geografia para contradizer a hipótese de que a terra é um corpo plano? Em uma pesquisa de poucos minutos conseguimos encontrar inúmeros grupos online, automatizados, imersos num núcleo de informação, reproduzindo este discurso com pouco ou nenhuma contradição a ser superada pela reflexão, para construção de um conhecimento mais complexo. Imagine o que acontece quando os dados históricos, sistematizados pelas ciências humanas, passam a ser relativizados ao ponto de documentos com número e nomes de mortos numa ditadura serem ignorados ou desacreditados.

É nesse sentido que indicamos a relevância dos algoritmos das TDIC na construção do conhecimento popular. Cremos que há um potencial de periculosidade nos mecanismos de reforço quando se relacionam com aspectos e interpretações insustentáveis da realidade graças aos algoritmos de recomendação, afinal, aquilo que já acredito é muito mais convincente do que informações novas, complexas e, às vezes, contrárias quando se chocam com a realidade para além dos meios informáticos. Sobre isso, Almeida escreve que:

[...] toda a massa de informações geradas, trocas simbólicas e análises sociais

detonam um processo de exigência de mudanças que não se realizam exclusivamente em consequência do acesso e uso das tecnologias, mas também não se operam sem elas. São condições e não suas causas nem seus motores. (ALMEIDA, 1990, p. 967).

Se as tecnologias multimidiáticas são caracterizadas pela interatividade, ou seja, pela "participação ativa do usuário" (SUANNO, 2008 *apud* SOUSA, 2016) na construção de discursos e imaginários coletivos considerar a dimensão digital na construção da realidade social contemporânea é um imperativo das instituições sociais, devendo o processo de pesquisa e ensino-aprendizagem com base nas TDIC ser um campo fecundo de análise da atuação social, sobretudo no contexto de uma economia da informação digitalizada, que está fazendo surgir um tipo de "poder pós-hegemonico" que opera de maneira sutil mas não menos influente (LASH, 2007 *apud* LUPTON, 2015).

Seguindo a perspectiva de Belloni (2008), para quem a mídia-educação é hoje tão necessária ao exercício da cidadania quanto era a alfabetização no século XIX, a escola, enquanto instituição responsável por promover a cidadania, com auxílio da sociologia como disciplina responsável pela criticidade e autonomia dos/as estudantes, deve incorporar as mídias tecnológicas, o ciberespaço decorrente delas e os hábitos culturais emergentes nessa nova realidade da cultura digital, aos seus processos de ensino-aprendizagem, seja como ferramenta, seja como objeto de estudo e investigação.

Em virtude desses fatores é que o estudo das TDIC e dos aparelhos mediadores de comunicação se encaixam enquanto um campo de atuação social, cabendo às organizações de ensino criarem formas de estimular a autonomia crítica e consciente, sobrepondo-se, quando necessário, aos conteúdos baseados na atratividade e automatização. Sobre isso, podemos usar, inclusive, os Parâmetros Curriculares Nacionais, que orientam na disseminação de:

Saberes elaborados socialmente, pois estes se constituem como instrumentos para o desenvolvimento, a socialização, o exercício da cidadania democrática e a atuação no sentido de refutar ou reformular as deformações dos conhecimentos, as imposições de crenças dogmáticas e a petrificação de valores. (BRASIL, 1996).

Conclui-se, portanto, que é preciso apropriar-se de alguns desses hábitos difundidos no meio digital, da cultura digital, como a autoria, o compartilhamento de informações, a coparticipação na construção de ideias, da habilidade de autorregular-se entre os links e na intersecção de grupos de interesses (FUCHS, 2007; VAN DIJK, 2006). Com isso, as instituições científicas e educativas viabilizam a disseminação e seleção de discursos sistematizados, submetidos a algum senso avaliativo

que seja menos hierárquico, caso queiramos ainda uma educação para autonomia, de “consciência social”, “crítica e reflexiva” (PERNAMBUCO, 2013), que seja atrativa em meio a este novo cenário.

Quando se fala, portanto, de incluir uma autonomia que leve em consideração a realidade das relações sociais mediadas, fala-se de uma “capacidade de escolha”, de “bom processamento da informação” (BORUCHOVITCH, 2014), aspectos relacionados à tomada de decisão e responsabilização pelas próprias ações, mesmo que não ocorrem necessariamente no ambiente físico, mas impactam a coletividade. Assim, a tomada do protagonismo pelas instituições de ensino, visando a disseminação do conhecimento racional, lógico e científico pelo contexto dos estudantes pode seguir o raciocínio de Giroto, Poker e Omote (2012, p. 10) ao defenderem ser um:

Meio de novos canais de comunicação que todas as formas de expressão e estilos de aprendizagem serão valorizadas permitindo, ao aluno, o acesso ao conhecimento. Conhecer sobre as tecnologias de informação e comunicação sensibiliza o professor para que se pautem pelas potencialidades dos seus alunos e não pelas suas limitações.

É problemático considerar a possibilidade de censurar a produção de discursos no ciberespaço, a menos que sejam explicitamente criminosos. Contornando o desafio de uma conscientização quanto à atuação nos meios digitais, a censura seria, em última instância, uma punição não formativa; assim como, seria irrisório presumir que as empresas e corporações limitem a captação de dados em seus servidores, ou não tenham como combustível mercadológico a atenção de seus usuários por meio de algoritmos. É por isso que se deve oferecer formação aos profissionais educadores, das instituições de educação básica às superiores, quanto às práticas culturais emergentes da interação nos espaços virtuais, para que sejam elaboradas novas estratégias de abordagens dos conteúdos e inclusão mais eficiente de indivíduos no processo de ensino-aprendizagem.

O conhecimento sistematizado sobre a realidade social digital passa a ser urgente também para quem está na posição de aprendiz, tornando-os conscientes dos conflitos e forças latentes na complexidade da realidade virtual-analógica. Afinal de contas, conhecimentos mediados por profissionais qualificados a respeito dos fenômenos informáticos e humanos (DWYER, 2010, p. 165) são certamente mais oportunos que conhecimentos mediados por mecanismos automatizados orientados para o lucro. Não se trata, pois, de uma escolha bilateral entre os meios de informação lógico-científico e os midiáticos, mas superar as limitações de um pelas ferramentas do outro dialogicamente, potencializando ambos. Para finalizar, recorremos à síntese dessa concepção exposta por Kellner e Share (2008, p. 699):

Se, por um lado, reconhecemos que a mídia contribui para a existência de muitos problemas sociais e às vezes até os causam, por outro lado, questionamos uma abordagem protecionista, pela sua tendência antimídia, que é demasiadamente simplista em relação à complexidade de nossas relações com a mídia e não leva em consideração o potencial que a pedagogia crítica e a produção de mídia alternativa oferecem para se dar poder às pessoas.

Referências bibliográficas

ANTUNES, Amanda; TOMAZ, Renata. A sociabilidade automatizada das crianças brasileiras nas redes sociais. *Revista Decidades*, n. 17, a. 5, pp. 35-46, 2017.

ALMEIDA, Fernando José de. Educação e informática: os computadores na escola. São Paulo: Cortez, 1990.

BALIEIRO, Fernando de Figueiredo; MISKOLCI, Richard. Sociologia Digital: balanço provisório e desafios. *Revista Brasileira de Sociologia*, v. 06, n. 12, pp. 132-156, 2018.

BELLONI, Maria Luiza. Os jovens e a internet: representações, usos e apropriações. In: FANTIN, Monica; GIRARDELLO, Gilka. *Liga, roda, clica: estudos em mídia, cultura e infância*. Campinas, Papyrus, 2008, p. 99-112.

BENELLI, Silvio José. O lugar das instituições disciplinares na sociedade contemporânea. In.: BENELLI, Silvio José. *A lógica da internação: instituições totais e disciplinares (des)educativas*. São Paulo: Editora UNESP, 2014.

BERGER, Peter L; BERGER, Brigitte. O que é uma instituição social? In: FORACCHI, Marialice; MARTINS, José de Souza (orgs.). *Sociologia e Sociedade: leituras de introdução à Sociologia*. Rio de Janeiro: LTC, 1994.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros curriculares nacionais: introdução aos parâmetros curriculares nacionais*. Brasília: MEC/SEF, 1997.

BOURDIEU, Pierre. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papyrus, 1996.

BORUCHOVITCH, Evely. Autorregulação da aprendizagem: contribuições da psicologia educacional para a formação de professores. *SPRevista Quadrimestral da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional, SP*. v. 18, n. 3, pp. 401-409, set./dez., 2014.

CARRERA, Fernanda. Instagram no Facebook: uma reflexão sobre ethos, consumo e construção de subjetividade em sites de redes sociais. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v. 11, n. 22, dez, 2012.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz & Terra, 2011.

CESARINO, Letícia. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. *Internet & Sociedade*, n. 1, v. 1, pp. 91-120, 2020.

CFM não recomenda, mas autoriza hidroxicloroquina para covid-19. DW. Publicado em: 23/04/2020; Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/cfm-n%C3%A3o-recomenda-mas-autoriza-hidroxicloroquina-para-covid-19/a-53226294> Acesso em: 10/03/2021.

DIJCK, José Van. *La Cultura de la Conectividad: una história crítica de las redes sociales*. Buenos Aries: Siglo XXI, 2016.

VAN DIJK, Jan A.G.M. *Networks: The Nervous System Of Society*. In: VAN DIJK, Jan A.G.M. *The one-dimensional network society of Manuel Castells*. *New media & society*, v. 1, n. 1, p. 127-138, 1999.

DWYER, Tom. *As tecnologias de informação: morte ou vida para as Ciências Humanas*. *Sociologias*, v. 6, n. 12, pp. 328-346. 2004.

DURKHEIM, Emile. *Lições de sociologia: a moral, o direito e o Estado*. São Paulo: EdUSP, 1983.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. São Paulo: Paz e Terra, 1970.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 1977.

FUCHS, Christian. *Internet and society: Social theory in the information age*. New York: Routledge, 2007.

HUI, Yuk. *Modulation after control*. *New Formations*, v. 84, n. 85, p. 74-91, 2015.

GIROTO, Claudia Regina Mosca; POKER, Rosimar Bortolini; OMOTE, Sadao (Ed.). *As tecnologias nas práticas pedagógicas inclusivas*. Editora Oficina Universitária, 2012.

JURNO, Amanda Chevtchouk; DALBEN, Sílvia. *Questões e apontamentos para o estudo de algoritmos*. São Paulo, Brasil, v. 6, n. 1, p. 17-29, jan./abr. 2018.

KELLNER, Douglas; SHARE, Jeff. *Educação para a leitura crítica da mídia, democracia radical e a*

reconstrução da educação. *Educação & Sociedade*, v. 29, p. 687-715, 2008.

LATOUR, Bruno. *Reassembling the Social - An Introduction to Actor-Network-Theory*. ed. New York: Oxford University Press, 2005.

LEMOS, André. Aspectos da Cibercultura: vida social nas redes telemáticas. In: PRADO, José Luiz Aidar (org.). *Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

LUPTON, Deborah. *Digital Sociology*. London/New York: Routledge. 2015.

MACEDO, Cíntia Costa; LEMOS, Grayce; SANTOS, Juline Maria Fonseca Pereira dos; BERGMANN, Juliana Cristina Faggion. Ubiquidade na palma da mão: as potencialidades do uso do smartphone para estudantes de Pedagogia. *Revista Tecnologia na Educação*, v. 24, p. 1, 2018.

MACHADO, Débora Franco. Mediações algorítmicas: o poder de modulação dos algoritmos do Facebook. São Paulo, Brasil, v. 6, n. 1, p. 43-55, 2018.

MARX, Karl. *O Capital: Crítica da Economia Política*, vol. 1 Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 1994.

MINTZ, André Goes. Miatização e plataformização: aproximações. *Novos Olhares*, v. 8, n. 2, p. 98-109, 2019.

NETFLIX. Como funciona o sistema de recomendações da Netflix. Disponível em: <https://help.netflix.com/pt/node/100639><https://help.netflix.com/pt/node/100639>. Acesso em: 22/02/2021.

ORWELL, George. 1984. São Paulo: Ed. Companhia Editora Nacional, 2005.

PERNAMBUCO. Secretaria da Educação do Estado. União Nacional dos Dirigentes Municipais de Educação. *Parâmetros na Sala de Aula (Sociologia)*. Pernambuco: SEE, 2013.

SANTAELLA, Lúcia. A aprendizagem ubíqua substitui a educação formal? *Revista de Computação e Tecnologia (ReCeT)*, v. 2, n. 1, p. 17-22, 2010.

SILVA, Tarcízio. Racismo algorítmico em plataformas digitais. In: *Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: olhares afro diaspóricos*. São Paulo: LiteraRUA, 2020.

SOUSA, Josiane Carla Medeiros. *O Ensino de Sociologia Mediado Pelas Tecnologias da Informação*

e da Comunicação: saberes e práticas docentes. Dissertação de Mestrado, Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Pau dos Ferros, 2016.

RIAL, Carmen. Antropologia e Mídia: Breve Panorama das Teorias da Comunicação. Antropologia em Primeira Mão, Florianópolis, v. 9, n.74, p. 4-64, 2004.

G1. Usuários do TikTok e fãs de K-pop dizem que agiram para esvaziar comício de Trump. 21/06/2020. Acesso em: 20/02/2021. Disponível em <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/06/21/u-suarios-do-tiktok-afirmam-que-inflaram-numero-de-presenca-em-comicio-de-trump.ghtml>

WINNER, Langdon. Autonomous technology: Technics-out-of-control as a theme in political thought. Cambridge: MIT Press, 1977.

WOLTON, Dominique. Internet e Depois? Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2012.

João Pedro Lyra da Silva¹; Breno Rodrigo de Oliveira Alencar² - ¹Licenciando em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); Coordenador e Docente de Sociologia pelo Projeto de Extensão em Ensino Portal UFPE; Membro do Núcleo de Pesquisa em Educação e Cibercultura (NUPEC). E-mail: pedrolyra1a2013@gmail.com; ²Doutor em Sociologia e Antropologia pela Universidade Federal do Pará (UFPA); Professor do Instituto Federal do Pará; Líder do Grupo Interdisciplinar de Estudos e Pesquisa em Cultura, Educação e Política (GICEP); Coordenador do Núcleo de Pesquisa em Educação e Cibercultura (NUPEC). E-mail: breno.alencar@ifpa.edu.br

Internet, psicopolítica e neoliberalismo no Brasil: entre os usos de mídias e aplicativos digitais e os novos trabalhos em contexto de crise

*Internet, psychopolitics and neoliberalism in Brazil: between
the uses of digital media and apps and new works in the
context of crisis*

■ Julio Marinho Ferreira

Resumo

Este trabalho discute as novas possibilidades laborais a partir dos usos de internet (mídias e redes sociais), de aplicativos de entrega e mobilidade e por último o emprego de captura de dados on-line como uma matéria-prima para um novo capitalismo no Brasil atual. Com isso, são apresentadas indagações que versam sobre a gradual inserção do modelo chamado de capitalismo de vigilância na sociedade, e um tipo de neoliberalismo que apresenta os usos de dados digitais e as capturas de subjetividades como ferramentas para extração de comportamento digital, transformando os usuários dessas possibilidades interativas em mercadorias trocadas e vendidas por Big Tech. Dessa forma, em exemplos concernentes ao mundo digital e as potencialidades do virtual na internet, busco em uma discussão sociológica tecer comentários acerca da captura mercantil de dados digitais de usuários on-line e sua reconfiguração em possibilidade laboral.

Palavras-chave

Sociologia. Internet. Neoliberalismo. Digital. Trabalho.

Abstract

This work discusses the new job possibilities from the uses of the internet (media and social networks), delivery and mobility applications (apps), and finally the use of online data capture as a raw material for a new capitalism in Brazil today. Thus, some questions are presented that deal with a gradual insertion of the model called surveillance capitalism in society, and a type of neoliberalism that presents the uses of

digital data and the capture of subjectivities as tools for extracting digital behavior, transforming users of these interactive possibilities in merchandise exchanged and sold by Big Tech. Thus, in examples concerning the digital world and the potential of the virtual on the internet, I seek in a sociological discussion to comment on the commercial capture of digital data from online users and its reconfiguration into a work possibility.

Keywords

Sociology. Internet. Neoliberalism. Digital. Labour.

Introdução

Esta análise discute certos impactos relativos aos usos de mídias sociais no contexto brasileiro atual e o surgimento de possibilidades de trabalho nas mídias e redes sociais digitais. Essas “formas de trabalhar” poderiam estar atreladas à dimensão neoliberal do empresário de si mesmo dentro de uma digitalização da vida para um número cada vez maior de indivíduos (usuários do digital). Contudo busco entender se essa ação afetaria (ou não) às relações sociais ao impor novas regras de existência, tendo na exposição e na manipulação de uma imagem de si (ou autoimagem) como ferramenta de trabalho frente a sociedade (neoliberal).

Ademais essa lógica, vista como alternativa, reconfigurou certas ações ao promover “novas profissões” como a chamada uberização, onde relações de trabalho são individualizadas e invisibilizadas assumindo uma simples aparência de prestação de serviços (ANTUNES, 2020, p 11), *gig economy*, onde arranjos precários criam novas formas de trabalho (WOODCOCK, 2020, p. 23) e por último, os(as) *digital influencers* (influenciadores digitais) que visam tornar suas atividades on-line em perfis digitais como uma espécie de profissão. E através da manutenção de uma reputação on-line (em mídias sociais), a noção do empresário de si mesmo (Foucault, 2008) e as (novas formas) de existência a partir da exposição podem afirmar o neoliberalismo como uma prática econômica reconfigurada pela digitalização dos espaços laborais.

O modelo capitalista que aponta para a vigilância (Zuboff, 2021) surge como uma forma dessa ação, onde os dados on-line (Big Data), sua venda como matéria-prima e a produção de capital para os grandes monopólios e duopólios acham desafogo na internet e no digital, tornado mercado. Assim, nesta discussão na mirada em usuários de aplicativos (apps) de mobilidade (Uber e 99 Táxis), de entrega de mercadorias (IFood, Uber Eats e Rappi) e com usuários do YouTube, busco uma compreensão sociológica para o crescente trabalho na era digital, onde a ubiquidade da internet dentro da nova reconfiguração global causada pela pandemia de Covid-19, possibilita certas críticas. Com isso, tendo como

metodologia de análise coleta de dados secundários e algumas entrevistas, busco essa compreensão.

Outros elementos teóricos dão conta da formação e a da constante manipulação da reputação on-line, evocando o domínio de psiques ou psicopolítica (Han, 2018) e o *Digital Labour* (Lisdero e Scribano, 2019). Emergindo, assim, aos indivíduos como uma alternativa no atual contexto de crise e mudança, e enquanto forças combinadas tendem a moldar, a modular e a controlar (Deleuze, 2020) essas *existências* on-line, podendo gerar um novo tipo usuário, nomeado de *Homo Panopticus* – indivíduo consumidor de imagens, ao mesmo tempo, sendo consumido ao ser metamorfoseado em dados. Ou seja, existindo pela reputação do que expõe nas interfaces do on-line, percebendo que a exposição em redes sociais digitais poderia ser transformada (deslocada) em um (novo) jeito de trabalhar.

Uma breve cronologia da internet no Brasil: práticas neoliberais e a inclusão digital (tardia)

O modelo de internet tornado popular no Brasil a partir da segunda metade dos anos 1990, se pode cogitar, como sendo uma ferramenta quase exclusiva às classes mais altas, tendo em vista as formas de conexão demandadas: acesso à uma linha telefônica de alta qualidade e vivência em cidades com cobertura em função de fatores urbanos como postes, fiação etc. Contudo, não seria exclusiva ao ambiente brasileiro, já que ao redor do mundo a conexão via redes telemáticas envolveu uma logística e uma reconfiguração do espaço social.

De qualquer modo, deflagrou-se uma nova relação com o mundo, em que o computador foi levado a desempenhar um papel central. O alcance dessa reviravolta assumiu todo o seu sentido com a criação da internet, ou seja, o desdobramento de uma comunicação humana mediada por computador (LOVELUCK, 2018, p. 39).

Dessa forma certos fatores sociais puderam ser mensurados pela introdução gradual dos computadores na vida das pessoas. Contudo: “A internet se apresentou como um instrumento de liberdade que contem, em seu bojo, condicionantes e possibilidades de controle” (LOVELUCK, 2018, p. 39), e a ideia de uma máquina (computador) que simplesmente executa comandos (algoritmos), deve ser entendida como uma ferramenta de ruptura, a ser usada, dentro de um contexto social:

Assim, o computador foi além de seu estatuto inicial de calculadora para se tornar um “sistema de informação” capaz de comunicação; uma transição que não era, de modo algum, evidente. E a forma assumida por essa instalação em rede foi completamente original, marcando uma ruptura com os princípios de telecomunicações vigentes na época (LOVELUCK, 2018, p. 41).

Ademais, tendo em vista os elementos relativos aos computadores e à internet, como em suas origens, e relações, com o modelo de sociedade atual, o aspecto presente na relação entre indivíduos e máquinas complexas, e seus usos aponta para dimensões subjetivas, nas quais o digital e o virtual despontam, mas não apenas. Nesse sentido, para relacionar o digital com as potencialidades da sociedade atual, onde essa “internet” parece ter uma dominância como formadora de subjetividades, se faz necessária uma breve síntese de sua origem e sua inserção no social.

Pontuando que essa “rede internacional” nasceu de estudos da cibernética e de informática nos anos 1940 aplicadas ao complexo industrial-militar norte-americano (guerra, espionagem e vigilância) na chamada ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Networks*), posteriormente servindo como uma potente ferramenta para o contexto social da Guerra Fria (1945-1991). Segundo Benjamin Loveluck (2018, pp. 41-42): “De forma bastante sucinta, ela pode ser definida como a tradução técnica de princípios de organização e de processamento da informação, baseadas na digitalização”.

No entanto, em razão de uma reviravolta que merece ser estudada com maior profundidade, essas tecnologias destinadas inicialmente a servir aos interesses de Estado, de seu aparelho tecnocrático e de suas ambições belicosas, acabaram materializando um programa de emancipação e uma alteridade ao poder centralizado (LOVELUCK, 2018, p. 12).

Em suma:

A concepção da Arpanet começou em 1966 e foi oficialmente implantada em 1969, sob a direção de Lawrence Roberts. De acordo com esse autor, o objetivo inicial consistia em partilhar o tempo de cálculo de computadores mais poderosos porque as demandas de recursos computacionais aumentavam muito rapidamente e as infraestruturas para responder a tais solicitações eram lentas e dispendiosas (LOVELUCK, 2018, p. 46).

Partindo da origem militar da internet (ARPANET) e mirando os usos mais modernos da mesma, a partir de sua privatização nos idos de 1980-90, dentro das chamadas web 1.0 e 2.0 (Rüdiger, 2016), se nota a importância dessas redes para a formação de um modelo social informacional, onde a comunicação via redes seria fundamental para a descentralização da internet e, assim, promover outras formas de interação:

A rede se apresenta como uma montagem social e tecnológica em que são reconfiguradas com vigor as interações humanas, a constituição das identidades, o sistema econômico, as possibilidades políticas – ou, de maneira mais sucinta, *o poder de ação das sociedades sobre si mesmas* (LOVELUCK, 2018, p. 12).

E esse modelo digital e seus impactos na formação de novas realidades sociais, expressas pelas redes e por suas possibilidades comunicacionais (afetos, trabalho etc.) se

tornou um *objeto atual* para as ciências sociais, no caso, de uma Sociologia Digital (Miskolci e Balieiro, 2018). Para os citados sociólogos brasileiros, essa recente forma de sociologia:

(...) é uma área de pesquisa em construção e tem articulado um conjunto vasto e diverso da produção sociológica que, há aproximadamente duas décadas, investiga a emergência e a disseminação das tecnologias de comunicação em rede (p. 133).

Ademais, com o modelo interativo web 3.0¹ (ou terceira onda da internet), os aplicativos estariam melhor estruturados e complexos, permitindo aos usuários uma personalização mais fiel, assim, tornando a internet mais interligada aos indivíduos e às suas práticas, dentre elas, o trabalho como uma prática digitalizada (LUPTON, 2015). Dessa forma, os perfis on-line e o comportamento dos usuários poderiam se tornar mais fluídos e interativos. Entretanto, pontuo que as redes sociais não seriam “uma invenção” da internet e de seus engenheiros, já sua relação com a interação social deve ser entendida a partir dos usos informacionais dessa ferramenta complexa (redes sociais digitais, aplicativos etc.).

Além disso, certos fatores econômicos entendidos a partir do que seria o neoliberalismo ou um modelo surgido a partir do final da década de 1970, que pregando formas de liberdades absolutas e uma passividade estatal frente à economia e gerenciamento de outras instituições auferiu novos parâmetros ao social. Assim, essa doutrina econômica chamada de neoliberal, contestada e contextualizada por inúmeros teóricos, dentre eles Pierre Dardot e Christian Laval (2016) e Byung-Chul Han (2018), pode ser apresentada como um par ao modelo capitalista de vigilância (Zuboff, 2021).

Assim, para Dardot e Laval (2016, p. 07) o neoliberalismo: “É um sistema normativo que ampliou sua influência ao mundo inteiro, estendendo a lógica do capital a todas as relações sociais e a todas as esferas da vida”.

Além dos fatores sociológicos e políticos, os próprios móveis subjetivos da mobilização são enfraquecidos pelo sistema neoliberal: a ação coletiva se tornou mais difícil, porque os indivíduos são submetidos a um regime de concorrência em todos os níveis. As formas de gestão na empresa, o desemprego e a precariedade, a dívida e a avaliação, são poderosas alavancas de concorrência interindividual e definem novos modos de subjetivação (p. 09).

E tendo como exemplo desses regimes de concorrência atualmente, pode-se notar no trabalho digitalizado, seja em aplicativos ou nos usos de perfis on-line, elementos neoliberais que precisam ser entendidos. Dessa forma: “No capitalismo financeiro atual, os valores são radicalmente eliminados. O regime neoliberal introduz uma era de esgotamento. Hoje explora-se a psique”. (HAN, 2018, p. 46). E como pretendo mostrar mais adiante, essas

¹ Use Mobile, “Web 4.0: Quais as expectativas para o futuro da rede?” Abril de 2019. Disponível em: <https://usemobile.com.br/web-4-0-quais-sao-as-expectativas-para-o-futuro-da-rede/> Acesso em janeiro de 2021.

formas de esgotamento acabam convergindo em um novo modelo laboral, contudo se faz necessário a inclusão (novamente) da internet e seu papel para o Brasil atual.

Como ilustrativo cito o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) que em uma amostragem (Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílio – PNAD) executada no ano de 2019 e divulgada em abril de 2021², apontou que 82,7 % dos domicílios brasileiros tem acesso à internet (um aumento percentual de 3,6 % em relação a 2018). Além disso, houve crescimento de conexão nas áreas rurais, onde um salto significativo de 49,2 %, em 2018, para 55,6 % em 2019, ou seja, um aumento de 6,4 pontos percentuais.

Nos domicílios urbanos, a utilização da internet subiu de 83,8 % (2018) para 86,7 % (em 2019), e como demonstrado na amostragem, esses aumentos ocorreram em todas as grandes regiões do Brasil, tendo por exemplo, a região nordeste onde um aumento de 5,2 pontos percentuais pôde ser notado, ou seja, em 2018 eram 69,1 % e em 2019 foram 74,3 %. Entretanto, no mesmo levantamento se notou que em 12,6 milhões de casas não havia acesso à internet, às quais foram elencadas estas razões:

- a) Falta de interesse (32,9 %);
- b) Serviço de acesso caro (26,2 %);
- c) Nenhum morador usar internet (25,7 %).

Ainda considerando os dados do Ministério das Comunicações (MCOM) sobre os usos de internet no Brasil, os dados relativos aos tipos de conexão também precisam ser levados em conta. A banda larga móvel passou de 80,2 % dos domicílios em 2018 para 81,2 % em 2019. Já a banda larga fixa passou de 75,9 % para 77,9 %, e os domicílios com os dois tipos de conexão saltou de 56,3 % em 2018 para 59,2 % em 2019, onde o celular continuou como a principal ferramenta (99,8 % dos domicílios) seguido por computador (45,1 %), TV (31,7 %) e por último *tablets* (12%).

A análise de outros dados informacionais no contexto nacional contemporâneo envolve uma análise sobre a relação entre a renda e a portabilidade – já que o Brasil é um dos países que mais passam conectados na web. Segundo uma pesquisa produzida em 2020 pelo site *We Are Social*, em parceria com o *Hootsuite*, o tempo médio que o brasileiro passa conectado é de 3 horas e 31 minutos, ocupando o terceiro posto entre os países que mais

² Ministério das Comunicações, “Pesquisa mostra de 87,2 % dos domicílios brasileiros têm acesso à internet”. Abril de 2021. Em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2021/abril/pesquisa-mostra-que-82-7-dos-domicilios-brasileiros-tem-acesso-a-internet> Acesso em junho de 2021.

usam redes sociais, sendo que os primeiros são: Filipinas (3:53h) e Colômbia (3:45h)³. Essa possibilidade de toda uma nova massa de consumidores inseridos no mundo digital e no Brasil com o amplo e massificado uso dos aparelhos smartphones⁴, onde: “se torna pauta pública na medida de estar conectado se transforma em uma parte importante do acesso pleno à cidadania” (CARMO, DUARTE e GOMES, 2020, p. 07).

Já que um cidadão, no modelo brasileiro atual, precisa de uma forma de inserção ao mundo trabalho que estaria se mesclando ao digital. Contudo, para que essa “inclusão digital” de fato exista, segundo Mori (2012) haveria a demanda de três estágios básicos: acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), alfabetização digital e apropriação de tecnologias.

Esses três pontos são sentidos na ação dos trabalhadores on-line, onde os mesmos precisam se apropriar de uma tecnologia (mídias, redes sociais e aplicativos) e usá-las (alfabetização digital) para poder se fazer valer como (possíveis) trabalhadores habilitados. Por exemplo, os entregadores de aplicativos (apps). Dessa forma: “No Brasil em um contexto de altas taxas de desemprego, aqueles que não possuem domínio e especialização no uso de tecnologias e internet podem ficar fora do mercado” (CARMO, DUARTE e GOMES, 2020, p. 24).

O contexto laboral brasileiro e o global impactados e metamorfoseados pelo digital tem sido estudado por sociólogos como Ricardo Antunes, que se debruçou nos aspectos da uberização na vida dos trabalhadores na chamada *gig economy*⁵ e por Shoshana Zuboff (Estados Unidos), buscando entender a transformação do capitalismo em uma ferramenta de vigilância digital e psíquica, agindo como um *capturador* de dados disponibilizados por usuários da internet. Partindo dos escritos de Antunes (2020) e exemplificando essa uberização:

(...) encontramos na Uber: trabalhadores e trabalhadoras com seus automóveis arcam com as despesas de seguras, gastos de manutenção de seus carros, alimentação, limpeza etc., enquanto o “aplicativo” se apropria do mais-valor gerado pelo sobretrabalho dos motoristas, sem nenhuma regulação social do trabalho (p. 12).

³ Visia, “Brasileiro fica 3 horas e 31 minutos por dia nas redes sociais”. Agosto de 2020. Em: <https://www.agenciavisia.com.br/news/brasileiro-fica-3-horas-e-31-minutos-por-dia-nas-redes-sociais/> Acesso em setembro de 2020.

⁴ O Brasil, na mesma pesquisa, possuía mais de 200 milhões de aparelhos smartphones, ou seja, havendo quase um aparelho para cada habitante, onde 150 milhões podem fazer uso diário das potencialidades da web com aparelhos habilitados ao tráfego digital. E esses usuários de redes sociais digitais contam mais de 140 milhões.

⁵ Ou *Gig Workers*, ou seja, trabalhadores independentes usuários de plataformas digitais, mas não apenas, que se adaptam a um modelo econômico de demanda de clientes onde não haveria vínculos empregatícios. Sendo que essa forma de trabalho favorece, na maioria das vezes, as grandes empresas, como as gestoras do digital (*Big Tech*) por exemplo.

Assim, a discussão de Antunes (2020) acerca dos impactos da interação massificada na vida de usuários de interfaces digitais como aplicativos (em 2020) procura elencar o papel do “discurso empresarial que se expandia no universo informacional-digital estampava muita euforia: *plataform economy, crowdsourcing, gig economy, home office, home work, sharing economy, on-demand economy*, entre tantas outras denominações” (ANTUNES, 2020, p. 19), isso em decorrência da pandemia do Covid-19, que deflagrou (além de medo e morte) uma nova crise no mercado de trabalho.

Já na visão de Zuboff (2021) que há décadas vem estudando os impactos da alta tecnologia de informação na vida dos trabalhos, os usos mais recentes da internet apontam para um novo capitalismo, onde a vigilância e a mineração de dados seriam as formas de ação:

O imperativo de extração exige que tudo seja possuído. Nesse novo contexto, bens e serviços são meras rotas de suprimento vinculadas à vigilância. Não é o carro; são os dados comportamentais extraídos do ato de conduzi-lo. Não é o mapa; são os dados comportamentais gerados a partir da interação com ele. O objetivo aqui está de modo contínuo expandindo fronteiras que acabam por descrever o mundo e tudo dentro dele, o tempo todo (ZUBOFF, 2021, p. 158).

O papel do digital e de suas potencialidades subjetivas parece, gradualmente, ter se tornado uma obrigação:

Além disso, não utilizar a internet acarreta prejuízos de ordem cultural. Como um dos principais meios de comunicação da atualidade, a internet pode viabilizar a troca e produção de informações e entretenimento. Estar conectado às redes permite que o indivíduo esteja exposto a uma gama de conteúdos e informações que serão importantes para a sua formação pessoal e desenvolvimento de simbologias que identificam coletivos e formam culturas (CARMO, DUARTE e GOMES, 2020, p. 24).

Esse mercado fragilizado encontrou no regime do trabalho digitalizado um desafogo e alternativa mais viável, já que essas formas laborais se mostraram instantâneas, ou seja, não demandam uma qualificação muito específica, apenas uma inserção digital. E a posse de uma conta em uma mídia social ou aplicativo, pode bastar como um ambiente laboral a indivíduos ausentes de uma política de empregos. Como percebido pelo portal on-line *DigiLabour*, o crescimento dos usos de mídias e redes sociais como um ambiente de trabalho cresceu no Brasil dos últimos anos⁶.

Retomando o excerto (linhas acima) de Zuboff (2021), são apontados três elementos para o entendimento da exploração do digital sobre os indivíduos através dos usos de mídias, redes sociais e apps. Assim: “O objetivo desse empreendimento não é impor normas

⁶ Ver: <https://digilabour.com.br/>

comportamentais, tais como conformidade e obediência, e sim gerar um comportamento que conduza, de forma confiável, definitiva e certa, aos resultados desejados” (ZUBOFF, 2021, p. 235).

Assim, o estar on-line é um veículo para a circulação de dados que acabariam capturados, usados, vendidos e trocados por essas mesmas mídias digitais e aplicativos, que na figura de seus detentores (*Big Tech*) produziram somas exorbitantes em prol da vigilância e de tornar o trabalho cada vez mais um ente volátil na sociedade capitalista neoliberal atual.

Trabalho informatizado e sua relação com a psicopolítica: discutindo aspectos das novas profissões digitais

Como citado acima, ou seja, acerca dos usos da internet e de suas origens militares e acadêmicas, e partindo para o entendimento do atual contexto brasileiro, é importante pontuar que na relação entre o trabalho formal e o digital permite enxergar certos elementos relacionados aos indivíduos, ou melhor dizendo:

A simbiose entre trabalho informal e mundo digital vem permitindo que os gestores possam também sonhar com trabalhos ainda mais individualizados e invisibilizados. Ao perceber que o isolamento social realizado sob a pandemia vem fragmentando ainda mais a classe trabalhadora, assim, dificultando as ações coletivas e a resistência sindical, procuram avançar também na ampliação do *home office* e do teletrabalho (ANTUNES, 2020, p. 21).

Na evolução das redes digitais e seus usos, levando em conta os aspectos citados acima por Antunes (2020), ou seja, na simbiose entre um real e o digital, e seu modelo anterior, a internet precisa ser entendida:

Até então, o modelo implícito de qualquer rede de computadores consistia, na verdade, em uma “rede centralizada”: um computador central suscetível de ser questionado a distância por terminais a fim de compartilhar o seu uso. Mas essa maneira de organizar o time-sharing esbarrava nomeadamente nos limites das telecomunicações da época – a comutação por circuitos (LOVELUCK, 2018, p. 50).

E seguindo no entendimento de Loveluck (2018): “A comunicação em um modo analógico (telefonia, radar etc.) era então separada claramente da computação de um modo digital (informática)” (p.50). Essa historicidade da internet, e sua gradual inserção na vida das pessoas, é um elemento importante para a discussão que propus até aqui, assim, posso tentar entender o modelo de “profissão” atualmente tornado comum: o chamado influenciador digital (*digital influencer*).

Esses indivíduos, fruto de uma sociedade informacional-digital, pode ser tanto um produtor de conteúdo como um usuário, ou melhor, *producer*⁷, (BROWN; QUAN-HAASE, 2012, p. 488) que via mídias e redes digitais como Facebook, YouTube, Instagram, Twitter etc. pode utilizar sua imagem e opiniões como ferramentas de reputação, com isso, visando um número crescente de seguidores. Posteriormente, os *mesmos seguidores* poderiam se reconfigurar em clientes, gerando para o influenciador uma legitimidade e uma autenticidade como pretendo trabalhador do digital. Esses influenciadores, também, podem se estabelecer como anunciadores para diversos tipos de produtos – agindo como um novo aparato digital que é a expressão material do imperativo de predição dominado pelas *Big Tech* e propagado pelas funcionalidades da comunicação via redes.

Mas, inicialmente, a rede foi pensada e concebida como uma “arquitetura aberta”, ou seja, para funcionar como um sistema capaz de se desenvolver de forma autônoma, a partir de um modelo orgânico, sem deixar de promover uma cultura de intercâmbio, de circulação de informação e comunicação baseada na igualdade formal e na maior abertura possível (LOVELUCK, 2018, p. 56).

Representando um tipo de poder inédito animado pela compulsão econômica no sentido da certeza, as redes se transformaram de aliadas aos usuários às armadilhas gestadas por grandes corporações digitais. E o *digital influencer*, ou seja, um formador de opinião e criador de conteúdo a partir de mídias sociais digitais, são utilizados como propaganda pelas *Big Tech*, já que esses influenciadores começaram como anônimos e devido ao sucesso de suas postagens conseguem fechar parcerias com grandes empresas e ficar ricos⁸.

Por exemplo, Whindersson Nunes, Felipe Neto e seu irmão Lucas Neto⁹ mantêm rendas astronômicas devido a reputação, legitimidade e autenticidade conquistadas pela formação de milhões de seguidores. Influenciar digitalmente deve-se a certos pressupostos: primeiro pela forma interativa buscada pelos citados *youtubers*, criação de conteúdo de cunho engraçado e infantil e, segundo, por suas capacidades de vender produtos a todo instante (se valendo da ubiquidade da internet) para os mais variados públicos.

Ao apresentar elementos críticos acerca do uso acrítico do digital, dois vetores podem emergir: os ideais iniciais de computação ubíqua e os imperativos econômicos do capitalismo de vigilância. E esse encontro assinala a metamorfose da infraestrutura digital “*de uma coisa que temos para uma coisa que nos tem*” (ZUBOFF, 2021, p. 236). Sua relação

⁷ Neologismo oriundo da fusão das palavras inglesas *producer* e *user*, respectivamente produtor e usuário.

⁸ Neil Patel, “Digital Influencer: O que fazer para se tornar um em 2021”. Abril de 2021. Em: <https://neilpatel.com/br/blog/digital-influencer/> Acesso em junho de 2021.

⁹ Respectivamente 41,8 milhões de seguidores, 41,3 milhões e 33,8 milhões de seguidores no YouTube. Números de fevereiro de 2021.

com vida dos indivíduos se mostrou a Han uma forma anterior ou já superada de entendimento da realidade capitalista e neoliberal. Nessa perda de laços se pensa na psicopolítica, que o mesmo Han (2018) teorizou como o novo jeito de ser dentro do neoliberalismo, que cada dia promove formas de desespero em relação as esferas do social:

O capitalismo de consumo, além disso, introduz emoções para criar necessidades e estimular a compra. O *emotional design* molda emoções e padrões para maximizar o consumo. Hoje, em última análise, não consumimos coisas, mas emoções. Coisas não podem ser consumidas infinitamente, mas emoções sim. Emoções se desdobram para além do seu valor de uso. Assim, inaugura-se um novo e infinito campo de consumo (HAN, 2018, p. 66).

Essa psicopolítica como sendo o domínio neoliberal do intelecto humano, das emoções e dos sentimentos, ou a etapa seguinte do que Foucault chamou de sociedade disciplinar e de modelo social panóptico (2006). Ademais, friso, principalmente a questão que tange à chamada biopolítica (Foucault, 2010), que envolve a gestão dos corpos e sua docilização em um contexto capitalista (que seria mais energético e menos psíquico). Entretanto, ao retomar os escritos de Foucault, Han esclarece:

Na sociedade disciplinar, cujo funcionamento está acima de tudo, as emoções representam em primeiro lugar um estorvo, portanto, devem ser erradicadas. A “ortopedia concertada” da sociedade disciplinar tem que formar uma máquina sem sentimentos (*gefühllos*) a partir de uma massa informe. As máquinas funcionam melhor quando emoções e sentimentos estão completamente desligados (2018, p. 66).

Outro aspecto importante desse neoliberalismo psíquico é o *liso* (Han, 2019), que afeta a ideia de um existir on-line ao promover um tipo de busca e (novas) necessidades que afetam o modo de ser dos indivíduos (uma estética de beleza, de algo que seja fácil de passar as mãos, ou seja, um liso). Entretanto o corpo está em crise por se tornar dados (HAN, 2019, p. 25), registros e produtos consumidos por outros, ao mesmo tempo, se perdendo por não manter laços (vínculos com o real).

E o trabalho, aspecto no qual os corpos são vetores enérgicos, acabam ressignificados, como nos exemplos de influenciadores digitais. Sendo deslocados cognitivamente: “a demanda atual não é apenas por competência cognitiva, mas também emocional” (HAN, 2018, p. 66). E Foucault (2008; 2010) notou nas mudanças nas quais as sociedades ocidentais (anos de 1970 e 1980) passavam, a partir da disseminação do neoliberalismo e seus impactos sobre os sujeitos, melhor percebido dentro do contexto de uma sociedade altamente informatizada e controlada por uso de tecnologia complexa (computadores e outras interfaces).

Como notado por Han (2018) a respeito de Foucault e de suas teorias sobre o poder e a disciplina aplicada aos corpos na modernidade:

O poder soberano se exprime como direito de dispor e tomar. A sociedade disciplinar, ao contrário, aposta na produção. É uma era de ativa produção industrial de valor. Mas essa era na qual se realizava uma verdadeira criação de valor é passada. No capitalismo financeiro atual, os valores são radicalmente eliminados. O regime neoliberal introduz uma era de esgotamento. Hoje explora-se a psique (HAN, 2018, p. 46).

Ademais na ideologia neoliberal de otimização pessoal (dos corpos) sentida por Foucault (2008) no final da década de 1970, que Han (2018) pontuou como tendo vazão nos ambientes digitais (dos anos 2010 em diante), pregaria uma interação digitalizada constante.

A otimização é um imperativo que explora tudo, até mesmo a dor (HAN, 2018, p. 48), e naquele contexto, os corpos disciplinados do trabalho fabril ao passar aos dias atuais, inflexionados com o advento dos usos dos computadores pessoais e da informatização social, fazendo emergir novos processos de subjetivação. Contudo, Foucault não teorizou sobre a sociedade informacional, ao contrário de Gilles Deleuze (2020), que viu naquele momento o nascimento de uma *sociedade de controle*.

O controle, aos moldes *deleuzianos*, expressa uma relação direta com o capitalismo, e suas transformações oriundas do espaço-tempo, principalmente, de um modelo social informatizado dos computadores e da alta tecnologia. O controle para Deleuze (2020) remete à capacidade de tornar os indivíduos cativos por suas dívidas, advindo da superação do modelo de sociedade disciplinar (prisões, quartéis, escolas, etc.) de Foucault¹⁰, onde os confinamentos agiriam como moldes para uma sociedade de controle e os dispositivos de poder aparecem e se comportam como modulações.

A fábrica e os salários (os moldes disciplinares) uma vez que a fábrica como uma das formas de confinamento típicas das sociedades disciplinares, visam promover um equilíbrio, tanto na produção em larga escala (sua parte alta) como nos salários, sua parte baixa (Foucault, 2006). Atualmente com a sociedade informacional-digital, os indivíduos interagindo nos ambientes das mídias digitais, acabam se tornando clientes em uma lógica neoliberal dentro de um capitalismo de vigilância (Zuboff, 2021).

Ao entrar em contato com os novos trabalhadores do contexto on-line, como motoristas de aplicativos de mobilidade (Uber e 99 Táxis), entregadores de diversas mercadorias e alimentos pedidos via IFood, Uber Eats e Rappi, a questão do tempo se mostra latente, já que esses indivíduos precisam cumprir metas relativas aos minutos e segundos. A

¹⁰ Michel Foucault tratou do tema em várias de suas obras nos anos 1970, em especial, *Vigiar e Punir. O nascimento da prisão*, onde teorizou a relação da sociedade moderna e capitalista com os aparatos e instituições que visaram a normalização dos corpos, por exemplo, o modelo de prisão panóptica do filósofo utilitarista Jeremy Bentham (final do século XVIII).

lógica 24/7 (Crary, 2014) e a forma de trabalho 9-9-6, na qual uma jornada de trabalho deveria ser de 12 horas por dia, seis dias por semana, são muitas vezes excedidas por esses trabalhadores, citando um dos entrevistados, me relatou alguns problemas, como cansaço excessivo e pouco retorno financeiro.

A.C¹¹ é um homem na faixa dos 50 anos aposentado por problemas de saúde (aspecto não esclarecido pelo mesmo por aparentar ser algo íntimo), morador da cidade de Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil, exercendo a função de motorista de aplicativo Uber e 99 Táxi a pelo menos 3 anos (essa entrevista ocorreu no início de 2020). A rotina de trabalho de A.C como motorista de app, segundo o mesmo, se dá das 8 da manhã até a meia-noite, quase todos os dias, ou seja, em média 16 horas diárias – lembrando as estafantes cargas horárias dos trabalhadores no capitalismo em seus primórdios.

O chamado Operaísmo Digital (*Digital Workerism*) vêm há anos estudando a relação dos trabalhadores em modelos clássicos de trabalho frente às “novidades” propostas pela inserção gradual das plataformas digitais em suas realidades sociais, já que: “Com muita frequência, o foco de pesquisas não está nas novas formas de composição de classe, mas em uma preocupação limitada a tecnologias e algoritmos” (ENGLERT, WOODCOCK e CANT, 2020, p. 51). E ainda com Englert, Woodcock e Cant (2020), esse tipo de capitalismo que circula pelo digital apresenta inúmeros paralelos com os modelos passados de trabalho (séculos XIX e XX), onde a carga de exploração do trabalhador se mantinha alta (12-16 horas ao dia). E algumas falas de A.C parecem apontar para essas problemáticas.

Abaixo transcrevo (resumidamente) alguns pontos discutidos com A.C em dois encontros, que dialogam com a discussão sobre os novos formatos de trabalho no contexto atual, e a “liberdade de ser seu próprio patrão”:

Pergunta: Qual é a sua percepção acerca de trabalhar como motorista de aplicativos?

Resposta: “*Foi para poder controlar mais o meu tempo, antes quando era motorista de taxi, não tinha muito certo os horários, agora posso ativar e desativar o aplicativo quando quiser, assim me sinto mais dono de mim*”.

Pergunta: Isso seria algo positivo?

Resposta: “*Posso dizer que sim, posso ganhar mais e ter o controle de meu trabalho, além de poder descansar quando quiser, posso parar o carro na garagem e ligar só no outro dia. Não tenho que prestar contas para nenhum chefe, e isso é bom, menos estresse*”.

Pergunta: Você recomendaria o trabalho em aplicativo para outras pessoas?

¹¹ Por questões éticas, o entrevistado é apresentado com um pseudônimo como uma forma de preservar sua identidade.

Resposta: “*Acho que sim, eu vejo como um bom trabalho isso do digital, da internet, de dar oportunidade para a gente, hoje tudo está cada vez mais corrido e dá até para arranjar casamento pela internet. (Risos). Mas não sei, pensando bem, digo que sim, mas não para muitas pessoas, já que posso perder meu espaço, meu lugar, meus clientes...*”.

Um dos elementos mais marcantes das conversas com A.C foi quando me disse que sentia as vezes que sua alma estava ligada ao aplicativo, que a voz que direcionava as coordenadas parecia habitar seus sonhos à noite, *aquela voz de mulher robótica*. Algo que aproxima ao que Han (2018) chamou de psicopolítica, ou seja, uma política imposta sobre as almas dos indivíduos.

Ademais, é importante citar as relações preexistentes de A.C. enquanto um taxista pelotense e seu capital social conquistado por esse trabalho “mais clássico”. Como frisado por Englert, Woodcock e Cant (2020), a gigante global Uber e outras empresas não disponibilizam carros aos motoristas, e aqueles que não os possuem precisam alugá-los, tornando seu trabalho mais pesado, já que deveriam, além de buscar renda para sua existência, arcar com o aluguel dos automóveis. No caso do entrevistado A.C, ele possui seu próprio carro, um modelo Volkswagen Voyage de 2010¹².

Além disso, na imersão e no cancelamento das atividades, dentro das possibilidades de “ser livre”, como notado por A.C, advogam novas prerrogativas que escondem uma “liberdade travestida de prisão”. Assim: “coisa alguma conta até ser compilada como comportamento, convertida em fluxos de dados eletrônicos e canalizada como dados observáveis. Tudo precisa vir à tona para ser contado e vigiado” (ZUBOFF, 2021, p. 244), e a dimensão mais subjetiva do trabalho, no contexto do século XXI, não seria mais o modelo do trabalho das fábricas e do tempo de trabalho em si – horas, minutos, etc., deixando lacunas a ser preenchidas.

Os assim chamados aplicativos (ou apps) e plataformas digitais impõem aos/as trabalhadores/as, quase sempre, o rótulo de autônomos/as, sendo que são remunerados por tarefa ou lapsos temporais mínimos (como horas), sem qualquer garantia de jornada e de remuneração, o que acarreta implicações importantes na dinâmica da gestão e controle da força de trabalho (dada a ausência de compromisso explícito de continuidade). (FILGUEIRAS e ANTUNES, 2020, p. 64).

Partindo para os outros exemplos desta discussão, os influenciadores digitais, a quem o tempo dispendido nas mídias sociais digitais como YouTube, acabou se restringindo por

¹² E pretende comprar um mais moderno, já que a demanda de clientes pode aumentar em razão de carros que se mostram mais recentes, como os modelos Toyota, Hyundai ou Honda, “(...) para sobreviver, os(as) trabalhadores(as) são obrigados a arcar com o conjunto de custos de manutenção, comprando ou alugando carros e motos (...)”. (FILGUEIRAS e ANTUNES, 2020, p. 67)

alguns fatores: para aqueles que usam as potencialidades do digital como atividade laborais às 24 horas do dia e às cargas horárias de 8 horas diárias de trabalho seriam os fatores que potencializam o ato de ser dono de seu próprio, onde o tempo e a capacidade de gerar – subjetivamente – lucros a partir dos usos dessas mídias e redes seria uma busca, quase idealizada.

Entre um salário e uma carreira, suas dimensões e potencialidades deve-se levar em conta a partir de aspectos como a subjetividade voltada a capacidade de atrair “patrões”, ou seguidores no on-line, podendo ser dividida entre uma lógica de glamour (para os influenciadores digitais) e ou de exploração (para os motoristas de aplicativo). Além disso, uma forma de buscar reputação em ambientes digitais como um modo de incrementar currículos teria na pressa e no tempo em si os modos de articular uma maior relação entre criador de conteúdo e seus seguidores. Em suma, aquele(a) que posta mais, teria mais chance de ser respeitável (reputação) no contexto digital, assim, podendo angariar uma legitimidade unida à ideia de ser dono de si e poder trabalhar “livremente”.

A pandemia de Covid-19 no contexto brasileiro: capitalismo de vigilância e as formas laborais digitais em tempos de crise

A sociedade pautada por dados no ano de 2020, especialmente em função da crise sanitária causada pela pandemia mundial de Covid-19, apontou a relação de um público consumidor que se viu empurrado para o comércio digital (e-commerce) e suas potencialidades, inclusive laborais. Até junho de 2021, o Brasil contava com mais de 500 mil mortos pela Covid-19, contudo, o comércio digitalizado crescia vertiginosamente, apontando (e criando) formas laborais para toda uma massa de excluídos do mercado de trabalho, ou “o último empurrão que faltava para a inserção no digital”¹³.

Um trabalho na internet ou uma prática profissional digitalizada (Lupton, 2015) tendo como veículos seja a mídia social YouTube ou os aplicativos de mobilidade e alimentação, passou a ser entendida como uma profissão dos novos tempos, apontando para uma “necessária” digitalização da vida. Como percebido pelo sociólogo Claude Dubar (1997) a profissão é vista como uma prática que requer uma formação especializada além de

¹³ E-commerce Brasil, “Covid foi último ‘empurrãozinho’ para o digital, diz especialista em varejo”. Maio de 2021. Em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/covid-foi-ultimo-empurraozinho-para-o-digital-diz-especialista-em-varejo/> Acesso em junho de 2021.

uma técnica definida. Entretanto, certas práticas veiculadas nas interfaces conectadas das mídias sociais não precisam de saberes técnicos ou conhecimentos científicos.

Dados relativos ao crescimento do número de entregadores de apps (*riders*), motocicletas ou bicicletas no contexto brasileiro em função da crise sanitária causada pela Covid-19 apontam para a inserção, inclusive de indivíduos com alta escolaridade como graduação e pós-graduação (em torno de 42 mil). Isso contraria certas visões que colocam esses trabalhadores como sendo de baixa escolaridade ou “não capacitados”. Na matéria divulgada pela agência de notícias *BBC News Brasil* em julho de 2020¹⁴ (a partir de dados do IBGE), fica claro que esses indivíduos precisam trabalhar muito mais que em outros tipos de emprego e recebendo remunerações menores (abaixo do salário mínimo, por exemplo).

Segundo a Associação de Motofretistas de Aplicativos e Autônomos do Brasil (AMABR), cerca de 10% da renda dos entregadores seria apenas para gastos com internet, sejam elas em planos pré ou pós-pago¹⁵. Ademais, a matéria visa acentuar a dimensão problemática latente no contexto pandêmico brasileiro de que esses trabalhadores mesmo tendo alta escolaridade, tiveram que utilizar esses aplicativos de entrega como forma de inserção laboral, já que suas habilitações não os contemplassem como empregos confiáveis e os gastos seriam suas responsabilidades.

Em torno de 3,7 mil trabalhadores tiveram que se afastar ou perderam seus empregos, devido ao isolamento, quarentena, distanciamento e férias relacionadas ao Covid-19. E durante aquele momento da pandemia (primeira metade do ano 2020), os trabalhadores que auferiam receber em torno de 520 reais por semana, tiveram que trabalhar pela metade. Sendo esse aspecto, que na visão deles, teria relação com o aumento de contingente de pessoas migando para essas possibilidades laborais dos aplicativos.

Na mesma matéria da *BBC News Brasil*, as empresas IFood, Uber Eats e Rappi ao serem inquiridas a respeito da possível exploração dos entregadores, tendo em vista questões sanitárias e aumento de número de pedidos, deram respostas evasivas: passando de uma ideia de transparência que procuram manter na relação empregador-empregado além do não aumento dos preços das entregas, aspecto decisivo que impactaria o salário dos entregadores. Contudo, ao expor que os fretes e valores de entregas variam de local a local, as referidas empresas afirmam ser essa uma prática comum a muitos apps de entrega. Em suma, as

¹⁴ BBC News Brasil, “Com pandemia, entregadores de app têm mais trabalho, menos renda e maior risco à saúde”. Julho de 2020. Em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-53258465#:~:text=J%C3%A1%20quando%20se%20trata%20especificamente,de%202020%20j%C3%A1%20s%C3%A3o%20mais>

¹⁵ Idem.

empresas negam que haveria uma falta de transparência além da exploração dos entregadores e de uma política laboral a partir de baixos salários.

Ademais, poderia haver uma relação entre consumo digital e isolamento social? Segundo a mesma pesquisa sim, apontando para a precarização do trabalho e o aumento do número de entregadores, facilitando a exploração por parte dessas empresas. Tendo em vistas que as empresas citadas, ou seja, Uber, Uber Eats, 99 Pop, Rappi e IFood não criam vínculos empregatícios, justamente para não ter que se responsabilizar com questões e direitos trabalhistas (WOODCOCK, 2020; ANTUNES, 2020).

Como percebido por Shoshana Zuboff (2021) na questão acerca do capitalismo de vigilância e o superávit comportamental que articula ferramentas e modos de capturar os indivíduos, escondidas na ideia de livre circular das mídias digitais e aplicativos. Ainda nos exemplos dos entregadores de aplicativos, se deve pontuar que os mesmos acabariam por ser punidos por conexões de internet ruins, já que os clientes não receberiam suas encomendas, além de negativarem os aplicativos ao comentá-los (política da reputação e legitimidade), o que foi notado por Antunes (2020, p. 13): “É quase impossível, hoje, encontrar qualquer trabalho que não tenha alguma forma de dependência do aparelho celular”¹⁶.

Assim os trabalhadores digitais (LISDERO e SCRIBANO, 2019) também são categoria que tem sido analisada dentro do modelo de sociedade chamada de 4.0 (Lisdero e Scribano, 2019), apresentando novas formas e complexas relações entre trabalhadores – muitas vezes articuladas com questões emocionais ou sensibilidades. Na ideia da Sociedade 4.0 o trabalho e o trabalhador digital no processo de estruturação social acabaram alterando essa “sensibilidade” ou “política de sensibilidades”, sendo conjuntos de práticas cognitivas e afetivas direcionadas à produção, ao domínio e a reprodução de horizontes de ação, disposição e cognição (ALLMER, 2019; LISDERO e SCRIBANO, 2019).

Esses trabalhadores digitais, podendo ser influenciadores (ou não) e entregadores, evocam a questão do domínio do campo do virtual enquanto criador de possibilidades (Lévy, 1996), que esses mesmos indivíduos poderiam se apropriar. Com isso, gerando uma nova forma de produção de significados e símbolos em um ambiente de latência criativa, já que a produção de um capital simbólico relacionado aos usos do digital (imagem de si e um sucesso pela aparência) evoca o nascimento da busca por reputação enquanto um elemento emancipador e criador de “trabalhos” digitais. Entretanto o “sucesso e a riqueza” seriam

¹⁶ Os dados como uma matéria-prima (Zuboff, 2021), apontam para essa relação problemática, que parece defender às grandes empresas em detrimento dos trabalhadores.

metas alcançáveis por poucos indivíduos, podendo transformar o universo do digital (mídias e redes sociais) em uma utopia dos novos tempos.

Empresário de si mesmo: a construção de uma reputação on-line é uma garantia de trabalho?

O contexto social atual onde uma sociedade de conhecimento massificado, a qual uma rede mundial de computadores trouxe a questão da interação como ferramenta de aproximação (redes) e de formação de um público consumidor e crítico, se mostra relevante pensar os usos dessa mesma rede on-line como uma (nova) forma de trabalho. E isso mostra uma problemática ao se pensar o século XXI e os caminhos dessa mesma era altamente informatizada, já que os dados (data) se tornaram uma matéria-prima nas mãos de grandes empresas como o duopólio Google-Facebook (Zuboff, 2021).

Ao se pensar a informação (dados), a recorrente informatização da sociedade e os usos da internet e web somadas à necessidade de formar um público consumidor dentro de uma variada de produtos aponta para os indivíduos tornados consumidores em uma economia global. E o neoliberalismo enquanto um modelo econômico e político global, indo muito além de uma simples ideologia (Dardot e Laval, 2016), “conseguiu” fazer com que indivíduos se sentam culpados pelo fracasso de suas carreiras e por suas incapacidades de inserção no mercado de trabalho, os levando a buscar nas possibilidades do digital uma alternativa.

Contudo, o isolamento social como uma prática atual (por causa do Covid-19) transformou a sociedade em consumidores extremados do on-line enxergando o neoliberalismo como uma forma de inserção, não mais pela *troca* e sim pela *concorrência*. A internet, nesse modelo, pode se transformar em instrumento de controle e de precarização do trabalho, tendo como exemplos os trabalhadores entregadores de aplicativo.

Dentro das malhas neoliberais do indivíduo “livre” para escolher seu próprio trabalho, ou seja, autônomo se escondem a precarização, a exploração, e uma forma de escravidão do trabalhador tendo como aliada uma ferramenta informacional extremamente complexa. Esse sistema neoliberal fez com que os trabalhadores tenham que arcar com a compra de chips de celular, com smartphones caros, planos de dados (também cada vez mais caros e de baixa qualidade), comida, etc.

(...) a chamada uberização do trabalho somente pode ser compreendida e utilizada como uma expressão dos *modos de ser* do trabalho que se expandem nas plataformas digitais, em que relações de trabalho são cada vez mais individualizadas (sempre

que possível) e invisibilizadas, de modo a assumir a *aparência* de prestação de serviços (FILGUEIRAS e ANTUNES, 2020, p. 64-65).

Assim, uma razão que se volta para o mercado, ou seja, o econômico em uma sociedade altamente tecnológica e digitalizada, aponta para a produção e venda de dados suas ferramentas de captura de subjetividade mais fortes e mais racionais:

A racionalidade neoliberal tem como característica principal a generalização da concorrência como norma de conduta e da empresa como modelo de subjetivação. O termo *racionalidade* não é empregado aqui como um eufemismo que nos permite evitar a palavra “capitalismo” (DARDOT e LAVAL, 2016, p. 17).

Essa razão, parece ter se transformado em uma lógica, que visaria se tornar um guia para a vida, uma conduta, já que:

O neoliberalismo é a *razão do capitalismo contemporâneo*, de um capitalismo desimpedido de suas referências arcaizantes e plenamente assumido como construção histórica e norma geral da vida. O neoliberalismo pode ser definido como um conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modo de governo dos homens segundo o princípio universal da concorrência (p. 17).

Já para o filósofo francês Foucault (2008; 2010) a ideia por trás do empresário de si mesmo, a questão de ser seu próprio patrão aponta para as potencialidades de pertencimento a uma lógica de auto-gestão, e de uma política de liberdade, de ser livre:

Se a subjetividade qualquer não constrói nem exprime sua cooperação como estratégia política, ela pode ser, por sua vez, construída e expressa como “dividual”, ou seja, como amostra de clientela, e os bens comuns que cria e realiza são agora reduzidos a novos mercados para a empresa (LAZZARATO, 2006, p. 182).

E ser seu próprio dono é também ser sua própria empresa, arcando com etapas de trabalho que vão além do ato de trabalhar:

Os processos de criação e efetuação de mundos serão doravante indissociáveis de uma política de redes, de fluxos e de memórias artificiais. A circulação da palavra (agenciamentos de enunciados), das imagens (percepção comum), dos conhecimentos, das informações e dos saberes (inteligência comum) é o lugar de enfrentamento, ao mesmo tempo estético e tecnológico, espaço de uma batalha pela criação do sensível e dos dispositivos de expressão que o efetuam (LAZZARATO, 2006, p. 159).

Esse modelo de gestão laboral neoliberal tem como meta vigiar os usuários (próximo de uma governabilidade virtual) apontando para os modelos de controle dos indivíduos através de artifícios e ferramentas, tendo como base, a liberdade de uma interação informacional via web. Um pouco antes, Foucault na obra “O nascimento da biopolítica” escrita nos anos 1970, na qual apontou os modos como o neoliberalismo acabaria interferindo na vida social das pessoas, tendo o mercado, e uma lógica de inserção, como seu principal aliado.

[...] o governo neoliberal não tem de corrigir os efeitos destruidores do mercado sobre a sociedade. Ele não tem que construir, de certo modo, um contraponto ou um anteparo sobre a sociedade e os processos econômicos. Ele tem de intervir sobre a própria sociedade em sua trama e espessura. No fundo, ele tem de intervir nesta sociedade para que os mecanismos concorrenciais, a cada instante e em cada ponto da espessura social, possam ter o papel de reguladores – e é nisso que a sua intervenção vai possibilitar o que é seu objetivo: a constituição de um regulador de mercado geral da sociedade (FOUCAULT, 2008, p. 199).

Nessas espessuras nas quais o neoliberalismo adentrou, tendo como parâmetro o modelo atual de sociedade informacional-digital e não o modelo descrito por Foucault em sua época (1970/80), surge a dimensão do on-line e sua maneira de se tornar “necessário” aos indivíduos, podendo esconder aspectos exploratórios. O trabalho, enquanto uma necessidade de vida parece ter sido imbricada com a noção de liberdade, por exemplo, no chamado *Digital Labour* (LISDERO e SCRIBANO, 2019), uma forma de chamar esse novo jeito de trabalhar na sociedade informacional, que não estando separado por barreiras, e sim dentro de uma ubiquidade. Assim, esse tipo de trabalho digital como fruto de uma imersão constantemente conectada ao digital e ao virtual:

We live in a digital/virtual connected world shaped by technological transformation of the last 10 years. Internet and mobile telephony are two vectors that set the stage of three strong changes in the politics of the sensibilities: (a) the organization of day/night unlinked to the experience of the subjects that experience it, (b) the modification of the sensations of classification and (c) valuations on world modifications¹⁷ (SCRIBANO, 2019, p.15).

Como aqui apresentei, essa nova massa de trabalhadores no contexto de crise global, estaria espalhada em variados seguimentos, em especial, os influenciadores digitais e os trabalhadores de apps. Que apresentam questões acerca do uso da imagem de si e da interação constante como elementos mais emergentes para uma análise sociológica. Tendo nos entregadores de apps e sua imersão 24/7 somada às suas circularidades no digital, ou seja, uma exploração psíquica (Han, 2018), possibilitam um (novo) tipo de trabalho a partir da interação digital.

Na gestão de um formato de vida voltado ao on-line ou de existências no âmbito digital, parece impor uma nova interação entre indivíduos que amalgamam conceitos discutidos por alguns teóricos do século XX e XXI, como Foucault (2006, 2008, 2010), Deleuze (2020), Lazzarato (2006), Han (2018, 2019) e Zuboff (2021). Assim, ousar chamar

¹⁷ Vivemos em um mundo digital/virtual conectado e moldado pela transformação tecnológica dos últimos 10 anos. Internet e telefonia móvel são dois vetores que configuram o cenário de três fortes mudanças na política das sensibilidades: (a) a organização do dia/noite desvinculada da experiência dos sujeitos que a vivenciam, (b) a modificação das sensações de classificação e (c) avaliações sobre as modificações do mundo. (Tradução do autor).

esses indivíduos de *Homo Panopticus*¹⁸. Ou seja, um indivíduo que pode ser o sujeito que sente a ubiquidade da internet e exemplificado nos trabalhadores empreendedores do digital:

O sujeito contemporâneo é um empreendedor de si mesmo que se autoexplora. Ao mesmo tempo, é um fiscalizador de si próprio. O sujeito autoexplorador traz consigo um campo de trabalhos forçados, no qual é ao mesmo tempo carrasco e vítima. Como sujeito que expõe e supervisiona a si próprio, ele carrega um pan-óptico no qual é, de uma só vez, o guarda e o interno. O sujeito digitalizado e conectado é um *pan-óptico de si mesmo*. Dessa forma, o monitoramento é delegado ao todos os indivíduos. (HAN, 2018, p. 85).

O simples ato de *poder ser seu próprio chefe* (trabalhando em casa), com isso, expor suas opiniões e gostos sem o controle disciplinar direto de uma chefia hierárquica criou uma necessidade de interação on-line entre quem produz os conteúdos e aqueles que os consomem parece um contexto de liberdade. Dentro de um ecossistema digital, através de uma constante coleta de dados criados por usuários, as plataformas e as *Big Tech* seriam uma mescla de empresa, de software e hardware, além de uma ampla infraestrutura digitalizada. E essa forma de pensar a liberdade pode mostrar-se uma captura: onde a tecnologia de ponta e suas ferramentas interativas (mídias digitais e apps) esconderiam um modelo de vigilância que tornaria os indivíduos em mercadorias.

Conclusões finais

Ser seu próprio dono ou tornar-se empresário de si mesmo, significa não estar preso a uma ideia de confinamento, sendo livre para decidir sobre sua empregabilidade. Somado à expressão da digitalização da vida e atrelada à necessidade de aceitação de um mundo on-line, ao mesmo tempo, em que versa sobre o social, acaba por se dar um deslocamento subjetivo sobre o que seria o trabalho. Os seguidores e as buscas por boas qualificações como nos apps de mobilidade (como ganhar 5 estrelas) “obrigam” os indivíduos a prestação de contas para se manterem bem reputados, legítimos e autênticos aos olhos de um público buscado: os seguidores tornados clientes no digital.

Com a recorrente digitalização das instituições sociais nos últimos anos, tendo como ponto culminante o ano de 2020 e a crise sanitária global causada pela pandemia de Covid-19, que impôs um deslocamento para o on-line de relação sociais, principalmente as

¹⁸ *Homo panopticus*, neologismo que faz referência ao monstro mitológico *Argos Panoptes* que possuía mais de cem olhos em sua face, fato que o impossibilitaria de descansar, dessa forma estaria sempre olhando algo, sempre vigiando, sempre buscando. A analogia ao monstro mitológico pode ser encarada como ideal para uma sociedade que consome a vigilância e a exposição, desenvolvendo inúmeras ferramentas e dispositivos que tornem essas ações ainda mais refinadas, como as redes sociais *on-line* e os aplicativos de relacionamentos.

atividades laborais e os indivíduos-empresas e o trabalho tornado uma necessária prática digitalizada.

Em suma, este trabalho apresentou certas assertivas e exemplos acerca dos usos e possibilidades da inserção social no digital como uma alternativa de trabalho no contexto social brasileiro. E os problemas decorrentes da gradual inserção da população brasileira em um novo modelo de neoliberalismo tendo como um aliado estratégico o capitalismo de vigilância, como teorizado por Zuboff (2021). Assim, a digitalização do trabalho foi apresentada como uma emergência e não mais uma oportunidade de trabalho aos indivíduos (engolidos pelo grande mundo interativo), escondendo na ideia de inserção uma pungente forma de exclusão social, o aspecto mais marcante do capitalismo praticado pelas grandes empresas de tecnologia tais como Google, Facebook, Amazon, Microsoft etc.

Referências

- ALLMER, Thomas. Foreword. IN: LISDERO, Pedro. SCRIBANO, Adrian (editores). **Digital Labour, Society and the Politics of Sensibilities**. Palgrave Macmillan, (eBook), 2019.
- ANTUNES, Ricardo. Trabalho intermitente e uberização do trabalho no limiar da Indústria 4.0. IN: ANTUNES, Ricardo (org.). **Uberização, Trabalho Digital e Indústria 4.0**. São Paulo: Boitempo editorial, 2020.
- BENTHAM, Jeremy. **O panóptico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.
- BROWN, Wendy. **Les habits neufs de la politique mondiale. Néolibéralisme et néoconservatisme**. Paris: Les Praires ordinaires, 2007.
- BROWN, Brian A. QUAN-HAASE, Anabel. “A Workers’ Inquiry 2.0”: An **Ethnographic Method for the Study of Produsage in Social Media Contexts**. *tripleC* 10 (2): 488-508.
- CARMO, Paloma. DUARTE, Felipe. GOMES, Ana Bárbara. **Inclusão digital como política pública. Brasil e América do Sul em perspectiva**. Belo Horizonte: Instituto de Referência em Internet e Sociedade, 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/2A8Ix4p>>.
- CRARY, Jonathan. **24/7 Capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2016.
- DELEUZE, Gilles. **Conversações**. São Paulo: Editora 34, 2020.

- DUBAR, Claude. **Construção das identidades sociais e profissionais**. Porto: Porto Editora, 1997.
- ENGLERT, Sai. WOODCOCK, Jamie. CANT, Callum. **Operaísmo Digital: tecnologia, plataformas e circulação das lutas de trabalhadores**. Revista Fronteira – estudos midiáticos 22(1) 47-58 janeiro/abril 2020.
- FILGUEIRAS, Vitor. ANTUNES, Ricardo. Plataformas digitais, uberização do trabalho e regulação no capitalismo contemporâneo. IN: ANTUNES, Ricardo (org.). **Uberização, Trabalho Digital e Indústria 4.0**. São Paulo: Boitempo editorial, 2020.
- FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica: curso dado no Collège de France (1977-1978)**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2006.
- HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica – O neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Belo Horizonte/Veneza: Editora Âyiné, 2018.
- HAN, Byung-Chul. **A salvação do belo**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2019.
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Dados coletados em: <https://www.ibge.gov.br/>
- LAZZARATO, Maurizio. **As revoluções do Capitalismo**. São Paulo: Civilização Brasileira, 2006.
- LÉVY, Pierre. **O que é o Virtual?** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1996.
- LISDERO, Pedro. SCRIBANO, Adrian [Edi.]. **Digital Labour, Society and the Politics of Sensibilities**. Palgrave Macmillan, (eBook), 2019.
- LOVELUCK, Benjamin. **Redes, Liberdades e Controle. Uma genealogia política da internet**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2018.
- LUPTON, Deborah. **Digital Sociology**. New York and London: Routledge, 2015.
- MISKOLCI, Richard. BALIEIRO, Fernando de F. **Sociologia Digital: balanço provisório e desafios**. Revista Brasileira de Sociologia. Vol. 06, nº 12. Jan-Abr. 2018.
- MORI, Cristina. **Políticas públicas para inclusão digital no Brasil**. SER Social, v. 13, n. 29, p.238-240, 7 mar. 2012. Disponível em: <<https://bit.ly/2X29P5D>>.
- MOROZOV, Yevgeny. **Big Tech. A ascensão dos dados e a morte da política**. São Paulo: Ubu Editora, 2018.
- RÜDIGER, Francisco. **As teorias da Cibercultura. Perspectivas, questões e autores**. Porto Alegre: Sulina, 2016.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. IN: SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (orgs.). **Sociedade de controle. Manipulação e modulação nas redes sociais**. São Paulo: Hedra, 2018.

WOODCOCK, Jamie. O panóptico algorítmico da Deliveroo: mensuração, precariedade e a ilusão de controle. IN: ANTUNES, Ricardo (org.). **Uberização, Trabalho Digital e Indústria 4.0**. São Paulo: Boitempo editorial, 2020.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância. A luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

*Julio Marinho Ferreira - Doutorando em Sociologia pela UFPel,
bolsista Capes. Email: juliomarferre@hotmail.com*



Os usos das mídias sociais pelas imigrantes brasileiras no Canadá.

The uses of social media by Brazilian immigrant women in Canada.

■ Rodrigo Fessel Segal

Resumo

Neste artigo faço uma genealogia dos usos das mídias sociais pelas brasileiras imigrantes no Canadá, focando nas estruturas físicas dessas mídias atreladas às funções, intenções e formas de utilização pelas imigrantes. Começo a partir da popularização da internet e dos microcomputadores no início dos anos 2000 e finalizo a análise em meados de 2017, quando a produção online assume outra linguagem, menos textual e mais voltada para o audiovisual. Analiso, portanto, as plataformas de *blogs online*, *YouTube* e *Instagram*, prioritariamente, e também o *Snapchat* e *Facebook*.

Palavras-chave

mídias sociais, plataformas digitais, migração internacional, Canadá, mulheres migrantes.

Abstract

In this article I make a genealogy of the uses of social media by Brazilian women immigrants in Canada, focusing on the physical structures of these media linked to the functions, intentions and ways of use by immigrants. I start with the popularization of the internet and microcomputers in the early 2000s and finish the analysis in mid-2017, when online production takes on another language, less textual and more focused on audiovisual. Therefore, I analyze the online blogging platforms, YouTube and Instagram, as a priority, and also Snapchat and Facebook.

Keywords

social media, digital platforms, international migration, Canada, migrant women.

Introdução

Um dos principais fatores que impulsiona o fluxo migratório de brasileiros para o Canadá é a numerosa produção de conteúdo *online* sobre a imigração de brasileiros(as) para o país (SEGA, 2020). Essa produção é realizada majoritariamente pelas mulheres brasileiras imigrantes, em especial aquelas que estão tentando ou já conseguiram o visto de residente permanente¹. A partir dos dados coletados em 2011 e 2012 para a minha dissertação de mestrado (SEGA, 2013)² e em pesquisas *online* entre 2014 e 2015, percebi um intenso uso dos *blogs* por essas brasileiras. Entretanto, foi somente no trabalho de campo³, no retorno ao país, em 2016, que notei que havia ocorrido uma mudança audiovisual na comunidade *online*. O *blog* deixou de ser a mídia social mais utilizada pelas imigrantes, sendo substituído pelo *Instagram* e *YouTube*.

Neste artigo, inicio contextualizando a pesquisa e definindo o conceito de mídias sociais. A seguir, discuto os usos de *blogs*, *YouTube* e *Instagram* feito pelas mulheres imigrantes. Faço uma genealogia dessas plataformas, focando na construção das estruturas físicas atreladas as funções, intenções e as formas de utilização pelas imigrantes no decorrer do tempo. Parto da constatação de que o *blog* era muito utilizado até o início da década de 2010, mas perdeu sua importância para o *YouTube* e *Instagram* nos anos que se seguiram, e relaciono essa mudança com processos de controle daquilo que é produzido *online*, o público leitor e a monetização desse espaço.

Pesquisando mídias sociais e migração internacional

Este artigo foca na migração de brasileiros(as) qualificados para a região anglófona do Canadá. Ressalto que a palavra qualificado(a)(s) refere-se aos imigrantes que se inscrevem e fazem parte do perfil dos programas federais e provinciais de atração de mão de obra altamente

¹ A diferença entre o status de residente permanente e da cidadania canadense é mínima: apenas quem adquiriu cidadania tem o passaporte canadense e pode votar e ser votado. À exceção desses dois fatores, todas as outras obrigações e direitos de um cidadão são os mesmos de um residente permanente.

² A pesquisa de mestrado teve apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo nº 2011/03830-9 e do Projeto Temático FAPESP *Observatório das Migrações em São Paulo (Fases e Faces do Fenômeno Migratório no Estado de São Paulo)*, processo nº 2009/06502-2, ao qual meu projeto esteve vinculado.

³ Este trabalho de campo fez parte da minha pesquisa de doutorado teve o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo nº 2016/03629-5 e do Projeto Temático FAPESP *Observatório das Migrações em São Paulo: Migrações Internas e Internacionais Contemporâneas no Estado de São Paulo*, processo nº 2014/04850-1, ao qual meu projeto de pesquisa esteve vinculado. Também obtive apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001 – e do *Emerging Leaders in the Americas Program (ELAP)* – *reference number 166764*. Realizar pesquisas em contextos internacionais é um trabalho extremamente dispendioso, que só foi possível com o apoio desses apoios e financiamentos.

qualificada e especializada do governo canadense. Reconheço que muitos indocumentados, imigrantes temporários ou estudantes também têm qualificações profissionais, mas, para fins práticos, quando uso as referidas denominações, faço alusão aos imigrantes que se encaixam neste perfil.

O levantamento dos dados da pesquisa foi coletado a partir de três fontes principais. A primeira foi a realização de entrevistas durante o pré-campo em 2015 e nos seis meses de trabalho de campo em 2016/2017, onde entrevistei 24 brasileiros(as) que moravam no Canadá e tinham, ou estavam no processo de conseguir a cidadania canadense. Organizei essas informações em nove variáveis, quais sejam: sexo, status conjugal, filhos, classificação étnico-racial, idade, região do Brasil em que os(as) imigrantes moravam antes de migrar, formação universitária, tempo de estadia no Canadá e se possuíam experiência internacional antes de mudarem de país.

A segunda fonte foi o retorno aos diários de campo, aos áudios, às fotografias e aos vídeos, produzidos no trabalho de campo, com a finalidade de observar essas variáveis e outros comportamentos que ajudassem a caracterizar a comunidade no país. A terceira fonte de coleta dos dados para elaborar o perfil dos(as) imigrantes qualificados no Canadá foi a etnografia realizada nas mídias sociais. Observei essas nove variáveis em vídeos, imagens, fotografias e descrições em textos produzidos e publicados pelas imigrantes. Os dados que apresento aqui, portanto, não vêm de uma extensa pesquisa quantitativa, mas da etnografia e de entrevistas qualitativas.

O perfil dos brasileiros imigrantes qualificados no Canadá é composto por casais heterossexuais⁴, brancos, entre 27 e 35 anos, com ensino superior completo, com filhos ou almejando ter. Entretanto, observei que, apesar de ambos terem formação superior e emprego no Brasil, ao se mudarem, a maioria das esposas desses casais apresentaram dificuldades para se inserir no mercado de trabalho, além de ficarem encarregadas de cuidar da família. Essa situação, prevista para durar apenas no momento de chegada ao país receptor, acaba mantendo-se por um longo período, variando entre quatro e sete anos, e marca as primeiras fases de adaptação da brasileira imigrante qualificada no Canadá.

⁴ A partir deste ponto, por questões de dinamicidade do texto, passarei a chamar os casais heterossexuais apenas de casais, pois são a maioria. Encontrei apenas dois casais homossexuais que migraram pelo processo de imigração governamental e possuem mídias sociais. Para maiores informações sobre eles e suas atividades na rede, cf. <http://nosduasaqui.blogspot.com>. Acesso: 6 jul. 2018. E <https://www.youtube.com/willegreg2014>. Acesso: 7 fev. 2020.

São majoritariamente essas esposas que iniciam a escrita de *blogs* pessoais, canais do *YouTube*⁵ e perfis no *Instagram*⁶, contando o dia a dia das famílias no processo de migrar. Discorrem sobre assuntos que abordam desde as ansiedades antes da mudança até a organização cotidiana da família no processo de adaptação no Canadá. Friso um dado importante de campo: todos(as) os(as) meus(minhas) interlocutores(as) utilizaram a *internet* como a principal ferramenta para conseguir as informações sobre o processo migratório para o país. Por não terem nenhuma rede familiar ou de sociabilidade forte no Canadá, o uso da internet para conseguir informações e contatos primários é intenso e me leva a percebê-la como um instrumento privilegiado nesse processo, influenciando e impulsionando o fluxo migratório de brasileiros para o país (SEGA 2020).

Inicialmente, nos anos preliminares desta pesquisa, entre 2014 e 2016, eu buscava investigar os *blogs* escritos pelas brasileiras imigrantes no Canadá, pois são essas mulheres que alimentam a intensa produção textual *online* sobre o cotidiano no país. Com a realização da pesquisa de campo, no final de 2016, no entanto, percebi que o *blog* estava perdendo a centralidade nesse processo migratório e o *Instagram* e o *YouTube* passavam a ter um lugar privilegiado nesse contexto. Por essa razão, aquele objetivo inicial de pesquisa precisou ser ampliado, de modo a englobar, além dos *blogs*, essas outras duas mídias.

Para entender essa produção *online* sobre a vida cotidiana no Canadá, inicio conceituando *blog* como “um *site* informacional ou um diário *online* constituído por ‘postagens’ (entradas pontuais/específicas) normalmente exibidas em ordem cronologicamente inversa (a partir da mais recente)”⁷ (DE KRUIJF; SAHOO, 2014, p. XVII),⁸ ou seja, uma espécie de diário sobre acontecimentos relevantes para quem escreve. Estendo esse diário com publicações diárias em ordem inversamente cronológica ao *YouTube* e *Instagram* e classifico essas três plataformas como “mídias sociais”.

O conceito de mídia social, entretanto, é muito abrangente e apresenta certo revés para definição. Mccay-Peet e Quan-Haase (2017) apresentaram uma genealogia dessa dificuldade, focalizando nas conceituações dadas por alguns autores baseadas em ferramentas, dimensões culturais e usos ou tipos de mídias sociais. Chamou-me a atenção uma tabela (*idem*, *ibidem*, p. 18) com a compilação dos dez principais tipos de mídia social, exemplos e definições. Dentre

⁵ Site especializado em carregamento e compartilhamento de vídeos em formato digital.

⁶ Site especializado em carregamento e compartilhamento de fotos ou vídeos curtos em todas as postagens, podendo haver ser acompanhados por um pequeno texto ou não.

⁷ No original: [Weblog] an online journal or informational site that consists of ‘posts’ (discrete entries) usually displayed in reverse chronological order (with the recent entry first).

⁸ Todas as traduções realizadas neste trabalho são de minha responsabilidade. Quando não o forem, darei o devido crédito.

elas, destaco uma noção importante que os autores trouxeram da pesquisa de Tim Grah (2013) sobre *media sharing* – o que chamarei aqui de *compartilhamento de mídia*. O autor conceituou o *YouTube* (assim como *Flickr* e *Pinterest*) como “[s]erviços que permitem ao usuário carregar e compartilhar várias mídias, como fotos e vídeo. A maioria dos serviços possui recursos sociais adicionais, como perfis, comentários etc.”⁹ (idem, *ibidem apud* MCCAY-PEET; QUAN-HAASE, 2017, p. 18), ou seja, os comentários dos usuários e a produção de conhecimento a partir dessas discussões são recursos adicionais, não o foco. Na referida tabela, portanto, o *YouTube* e, aqui, acrescento, também, o *Instagram*, foi categorizado segundo a importância daquilo que é publicado pelo produtor do conteúdo.

Na mesma esteira, Mccay-Peet e Quan-Haase (idem) também apresentaram, nessa tabela, a definição de Grah (2013) para *blog*, a qual, no entanto, penso ser menos acurada que a mencionada. Citando a plataforma do *Wordpress.com*¹⁰, comumente usada pelas minhas interlocutoras, o autor afirmou que “[o]s fóruns online permitem aos membros manterem conversas por meio da publicação de mensagens. Os comentários do blog são semelhantes, exceto que são anexos aos blogs e, geralmente, as discussões se concentram no tópico da postagem do blog”¹¹ (idem, *ibidem apud* MCCAY-PEET e QUAN-HAASE, 2017, p. 18). Não uso tal definição para meu campo porque essa semelhança entre *blogs* e fóruns *online* não se estabelece. Nos primeiros, os comentários de leitores são menos centrais e não definem a plataforma. Em minhas investigações, verifiquei que foram raras as vezes em que os comentários geraram discussões mais significativas do que as postagens feitas pelas blogueiras, demonstrando que a centralidade do uso dos *blogs* para minhas interlocutoras reside na importância da postagem, do texto publicado, e não nos comentários que deles suscitam.

Danah Boyd (2015) também afirmou que o termo *mídia social* estaria longe de ser um conceito preciso, pois refere-se a um conjunto de ferramentas, práticas e ideologias. Para a autora, a mídia social, mais do que um termo, é um fenômeno e organiza as comunidades *online* voltadas ao grande público, através do interesse mútuo, diferentemente de *e-mails* e mensagens instantâneas “face-a-face”. Estas, sim, estão localizadas mais no âmbito do privado, voltadas à comunicação com os amigos (BOYD, 2015).

Miller *et al.* (2016) ofereceram um terreno teórico fértil para essa discussão e, ao definirem mídia social, os autores consideraram duas escalas importantes: uma entre privado e

⁹ No original: *[Media sharing are] [s]ervices that allow you to upload and share various media such as pictures and video. Most services have additional social features such as profiles, commenting, etc.*

¹⁰ Site onde se hospedam blogs.

¹¹ No original: *Online forums allow members to hold conversations by posting messages. Blog comments are similar except they are attached to blogs and usually the discussion centers around the topic of the blog post.*

público; e outra entre grupos pequenos e grandes. *Blog, YouTube e Instagram* são plataformas que têm características mais próximas do “público” e dos “grandes grupos”, o que revela uma informação importante sobre meu campo de pesquisa, pois evidencia o tipo de relação que é estabelecida *online*. As mídias sociais analisadas aqui buscam dialogar mais com grandes grupos e menos com relações face a face, ou seja, a informação produzida nessas plataformas não é direcionada somente à família ou ao grupo de amigos, de foram privada, como fazia uma lista de e-mails, chamadas no *Skype* ou, mais atualmente, um grupo fechado de *Whatsapp*¹². Mesmo quando a escrita nos blogs era mais direcionada à família, como mostro adiante, em meados da década de 2000, por exemplo, esses blogs ainda assim recebiam visitas e comentários de outras pessoas fora do círculo familiar e conectavam os recém-chegados no país através de suas páginas.

Essa distinção entre plataformas não é recente e já havia sido evidenciada por David Beer (2008). Na intenção de refinar essas classificações, o autor percebeu uma diferença entre aquilo que se chama (em língua inglesa) *social network sites* e *social networking sites*. Suscintamente, sua classificação parte do tipo de interação social que esses locais digitais oferecem, ou seja, dos limites da interação nessas plataformas. Os *sites* de *social networking*, que, aqui, traduzo por “redes sociais”, produz uma informação focada nas interações sociais entre os usuários, incentivando discussões a partir de um tema ou tópico, como é o caso do extinto *Orkut*¹³, do *Facebook*¹⁴, grupos de *e-mail* e, incluo nessa classificação, os recentes grupos de *Whatsapp*. Já os *sites* de *social network*, que traduzo por “mídias sociais”, produz uma informação focada no conteúdo postado por determinado usuário, o que conecto a *blogs, YouTube e Instagram* e é o foco desse artigo:

As redes sociais, no sentido mais restrito, podem ser diferenciadas de outros aplicativos da web relacionados, mas diferentes, como o *YouTube*, onde, partindo do argumento de Boyd e Ellison, fazer e acumular conexões de amizade não são o único foco de atividade. O *YouTube* poderia ser categorizado como uma folksonomia, por exemplo (BEER, 2008, p. 518-519).¹⁵

¹² Aplicativo de comunicação inicialmente utilizado em *smartphones*. Permite interação direta entre duas pessoas ou a formação de grupos e uma dificuldade maior para que os usuários se conectem com desconhecidos, pois a interação é inicialmente baseada na troca de números de telefone.

¹³ O *Orkut* foi desativado em 2014.

¹⁴ Plataforma que possibilita diferentes formas de interação entre os usuários, a exemplo de criação de grupos, publicações privadas em grupos privados e em grupos públicos para todos os usuários, utilização de fotos, vídeos curtos ou longos.

¹⁵ No original: *Social networking sites, in the narrower sense, can then be differentiated from other related but different web applications like Youtube, where, picking up on Boyd and Ellison's own argument, making and accumulating friendship connections is not the sole focus of activity. Youtube could be categorised as a folksonomy for instance.*

Folksonomia é uma junção da palavra *folk* (povo, gente) com a palavra taxonomia. É a forma como as pessoas classificam as informações na rede. Categorizar *blogs*, *YouTube* e *Instagram* como *folksonômicos* significa que eles se aproximam da definição de mídia social proposta por Beer (idem), pois estão na categoria de *sites* nos quais os produtores de conteúdo criam muitas informações e estas precisam ser organizadas. Uma conversa corriqueira ou acalorada entre vários usuários não é o foco das mídias sociais analisadas aqui, mas sim o material produzido, por exemplo, pelo *youtuber* dono do canal.

Portanto, uma das características importantes é a maneira como os(as) imigrantes que produzem conteúdo utilizam essas mídias sociais: mantendo o foco na produção do conteúdo que ele(a) desenvolveu. O uso dessas mídias sociais são hierarquizadas e o conteúdo produzido pelo(a) detentor(a) do *blog*, da conta *Instagram* ou do canal do *YouTube* ocupa um lugar de destaque. Essas plataformas oferecem esses usos e os(as) produtores(as) se apropriam dessas ferramentas e arquiteturas de programação ao ocuparem um espaço no universo *online*. Um vídeo no *YouTube*, por exemplo, ocupa um lugar privilegiado na tela, um lugar de destaque, centralizado, podendo ocupar toda a tela se o telespectador desejar. Já os comentários ocupam um lugar abaixo, em letras menores. As réplicas de comentários no *YouTube* não são visíveis automaticamente e o dono do canal pode apagar comentários ou bloquear perfis sem aviso prévio.

Apesar de a classificação de mídia social ainda ser abrangente, é ainda um termo em construção, que depende também do contexto de pesquisa. Neste artigo, analiso publicações em *blogs*, no *YouTube* e no *Instagram*, pois são as mídias sociais mais utilizadas por minhas interlocutoras¹⁶. Levando em consideração a discussão acima, o que conecta o uso dessas três mídias sociais é o alcance, ou seja, por serem destinadas ao grande público, e o formato hierarquizado, pois focalizam a publicação em vez de comentários, discussões e interação entre o público consumidor, os quais têm um lugar de menor destaque.

“Meu querido diário”

¹⁶ É por esse mesmo motivo que não analiso outros sites, mídias digitais ou plataformas, tais como *Skype*, grupos de e-mail, *Twitter*, *Whatsapp*, *Telegram*, entre outros, pois não centrais na produção da informação *online* sobre a vida no Canadá. De fato, as plataformas citadas nas entrevistas foram o *blog*, *YouTube* e *Instagram* e são essas mídias sociais que impulsionam o fluxo migratório de brasileiros para o país. Outras plataformas, quando mencionadas, aparecem de forma tangente ao argumento proposto neste artigo e são analisadas naquele contexto específico às quais foram citadas.

Como me relatou uma interlocutora, antes da chegada dos anos 2000, antes da *internet*, a imagem sobre o Canadá que chegava às casas das pessoas não era através da tela de um computador. Revistas de viagem e guias turísticos faziam esse papel. O Canadá ainda era um país um tanto quanto desconhecido entre os brasileiros e a migração para lá tinha acabado de atingir a sua primeira década.

De fato, não só minha interlocutora confirma essa informação como também Franklin Goza, pioneiro nos estudos sobre a comunidade no país. O autor afirma que, entre as décadas de 1980 e 1990, a comunidade de brasileiros no Canadá era pequena e com pouca visibilidade (GOZA, 1992). Ela se concentrava principalmente em Ontário e a maioria dos brasileiros iam para o Canadá com a finalidade de cruzar a fronteira e entrar nos Estados Unidos (GOZA, 1999).

Artefatos, como brinquedos e objetos comprados no país, cartões postais ou fitas cassetes com gravações da vivência em terras canadenses circulavam pouco no Brasil, diferentemente de outras redes migratórias, como, por exemplo, a de migração histórica dos brasileiros para os EUA (MARGOLIS, 1994, ASSIS, 2003) ou a migração familiar, de descendentes para a Europa (FIRMEZA, 2007; NICOLI, SIQUEIRA, SANTOS, 2014) ou Japão (KAWAMURA, 2003). O Canadá carrega a especificidade de ter uma migração de mão obra qualificada, atraindo outro perfil e produzindo outra forma de circulação de ideias, imagens e artefatos.

Até o começo dos anos 2000, tais revistas especializadas e guias turísticos cumpriam o papel de trazer essa leitura e fotografias do país. Somente com a popularização dos microcomputadores e da *internet* é que os *blogs* começaram a entrar em cena e modificar radicalmente a forma como o fluxo migratório circulava suas ideias a respeito das terras do norte. A produção de conteúdo deixou de ser privilégio das agências de notícias e grandes empresas para também ser realizada pelos(as) consumidores(as) desse conteúdo.

É difícil precisar uma data, mas uma imigrante me disse que foi entre os anos 2003 e 2006 que a escrita do *blog* começou a se popularizar entre os(as) brasileiros(as) que estavam morando no Canadá. Naquela época, as plataformas e as formas de comunicação foram apropriadas de uma maneira diferente da que é atualmente. O *blog* tinha a principal função de levar notícias para as famílias que estavam no Brasil e conhecidos, uma escrita mais pessoal, do dia a dia, o que minha interlocutora Paula¹⁷ caracterizou como “meu querido diário”

Paula: E acho que tem a questão da galera que está na linha do registro mesmo.
Pesquisador: Como assim “linha do registro”?

¹⁷ Todos os nomes, neste trabalho, referentes a sujeitos de pesquisa foram modificados a fim de preservar o anonimato de meus interlocutores.

Paula: Ah, “Meu querido diário”; “Que está difícil”, sabe? [...] “A Marieta manda um beijo para os seus” Sabe? [risos]

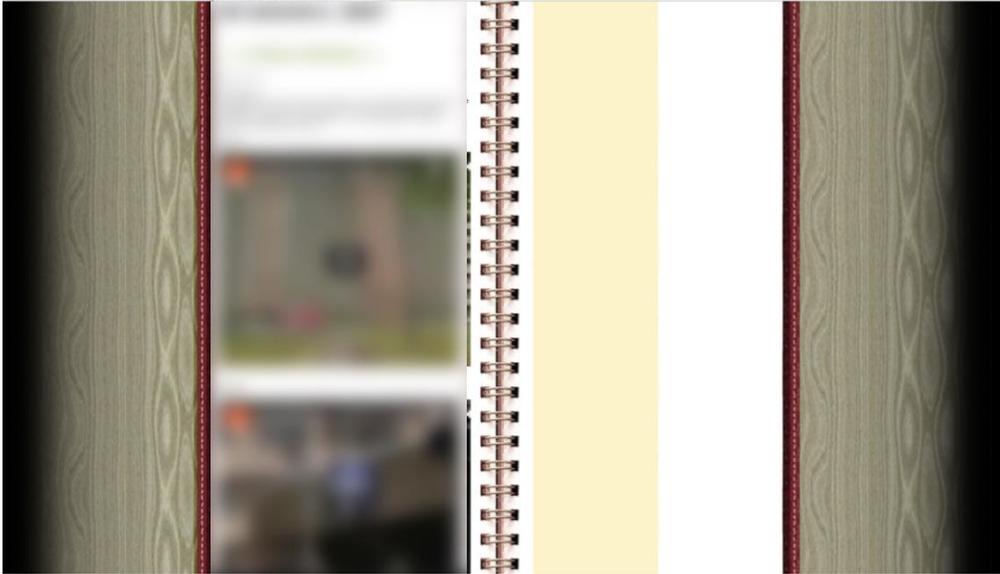
Era um registro do cotidiano mais corriqueiro, do dia a dia, com a intenção de registrar, para a família no Brasil e círculo de amigos e conhecidos, o que havia acontecido naquela semana com o casal. Um tópico específico sobre o processo migratório ou um compilado de informações sobre vários temas também era comum.

Registrar o dia em que a família foi ao parque e contar quantos tombos cada um levou, ou sobre uma quarta-feira em que o supermercado *No Frills* fez uma promoção de suco e a esposa comprou um de cada sabor e todos experimentaram à noite e deram suas opiniões, ou então, mais recentemente, perto dos anos 2010, com a intensificação do uso do *YouTube*, colocar um vídeo do recém-nascido tentando falar o nome da avó que morava no Brasil. Esse tipo de registro “meu querido diário” foi muito comum nos *blogs* durante, aproximadamente, 10 anos, entre 2003/2006, até os anos iniciais desta década.

O conteúdo do *blog*, há dez anos, tinha uma tonalidade diferente da dos *blogs* de 2016. As histórias contadas eram mais crônicas do cotidiano, as pequenas vitórias do dia a dia, sem a preocupação de que, talvez, um dia, aquelas palavras pudessem ser monetizadas. Sua escrita era pessoal: escrevia-se sobre a ida ao supermercado, o atravessar na faixa de pedestres, o troco errado que deu ao caixa e a confusão ao comprar leite de soja achando que era de vaca. Não havia um roteiro muito definido: poucas ou muitas fotos pessoais em uma única postagem, poucos ou muitos parágrafos, um assunto rápido ou vários assuntos em uma mesma postagem; ou seja, havia um roteiro ainda não muito coerente para a quantidade de imagens e o tamanho do texto. Alguns *blogs*, inclusive, não tinham sequer a descrição dos seus autores e o conteúdo produzido assemelhava-se a um diário pessoal. Não havia um foco muito preciso, nem o uso padronizado das *tags*. Eram voltados menos para o grande público, menos visando o lucro, e mais para um círculo pessoal de amigos, familiares e outros leitores conhecidos.

Na Figura 1, podemos observar como a estética de um *blog* era diferente da linguagem utilizada em 2016. O *blog* da figura data de 2007. Desfoquei o texto e as imagens para que a identidade da autora fosse preservada, mas é possível percebermos o uso de temas de fundo já prontos. Acho interessante como a escolha do plano de fundo desse *blog* em específico nos remete a características de um diário ou caderno de anotações.

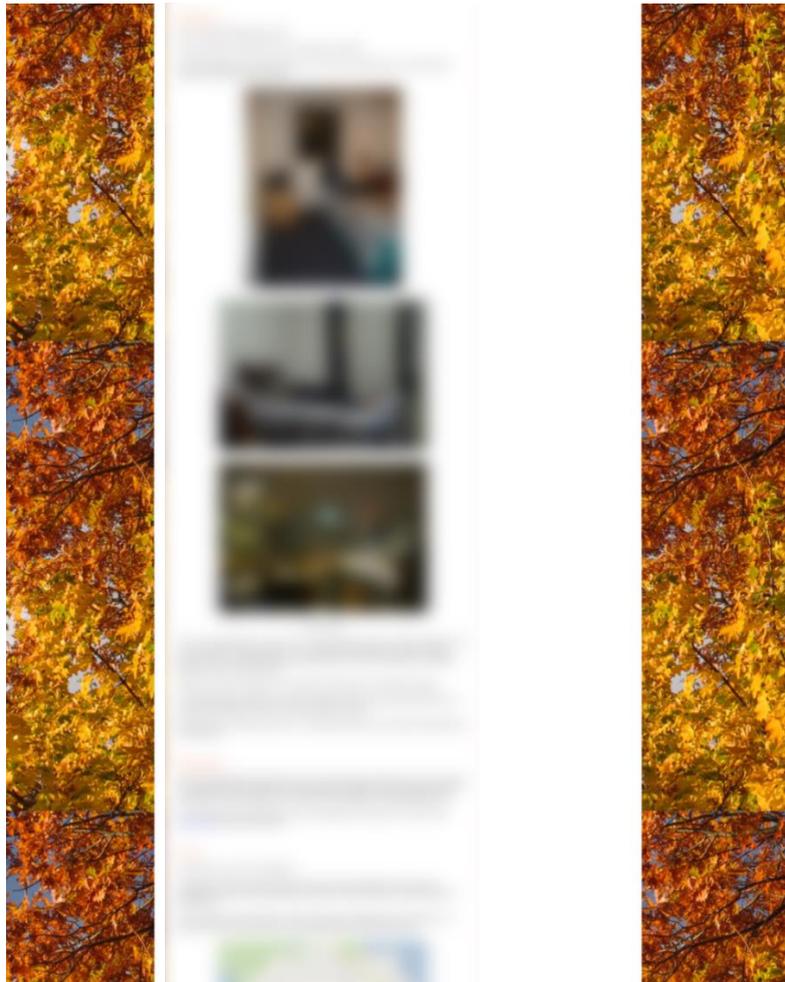
Figura 1 – Estética visual de um *blog* de 2007 com vídeos inseridos diretamente nas postagens



Fonte: corpus deste artigo – alterado por mim.

A estética era uma página de internet dividida em três colunas: nas colunas laterais, comumente coloridas, nenhuma informação; na coluna central, provavelmente com o fundo branco ou uma cor clara, o título do blog em letras grandes, em destaque; na parte de cima, no cabeçalho, e logo abaixo dele, informações como data da postagem, título e o texto corrido com figuras, imagens ou vídeos. As informações do blog, como descrição, número de visitas, seguidores, arquivo de postagens por mês e ano e indicação de outros blogs, vinham nessa coluna do meio, deslocadas para o lado direito da postagem. Pouca ou nenhuma propaganda, poluição visual baixa, mínimos recursos como tags, seções e pesquisa avançada estavam presentes.

Figura 22 – Estética visual de um *blog* de 2010 com várias imagens pessoais em sequência e um mapa na parte inferior da página



Fonte: corpus deste artigo - alterado por mim.

Nessa seção central, ainda, na parte superior, encontrava-se a data da postagem, o título com uma fonte maior ou em destaque, a postagem com o texto, imagens, vídeos do *YouTube* e/ou *links*. Logo abaixo, localizavam-se o nome do autor da postagem, o número de comentários, os marcadores (as *tags*) e alguns botões para compartilhar com outras mídias sociais (*blogs*) ou *sites* de redes sociais¹⁸ (*e-mail, Twitter, Facebook* ou *Pinterest*). Outros botões que facilitam o compartilhamento para outras mídias sociais poderiam ser adicionados.

As plataformas mais utilizadas eram dos *sites* *www.blogger.com* e *wordpress.com*. A descrição feita acima é dessa primeira plataforma, que é mais simplificada, com modelos prontos e de rápido acesso, ideal para quem não tinha um conhecimento prévio sobre a linguagem computacional de HTML¹⁹. Já a segunda possibilitava maior personalização e disponibilizava recursos diferenciados, porém com uma interface menos intuitiva. Por essa razão, eu suponho,

¹⁸ Definições e diferenças entre mídias sociais e sites de redes sociais foram realizadas no subitem “Mídias Sociais”, na Introdução da minha tese de doutorado (SEGA 2020), como já supracitado.

¹⁹ HTML é a linguagem mais básica da *internet*, utilizada para a construção das páginas *online*. É uma abreviação de *HyperText Markup Language*, que significa “linguagem de marcação de hipertexto”, baseada em códigos específicos de linguagem computacional.

no começo da popularização dos *blogs* sobre a comunidade brasileira no Canadá, a plataforma mais utilizada era o *Blogger*, o que resultou em *blogs* estruturalmente mais parecidos. A Figura 1 e, também, a figura 2 trazem elementos que, nos *blogs* de 2016, eram difíceis de serem encontrados, como a utilização de vídeos no corpo do texto sem um *link* para o canal do *YouTube*, várias fotografias seguidas mostrando comportamentos do dia a dia, sem filtros ou edições, cozinhando de pijamas, escrevendo em um computador, penteando o cabelo, assistindo televisão com cobertor, etc. Na Figura 2, ainda, podemos observar, na parte inferior, um pedaço do mapa no corpo do texto – uma imagem capturada com o auxílio da captura de tela do *Google Maps*.

A maior diferença não está tanto no que se falava, como, por exemplo, sobre a família e sua adaptação no país estrangeiro, mas no como se falava, ou seja, na intenção da escrita e no formato que essa intenção produzia. Na pesquisa de campo conduzida em 2016, percebi que as blogueiras ainda falavam sobre os mesmos tópicos, mas com um título mais chamativo, um roteiro mais “profissional”, visando muito mais o número de visualizações – os *views* – do que a transmissão de informações para a família no Brasil sobre como andava a vida no Canadá. Uma postagem de 2017, em um *blog*, sobre um dia no parque com a família, seria muito menos voltada a uma história dos tombos que cada filho levou e mais focado em uma narrativa que listasse os três melhores parques em Toronto para ir com os filhos no feriado do *Canada Day*.²⁰ A possibilidade da monetização desse espaço *online*, o lucro com a produção de uma imagem romantizada do país, o avanço tecnológico das câmeras e gravadores e a popularização dos aparelhos eletrônicos e de iluminação trouxeram essas mudanças, influenciando a perda de centralidade do *blog* nesse processo migratório.

“Glamour” e “bagaceira”

Outras mídias sociais foram sendo apropriadas pelos(as) brasileiros(as) no decorrer da última década, mudando o cenário *online* das brasileiras migrantes. Uma mudança substancial, de cunho estrutural, diferencia essas plataformas mais modernas e o *blog*: este, mais focado nos textos, perdeu a centralidade para o *YouTube* e o *Instagram*, voltados a imagens e sons. Durante o período da pesquisa de campo, entre 2016 e 2017, também estava em uso outro aplicativo de compartilhamento de vídeo e som, o *Snapchat*, mas sua utilização foi pouco duradoura, podendo ser datada entre, aproximadamente, 2013 e 2016, o qual nem todos(as) os(as) brasileiros(as)

²⁰ O *Canada Day* é o feriado nacional de primeiro de julho em que se comemora o dia da união das três províncias coloniais britânicas (Canadá, Nova Escócia e Nova Brunswick), formando um só país, o Canadá. É um feriado que acontece em um dos poucos dias quentes de verão e é marcado por vários desfiles, churrascos, festivais e fogos de artifício ao ar livre.

aderiram a ele. A ideia era fazer pequenos vídeos, de, no máximo, um minuto, e compartilhar com sua rede de amigos. Esse aplicativo serviu para preencher uma lacuna nessa transição de funções e entre mídias sociais: a partir de 2014, o *blog* deixou de ter esse sentido de “meu querido diário” e passou a ter um roteiro mais “profissional”, focado mais em conteúdos sobre viagens, lugares para visitar, dicas sobre maternidade e organização da família no Canadá, voltado a um público específico que não a própria família ou amigos íntimos. Então, alguns usuários começaram a usar o *Snapchat* para gravar pequenos e rápidos pensamentos para outros(as) imigrantes.

Muitos vídeos foram gravados enquanto a migrante caminhava na rua ou esperava no ponto de ônibus. Uma ideia, uma imagem para ser compartilhada em momentos específicos: a vista da janela de casa ao pôr do sol, o degelo da calçada, a resposta de um comentário pertinente, o novo casaco de inverno comprado no *The North Face*²¹, as crianças brincando com água no início do verão etc. Entretanto, em dois de agosto de 2016 o *Instagram* agregou esse recurso em sua plataforma, denominando-o de *Stories*, e o *Snapchat* caiu em desuso pela grande maioria das imigrantes. As falas de uma de minhas interlocutoras, reproduzidas abaixo, revelam as diferenças nos usos dessa plataforma pelas brasileiras no Canadá:

Mariana: Tenho o *Instagram* e *Twitter*. O *Twitter* eu tenho... Eu tenho todos! Mas só o *Twitter* [que] eu não uso muito. Eu só ponho os *links* lá. Não aprendi a interagir por *Twitter*. O que mais eu uso é o *Instagram*, *Face* e o *Snapchat*. [...]

Pesquisador: O que você fala, “Nossa, isso daqui eu vou postar no *Instagram*”?

Mariana: O *Instagram* é mais foto. Eu não aprendi a usar aquele *Snapchat* do *Instagram*²², ainda. [...] O *Snapchat*, eu gosto porque eu falo que é a bagaceira, é quando eu acordei de pijama, tá descabelada e não sei o quê. O *Instagram* é glamour: é só as melhores fotos, os melhores filtros... Tá tudo no *Instagram*! [risos] E o *Snapchat* é bagaceiro. Por isso que o pessoal, acho que gosta [mais] [...] O *Snapchat* é meu psicólogo. Eu chego e, aí, sei lá, acho que vou falar de... *O Diabo Veste Prada*.²³ Aí, eu tô contando a história do *Diabo Veste Prada* para o pessoal que tiver [online]... Aí, eu fico lá, meia hora. E, aí, vira uma historinha. E é legal, também, ter essa troca. Que nem hoje: eu chego do trabalho super pilhada e eu preciso estudar, só que hoje é quinta-feira, dia de fazer faxina. Falei: “Quer saber? Vou chegar, aproveitar que eu tô pilhada e eu vou estudar. A hora que eu começar a dormir em cima do computador eu ligo o aspirador e começo a fazer uma coisa física” [risos]. E, aí, eu conto essas merdas no *Snapchat* [risos]. Então, eu tenho o *Snapchat* para esse tipo de coisa. O *Instagram* é mais para alimentar com fotos e acho bacana ter isso. E, aí, eu tenho o *link* dentro do *blog*, onde vai as fotos. Então, a pessoa entra no *blog* e

²¹ *The North Face* é uma loja de roupas de inverno consideravelmente popular no Canadá.

²² A entrevistada estava se referindo ao *Stories*.

²³ *O Diabo Veste Prada* é um filme de romance/comédia de 2006, o qual retrata a jornada de é uma jornalista recém-formada que começa a trabalhar em uma revista de moda mundialmente famosa.

tem as fotos do *Instagram*. Agora, na reforma do *blog*, eu liguei o *YouTube* com o *blog*. Eu tentei fazer um pouco disso...

Pesquisador: Você tem o *YouTube* também?

Mariana: É. [...] O canal do *YouTube* é o *vlog*.²⁴ São os *vlogs*, aonde eu ponho todos os vídeos. [...]

Pesquisador: [...] você falou do *Facebook*...?

Mariana: *Facebook*... Ah, eu tenho.

Pesquisador: O *Facebook*... você tem o seu *Facebook* ou você tem um outro *Facebook*?

Mariana: É, tem a página do *blog*, porque você tem que ter uma página informal, porque não é todo mundo que eu vou trazer para o meu pessoal. Teve hora, no comecinho do canal, que eu fiquei nessa dúvida. Quando eu percebi, todo mundo começou a me adicionar no pessoal. Então, eu tenho um monte de pessoas que eu não sei nem quem é, mas tá no meu *Facebook*. Eu adiciono todo mundo como conhecido e, aí, quem é amigo, família, tal, aí eu tenho [uma lista]. Por exemplo, [...] se é da família ou amigo, muitos vão entrar, vai ter foto – sei lá – do meu casamento, lua de mel, a minha vida no meu perfil pessoal. Se é conhecido, não vê nada, vê só o que é público. [...] E eu tenho que adicionar, porque não adianta eu falar assim: “Ah, não, me adiciona só lá na *fanpage*”.²⁵ Então, você acaba, também, perdendo um pouquinho da privacidade nesse sentido, né?

Pesquisador: Posso dizer, então, que o *Snapchat* [...] você usa mais ele para colocar coisa mais bagaceira?

Mariana: É mais diversão. É. É minha diversão.

Pesquisador: O *Instagram* é mais... glamour, você falou?

Mariana: O *Instagram* é mais artístico[, aonde] eu procuro fazer umas fotos mais bem editadas.

Minha primeira entrevista com Mariana foi em janeiro de 2017 e ela ainda estava se acostumando com esse recurso no *Instagram*. Entretanto, um ano depois, realizamos outra entrevista, daquela vez no Brasil, e ela me contou que só usava o *Stories* do *Instagram*. Acompanho suas mídias sociais e, de fato, Mariana posta quase que diariamente um vídeo curto no *Stories*. Essa prática de contar o cotidiano de maneira mais autoral e menos monetizada, mais pessoal, tal qual se era contado no *blog*, antes de 2014, descolou-se, portanto, para os *Stories* do *Instagram*, às vezes conectado e compartilhado com o *Facebook*. Fazer um *Stories* é rápido, é sobre aquele momento, já os textos dos *blogs*, gastava-se tempo escrevendo-os, cerca de duas horas. O processo de sentar-se em frente ao computador durante algumas horas, de reservar um tempo específico para narrar uma vivência cotidiana particular perdeu espaço para outra lógica. O *Stories* do *Instagram* é algo mais corriqueiro e banal.

De um lado, portanto, temos as postagens nos *blogs* e na linha do tempo do *Instagram* (ou o *feed* do *Instagram*) que são mais trabalhadas, elaboradas e editadas; do outro, os *Stories*,

²⁴ “*Vlogs*” têm as mesmas características de *blogs*, enquanto um diário ou registro de atividades, mas feito em formato de vídeo. Enquanto o termo *blogueira* é utilizado para quem escreve um *blog*, *vlogueira* é utilizado para quem exerce as mesmas atividades, mas no formato audiovisual.

²⁵ *Fanpage* é a página do *Facebook* da entrevistada que não é sua página pessoal, mas da sua pessoa pública.

algo com pouca ou nenhuma edição. Como disse Mariana, no *feed*, posta-se imagens ou vídeos mais “glamorosos” e, no *Stories*, os mais “bagaceiros”. Proponho, aqui, uma analogia: se os *blogs* ou o *feed* do *Instagram* fossem programas de TV, seriam como aqueles programas de entretenimento sobre viagens ou curiosidades, gravados e editados antes de irem ao ar; os *Stories* seriam os programas de fofoca, dos bastidores da TV, realizados ao vivo. Outro bom exemplo dessa relação é um relato do meu diário de campo, que apresento no Quadro 1 a seguir, em que descrevi o *Stories* de Fernanda, uma imigrante brasileira, entre 20 e 30 anos. Apesar de não ser de 2016/2017, tal descrição, feita em 2019, ainda representa o comportamento que observei no trabalho de campo naquela época.

Quadro 1 – Descrição do *Stories* de Fernanda, uma imigrante brasileira no Canadá.

No primeiro vídeo de *Stories*, Fernanda está caminhando em um corredor e filma [a si mesma com] sua mochila nas costas, mencionando que vai fazer gravações externas. Inverte a câmera e mostra seu marido com um carrinho de compras alaranjado. Dentro dele, ela avisa, tem a iluminação e um tripé para a câmera. No próximo vídeo, ela está brincando com um cachorro filhote em seu colo: “chegamos em casa, produção realizada com sucesso”. O cachorro foge mordiscando um cacho de seu cabelo, ela reclama e ri. Seu marido brinca com o cachorro, incentivando ele a continuar a morder Fernanda. [Ela] Diz: “agora, aproveitar essa maquiagem” e o vídeo acaba abruptamente. “O *Stories* anterior foi interrompido porque o Tom levou o meu celular junto”. O cachorro continua mordendo a roupa de Fernanda. “eu só ia falar que eu vou aproveitar essa produção, aproveitar essa maquiagem, aproveitar o cabelo para gravar o #FerResponde. As perguntas que vocês me mandaram aquele dia... então, eu já reuni, vou responder muitas, muitas, e vai sair breve no canal”. Ao fundo, seu marido grita algo inaudível. “tem umas cabeludas”, ela responde, olhando pra câmera e ri. Corta para o próximo vídeo. “Mais um vídeo gravado, a gente troca só a blusa, tá tudo certo, entendeu? Só vocês sabem, fica só entre a gente, que é tudo gravado no mesmo dia. Participação do Tom aqui no fundo e foi bem legal. Eu respondi muitas perguntas. Vai sair em breve no canal. Eu aviso aqui quando eu postar e agora eu tô doida pra ver *The Office*. A gente está na última temporada”. *The Office* é uma série da Netflix, uma distribuidora de filmes e séries via streaming, ou seja, quando não há a necessidade de fazer o download para assistir o programa de televisão. Fernanda aproveita para sugerir o vídeo que ela fez no seu canal do YouTube indicando séries e coloca uma caixa de texto interativa no próprio vídeo do *Stories*. Nele, se lê a descrição “séries” com um emoji usando óculos e sorrindo. “Então, eu vou deixar... sabe aquela caixinha que eu geralmente peço pra vocês me mandarem pergunta? eu vou pedir pra vocês me mandarem sugestão de série”. Seguem mais sete *Stories* de Fernanda brincando com o cachorro, com um filtro de gatinho, falando que não vai conseguir acordar às 5h da manhã pra ir à academia; outro às 9h da manhã, dizendo que, como havia previsto, ela não conseguiu acordar cedo, e mais outros quatro vídeos falando de exercícios e alimentação, que ela estava fazendo exercício cedo para, à noite, jantar pizza. No próximo vídeo, ela filma os próprios pés subindo a escada e como o cachorro estava animado, se emaranhando nas suas pernas. No seguinte, aparece uma cadeira com o cachorro sentado nela: “vídeo para editar e ela na minha cadeira... entendi!”. No próximo, o cachorro dormindo e, na tela, um gif piscando de diferentes cores, escrito love; outro vídeo filmando seus pés caminhando e a temperatura de 21 graus; uma foto da rua com um céu azul; e, por fim, outro vídeo de um chocolate dentro de uma

gôndola de supermercado e vários emojis mostrando a língua felizes, como se estivessem com fome.
--

Fonte: diário de campo (01 de setembro de 2019).

O *Stories*, como já mencionei, é uma ideia que vem à cabeça enquanto se caminha e é gravada e postada naquele mesmo momento, sem uma edição prévia. Os inúmeros *Stories* de Fernanda mostram como ela se organiza para filmar um vídeo, os bastidores dessa organização, interações com o cachorro e o marido, pensamentos e gostos que aparecem naquele momento da filmagem e compras corriqueiras do dia a dia. Um assunto que rende muitos vídeos é, de fato, informações a respeito das postagens em outras plataformas, como, por exemplo, os bastidores de vídeos gravados para o canal do *YouTube*. Esse uso, que era comum no *Snapchat* e foi incorporado ao *Instagram*, passou a ser adotado em postagens mais “bagaceiras” e menos “glamorosas”, como frisou Mariana. Inclusive, é muito sintomático que essas vivências corriqueiras, mais “bagaceiras”, sejam contadas no *Stories*, pois ele tinha, à época, uma funcionalidade de deixar no ar a postagem por um período de apenas 24 horas. A publicação tinha uma vida útil de um dia. Esse recurso audiovisual não tem como ser realizado pela forma textual que o *blog* oferece. As plataformas textuais não têm uma ferramenta correlata, o que me leva a pensar que assuntos menos “glamorosos”, menos “inspiradores” ou menos romantizados, tem, de fato, menos tempo de vida no ambiente *online*. Eles são produções extras, um conteúdo a mais a ser apresentado, e não o conteúdo principal. Esse tipo de postagem “bagaceira”, rápida, com tempo de vida de 24 horas, não tem correlação nos *blogs*.

Outra justificativa dada pelos(as) imigrantes para o uso mais intenso do *Instagram* ou *Youtube* é que a escrita precisa de um tempo exclusivo para ser lida, ao passo que o vídeo tem a possibilidade de ser apenas ouvido ou, caso o(a) consumidor(a) queira, assistido em conjunto. Essa mudança audiovisual dos usos que a comunidade imigrante brasileira fez dessas mídias sociais se justifica pela “facilidade” que essas plataformas oferecem para consumir esse material. Um discurso bastante recorrente em 2016/17 quanto ao uso do *YouTube*, por exemplo, é que, por ser uma plataforma de vídeos, pode ser assistido enquanto se faz outra atividade ou ser assistido pelo casal. Já um texto é mais difícil de ser lido pelos dois ao mesmo tempo ou realizando outra tarefa simultaneamente. O mesmo acontece com os *Stories* do *Instagram*, que são vídeos rápidos, com duração máxima de um minuto, que vão mudando de maneira automática.

Aquela entrevista com Mariana foi realizada em janeiro de 2017, quando ela estava há um ano no Canadá e ainda usava bastante o *Snapchat* e pouco o *YouTube*. Tive a oportunidade de, um ano depois, entrevistá-la de novo, no Brasil. Mariana veio passar as férias em uma cidade do interior de São Paulo, mas, antes, foi convidada para dar uma palestra na capital para uma

empresa de migração. Naquela ocasião, fui até São Paulo e participei da palestra. A empresa localizava-se em um dos andares de um grande prédio comercial, situado na Avenida Angélica, e Mariana estava na porta recepcionando as pessoas, junto a uma equipe. O público era o esperado: majoritariamente casais heterossexuais brancos, da faixa dos 30 anos, buscando por informações sobre como é a vida no Canadá. Seu parceiro estava configurando um *smartphone* com o qual iria gravar a palestra, que, possivelmente, poderia virar um vídeo no canal de *YouTube* da Mariana.

Um ano depois da nossa primeira entrevista, Mariana tinha abandonado o *Snapchat* e investido no seu canal de *YouTube* e na sua conta do *Instagram*, como revelam os excertos extraídos de nossa última entrevista, apresentados abaixo. Continuava com o *blog* no ar, mas postava raramente. Tornou-se um lugar para postar algumas fotos e textos motivacionais. Seu *Facebook* público, aberto somente aos conhecidos, possuía mais os *links* de seus vídeos e avisos sobre os “encontrinhos” em Toronto e no Brasil, uma prática que se tornou comum por reunir o público que assiste ao canal em um parque ou café para se conhecer pessoalmente. Depois de assistir sua palestra e conversar com ela em São Paulo, encontramos-nos de novo em um parque em sua cidade natal, no interior do estado de São Paulo. Ela havia combinado um “encontrinho” no Brasil em um estabelecimento que vendia sucos e açaí, e combinamos de chegar uma hora antes para nossa segunda entrevista.

Mariana: Eu tô aqui no Brasil, eu não tô vlogando tudo o que eu tô fazendo, mas, no meu *Instagram*, nos meus *Stories*, tem sempre tudo o que eu tô fazendo, o que eu tô comendo, onde eu tô. Então, meio que essas plataformas alimentam quem quer saber mais coisas além do *YouTube*.

Pesquisador: Mas você acha que é mais o *Stories* ou *Instagram*?

Mariana: Os *Stories*. Acho que os *Stories*, porque as fotos que eu tenho no *Instagram* é foto. Normalmente, eu sempre ponho fotos artísticas, bem bonitas e tal, mas eu acho que o *Stories* – desde que a gente conversou há um ano atrás – o *Stories* tomou uma proporção gigante, é uma mídia que surgiu, sufocou o *Snapchat* e, aí, agora, por ele ser intercalado com o *Facebook*, tá super... Porque, agora, tudo o que eu posto no *Instagram* já vai direto no *Face*, no *Stories*. E, aí, ele virou um *vlog* diário ali. Então, quem me segue no canal [do *YouTube*] me acompanha também nos *Stories*.

Pesquisador: Mas você acha que essa saída do pessoal do *Snapchat*, esse menor número de pessoas tem a ver com o *Stories*?

Mariana: Tem, por causa dessa integração do *Instagram* com o *Facebook*, porque, às vezes, eu ficava: “Poxa, vou ter que fazer *Snapchat* e gravar de novo para o *Instagram*!”. E, agora, o *Instagram* criou um negócio que tem o *Stories* e você já põe no teu *face*. Inclusive, numa época, quando o *Instagram* lançou os *Stories*, o *Snapchat* lançou um negócio que você podia salvar a história no rolo de câmera e passar para o *Instagram*. Só que, aí, ficava a mesma coisa. Era dois trabalhos. Mas eu acho que o *Instagram* roubou o espaço do *Snapchat* nesse sentido.

Pesquisador: E você acha que esses *Stories* eles são mais usados, então, porque eles são mais rápidos de serem feitos, então?

Mariana: Sim. Mais rápido. Por exemplo, que nem agora, eu podia fazer um *Stories*, dizendo assim, “Gente, eu tô aqui, tá? Se vocês estiveram ali esperando, eu tô aqui!”.

[...]

Pesquisador: Mas, aí, então, entre *blog*, *YouTube* e *Instagram*...[, qual é mais usado]?

Mariana: Eu acho que o *YouTube* vem primeiro, o *Instagram* depois [...] o *blog*. Eu acho que poucas pessoas leem *blog* hoje em dia. É o que eu já tinha falado da outra vez para você: as pessoas preferem consumir imagem e som, que é mais fácil de assimilar, [por]que, às vezes, você tá ali, lavando uma louça, não sei o quê, e você tá vendo o vídeo; o *blog*, você tem que ficar ali lendo. Então, o que que eu percebo? Por exemplo, as meninas que eu acompanho mais é que lança o vídeo dentro do *blog*, põe uma materinha só, dizendo o que tá escrito e põe o *link* do *YouTube*. Então, o *blog* serve, assim, para documentar alguma coisa. Então, por exemplo, eu vou pôr um formulário, eu vou pôr um exemplo da carta modelo, alguma coisa que você precisa visualizar, no *blog*, tá lá, escrito. Mas ainda tem, por exemplo, que nem a *Gabi no Canadá*... super forte o *blog* dela, porque ela ainda escreve sobre [...] o Canadá. Só que, agora, ela criou o canal. Ela fez o caminho ao contrário, né? Ela veio para o *blog* e foi para o canal, e, normalmente, a gente faz o canal e vai para o *blog*, né? As meninas criam o *blog* só para ter uma página na *internet*. Então, é esse o fluxo de informação. Mas, hoje, eu acho que o mais em voga é o *YouTube* mesmo.

O *Instagram*, ao agregar em sua plataforma a função do *Stories* do *Snapchat*, tornou-se uma plataforma mais robusta, e passou a agregar essa função de responder perguntas de maneira mais instantânea, automatizando o processo e fazendo com que o *Snapchat* caísse em desuso. No final de 2017, o *Instagram* passou a ter a opção de salvar automaticamente os *Stories*, o que facilitou o seu uso e deslocou também essa função do *YouTube*. Podemos perceber como as mídias sociais estão sempre modificando suas funcionalidades e como também as brasileiras utilizam essas mídias de forma específica.

Esse comportamento do *Stories* de automatizar a visualização do vídeo seguinte e do compartilhamento com o *Facebook*, diminuindo etapas, é muito valorizado, pois reduz o tempo gasto com as postagens, como evidenciado na fala de Mariana, reproduzida acima: “Quando o *Instagram* lançou os *Stories*, o *Snapchat* lançou um negócio que você podia salvar a história no rolo de câmera e passar para o *Instagram*. Só que aí ficava a mesma coisa. Era dois trabalhos”. O que vemos, a partir desses dados é que, não apenas as pessoas se associam às mídias sociais, mas as próprias mídias se associam entre si, agregando funcionalidades.

Apesar de terem usos distintos, essas mídias sociais têm algo em comum: valorizam o material criado. *YouTube*, *Instagram* e *blogs* focam em formas diferentes de comunicação, mas destacam-se para a produção de conteúdo de maneira hierarquizada, com o produtor mais no controle da produção do que seu público. Isso significa que o conteúdo produzido pelos

detentores das mídias sociais ocupa um lugar de destaque e controle, nos quais os consumidores não conseguem interferir de maneira contundente ou negativa. Comentários ficam localizados sempre abaixo das postagens, em letras menores, em menor destaque na tela; indiretas ou insinuações desagradáveis são apagadas; e usuários, bloqueados. A hierarquia e o controle do produtor do conteúdo é uma das justificativas do intenso uso dessas três mídias sociais, tanto pelas minhas informantes quanto pelas observações etnográficas que realizei.

Por fim, gostaria de ressaltar uma percepção sobre outra plataforma pouco mencionada aqui. Embora eu não tenha englobado na pesquisa o *Facebook*, justamente por este ser mais um canal de divulgação do que de produção de conteúdo pelas imigrantes, e também menos utilizado por elas, gostaria de fazer uma importante observação. Poell e Van Dick, em seu artigo *Constructing public space: global perspectives on social media and popular contestation* (2016), afirmaram que o *Facebook* também é hierárquico. Porém, sua afirmação se deu em um contexto diferente daquele analisado aqui. Eles preocuparam-se em entender o uso do *Facebook* por uma rede de ativistas e perceberam que os recursos utilizados pelos(as) seus(suas) frequentadores(as) são restritos. Fazer uma postagem, colocar uma foto ou começar um evento em uma página de um protesto organizado por um coletivo ou movimento social depende da autorização do(a)(s) dono(a)(s) dessa página. Os pesquisadores, portanto, analisaram ativismo social *online* e compararam a arquitetura tecnológica oferecida nessas plataformas.

Embora o *Facebook* ofereça essa possibilidade, as imigrantes qualificadas no Canadá não fazem esse uso dele. É mais comum usarem o *Facebook* como um apêndice do *YouTube*, do *Instagram* e dos *blogs*, para divulgar seus trabalhos. Elas não têm a prática de criar grupos ou páginas para discutir migração. Mesmo quando o utilizam para divulgar suas postagens, não é a plataforma principal dessa prática, principalmente por motivos financeiros e de alcance de público. O *Facebook*, então, é pouco usado pelas minhas interlocutoras e de maneira menos hierárquica. As postagens principais não são feitas nessa plataforma, abrindo mão de utilizarem mecanismos de exclusão de postagens ou banimento de membros, como tipicamente os fazem os(as) usuários(as) das páginas analisadas por Gerbaudo e citados por Poell e Van Dick (2016, p. 230):

Primeiramente, as plataformas sociais não facilitam, como geralmente se supõe, a horizontalização das redes de ativistas. Assim como a mídia de massa tradicional, essas plataformas aumentam a visibilidade de determinados atores e tópicos. Obviamente, isso não é feito por meio da seleção editorial, mas das arquiteturas tecnológicas específicas das plataformas sociais. Gerbaudo (s.d., s.p.) mostra como isso funciona no caso das páginas do Facebook, que "exibem uma arquitetura de participação fortemente assimétrica". A arquitetura das páginas fornece aos administradores meios variados para moldar a comunicação. Eles controlam quem pode adicionar postagens a uma

página ou iniciar uma galeria de fotos ou evento e podem banir usuários indisciplinados. Os usuários, por sua vez, costumam se restringir a curtir, compartilhar e comentar as postagens do administrador. Essa arquitetura coloca os administradores das duas páginas do Facebook examinadas por Gerbaudo em uma posição perfeita para orquestrar momentos de entusiasmo digital, o que eles fizeram ao construir narrativas “emocionalmente/emocionalmente esperançosas”.²⁶

A despeito de não usarem o *Facebook* para criar conteúdo, a construção dessa narrativa “emocionalmente esperançosa” ocorre nos *blogs*, no *YouTube* e no *Instagram*, por meio do uso de outras práticas mais sutis que o banimento de um membro do grupo. Um vídeo no *YouTube*, por exemplo, não tem espaço para discussão na mesma proporção do conteúdo criado, pois o vídeo produzido ocupa a maior parte do espaço inicial da página, deixando os comentários para a parte inferior da página e não mostrando as réplicas e tréplicas dos comentários automaticamente. Essas imigrantes estão mais interessadas em evitar confrontos e ter seus pontos de vista reforçados sobre a migração para o Canadá do que criar um ambiente de disputa explícita ou violenta, como é mais comum em grupos de ativistas *online*, naturalizando e apagando as contradições do processo de produção de suas experiências. O uso dos *blogs*, *YouTube* e *Instagram* na última década, portanto, apesar das diferentes linguagens e plataformas, oferece uma visão mais padronizada e uniforme sobre o cotidiano no Canadá, apresentando o processo migratório de uma maneira que elimina as controvérsias e incertezas dessa mudança. São por esses motivos, por essa visão construída *online* sobre o processo migratório e romantizada sobre o país, que essa produção *online* influencia e impulsiona o fluxo migratório de brasileiros para o Canadá.

Monetização e controle da experiência cotidiana

Um último elemento que deve ser mencionado nessa mudança audiovisual *online* é a monetização desses espaços. Quando eu falo de monetização, eu estou me referindo à forma como as plataformas *online* relacionam experiência e lucro, e isso deve ser levado em consideração nessa padronização da experiência das imigrantes brasileiras *online*. Se, antes, os

²⁶ No original: *First, social platforms do not, as is often assumed, facilitate horizontal activist networks. Like traditional mass media, these platforms enhance the visibility of particular actors and topics. Of course, this is not done through editorial selection, but through the specific technological architectures of social platforms. Gerbaudo shows how this works in the case of Facebook pages, which “display a strongly asymmetrical architecture of participation.” The architecture of pages provides the page administrators with extensive means to shape communication. They control who can add posts to a page or start a photo gallery or event, and they can ban unruly users. Users, in turn, are often restricted to liking, sharing, and commenting on admin posts. This architecture puts the admins of the two Facebook pages examined by Gerbaudo in a perfect position to orchestrate moments of digital enthusiasm, which they did by constructing “hopeful emotional” narratives.*

blogs tinham um padrão dado pela plataforma em que eram hospedados, relatos mais voltados para a família e experiências pessoais, hoje há uma tendência de eles serem visualmente mais personalizados e as blogueiras descreverem suas experiências com um roteiro mais reconhecido, com assuntos que dão mais *views*, ou buscarem um nicho específico para encaixar suas experiências. Um exemplo disso é uma blogueira que decidiu mudar completamente a função do seu *blog* e ter sessões bastante diferentes dessa experiência cotidiana diária: os temas das postagens são receitas de comidas e fotografias de *looks* (combinações de roupas).

Seu *blog* não discute migração propriamente, mas identifica-se com os *sites* de famosas blogueiras de moda. A brasileira, inclusive, o associou a outro *site*, dela mesma, onde vende roupas compradas em lojas e boutiques de Toronto. Ela garimpa roupas com o estilo “casual e despretenso”, conforme descrição do próprio *site*, e as revende. Essa migrante, na verdade, já dava dicas de moda e vestuário em suas postagens, mas transformou esse comportamento em uma experiência monetizada, lucrativa. Apesar de esse ser um exemplo bastante *sui generis*, em que essa monetização foi potencializada, as cores alaranjadas e vibrantes, as roupas da moda, os tecidos em algodão, o fundo branco, a mulher magra e branca sorrindo com um copo de suco amarelado nas mãos ainda incorporam a mesma receita de sucesso. É, igualmente, um *blog* de uma migrante brasileira que personifica moralidades socialmente aceitas em consonância com uma nova padronização daquilo que é publicado. O desejo de consumir um país que acolhe os(as) imigrantes – ou aquilo que venho chamando de fetiche do pertencimento (SEGA, 2020) –, a transformação da experiência no Canadá em mercadoria e a produção de uma imagem romantizada estão presentes nesse processo de monetização da experiência.

Gostaria de aprofundar a discussão sobre essa mudança de padrão da comunidade brasileira na *internet*: a diminuição das postagens daquilo que é mais voltado para a família e amigos em detrimento de publicações mais “profissionais”, padronizadas, visando o grande público e buscando uma monetização da experiência cotidiana. Mobilizo outro trecho de minha conversa com Paula para sustentar meus argumentos.

Eu: Qual é a receita? Qual a diferença da receita, por exemplo, do *YouTube*, do *Instagram*, do *Snapchat*...?

Paula: Então, eu não tenho muita afinidade com algumas mídias. Eu vou te falar de algumas coisas que eu andei pesquisando, né?... Até do curso que eu fiz faz dois anos. Então, essas coisas também evoluem, né? É muito dinâmico. [...] lembra da receitinha: a chamada criativa, o cara quer captar inscrito, ele quer número de *view*, tá? Ninguém dá ponto sem nó. Tem um *Instagram* que chama *13 anos depois*. Que é de uma menina que mora na França. Ela é jornalista da GNT. [...] Esse daqui é um *Instagram* – olha a *timeline* dela, tipo, olha isso visualmente. Você consegue perceber? O padrão? Ela expõe a vida [dela], ela expõe também a vida da filha; ela usa o tom rosa, branco, cinza. A

filha dela só tem roupa cinza e cor de rosa. Os fundos são claros. Esse é um *Instagram* com um grande potencial comercial. As mensagens que ela fala da maternidade... Ela vive a vida perfeita. A filha dela não se suja, não enfia o dedo no nariz, não come Cheetos. Sempre sorrindo. Todo mundo quer ter essa vida! Você não quer? Eu quero!

Eu: [risos] Nossa, é verdade mesmo. Bem “*clean*”²⁷, né?

Paula: Meu, para mim, isso é assustador, Rodrigo!

Eu: É assustador. Na Disney! Nossa...

Paula: E, aí, eu faço sucesso também no meu *Instagram* de vez em quando. Então, tipo, de *timeline* com manipulação de cor, de filtro, ver as fotos que combinam. [...] Se uma fotinha não está combinando, eu vou lá e apago. Um *Instagram* comercial de verdade, ele tem algumas regrinhas de ouro, né? Uma regrinha de ouro de um *Instagram* comercial é isso: você ter uma identidade visual que seja só aquilo. “Ah, você não pode postar duas *selfies* seguidas”. [...] Tem a galera que está mais focada [...] e, aí, tem vários aplicativos para quem quer fazer comercialmente. No *Fala Maluca*, é muito claro que elas usam o *Instagram* do *Fala Maluca* comercialmente. Uma dica que a pessoa usa o *Instagram* comercialmente é quando você tem as duas caixinhas, quando você tem o *follow* e o contato. E, aí, por exemplo, as meninas do *Fala Maluca*, elas pegaram esse gancho do mais bem-humorado, do ser engraçado, dos esquetes, que tem umas gringas que fazem isso também. E elas usam basicamente o *Instagram* meio como plataforma para divulgar o que elas postam. É mais um canal de divulgação que elas têm.

Paula fez um curso de dois anos para entender de mídias sociais. Paulistana da área de comunicação social, mãe e tentando se inserir no mercado de trabalho, ela também tinha um perfil nas mídias sociais. Seu *blog*, à época em que fiz uma sondagem para começar este projeto de pesquisa, em meados de 2013, era bastante famoso, citado em outros *blogs* e facilmente encontrado na pesquisa do *Google* quando se buscava por *blogs* sobre imigração para o Canadá. Paula, portanto, tem um olhar treinado para descobrir esse padrão mais aceito pelo público brasileiro que quer migrar. Como ela disse, tem um roteiro, tem uma receita. Assim como ter um perfil no *Instagram* também envolve uma compreensão do funcionamento dessa plataforma e do tipo de postagem que gera mais audiência, ou, como ela diz, que gera mais *view*, para fazer um vídeo para o *YouTube* não basta ter apenas uma ideia e uma câmera.

A chamada criativa, o uso das cores claras, o abuso dos sorrisos, da iluminação, das paisagens, das fotografias externas. Os tons em rosa, amarelo, branco, cinza. Falar sobre maternidade, família, filhos. Paula citou o canal *Fala Maluca*, que utiliza outro tom em seus vídeos, o engraçado. Entretanto, mesmo assim, os assuntos e a coloração do seu produto audiovisual são os mesmos. Há uma forte estratégia de publicação. Abaixo, segue outro excerto de nossa entrevista que expande e reforça esse argumento:

²⁷ Em português: limpo, sem muitos elementos destoantes.

Eu: [...] Eu vejo que a maioria das pessoas usam o *Facebook* para divulgar os outros canais.

Paula: Sem dúvidas. Mas por quê? Aí, o viés comercial de novo. Não tem almoço de graça, Rodrigo, põe isso na sua cabeça! [...] para você ter alcance no *Facebook*, você tem *sponsor*²⁸ o *post*. Então, você tem que colocar dinheiro naquilo. [...] Então, por exemplo, se eu posto alguma coisa no *Facebook*, ele tem um limite de alcance dentro da minha base. Então, vamos supor: você tem 100 pessoas, ele vai aparecer na *timeline* de duas pessoas. Mas, se você *sponsor*... você aumenta.

Eu: E você pode escolher aquela coisa aparecer primeiro? Prioridades? É isso?

Paula: Tem muita! Tipo, meu, aí, você tem dinheiro, né? [...] Tem várias áreas de tráfego. Aí, eu te explico – o *Snapchat*, eu não sei muito; *Twitter* também não manjo muito, mas, basicamente, é –: O *Instagram* está ficando cada vez uma ferramenta mais poderosa porque tá integrando tudo, do tipo, coisas que eram separadas ele está melhorando. Então, muita gente acaba usando o *Instagram* como ferramenta de divulgação, porque, no *Instagram*, você não paga; no *Facebook*, você paga.

Eu: Mas o que que é que ele tá agregando?

Paula: O *Instagram* tem o *live*, que é [para] quando você [quer] fazer *broadcasting*. Então, o que era o *Periscope*, que era uma coisa separada, tipo, o *Periscope* era do *Twitter*. [...] O que era *Periscope* é o que tinha no *Facebook*. Agora, o *Instagram* também tem o *instaStories*, que era o *Snapchat*. Agora, você pode ter o *instaStories* no *Instagram*. Então, é uma plataforma que está ficando mais robusta.

Eu: Então, você acha que tem bastante gente usando o *Instagram*, mais?

Paula: Eu acho... E, aí, o *Facebook*, por você ter que fazer o *sponsor*, aí, tem as estratégias, né? Então, por exemplo, tem muitos grupos no *Facebook* de brasileiros no Canadá, brasileiros amigos no Canadá, brasileiros cheirosos no Canadá, brasileiros fedidos no Canadá, brasileiros de azul no Canadá... E é o que as pessoas fazem, é você postar nos grupos para divulgar. Eu já testei isso [...] quando eu faço um *post*, né? E você acompanha o *analytics*, [por]que, no *analytics*, você vê tudo, né? É o *big brother* da coisa. Quando você tá no *analytics* e você vê... O *Instagram*, ele manda menos para o *site*, porque ele tem uns lance que ele usa habilidade também. No *Instagram*, o *link* vai para o perfil. Você pode perceber: “Aí, o *link* está na bio”, porque, no *Instagram*, não é clicável. E o *Facebook*, ele é muito mais popular no Brasil; ele ainda continua popular no Brasil. Então, a grande parte do tráfego do *site* vem do *Instagram*. O *blog*, hoje, ele é uma plataforma de armazenamento de conteúdo, né? Geral. Para quem vai num nível a mais. Mas eu acho que, dificilmente, as pessoas vão sozinhas no *blog*. Acho que elas vão sozinhas no *blog* quando elas têm uma pesquisa específica para fazer ou quando elas [são] direcionadas.

Eu: No caso, pelo *Facebook*, por exemplo?

Paula: Ou pelo *Instagram*, por isso que as chamadas de *Instagram*, de *Facebook*, elas têm que ser muito apelativas, muito forte para chamar as pessoas.

O *Analytics*, citado por Paula, é a ferramenta chamada *Google Analytics*. Instalado de graça, ela fornece dados e estatísticas das visitas feitas ao *site*, assim como a localização geográfica do visitante e a forma por meio da qual o visitante chegou à página. É uma ferramenta de monitoramento de tráfego importante para o processo de monetização dessa experiência

²⁸ Em português: patrocinar.

online. Ao focar na comercialização nessas plataformas, Paula nos deu pistas para entender essa mudança audiovisual. Não é necessariamente que as produtoras de conteúdo e os(as) consumidores(as) estão ficando preguiçosas e não querem mais ler, como havíamos discutido, mas podemos pensar que *YouTube* e *Instagram* também têm um viés comercial, mas requerem menos investimentos financeiros para alcançar um grande público (diferentemente do *Facebook*), além de terem uma dinamicidade entre si.

O *Periscope* do *Twitter* e o *InstaStories* do *Instagram* (que hoje é chamado só de *Stories*), são exemplos dessa dinamicidade. Ambos são ferramentas acopladas a essas plataformas que permitem transmitir vídeos ao vivo ou publicar vídeos em tempo real, de maneira mais simplificada e sem precisar editar. O que estou chamando de simplificada e dinâmica, aqui, faz referência a processos de publicação com poucas etapas, mais rápidos, que demandam pouco tempo e atingem um público maior. O *blog* e o *Facebook*, até 2017, não haviam agregado o uso do vídeo em suas postagens de maneira dinâmica, nem simplificada. Inclusive, como frisou Paula, para maior visualização no *Facebook*, é preciso financiar postagens, o que não acontece nessas outras plataformas.

Portanto, um dos motivos dessa mudança de plataformas é porque há uma transformação naquilo que é publicado, em que se tornou obsoleto postagens voltadas para a família e amigos próximos e ganhou destaque postagens direcionadas para o grande público. A arquitetura de programação dos blogs ainda favorece o conteúdo produzido pelas imigrantes, enquanto *YouTube* e *Instagram* conectam o conteúdo produzido com um público maior e por um baixo investimento financeiro, assim como agregam postagens mais dinâmicas e simplificadas. O *Instagram*, inclusive, consegue agregar, em sua plataforma, postagens tanto “bagaceiras” quanto “glamorosas”, contribuindo para que seu uso se intensifique. Favorecidas por essas duas mídias sociais supracitadas, a padronização *online* da experiência dessas brasileiras e a roteirização comum da vida imigrante no Canadá estão em sinergia com os processos de monetização e de controle das narrativas da experiência cotidiana no ambiente *online*.

Considerações finais

No início deste artigo eu frisei a diferença de adaptação dentro do casal migrante no Canadá. Observei no trabalho de campo que são as esposas que iniciam a escrita de *blogs* pessoais, canais do *YouTube* e perfis no *Instagram*, contando o dia a dia das famílias no processo de migrar. São elas também que demoram mais para se colocar no mercado de trabalho, pois é comum priorizar a carreira e a inserção do marido no mercado canadense. São as mulheres que

ficam encarregadas de cuidar do lar e da educação dos filhos, de ser o suporte da família e que acabam se aventurando no universo online, contando suas histórias, ajudando outros(as) recém-chegados(as), construindo redes de sociabilidades e, quem sabe, conseguir algum retorno financeiro nessa roteirização da vida *online*.

Neste artigo analisei as mídias sociais mais usadas pelas mulheres brasileiras imigrantes no Canadá, assim como quais as funções são mais usadas e como são utilizadas. Desenvolvi a ideia de que o *blog* era mais utilizado para publicar notícias e novidades da vida no Canadá e, com o passar dos anos, esse uso se deslocou para o *Stories* do *Instagram*. A padronização no uso dessas plataformas, tanto na sua estrutura física quanto subjetiva, nos assuntos ou na forma como os assuntos são desenvolvidos, também mudou no decorrer desses quase quinze anos da comunidade brasileira *online*.

Entretanto, apesar dessa mudança de plataforma, há algo em comum entre elas. *YouTube*, *Instagram* e *blogs* focam em formas diferentes de comunicação, mas tem em comum a valorização do conteúdo produzido pelos detentores dessas mídias sociais. De maneira hierarquizada, quem produz ocupa um lugar de destaque e controle, nos quais os consumidores não conseguem interferir de maneira contundente ou negativa. Essa hierarquia e controle é a principal justificativa do intenso uso dessas três mídias sociais.

Referências Bibliográficas

ASSIS, Gláucia O. De Criciúma para o mundo – os novos fluxos da população brasileira: gênero e rearranjos familiares. In: MARTES, A. C. B.; FLEISCHER, S. (orgs.) **Fronteiras Cruzadas: etnicidade, gênero e redes sociais**. São Paulo, Paz e Terra, p.199-230, 2003.

BEER, David. Social network (ing) sites... revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 2, p. 516-529, 2008.

BOYD, Danah. Social media: A phenomenon to be analyzed. **Social Media+ Society**, v. 1, n. 1, 2015.

BOYD, Danah. Social media: A phenomenon to be analyzed. **Social Media+ Society**, v. 1, n. 1, 2015.

FIRMEZA, George Torquato. **Brasileiros no exterior**. Fundação Alexandre de Gusmão, 2007.

GOZA, Franklin. A imigração brasileira na América do Norte. **Revista Brasileira de estudos de população**, v. 9, n. 1, p. 65-82, 1992.

GOZA, Franklin. Brazilian immigration to Ontario. **International Migration**, v. 37, n. 4, p. 765-789, 1999.

GRAHL, Tim. **The 6 types of social media**. Out: think, 2013.

KAWAMURA, Lili. **Para onde vão os brasileiros?**. 2º. ed. Campinas-SP: Editora da Unicamp, 2003.

MARGOLIS, Maxine L. Little Brazil: imigrantes brasileiros em Nova York. Papyrus, 1994. ASSIS, Gláucia de Oliveira. De Criciúma para o mundo: gênero, família e migração. **Campos-Revista de Antropologia**, v. 3, 2003.

MCCAY-PEET, Lori; QUAN-HAASE, Anabel. What is social media and what questions can social media research help us answer?. In: SLOAN, Luke; QUAN-HAASE, Anabel. **The SAGE handbook of social media research methods**. Sage, p. 13-26, 2017.

MILLER, Daniel et al. **How the world changed social media**. UCL press, 2016.

NICOLI, S.; SIQUEIRA, Sueli; SANTOS, M. A. . O caminho inverso: a emigração dos descendentes de imigrantes italianos de Itueta e Santa Rita do Itueto nas Minas Gerais para o Norte da Itália. In: **XVI Seminário sobre a Economia Mineira, 2014, Diamantina**. Anais do XVI Seminário sobre a Economia Mineira. Repensando o Brasil, v. 1. p. 1-15, 2014.

POELL, Thomas; VAN DIJCK, José. Constructing public space: Global perspectives on social media and popular contestation—Introduction. **International Journal of Communication**, v. 10, p. 9, 2016.

RAMAN, Usha; KASTURI, Sumana. Performing transnational identity online: Women blogging from domestic spaces. In: DE KRUIJF, SAHOO. **Indian Transnationalism Online: New Perspectives on Diaspora**. Ashgate Publishing, Ltd. 2014. p. 41-66.

SEGA, Rodrigo Fessel. **Produções ciborgues: imigrantes brasileiras & mídias sociais no Canadá**. Tese (Doutorado em Sociologia) –, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, IFCH, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2020.

SEGA, Rodrigo Fessel. **Projeto Canadá: seletividades e redes de imigrantes brasileiros qualificados em Toronto**. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Centro de Educação e Ciências Humanas, CECH, Universidade de São Carlos, São Carlos, 2013.

Rodrigo Fessel Segá - Possui Graduação em Licenciatura Plena em Ciências Sociais e Bacharel com ênfase em Sociologia e Antropologia pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), Mestrado em Sociologia pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) e Doutorado em Sociologia na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). E-mail: rodrigofsega@gmail.com

O digital é político: ativismo bissexual e apropriações das mídias digitais

The digital is political: bisexual activism and appropriation of digital media

■ Helena Mônico; Danieli Klidzio

Resumo

A partir de observações etnográficas de nossas pesquisas realizadas entre 2019 e 2021 com sujeitos, coletivos bissexuais e em espaços digitais de sociabilidade, objetivamos neste artigo explorar o ativismo bissexual de acordo com seus usos das mídias digitais. Problematizamos a não neutralidade dos ambientes e das produções no digital com foco na bissexualidade para argumentar, parafraseando o bordão feminista, que o digital é político pois é campo de disputas, sendo intrínseco às lutas cotidianas na medida em que reproduz condições de (des)igualdade social, sexual e de gênero. Observamos que, assim como outros grupos, bissexuais têm dado passos importantes nos últimos anos com apropriações do digital em um movimento de produção de referências e visibilidades, que se intensificaram no período da pandemia de Covid-19. Concluimos que, a ampliação do consumo de conteúdo e das redes de troca de experiências entre bissexuais a partir do digital tem se mostrado central para a sociabilidade e organização política desses sujeitos.

Palavras-chave

Bissexualidade; Mídias digitais; Ativismo; Monodissidência; LGBTQIAP+.

Abstract

Based on our research's ethnographic observations carried out between 2019 and 2021 with bisexual subjects and groups, as well as observations of digital spaces of sociability, in this article, we explore bisexual activism in terms of its uses of digital media. We discuss the non-neutrality of digital environments and productions, focusing on bissexuality, to argue, paraphrasing the feminist catchphrase, that the digital is political since it is a field of disputes that is intrinsic to everyday struggles as it reproduces conditions of social, sexual, and gender (in)equality. We note that bisexuals, like other groups, have taken important steps in recent years towards the appropriation of

the digital, producing references and visibility, a tendency that was intensified during the Covid-19 pandemic. We conclude that the expansion of digital content creation and consumption, as well as bisexual networks for exchanging experiences, is central to these subjects' sociability and political organization.

Keywords

Bisexuality; Digital media; Activism; Monodisidence; LGBTQIAP+.

Introdução

As discussões realizadas neste artigo são provenientes da pesquisa de mestrado da primeira autora (MONACO, 2020a), realizada entre janeiro e abril de 2019 junto ao coletivo denominado B¹ que atua na cidade de São Paulo. Conforme a bibliografia ainda incipiente sobre coletivos, as plataformas digitais aparecem como elementos importantes para a mobilização e a disseminação de informações a partir de organizações desta ordem. Além disso, partimos da pesquisa da segunda autora que, ao abordar estereótipos e invisibilidade da bissexualidade e da pansexualidade a partir de experiências de mulheres jovens e universitárias em Santa Maria-RS (KLIDZIO, 2019), percebeu a importância do acesso a conteúdos pelo meio digital para seus processos de reconhecimento, desde o contato com a palavra bissexual (SIQUEIRA e KLIDZIO, 2020), questão que também integra reflexões prévias de sua pesquisa de mestrado em andamento sobre bissexualidade e mídias digitais². Adicionalmente, partimos de algumas observações realizadas por nós de forma exploratória e colaborativa, no curso Etnografia em Tempos de Pandemia³, realizado entre maio e dezembro de 2020 no âmbito das atividades do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Santa Maria sob a coordenação de Jurema Brites e Alisson Machado. Tal pesquisa foi realizada através da observação de perfis e conteúdos sobre bissexualidade veiculados em plataformas digitais como Instagram, YouTube e também em plataformas de podcasts⁴.

¹ O nome do coletivo informado neste artigo é fictício, de modo a preservar a identidade dos integrantes e proteger os espaços criados por ele de possíveis ataques ou perseguições.

² A pesquisa está em desenvolvimento no período de 2020-2022 junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Objetiva analisar as mídias digitais, especialmente redes sociais como o Instagram, enquanto campo de produções e comunicações ativistas, considerando a criação de conteúdos sobre bissexualidade e as organizações a nível nacional de ativistas e de pessoas pesquisadoras em torno da bissexualidade e da monodissidência.

³ Agradecemos às pessoas participantes do curso que teve como proposta o exercício da etnografia colaborativa e nas mídias e em especial ao nosso grupo de trabalho “Mídias digitais, coletividade e gênero” pelo debate sobre nosso tema.

⁴ Instagram é um aplicativo para dispositivos móveis, também disponível para acesso na versão web por um computador. Criada em 2010, trata-se de uma rede social com foco principalmente no compartilhamento de imagens e vídeos curtos, comportando atualmente a realização de transmissões ao vivo que podem ficar salvas como vídeos na plataforma, entre outras funcionalidades. Youtube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos criada em 2005 e comumente utilizada para assistir vídeos, ouvir músicas e atualmente para transmissões ao vivo e eventos em meio a pandemia. Podcasts são programas de áudio com o objetivo de informar sobre diferentes temas e assuntos, podendo ser notícias ou programas de debates e humor. São disponibilizados arquivos em áudio que podem ser ouvidos em diferentes plataformas como Google Podcasts ou Spotify.

No presente trabalho, temos o objetivo de explorar as apropriações das mídias digitais pelo ativismo bissexual, seja a partir de coletivos ou por sujeitos de maneira independente. Compreendemos ativismo enquanto múltiplas possibilidades de mobilização, desde o compartilhamento de informações sobre bissexualidade a partir de perfis do Instagram, que buscam promover um olhar crítico e de visibilidade desta sexualidade, até a organização de coletivos e ações, tal como a Frente Bissexual Brasileira criada em 2020 no contexto pandêmico e on-line, e o coletivo B que já em 2010 articulava-se localmente e off-line, mas também através das mídias digitais. Por sua vez, compreendemos o digital enquanto múltiplas mídias e fluxos on/off-line que têm como ponto de partida a produção de conteúdo e relações permeadas pelas tecnologias digitais. Sendo assim, “o digital” não existe em si, podendo ser encarado como um conjunto de relações e que emerge na prática (HINE; PARREIRAS; LINS; 2020; MILLER; HORST, 2015).

Desde o início do ano passado (2020) vivemos a pandemia de Covid-19, caracterizada atualmente como uma crise sanitária e humanitária. Em meio a isso, muitas pesquisas acadêmicas recorrem às mídias digitais por um olhar metodológico, considerando-as enquanto ferramentas de pesquisa, bem como por um olhar teórico enquanto campo. Mas, antes disso, o campo dos estudos da internet e das diferentes mídias digitais já vinha dando atenção, por meio da Antropologia Digital, à produção de conhecimento a partir dos espaços de sociabilidade e da produção de si, mediados pela tecnologia e incorporados cotidianamente (HINE; PARREIRAS; LINS, 2020). Similarmente, os estudos sobre ativismo desde movimentos da década de 1990 consideram a relação constitutiva dos movimentos sociais com as diferentes mídias (ALCÂNTARA, 2015). A partir disso, tomamos as mídias digitais enquanto meio e campo de pesquisa, observando sua centralidade no ativismo bissexual brasileiro, uma vez que permitem a formação de redes de sociabilidade e a criação de espaços seguros de convivência e troca entre sujeitos subalternizados.

Enquanto bissexuais e pesquisadoras da bissexualidade, com o isolamento físico que temos mantido em nossas casas experienciamos nos primeiros meses após o acirramento da pandemia de Covid-19 no Brasil, seja participando ou assistindo, um grande número de transmissões ao vivo nas mídias digitais – chamadas, nesse contexto, de *lives* – que tratavam do tema. Isso aconteceu com inúmeros assuntos, onde projetos e iniciativas acadêmicas, bem como organizações sociais e de entretenimento, viram na realização de eventos em plataformas on-line o novo modo de operação da comunicação que antes dava-se preferencialmente de maneira presencial off-line. Entretanto, no caso da temática da bissexualidade, não se trata de uma simples transposição de eventos face a face para o formato on-line, pois antes do advento da pandemia já eram raros os espaços físicos que abordassem o tema. Por outro lado, pesquisas demonstram que a internet já vinha ganhando um papel central no reconhecimento de pessoas enquanto bissexuais e na constituição de redes bissexuais na atualidade (LEÃO, 2018; MONACO, 2020a; SIQUEIRA; KLIDZIO, 2020;), tendência que, conforme argumentamos neste artigo, se fortaleceu durante o período atual de crise sanitária.

Destarte, espaços de sociabilidade bissexual vêm sendo criados nas (e a partir das) mídias digitais, como a já mencionada Frente Bissexual Brasileira. A Frente é fruto da articulação nacional de coletivos e ativistas independentes, que tornou o ano de 2020 histórico para o movimento bissexual brasileiro, haja vista as transformações em função do rompimento dos limites geográficos possibilitado pelo digital e do afastamento de espaços

públicos físicos com a emergência da pandemia. Estas transformações levaram parte da mobilização política, intervenções artísticas e a promoção de eventos como para o formato on-line.

Além da criação da Frente Bissexual Brasileira, outras iniciativas surgiram ou migraram para o digital, se expandindo principalmente a partir do Instagram e fazendo uso de plataformas de videoconferência para reuniões, como é o caso do Grupo Amazônida de Estudos sobre Bissexualidade - GAEBI (@gaebi_pa⁵ no Instagram), e de páginas e perfis direcionados a discutir bissexualidade. Como exemplos de perfis de pessoas ou grupos que tratam dessa temática citamos o Bi na Mídia (@binamidia⁶), administrado por uma estudante de comunicação para tratar da representação bissexual na mídia e no audiovisual de modo geral; o BiCine (@bicinefestival⁷), que surgiu a partir de um projeto acadêmico para promover e debater representação e visibilidade bissexual no cinema, e o perfil de Nick Thomás (@nicknagari⁸) que é produtor de conteúdo sobre bissexualidade e também transgeneridade, a partir, inclusive, de referências acadêmicas. Também há perfis de podcasts sobre bissexualidade como o Biscoito Podcast (@biscoitopodcast⁹), o Bisão Voador (@bisaopodcast¹⁰) e o Bi Sem Carteirainha (@bsemcarteirainha¹¹), além de diversos perfis que mesclam conteúdo informativo e humorístico sobre bissexualidade criados a partir de 2020. Adicionalmente uma dessas iniciativas, focada na divulgação científica, é o perfil Bi-biblioteca (@bi__biblioteca¹²) idealizado e administrado pelas duas autoras deste artigo com o objetivo de facilitar o acesso a pesquisas sobre bissexualidades produzidas no Brasil e no exterior. Tal iniciativa, inclusive, nos permitiu uma aproximação maior com o tema por um olhar interno sobre as dinâmicas de produção e circulação de informação nas mídias digitais, especialmente no Instagram.

O artigo se divide em duas seções além desta introdução e das considerações finais. A primeira é mais breve e nela contextualizamos o digital como um conjunto de ambientes de atuação política e de sociabilidades bissexuais a partir da construção de espaços e subjetividades nas mídias digitais. Na segunda seção descrevemos a conjuntura dos movimentos bissexuais brasileiros, algumas de suas características e especificidades, sobretudo no que diz respeito a demandas em torno da invisibilidade e do não-lugar, considerando as mídias digitais como campo de produção de visibilidades por diferentes setores dos movimentos e grupos bissexuais brasileiros. Consideramos os usos do digital no ativismo usando como exemplos a atuação do coletivo B e a criação da Frente Bissexual Brasileira nas articulações nacionais.

O digital como ambiente de atuação política

⁵ Disponível em: https://www.instagram.com/gaebi_pa Acesso em: 24 jul. 2021.

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/binamidia> Acesso em: 24 jul. 2021.

⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/bicinefestival> Acesso em: 24 jul. 2021.

⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/nicknagari> Acesso em: 24 jul. 2021.

⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/biscoitopodcast> Acesso em: 24 jul. 2021.

¹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/bisaopodcast> Acesso em: 24 jul. 2021.

¹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/bsemcarteirainha> Acesso em: 24 jul. 2021.

¹² Disponível em: <https://www.instagram.com/bicinefestival> Acesso em: 24 jul. 2021.

A literatura recente tem demonstrado a importância crescente das mídias digitais na política contemporânea (CASTAÑEDA, 2017; CESARINO, 2019; 2020; JUNGBLUT, 2015). Elas modificam os repertórios de ação e mobilização de movimentos sociais e influenciam diretamente na política partidária e institucional brasileira. Além disso, o digital tem se mostrado cada vez mais um espaço de sociabilidade, em especial para jovens (BOYD, 2008).

danah boyd¹³ (2008) descreve quatro propriedades principais da *web* e, especificamente das redes sociais, que as distinguem das interações analógicas. A primeira delas é o princípio da persistência (*persistence*), que diz respeito à possibilidade de comunicação assíncrona. Isso significa que, por poder ser gravado, o período de existência de um discurso ou comunicação é estendido. O segundo princípio é o da buscabilidade (*searchability*) que, derivado do primeiro, diz respeito à possibilidade de encontrar discursos e dados gravados e identificados textualmente através de mecanismos de busca e descoberta. Já o terceiro princípio é o da replicabilidade (*replicability*) que refere-se à possibilidade de copiar ou reproduzir o conteúdo compartilhado de modo que as “cópias” se tornam indistinguíveis do “original”. Por fim, o quarto princípio é chamado por boyd de audiências invisíveis (*invisible audiences*), pois, diferente das interações face a face, no digital nem sempre é possível identificar as pessoas que estão participando ou testemunhando nossa comunicação. Conforme a autora, na verdade é virtualmente impossível identificar todas as pessoas que podem ter contato com nossas expressões nos meios digitais.

Entretanto, Eliane Freitas (2017) nos lembra que a internet não é algo homogêneo e universal; é uma rede, com diversos segmentos em que pessoas e grupos se inserem. Isso significa que cada pessoa tem acesso a apenas uma parcela dessa rede e alcança, com suas publicações e interações, uma audiência particular e limitada, embora nem sempre conhecida e que se convencionou chamar de “bolhas” (PARISER, 2012). Essa audiência pode ser maior ou menor a depender da personalidade ou grupo em questão, mas nunca corresponde à totalidade da rede chamada genericamente de internet. São as pessoas que criam suas próprias redes cotidianamente com suas ações, interagindo com seus pares, celebridades e conhecidos (FREITAS, 2017). Dito de outro modo, a internet e os ambientes digitais não são algo dado, mas invenções locais (MILLER; HORST, 2015), sendo a rede entendida como uma produção social plástica e em constante transformação (RAMOS; FREITAS, 2017).

Nesse sentido, o digital não é homogêneo porque é usado e vivido de modos específicos e distintos por cada pessoa ou grupo, que criam estilos de vida em rede. Esses estilos, por sua vez, não são simples transposições de práticas analógicas para o digital e sim dinâmicas que emergiram na própria rede, e, portanto, só fazem sentido nesse contexto (RAMOS; FREITAS, 2017). A criação de espaços digitais de sociabilidade bissexual fez emergirem formas de sociabilidade e subjetividades bissexuais, antes inexistentes. Foram criados símbolos, gostos e humores não apenas bissexuais, mas específicos a uma sociabilidade bissexual digital. Isso se materializa em uma linguagem própria, como no uso

¹³ Utilizamos a grafia do nome de boyd em letras minúsculas em respeito à preferência e postura crítica da autora em relação ao uso de maiúsculas (*capitalization*), conforme argumentado em seu blog. Disponível em: <https://www.danah.org/name.html>. Acesso em: 29 jul. 2021.

de linguagem neutra¹⁴ a partir da articulação entre movimentos bissexuais e trans, bem como nas complexas formas de classificação da sexualidade¹⁵ empregadas nesses meios, na estética e nos memes (FONTANELLA, 2009) compartilhados por personalidades famosas no meio, em grupos e páginas bissexuais nas redes sociais.

Jair de Souza Ramos (2015) argumenta que a internet não é uma novidade absoluta em termos de conexões humanas, mas parte de uma história mais ampla de produção dessas conexões. Desse modo, o digital não é um mundo virtual supostamente oposto ao mundo real, mas uma continuidade na produção humana de criação de conexões. Para Ramos, a novidade do ciberespaço é sua relativa descontinuidade em comparação com a territorialização de espaços físicos, uma vez que o espaço social produzido pelas redes de computadores não depende de bases geográficas. Assim, a materialidade dessa rede se daria, antes, pela informação e seus modos de transmissão (RAMOS, 2015; RAMOS; FREITAS, 2017).

Débora K. Leitão e Laura Graziela Gomes (2017) propõem tratar as plataformas digitais como ambientes, já que a noção de espaço continua existindo com as mídias digitais que abarcam modos de vida específicos. As autoras traçam um paralelo entre plataformas digitais e cidades de modo a investigar as dinâmicas de vida e de circulação que se apresentam, que são construídas e naturalizadas por seus habitantes. Assim, os meios e tecnologias digitais podem ser entendidos como parte dos mundos cotidianos que habitamos e das relações que tecemos, que se inserem em contextos mais amplos (PINK et al, 2019). Propomos, aqui, pensar as redes tecidas por sujeitos bissexuais nas mídias, isto é, o que estamos chamando de espaços digitais de sociabilidade bissexual, como espaços bissexuais (HEMMINGS, 2002) que se apresentam como lugares de sociabilidade e de ativismo.

Movimentos bissexuais brasileiros e internet

Os primeiros movimentos bissexuais emergiram nos anos 1970 a partir de insatisfações com as políticas identitárias gays e lésbicas, principalmente nos Estados Unidos e em outros países do chamado norte global (CALLIS, 2009; VAN ALPHEN, 2016). No Brasil, isso aconteceu muito mais tarde, por volta dos anos 2000 (LEÃO, 2018), mas de maneira não muito diferente, pois deu-se a partir de conflitos de ativistas bissexuais com

¹⁴ Linguagem neutra é um tipo de linguagem, oral e escrita, sem marcação de gênero e que recusa o uso do “masculino genérico”. Uma descrição exaustiva dessa linguagem extrapola os objetivos deste artigo, porém, sua gramática consiste na adaptação de palavras já existentes na língua portuguesa de modo a eliminar a marcação de gênero, usualmente trocando as letras “a”, “o” e “e” que marcam gênero por alternativas com “e” e “u”. Por exemplo, nos pronomes “elu” ao invés de “ela” ou “ele” e no artigo “e” ao invés de “a” ou “o”.

¹⁵ No contexto estudado, a sexualidade não é classificada apenas a partir do sexo/gênero do objeto de desejo ou parceria sexual, mas também por critérios como o tipo de desejo e o grau de atração afetivo-sexual, contando com categorias como romanticidade e arromanticidade, assexualidade, entre outras. Para uma descrição mais detalhada dessas categorias, ver Monaco (2020a). Sobre assexualidade, ver Brigeiro (2013).

movimentos LGBT¹⁶. Isso ocorreu porque, conforme indica a literatura, a bissexualidade é, muitas vezes, hostilizada em espaços identificados como LGBT no Brasil (CAVALCANTI, 2007; LEWIS, 2012; LEÃO, 2018) e outros países (ANGELIDES, 2001; HEMMING, 2002; DOMÍNGUEZ RUIZ, 2017).

Mais recentemente, a partir dos anos 2010, as organizações políticas em torno da bissexualidade passaram a tomar a forma de coletivos. Conforme Helena Monaco (2020a), parte dos grupos de ativismo bissexual é criada a partir de organizações mais amplas como resposta a situações de apagamento e bifobia (DOMÍNGUEZ RUIZ, 2017; OCHS, 2005) sofridas dentro de movimentos LGBT; outros são criados como espaços independentes de ativismo bissexual, com relativo afastamento desses movimentos. Estes, em sua maioria, se autodenominam coletivos e atualmente se fazem presentes em vários estados do Brasil, por exemplo: Coletivo Bi-Sides (SP), Bisibilidade (RJ), Coletivo Amora (RS), Coletivo BIL (MG), ComBi (SC), Frente Bi de BH (MG), Frente Bi (PI), Maria Quitéria (PB), MovBi (PB), Visibilidade Bahia (BA)¹⁷. Além disso, cada vez mais vemos ativistas que se declaram independentes e que atuam de forma autônoma, seja através da produção de conteúdo informativo ou depoimentos pessoais para redes sociais digitais, seja em parcerias eventuais com organizações formais e coletivos, como é o caso de muitas pessoas participantes da Frente Bissexual Brasileira e produtoras de conteúdos digitais em perfis no Instagram e podcasts.

Vale ressaltar que a literatura sobre organizações autodenominadas coletivos, embora recente e ainda inicial, tem apontado alguns elementos que as caracterizam, como por exemplo, as experiências de ativismo fluidas e dialógicas, que se opõem a estruturas hierárquicas, verticais e formais comumente encontradas em movimentos sociais mais tradicionais e organizações partidárias (BORDT, 1997; GOHN, 2017; LIMA, 2018; MAIA, 2013; PEREZ, 2019; PEREZ; SILVA FILHO, 2017). Nesse sentido, a ideia de coletivo rejeita a forma de atuação de certos movimentos sociais, como o LGBTQIAP+, quando, muitas vezes, privilegia a relação com o Estado em detrimento de suas “bases” (LIMA, 2018). Em meio a isso, pesquisas identificam que em coletivos bissexuais há um afastamento em relação a organizações e movimentos LGBTQIAP+, pois estes tendem a excluir, deslegitimar e violentar ativistas bissexuais (CAVALCANTI, 2007; LEÃO, 2018; LEWIS, 2012; MONACO, 2020a).

Para os objetivos do presente artigo, destacamos que, na atuação de coletivos, as mídias digitais e suas tecnologias têm sido apontadas como importantes ferramentas. De fato, Gretha Maia (2013) afirma que as redes sociais assumiram a função de trabalho de base

¹⁶ Ao longo do texto utilizamos preponderantemente a sigla LGBTQIAP+, com exceção de casos argumentativos ou contextuais como este, que refere-se a um determinado período histórico onde a expansão da sigla ainda não era tão presente, ou onde a bibliografia que referenciamos faz uso apenas de “LGBT”. A sigla “LGBTQIAP+” é uma versão mais recente e em expansão. Refere-se, respectivamente, a lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, travestis, *queers*, intersexuais, assexuais, pansexuais e outras possíveis identidades. Optamos pela inclusão de pansexuais buscando visibilizar esta identidade por vezes ocultada sob o entendimento de que estaria representada no guarda-chuva bissexual (EISNER, 2021). Adicionalmente, mantemos a categoria *queer* que, apesar de não ser expressiva em contexto nacional e não configurar-se como uma identidade, tem se mostrado relevante em alguns contextos, sobretudo digitais, com seu uso crescente para denotar diferentes identificações, corpos e práticas dissidentes.

¹⁷ Alguns destes coletivo, como o BIL e o Maria Quitéria não são formados exclusivamente por bissexuais, incluindo mulheres bissexuais e lésbicas, mas têm atuação importante no ativismo bissexual brasileiro.

para os coletivos, já que ampliam a mobilização e a organização de grupos. De forma semelhante aos coletivos, as redes sociais seriam propostas fundadas em laços de confiança, solidariedade e horizontalidade (MAIA, 2013) e por isso se associam facilmente aos ideais coletivistas. Nessa direção, Maria da Glória Gohn (2017) argumenta que a internet e a popularização dos aparelhos móveis possuem grande potencial de mobilização e suscitam formas de sociabilidade distintas das estruturas institucionalizadas. Por criarem narrativas a respeito dos conflitos e aumentarem seu acesso por meio das mídias digitais, os coletivos têm grande poder de formação da opinião pública. Nas palavras da autora, “as redes sociais virtuais, digitais, são a forma mais básica de constituição e atuação da maioria dos coletivos” (GOHN, 2017, p. 25).

Além disso, destacamos que o ativismo bissexual digital ao qual nos referimos tende a ser composto majoritariamente por jovens, apontados como o grupo que compõe cada vez mais práticas onde há menor diferenciação entre a pessoa ou a organização ativista e o público com o qual este ativismo se preocupa. Juntamente com a horizontalidade, esta é uma característica de organizações que possuem maior “plasticidade das iniciativas ativistas” conforme apontam Regina Facchini, Íris do Carmo e Stephanie Lima (2020, p. 10). Com base na contextualização das autoras, isso se dá pois a experiência é tomada como motor das mobilizações sendo comum que muitas pessoas compartilhem de determinadas vivências e, portanto, colocam-se enquanto agentes. Desse modo, com a simples possibilidade de encontro e diálogo entre pares sobre as questões que atravessam a bissexualidade constrói-se um campo de sociabilidades que é também arena política. O GAEBI, que mencionamos na introdução, por exemplo, atualmente reúne no meio digital pessoas que estudam e discutem sobre a bissexualidade academicamente, mas também compreende o âmbito das experiências pessoais, caracterizando-se como um espaço de acolhimento e sociabilidade.

Outro exemplo é o coletivo B, fundado em 2010 na cidade de São Paulo como uma iniciativa para articular redes de bissexuais para compartilhar informações sobre bissexualidade, principalmente através de um *blog* homônimo ao coletivo. Desde sua criação, portanto, o digital se mostrou central para o ativismo e a articulação das ações do coletivo. Alguns anos após sua formação, foi criado um grupo no Facebook que, durante a pesquisa de campo de Helena Monaco realizada em 2019, contava com mais de 4 mil membros e agia como um local importante para a formação política de bissexuais. Nos ambientes digitais desse coletivo é possível perceber uma ampliação das mobilizações proporcionada pelas tecnologias, em conformidade com as análises de Gohn (2017). Durante o período da pesquisa o grupo do Facebook era composto por milhares de bissexuais de todo o Brasil, integrantes ou não do coletivo B, que conversavam entre si, compartilhavam relatos de experiências, dúvidas e inquietações, além de construir narrativas e pautas de mobilização. Tratava-se de um grupo fechado de acordo com a classificação do Facebook, o que significa que novos membros precisavam de aprovação da moderação para entrar, publicar, visualizar e interagir com publicações. Para solicitar a entrada era necessário responder a algumas perguntas que tinham o objetivo de avaliar o perfil e as intenções da

pessoa¹⁸ com a finalidade de criar uma comunidade segura para pessoas bissexuais (MONACO, 2020b).

Em meio a isso, uma das principais demandas dos movimentos bissexuais na atualidade, de maneira geral, diz respeito à visibilidade bissexual. Tal fato decorre da invisibilidade da bissexualidade em diferentes espaços, sejam eles considerados heterossexuais como a grande mídia tradicional, ou identificados como espaços de ativismo LGBTQIAP+, de lazer e sociabilidade, como bares e festas frequentadas por este público ou mídias alternativas. Tal cenário vem sendo identificado por ativistas e teóricas da bissexualidade já há algumas décadas e os motivos encontrados podem ser divididos em dois grandes grupos: apagamento e dificuldades de representação.

A ideia de apagamento da bissexualidade sugere que sua invisibilidade não é acidental, mas fabricada, e que responde a interesses específicos nesse apagamento como o interesse na estabilização das categorias de orientação sexual exclusivas, na manutenção do sexo como uma forma dominante de diferenciação e na proteção das normas de monogamia. Esses interesses, de acordo com Kenji Yoshino (2000), são o que leva heterossexuais e homossexuais a firmarem um contrato epistêmico de apagamento bissexual que se materializa principalmente em três formas: apagamento de classe, apagamento individual e deslegitimação.

Já a dificuldade de representação pode ser entendida como um resultado deste contrato epistêmico de apagamento bissexual que produz uma lógica monossexista em todos os espaços, de modo que a bissexualidade se torna inimaginável e ininteligível. Assim, ao romper com a monossexualidade¹⁹, a bissexualidade se coloca em uma posição particularmente precária no imaginário contemporâneo sobre sexualidade, que se reflete em práticas e condições materiais de existência de pessoas bi. Um desses efeitos é a quase inexistência de espaços identificados como especificamente bissexuais, já que pela ótica hierarquizante de sexualidades, todos os espaços, a princípio, são considerados heterossexuais. Entretanto, quando um espaço não é visto como heterossexual, ele é considerado uma exceção à norma e é imediatamente imaginado e identificado como um espaço homossexual; ou seja, o escape à norma heterossexual tende a ser imaginado como homossexual e não como bissexual ou assexual. Em decorrência da invisibilidade, a bissexualidade se torna não apenas um não-lugar do ponto de vista da classificação das sexualidades, mas uma sexualidade *sem* lugar no sentido literal do termo: sem espaços passíveis de serem construídos e povoados como bissexuais.

Nesse sentido, as mídias digitais, e particularmente as chamadas redes sociais, se apresentam como possibilidades de criação de espaços de sociabilidade bissexuais que independem da territorialidade dominada pela lógica monossexual. O digital apresenta a oportunidade de criação de uma multiplicidade de representações da bissexualidade, não apenas centrada em estereótipos ou na sua negação. Conforme argumenta Shiri Eisner

¹⁸ As perguntas diziam respeito à atração sexual, alinhamento político e intenções relacionadas à entrada no grupo, isto é, a pessoa solicitante precisava confirmar ciência de que não se tratava de um grupo para encontrar parceiras para relações sexuais a três (MONACO, 2020a; 2020b).

¹⁹ Monossexualidade configura-se como uma categoria que nomeia as sexualidades que possuem orientação afetiva e/ou sexual voltada para um gênero, como a heterossexualidade e a homossexualidade.

(2021), a simples negação cria uma imagem espelhada da bissexualidade estereotipada, ou seja, uma bissexualidade assimilável, que muitas vezes não é possível (ou desejável) alcançar. Assim, o digital se mostra potente pela possibilidade de criação de diferentes referências bissexuais a partir das próprias epistemologias bissexuais. Logo, a tendência é que haja múltiplas representações da bissexualidade, que por apresentar-se como fluída em si mesma, não é passível de representação em uma única imagem.

Em ambientes digitais bissexuais aos quais tivemos acesso, relatos de “descoberta”, entendimento ou “saída do armário” sobre a própria bissexualidade se fazem presentes na maioria das vezes, seja qual for o veículo. Tais narrativas são uma forma potente de criação de uma comunidade pelo compartilhamento de experiências. A necessidade de narrar a bissexualidade como processo de descoberta mostra que ela – a bissexualidade – não aparece de antemão como algo dado na vida das pessoas que se identificam dessa forma; mas que, ao contrário, é vital construir a subjetividade bissexual como rompimento das estruturas e expectativas monossexistas que circundam o imaginário da sexualidade contemporaneamente. E é no contar-se bi para um público, ou audiência, para usar as palavras de boyd (2008) – audiência esta que também se coloca como bissexual – que essas experiências tomam a forma de experiências partilhadas. Em outras palavras, contar-se bi em contextos bissexuais é ao mesmo tempo criar e encontrar um espaço genuinamente bissexual, onde o acolhimento da bissexualidade torna-se possível. Nesse sentido, o digital é um lugar de novas formas de atuação política, que se pautam na produção e divulgação de informações.

Isso é possível porque, nas mídias digitais, a criação de visibilidade e representações se dá por parte de sujeitos bissexuais mais facilmente em diálogo com seus pares, sem a dependência de estruturas monossexuais previamente dadas²⁰. São tecidas bolhas de convívio e difusão de informação sobre bissexualidade, pois não se trata de ocupar espaços previamente existentes e que excluía bissexuais, mas de criar novos espaços habitáveis por esses sujeitos. Assim, as mídias digitais permitem criar e tentar controlar narrativas sobre a bissexualidade, invisibilizada em outros meios, se apresentando como uma ferramenta importante de combate às opressões. O digital vem sendo produzido como espaço de sociabilidade e mobilização política bissexual, tendência que, conforme mencionado anteriormente, se acentuou com o advento da pandemia de Covid-19 com a ampliação dos espaços digitais de organização e ativismo bissexual.

Por esses motivos, argumentamos que os usos das mídias digitais por ativistas bissexuais podem ser caracterizados como ativismo digital ou como ciberativismo, ou seja, como formas de ação política no ciberespaço (JUNGBLUT, 2015), e a partir das mídias digitais, embora ocorra de maneira diferente do que se costuma entender como ação política em contextos analógicos. Nesse sentido, o digital não aparece apenas como uma forma de otimizar, automatizar ou potencializar ações políticas que podem ser caracterizadas como

²⁰ Não queremos dizer, com isso, que o monossexismo não está presente no digital, seja nas plataformas, algoritmos ou nas violências bifóbicas. Queremos dizer que o espaço físico é territorializado de forma monossexista pois todos os espaços são divididos entre hétero e homossexuais, ao passo que no digital é possível criar espaços novos, como grupos, perfis ou podcasts, por exemplo, que não foram previamente demarcados como hétero ou homossexuais e, assim, podem ser povoados como espaços bissexuais.

mais tradicionais ou analógicas. Ele é um fator de transformação do fazer político que vem se mostrando crucial para o ativismo bissexual brasileiro.

A partir dessas observações, pode-se pensar em um ativismo cotidiano no digital não como “grandes” atos políticos organizados por movimentos sociais estabelecidos, mas como uma dinâmica de circulação de saberes e criação de um *ethos* do grupo. Nesses espaços o que se percebe é uma criação de um *nós* bissexual por meio de memes, fotos, cores e símbolos, que possibilitam visualizar bissexuais como sujeitos. Nesse sentido, ressaltamos a representatividade e o conforto gerado pelo entretenimento ativista nos ambientes digitais para o público monodissidente ou LGBTQIAP+ de modo mais amplo. Por meio dos tensionamentos que combinam sociabilidade e ativismo, e que também conectam ativismo e debates acadêmicos, sujeitos bissexuais historicamente alvo de violências e agressões psicológicas passam a ser legitimados e validados no acolhimento mútuo, que faz muito mais sentido no encontro entre os pares, cujo elo são experiências dolorosas que criam relações positivas e produtivas. É também este elo de experiências pessoais que conecta o âmbito pessoal ao político em um movimento que, de maneira semelhante ao bordão “o pessoal é político” que caracteriza pautas da chamada segunda onda feminista, apoia a ideia de que o digital também é político. Isso se dá na medida em que o digital e as relações e referências criadas a partir das mídias são campo de disputas, e portanto, não neutras pois são intrínsecas às lutas cotidianas, dado que reproduzem condições de (des)igualdade social, sexual e de gênero, bem como possibilidades criativas de mobilizações políticas.

Nesse sentido, é importante ressaltar que os espaços de sociabilidade bissexual digitais não são homogêneos, mas perpassados por conflitos e disputas de narrativa envolvidos tanto em posições políticas distintas quanto em marcadores sociais da diferença. Monaco (2020a) cita um conflito entre integrantes do coletivo B no grupo que culminou no rompimento de um integrante negro com o grupo, por considerar que a saúde mental, foco das ações do coletivo naquele momento, seria uma pauta branca e de classe média que, portanto, não atenderia suficientemente as necessidades e urgências de pessoas bissexuais negras e periféricas. Ademais, interlocutores trans afirmaram que, embora espaços bissexuais usualmente sejam mais abertos e acolhedores para pessoas trans do que espaços monossexuais, ainda assim há situações de transfobia, inclusive no grupo do coletivo B, já que ele é composto por uma maioria de pessoas cisgêneras. São recorrentes, portanto, situações de fetichização de corpos trans, binarismos de gênero e o uso de linguagem transfóbica ou desrespeito aos pronomes de pessoas trans não-binárias, que levam a fortes embates e discussões.

Ademais, afirmar que o digital é político, para além de atentar aos usos e intimidades das redes como comumente relacionados a pautas públicas e coletivas, implica entender as próprias dinâmicas das plataformas digitais como também estabelecidas cultural e socialmente. Nesse sentido, mais do que um campo de disputas no âmbito dos direitos de grupos sociais, o digital é campo de relações de poder e controle por parte do agenciamento das plataformas. No consumo de conteúdo nos encontramos reféns de uma identidade algorítmica (CHENEY-LIPPOLD, 2011), bem como de exigências algorítmicas sobre a produção de conteúdo nas diferentes plataformas. Em meio a isso, cabe ressaltar que o imperativo da bolha e a construção de uma identidade algorítmica, apesar de significarem uma relação de controle a partir da personalização do consumo (PARISER, 2012), podem justamente contribuir para a imersão de pessoas bissexuais em conteúdos e iniciativas

voltadas para este público, como destacamos ao longo do trabalho. No entanto, esta é uma relação que necessita de maior investigação.

Considerações finais

Dado que o digital, assim como o pessoal, é político, nossas pesquisas têm demonstrado que os processos de aceitação e reconhecimento da sexualidade – em especial no caso de sexualidades monodissidentes – se dão em um desenvolvimento permeado pelo consumo e produção de conteúdo advindo ou veiculado no que se chama genericamente de internet, mas mais marcadamente nas chamadas redes sociais e outros espaços como *blogs*, plataformas de vídeo, aplicativos de mensagens instantâneas para celular e *sites* informativos.

Levados a lidar com noções preconceituosas sobre o gênero e a sexualidade, sujeitos LGBTQIAP+, e aqui consideramos principalmente bissexuais, podem encontrar nas mídias digitais a possibilidade de ampliação de seus círculos de sociabilidade e de escuta entre pares. Isso foi visto tanto em contexto interiorano, no caso de pesquisa realizada por Klidzio (2019), quanto no caso de pessoas advindas de uma grande metrópole, na pesquisa de Monaco (2020a) com ativistas de São Paulo. A respeito de contextos interioranos e rurais, convém salientar que a busca por informações na internet é resultado da falta de debates sobre gênero e sexualidades em muitas famílias, escolas e na televisão, em especial quando se trata de identidades monodissidentes. Mas mesmo em centros urbanos, onde, em geral, supomos que haja acesso fácil a informações sobre gênero e sexualidade, a necessidade de voltar-se ao digital para falar sobre bissexualidades se faz tão presente quanto. Isso ocorre porque, mesmo em locais onde a diversidade sexual e de gênero é o tema em pauta, as monodissidências permanecem invisibilizadas.

Nesse sentido, o digital aparece como um lugar influente na adoção ou aceitação de uma identidade bissexual. Percebemos que as mídias digitais são de extrema importância para que sujeitos passem a perceber a bissexualidade como uma identidade possível, já que pouco se fala dela em outros espaços. Acreditamos que é por esse motivo que o digital mostra-se basilar no ativismo bissexual nacional, pois faz parte da nossa história individual e coletiva como bissexuais. Talvez seja por isso que iniciativas independentes como podcasts e perfis para divulgação de informações, aconteçam tão frequentemente na internet: para ajudar as novas gerações de bissexuais que procuram informações sobre si, buscando se entender e criar referências bissexuais e monodissidentes.

O digital abarca ambientes tidos como referência em narrativas bissexuais individuais e na criação de espaços entendidos como coletivos e contribui na construção de movimentos sociais, corroborando com o que há tempos tem sido apontado como uma relação híbrida de transformação da comunicação e das formas de ativismo. Assim, a bissexualidade, enquanto orientação sexual monodissidente e categoria agregadora para mobilizações políticas, se apoia fortemente nas mídias digitais na atualidade, visando a ampliação e a consolidação de seu ativismo na criação de ambientes de visibilidade e acolhimento.

Referências

- ANGELIDES, Steven. **A history of bisexuality**. Chicago: The University of Chicago Press, 2001.
- ALCÂNTARA, Livia Moreira de. Ciberativismo e movimentos sociais: mapeando discussões. **Aurora: Revista de Arte, Mídia e Política**, v. 8, n. 23, p. 73–97, 2015. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/view/22474>. Acesso em: 30 jul. 2021.
- BORDT, Rebecca L. How alternative ideas become institutions: the case of feminist collectives. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, v. 26, n. 2, p. 132-55, 1997. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0899764097262003>. Acesso em: 26 maio 2021.
- boyd, danah. Why youth heart social network sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In: BUCKINGHAM, David (Ed.). **Youth, Identity, and Digital Media**. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge: The MIT Press, 2008. 119–142. Disponível em: <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/26085/1004001.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 12 maio 2021.
- BRIGEIRO, Mauro. A emergência da assexualidade: notas sobre política sexual, ethos científico e o desinteresse pelo sexo. **Sexualidad, Salud y Sociedad: Revista Latinoamericana**, v. 14, n. 14, p. 253-283, ago. 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/sex/n14/a12n14.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2021.
- CALLIS, April S. **Playing with Butler and Foucault: Bisexuality and Queer Theory**. **Journal of Bisexuality**, v. 9, n. 3-4, p.213-233, 13 nov. 2009. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15299710903316513>. Acesso em: 12 maio 2021.
- CASTAÑEDA, Marcelo. Repertórios de ação em uma esfera pública interconectada: as campanhas da Avaaz. **Revista Antropolítica**, n. 42, p. 92-113, 1. sem. 2017. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/47087>. Acesso em: 12 maio 2021.
- CAVALCANTI, Camila Dias. **Visíveis e invisíveis: práticas e identidade bissexual**. 2007. 112 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007.
- CESARINO, Letícia. Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 62, n. 3, p. 530-557, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/2179-0892.ra.2019.165232>. Acesso em: 12 maio 2021.
- CESARINO, Letícia. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. **Internet & Sociedade**, v. 1, n. 1, p. 91-120, fev. 2020. Disponível em <https://revista.internetlab.org.br/serifcomo-vencer-uma-eleicao-sem-sair-de-casa-serif-ascensao-do-populismo-digital-no-brasil/>. Acesso em: 12 maio 2021.
- CHENEY-LIPPOLD, John. A New Algorithmic Identity. **Theory, Culture & Society**, v. 28, n. 6, p. 164–181, 2011. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0263276411424420>. Acesso em: 24 maio 2021.

DOMÍNGUEZ RUIZ, Ignacio Elpidio Domínguez. *Bifobia: Etnografía de la bisexualidad em el activismo LGTB*. Barcelona/Madrid: Editorial Egales, 2017.

EISNER, Shiri. *Bi: Notas para uma revolução bissexual*. São Paulo: Editorial Linha a linha, 2021.

FACCHINI, Regina; CARMO, Íris Nery do; LIMA, Stephanie Pereira. Movimentos feminista, negro e LGBTI no Brasil: sujeitos, teias e enquadramentos. **Educação & Sociedade**, v. 41, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/es/a/dpGVh8qs3KhmR8pbSkY7Rvx/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 24 maio 2021.

FONTANELLA, Fernando. O que é um meme na Internet? Proposta para uma problemática da memesfera. In: **III Simpósio Nacional da ABCiber - Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura**, São Paulo, 2009.

FREITAS, Eliane Tânia. Linchamentos virtuais: ensaio sobre o desentendimento humano na internet. **Revista Antropolítica**, Niterói, n. 42, p. 140-162, 1. sem. 2017. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/41893>. Acesso em: 12 maio 2021.

GOHN, Maria da Glória. **Manifestações e protestos no Brasil: correntes e contracorrentes na atualidade**. São Paulo: Cortez, 2017.

HEMMINGS, Clare. **Bisexual spaces: a geography of sexuality and gender**. New York: Routledge, 2002.

HINE, Christine; PARREIRAS, Carolina; LINS, Beatriz Accioly. A internet 3E: uma internet incorporada, corporificada e cotidiana. **Cadernos de Campo**, São Paulo, v. 29, n. 2, 2020, p. 1-42. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/181370> Acesso em: 24 maio 2021.

JUNGBLUT, Airton Luiz. Práticas ciberativistas, agência social e ciberacontecimentos. Vivência: **Revista de Antropologia**, v. 1, n. 45, p. 13-22, nov. 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/vivencia/article/view/8246>. Acesso em: 12 maio 2021.

KLIDZIO, Danieli. **“Será que realmente existe isso?”: Reflexões acerca da bissexualidade e da pansexualidade femininas**. 2019. 64 f. Monografia (Licenciatura em Ciências Sociais) Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2019.

LEÃO, Maria. **Os unicórnios no fim do arco-íris: bissexualidade feminina, identidades e política no Seminário Nacional de Lésbicas e Mulheres Bissexuais**. 2018. 119 f. Dissertação (Mestrado em Saúde Coletiva) - Programa de Pós-Graduação em Saúde Coletiva, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

LEITÃO, Débora K.; GOMES, Laura Graziela. Etnografia em ambientes digitais: perambulações, acompanhamentos e imersões. **Revista Antropolítica**, n. 42, p. 41-65, 2017. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/41884>. Acesso em: 12 maio 2021.

LEWIS, Elizabeth. **"Não é uma fase": construções identitárias em narrativas de ativistas LGBT que se identificam como bissexuais**. 2012. 267 f. Dissertação (Mestrado em Letras) - Programa de Pós-Graduação em Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

LIMA, Stephanie. “Coletivo”, “ativista” e “horizontal”: uma análise de categorias em uso no movimento social contemporâneo”. **Teoria e Cultura**, v. 13, n. 1, p. 18-34, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/TeoriaeCultura/article/view/12382>. Acesso em: 26 maio 2021.

MAIA, Gretha L. A juventude e os coletivos: como se articulam novas formas de expressão política. **Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM**, v. 8, n. 1, pp. 58-73, 2013. Disponível em <https://periodicos.ufsm.br/revistadireito/article/view/8630/pdf>. Acesso em: 26 maio 2021

MILLER, Daniel; HORST, Heather. O Digital e o Humano: prospecto para uma Antropologia Digital. **Parágrafo**, v. 2, n. 3, p. 91-111, 2015. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/334/352>. Acesso em: 12 maio 2021.

MONACO, Helena. "**A gente existe!**": **ativismo e narrativas bissexuais em um coletivo monodissidente**. 2020. 150 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020a.

MONACO, Helena Motta. Quem cala consente? Ambientes digitais e suas implicações para a pesquisa antropológica. **Cadernos de Campo** (São Paulo - 1991), v. 29, n. 2, p. 1-19, 31 dez. 2020b. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9133.v29i2pe175295>. Acesso em 2 ago. 2021.

OCHS, Robyn. Biphobia. In: OCHS, Robyn; ROWLEY, Sarah E. (eds). **Getting Bi: Voices of Bisexuals Around the World**. Massachusetts: Bisexual Resource Center, 2005, p. 201-205. Disponível em: <https://robynocho.com/biphobia/>. Acesso em: 26 maio 2021.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PEREZ, Olívia C. Relações entre coletivos com as Jornadas de Junho. **Opinião Pública**, Campinas, v. 25, n. 3, p. 577-596, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/op/v25n3/1807-0191-op-25-3-0577.pdf>. Acesso em: 26 maio 2021.

PEREZ, Olívia C.; SILVA FILHO, Alberto L. A. Coletivos: um balanço da literatura sobre as novas formas de mobilização da sociedade civil. **Latitude**, v. 11, n. 1, p. 255-94, 2017. Disponível em: http://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/2812/pdf_1S. Acesso em: 26 maio 2021.

PINK, Sarah et al. **Etnografía digital: principios y práctica**. Madrid, Ediciones Morata, 2019.

RAMOS, Jair de Souza. Subjetivação e poder no ciberespaço: da experimentação à convergência identitária na era das redes sociais. **Vivência: Revista de Antropologia**, v. 1, n. 45, p. 57-76, nov. 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/vivencia/article/view/8251>. Acesso em: 12 maio 2021.

RAMOS, Jair de Souza; FREITAS, Eliane Tânia. Etnografia digital. **Revista Antropolítica**, Niterói, n. 42, p. 9-15, 1. sem. 2017. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/41882>. Acesso em: 12 maio 2021.

SIQUEIRA, Monalisa Dias de; KLIDZIO, Danieli. Bissexualidade e pansexualidade: identidades monodissidentes no contexto interiorano do Rio Grande do Sul. **Debates Insubmissos**, p. 186-217, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/debatesinsubmissos/article/view/246520> Acesso em: 30 jul. 2021.

VAN ALPHEN, Elise. Erasing Bisexual Identity: The Visibility and Invisibility of Bisexuality as a Sexual Identity in the Dutch Homosexual Movement, 1946-1972. **Journal of Homosexuality**, v. 64, n. 2, p. 273-288, abr. 2016. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00918369.2016.1179032>. Acesso em: 12 maio 2021.

YOSHINO, Kenji. *The Epistemic Contract of Bisexual Erasure*. **Yale Law School Legal Scholarship Repository**, New Haven, v. 1, n. 1, p. 353-461, 2000. Disponível em: https://digitalcommons.law.yale.edu/fss_papers/4384/. Acesso em: 12 maio 2021.

Helena Monaco¹; Danieli Klidzio² - ¹Doutoranda e mestra em Antropologia Social - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); ²Mestranda e licenciada em Ciências Sociais - Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

Modulações algorítmicas em plataformas digitais e o colonialismo de dados: reflexões para a construção de uma agência descolonial.

■ Monique Navarro Souza; Luis Artur Costa

Resumo

Os sistemas algorítmicos modulam as subjetividades no contemporâneo, através do uso de diferentes instrumentos e técnicas que reificam a noção de um humano colonial e reiteram uma lógica antropocêntrica. Como podemos resistir nas (e com as) plataformas digitais? As xenofeministas acreditam na ação de redesenhar as funcionalidades das materialidades tecnológicas, e produzir alianças com aquilo que nos é estranho, com forças alienígenas, externas e inumanas. Faz-se fundamental a experimentação da descolonização das epistemologias, dos saberes psis, dos imaginários sociotécnicos e de ações coletivas nos espaços digitais. Assim, o presente artigo tem como objetivo apostar na (re)apropriação da técnica e da imaginação, além de uma outra (xeno)cosmopercepção para apreender as dinâmicas micromateriais envolvidas nas modulações algorítmicas, a fim de ficcionarmos coletivamente agências descoloniais, que não reproduzam hierarquias violentas e opressoras, e que possam nos oferecerem novas possibilidades de mundos, em um contexto tecno(necro)biopolítico.

Palavras-chave

cosmopercepção, imaginários sociotécnicos, xenofeminismo

Abstract

Algorithmic systems modulate subjectivities in the contemporary, through the use of different instruments and techniques that reify the notion of a colonial human and reiterate an anthropocentric logic. How can we resist on (and with) digital platforms? Xenofeminists believe in the action of redesigning the functionalities of technological

materialities, and producing alliances with what is foreign to us, with alien, external and inhuman forces. It is essential to experiment with the decolonization of epistemologies, psi knowledge, socio-technical imaginaries and collective actions in digital spaces. Thus, this article aims to bet on the (re)appropriation of technique and imagination, in addition to another cosmoperception to apprehend the micromaterial dynamics involved in algorithmic modulations, in order to collectively fictionalize decolonial agencies, which do not reproduce violent and oppressive hierarchies, and that can offer us new possibilities of worlds, in a techno(necro)biopolitical context.

Keywords

cosmoperception, socio-technical imagery, xenofeminism

Introdução: por uma ética hacker em tempos de capitalismo de vigilância.

Donna Haraway (2009), em o “Manifesto Ciborgue”, propõe a figura do ciborgue como uma metáfora do modo pelo qual somos constituídos e estabelecemos as relações com os outros, que se dá pela confusão das fronteiras e pela responsabilidade em sua construção. Esta imagem problematiza a racionalidade ocidental, e nos apresenta modos de vida a partir de um conhecimento construído semioticamente e materialmente em redes, além de nos auxiliar a questionar pressupostos essencialistas sobre o corpo e outras categorias fixas modernas.

Tal figura evidencia que a neutralidade tecnológica e a científica não existem, e que estas carregam consigo os valores, interesses e funcionalidades específicas desde sua emergência. Por conseguinte, não seria diferente com as forças desejanças que operam também nas camadas virtuais da realidade social. As tecnopolíticas¹ que atuam nas plataformas digitais nos subjetivam e objetivam sem cessar, a partir da racionalidade algorítmica e seus vieses, que são historicamente constituídos por uma hegemonia de parâmetros coloniais, e como um de seus efeitos, tendem a fortalecer desigualdades, interesses privados, valores neoliberais e assimetrias opressoras de diferenças.

1 Um território de disputa entre múltiplas camadas de forças e atores. Tanto o desenvolvimento de novas formas de vigilância e controle quanto a experimentação de resistências e subversões que dialogam com elas formam aquilo que chamamos de “tecnopolíticas” (BRUNO, CARDOSO, KANASHIRO, GUILHON, MELGAÇO, p.7, 2018).

Conforme Shoshana Zuboff (2019) é também através das dinâmicas das plataformas digitais que as máquinas agenciam e nos modulam, a partir da apropriação de nossos dados para a produção de desejos diversos, alinhados a interesse de corporações que imperam nos meios digitais. Tais agenciamentos e interesses, conforme Mark Fisher (2016), ampliam a produção desejante de um futuro com os modos de sociabilidade e territorialidades desintegradas. Esse movimento de captura, nos dias de hoje está diretamente subordinado ao capitalismo de vigilância², junto de outras camadas de fluxos que vão se sobrepondo e sob as quais nos disponibilizam pouco conhecimento de seu funcionamento.

No contexto brasileiro, muitas questões relacionadas à utilização de tecnologias de vigilância, como por exemplo, o reconhecimento facial³ para segurança pública, a invisibilização de certos discursos nas plataformas digitais, assim como a epistemologia que opera em conjunção com certas ferramentas nos ambientes digitais se apresentam como “medidas de segurança” que expressam o racismo algorítmico⁴; outro efeito dessa trama digital são os algoritmos de predição de comportamentos, que através de nossos rastros digitais e reconhecimento das emoções, prometem produzir verdades sobre como nos sentimos por meio de expressões faciais, comportamentos, traços de personalidades oriundos, por exemplo, de likes no Facebook⁵ e interações em outras plataformas. Problemáticas como essas nos convidam a refletir em como manejar os conflitos sob nossos dados em permanente coletividade, com a devida proteção, e também uma produção desejante de sujeitos/agentes que resistam, de diferentes maneiras, aos processos de subjetivação neoliberais, que ameaçam diluir os pilares de sociedades ditas

2 “Nova lógica de acumulação, profundamente intencional” (...) “capitalismo de informação que procura prever e modificar o comportamento humano como meio de produzir receitas e controle de mercado” (ZUBOFF, p. 18, 2018).

3 90,5% dos presos por reconhecimento facial no Brasil são negros. A Rede de Observatórios da Segurança lançou dados sobre as prisões baseadas em reconhecimento facial, Bahia lidera o número de abordagens e prisões. SILVA, Tarcízio. Linha do Tempo do Racismo Algorítmico. Blog do Tarcízio Silva, 2020. Disponível em: <<http://https://tarciziosilva.com.br/blog/posts/racismo-algoritmico-linha-do-tempo>>. Acesso em: 22 de mai. 2021.

4 No texto, será abordado como uma das “ferramentas” a psicometria, dentre outras. Tais instrumentos, quando aplicadas a partir de discursos de ciências psis, tendem a reforçar assimetrias sociais já postas com reduções e determinismos acerca do comportamento humano.

5 Facebook emerge de interesses misóginos de comparação entre as alunas de uma universidade estadunidense. É uma plataforma majoritariamente composta por homens brancos e cisheteronormativos.

democráticas e intensificar o cancelamento de futuros em uma datatificação⁶ (VAN DIJCK, 2014) integral da vida.

Nessa sequência, nos questionamos: como podemos criar sentidos em que, a partir de perspectivas que nos aproximem da produção anticolonial de códigos abertos e de alianças, possam reverberar agências que afirmem a diferença não colonial. Como intervir nas plataformas digitais a partir de sentidos mais permeáveis para aqueles que, para além de seus perfis de usuários de aplicativos, também estão a construir as mesmas, de modo ativo, implicado e responsável em sua criação? Ampliar as possibilidades de compreensões é também uma luta que se refere à produção de uma ética hacker, anticolonial e relacional de mundos.

Com a contribuição das pensadoras aqui citadas, acredita-se que para essa ação é necessário pensar a noção de humano a partir de uma abolição das bases eurocêntricas, em conjunto com as outras agências alienígenas e complexas, pois, pensar as epistemologias a partir de novos possíveis pode nos servir como potentes estratégias frente à ampliação do colonialismo de dados e à dissolução de direitos, assim como dos espaços públicos.

Desse modo, tensionar tais lógicas e produzir novos trajetos tecnopolíticos é fundamental para vir a fertilizar novas conexões ao desenvolver outros processos cognitivos inventivos, que sejam capazes de possibilitar múltiplas decomposições, composições e recomposições. Fazer alianças com outras espécies, com aquelas e aqueles que estão para além do enquadramento humano colonial, com as tecnologias, com aquilo que nos é estranho, ressignificar a realidade com outras cosmopercepções⁷ emergem

6 O termo/ferramenta Big Data, de acordo com Van Dijck (2014), surge no final do séc. XX para se referir à quantidade cada vez mais crescente e não estruturada de dados, gerados a cada segundo. Nos dias de hoje, diz respeito à capacidade de armazenamento e de processamento de um número imensurável de informações distintas entre si, e é utilizado pelo marketing para analisar cada perfil e direcionar/produzir as preferências dos usuários. Assim, a “datatificação” para Van Dijck (2014), emerge como uma estratégia promissora para a administração pública e seu controle, que passam a predizer comportamentos com o objetivo central de gerar lucros. Porém deve-se tomar cuidado com os absolutismos numéricos, que desconhecem as histórias e narrativas envolvidas nesses processos.

7 Oyèronke Oyewùmí (2017, p.39) ao debruçar-se sobre as discussões de gênero na sociedade Yorubá, coloca em discussão os sentidos e percepções do corpo no processo de compreensão do mundo, questionando, portanto, o conceito de “cosmovisão” do Ocidente que privilegia o a dimensão da visão, e apresenta o conceito cosmopercepção ou cosmosensação marcando as culturas que privilegiam outros sentidos ou uma combinação deles. Assim, cosmopercepção ou cosmosensação constitui-se como uma alternativa com maior abertura para descrever a concepção de mundo por parte de diferentes grupos culturais.

como estratégias de rupturas, disposições e enfrentamentos em tempos de tecno(necro)biopoder⁸, capitalismo de vigilância, capitalismo cognitivo, etc., assim como apropriar-se de discursos e de novos rearranjos com as tecnologias enquanto potências políticas, de lutas e de produções/destruições permanentes de realidades.

A digitalização da plataforma moderno-colonial.

A epistemologia dessa imensa dataficação, de acordo com Paola Ricaurte (2019) é uma evolução do paradigma positivista que se baseia em três suposições: 1) que os dados refletem a realidade; 2) a análise desses dados pode gerar um conhecimento valioso e preciso e 3) análise dos dados aperfeiçoa as decisões sobre o mundo. Isto é, são operações produtoras de realidades e de verdades “objetivas”. De acordo com a autora, essas operações amplificam as formas históricas de colonização por meio de um complexo arranjo de práticas, materialidades, territórios, corpos e subjetividades. Desse modo, essas epistemologias devem ser entendidas como expressão da colonialidade do poder (QUIJANO, 2010) que acontece através da violenta imposição de modos de existência, que por sua vez dispensam a pluriversidade de mundos e percepções alternativas, para afirmar a visão antropocêntrica que intensifica um horizonte planetário em desproporção.

Quando das invasões dos continentes Americano e Africano durante os séculos XV e XVI vimos a formação de uma política narrativa de mundo que afirmou uma desterritorialização das singularidades e sua reinscrição em uma plataforma numérica que formalizou e homogeneizou os acontecimentos no mundo em representações matemático-financeiras passíveis de replicação, generalização, comparação-tradução, hierarquização, objetificação, etc.. Temos, assim, por meio do mercantilismo-capitalismo e da filosofia

8 O conceito de biopoder, desenvolvido por Michel Foucault (2008) caracteriza a passagem do poder soberano sobre o fazer morrer dos corpos, para administração do fazer viver das populações. No entanto, quando pensamos o contexto brasileiro, o conceito de Necropoder, ou ainda Necropolítica, desenvolvidos por Achille Mbembe (2011), adotam diferentes tipos de crueldade. Não se trata apenas de administrar a vida, mas também a morte (ou ainda, a própria morte já está embutida na proteção das vidas, pois afinal, quais vidas? Isso é dizer que a violência é intrínseca aos aparatos proteção social monárquico e/ou estatais, e que existe um interesse implícito sobre quais vidas merecem ser vividas nas ações dessas instituições históricas). E essa lógica acontece em lugares onde se tem licença para matar e deixar morrer, lugares subalternizados com uma densidade negra e/ou nativos (favelas, quilombos, territórios indígenas, comunidades periféricas). Esses conceitos se referem a política da morte adaptada pelo Estado, onde ela é a regra e é atualmente sustentada no Ocidente pelo sistema capitalista. Desse modo, ao pensar o biopoder, acrescentamos o “necro”, como tecno(necro)biopoder, para assim nos referirmos a trama colonial da morte, constituintes também desses sistemas de relações tecnopolíticos no contemporâneo.

moderno-iluminista a emergência desta plataforma global epistêmica, política, econômica denominada muitas vezes como modernidade colonial.

No âmbito da mercantilização de tudo e todos em cifras pelo comutador universal do capital (DELEUZE; GUATTARI, 2010), vimos a extração e sequestro de pessoas, fauna, flora e minérios dos continentes invadidos e sua inscrição em um mercado atlântico que as/ os objetificava. Um processo de desterritorialização dos corpos-singularidades e reterritorialização destes em cifras, por meio de transações comerciais que promoveram a escravização-genocídio de populações africanas e indígenas, a escavação de minas que fizeram sumir montanhas, a instauração de monoculturas que devastaram espécimes locais e os substituíram por uma paisagem monocórdica na qual foram desenvolvidos processos de exploração massivos segundo o modelo das plantations (MBEMBE, 2014).

No âmbito da filosofia moderno-iluminista, acontece a construção de uma plataforma epistêmica geométrico-matemática de formalização do mundo em uma tentativa de extrair das singularidades as suas generalidades-universalidades a partir do imperativo maximizar as práticas de previsão e controle, desde uma perspectiva do conhecimento como forma de governo e dominação: saber é poder (DESCARTES, 1999; BACON, 1999). Neste contexto o iluminismo (MBEMBE, 2014) irá construir sua narrativa de uma humanidade pretensamente comum a todos, mas inscrita em uma eurocentralidade a partir da qual todas as demais populações eram medidas e julgadas: a humanidade iluminista, assim, erige um ponto comum que serve não para a promoção de igualdade, mas sim para a instauração de hierarquias desiguais desde uma perspectiva racista, misógina, cisheteronormativa, capacitista, entre outras.

A constituição desta plataforma moderno-colonial global baseada na formalização numérica do mundo é constituída, assim, da articulação sinérgica entre as práticas capitalísticas de mercantilização-fetichização em cifras e as práticas moderno-iluministas de matematizar e classificar para estabelecer hierarquias e práticas de governo-domínio. Tais práticas formalizadoras se fazem presentes tanto nas estratégias do biopoder disciplinares⁹ (FOUCAULT, 2008b), biopolíticas¹⁰ (FOUCAULT, 2008), e de Controle¹¹

9 As estratégias disciplinares dependem da formalização moderno-colonial para homogeneizar acontecimentos em objetos gerais, pretensamente universais, que servem de tipologia classificatória para suas máquinas anatomopolíticas de conformação dos espaços, corpos, gestos, tempos.

10 As estratégias biopolíticas são intimamente dependentes da possibilidade de formalização numérica, posto que a própria emergência do objeto populacional decorre da tradução numérica dos eventos do mundo e seu tratamento estatístico em um campo de probabilidades.

11 As estratégias de Controle são uma derivação das tecnologias biopolíticas e sua operação modulatória flexível a céu aberto, prescindindo das instituições disciplinares e suas lógicas centrípetas-totais focadas em modelos, padrões e na obediência a tais delimitações por meio de exercícios e coações. Há no Controle

(DELEUZE, 1992) quanto na modulação destes pela lógica do necropoder e pelas tecnologias necropolíticas. A emergência de estratégias de governo biopolíticas e necropolíticas (MBEMBE, 2011) são nítidos exemplos das tramas alterocidas¹² e objetificantes (MBEMBE, 2014) instauradas por tal plataforma moderno-colonial e suas políticas de narrar ao mundo.

E é a partir da variação de tal plataforma mercantil-matemática do capitalismo e sua filosofia moderno-iluminista que se dá a emergência, no século XXI, das plataformas digitais e sua formalização de tudo e todos em uma linguagem numérica computacional feita de zeros e uns. Trata-se de um incremento vertiginoso da capacidade de formalização numérica do mundo em dados passíveis de uma compreensão voltada para o incremento da previsão, do controle, do lucro e da reiteração das práticas de hierarquização e subalternização vigentes desde os primeiros movimentos de formação desta plataforma moderno-colonial. Se antes se fazia necessário um laborioso e complexo processo de registro dos eventos do mundo e sua tradução-formalização numérica para ser capaz de produzir ferramentas de previsão e controle, com a digitalização das relações, praticamente todo e qualquer gesto se dá já em um meio numérico passível de cálculo probabilístico.

Com a cultura de rede que surgiu junto com a web, Tarcízio Silva (2020) nos diz surgiram interpretações inocentes e cínicas que convergiram publicamente a acreditar ou defender que a abundância na geração de dados e a capacidade computacional para analisá-los levariam ao fortalecimento da produção democrática de conhecimento sobre as questões públicas. Segundo o autor, ocorreu o contrário: um aprofundamento do abismo entre “cidadãos comuns” e empresas que concentram exponencialmente não só as informações e sua capacidade de interpretação analítica, mas também a aplicação de

especial atenção ao campo do desejo, do consumo, do marketing: implicar ativamente o sujeito e seu desejo nos processos de governamentalidade se torna uma ferramenta ainda mais relevante na produção dos dados e condução das condutas. A possibilidade da formalização do desejo, da cognição, das emoções, etc. se faz, aqui, um elemento de grande relevância para compreendermos a emergência das plataformas digitais como partes integrantes da plataforma moderno-colonial e suas operações de formalização massivas.

12 As dinâmicas alterocidas emergem com a plataforma moderno-colonial e sua instauração de um ponto de referência tornado indevidamente universal e absoluto, a partir do qual toda alteridade, toda diferença é sentida e inteligibilizada enquanto ameaça, inimizada, possibilidade de morte e, fortemente, objeto passível de exploração. Tais dinâmicas são uma parte relevante das operações das tecnologias de governo moduladas desde a lógica do necropoder, em especial, evidentemente, da necropolítica. Deste modo, a relação das estratégias de governo com a formalização moderno-colonial anteriormente explicitada, faz-se ainda mais relevante quando falamos da necropolítica e sua modulação de uma produção da morte biológica, social, simbólica, etc.

conhecimento operacionalizado na concentração de capitais e o esfacelamento das instituições públicas.

Isto é, a emergência de tal trama digital se deu em acordo com as lógicas da plataforma moderno-colonial e sua lógica da cisão hierárquica entre experts e leigos, assim como em seu imperativo de que saber é poder na luta pelo domínio, exploração e objetificação crescente das vidas em uma dinâmica tanto biopolítica quanto necropolítica de maximização da capacidade de previsão-controle e dos lucros. A reiteração desta lógica que divide-hierarquiza o mundo entre especialistas-agentes-proprietários e aqueles que são por estes objetificados em tabelas, cifras, números, dentre outros, nos leva, hoje, a uma estrutura mais ampla da chamada digitalização, caracterizada por plataformas, pela inteligência artificial, infraestruturas e serviços em nuvem amplamente opacos.

Para Shoshana Zuboff (2019), os designs, a arquitetura e as intervenções das plataformas digitais comandadas pelos grandes capitalistas atuam a partir de uma lógica positivista de controle e previsão probabilísticos ao modo daquela presente, por exemplo, na análise comportamental do behaviorismo radical. Podemos reforçar que, como veremos na sessão seguinte do artigo, mais do que encontrar articulação com uma escola específica da psicologia, tais plataformas digitais e seus algoritmos do capitalismo de vigilância dialogam com uma certa episteme-política própria da modernidade colonial e suas práticas de subalternização, objetificação, exploração, a partir de hierarquias constituídas por, entre outros fatores, alienações de acesso aos meios de produção e às modulações das redes científicas e sociotécnicas, instaurando uma pretensa autoridade e legitimidade da centralidade ocupada por proprietários e especialistas em tais plataformas.

Em seu artigo “Big Other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização da informação” (ZUBOFF, 2018), a autora analisa precisamente como o uso do big data por corporações instituem uma nova lógica de acumulação de capital. Nessa dinâmica, o valor está na extração e mercantilização dos dados¹³ para empresas privadas e/ou governamentais. Essa acumulação intencional e com importantes consequências que a autora chama de Capitalismo de Vigilância, é uma arquitetura que faz com que o estilo de vida moderna seja totalmente dependente desta, que modifica completamente as relações humanas, e do mesmo modo, a produção desejante na (re)produção do social. Shoshana Zuboff (2018) nos diz que “o big data é o componente fundamental dessa lógica

13 Dados são cliques, acessos, tempos de tela, gostos, dentre outros rastros de interações digitais.

de acumulação, em que o papel fundamental dessa ferramenta é prever e modificar o comportamento humano, com o objetivo de produzir receitas preditivas e controle de mercado” (2018, p.18).

A autora aponta que grandes empresas, como Google, Facebook, Amazon, Microsoft capitalizam os dados de modo obscuro e ubíquo, e que por muitas vezes, essas corporações saem ilesas dessas práticas e/ou com muitas ínfimas comparadas aos seus lucros. O posicionamento ético diante das devidas regulamentações¹⁴ dessa datatificação sem precedência no Brasil deve estar atento a essas precariedades de aprofundamento reflexivo das dimensões implicadas nesses processos. No entanto, por essas discussões serem incipientes e em processo, grandes empresas atuam entre as fronteiras nebulosas dos direitos digitais com facilidade. Assim, com a emergência das plataformas digitais e seu governo pelos algoritmos, acontece a constituição de uma nova camada na plataforma colonial capitalístico-iluminista em suas operações de formalização numérica para maximizar seu ímpeto de previsão, controle e lucro por meio da exploração-objetificação daquelas/es que são os subalternizados nessa lógica.

A psicologia como ferramenta do colonialismo de dados:

A crescente complexificação das tecnologias de governo da plataforma moderno-colonial fez com que, desde o final do século XIX e início do XX, diferentes ferramentas fossem testadas e introduzidas para afirmar ou criticar a dita existência de uma “engenharia da alma”¹⁵. A comunicação, a propaganda e os saberes psis, sobretudo, tiveram papéis fundamentais na constituição de conhecimentos sobre como tornar os humanos governáveis e influenciáveis. Michel Foucault (1972) e Nikolas Rose (2011) mostram como esses saberes foram decisivos na produção de técnicas de influência e modificação de comportamentos, assim como o modo pelo qual fomos aprendendo a nos perceber em relação aos ditos “anormais” no Ocidente.

14 A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) Nº13.709, que tem passado por revisões, “dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.” site: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709compilado.htm acesso em: 28/11/2020.

15 É um termo usado ao longo da história, principalmente nas ciências psis, e que emerge em diferentes contextos aplicados a diversas abordagens. Essa “engenharia da alma” diz respeito a um modo de produzir conhecimento e comportamento associados às diferentes áreas junto da comunicação e de tecnologias. Nikolas Rose (2011) aborda essas problemáticas e vai mostrando como essa administração das subjetividades se torna uma tarefa central das organizações modernas.

A psicologia possui uma gama de teorias, metodologias e abordagens que não se comunicam, e que por vezes entram em embates pela capacidade de “legislar” sobre a subjetividade humana. O aspecto plural dessa área, desde seus primórdios, traz consigo a interdisciplinaridade como uma forma de produção dos saberes e das técnicas. Ressalta-se que na maioria das suas escolas efetua uma forma de pensar e intervir individualizante: frequências ou probabilidades de comportamentos, crenças, atitudes emocionais perante algo, experiências de bem-estar, capacidades de adaptação resiliente, estratégias de gestão do stress, etc., servindo, muitas vezes, à psicologização de diferentes especialidades do saber e seus dispositivos sociotécnicos. Nessas associações da psicologia com outras áreas do conhecimento e do governo, ela se constitui enquanto uma área ampla e diversa em ferramentas, pois ela cria as condições, através de vocabulários para a descrição do mundo e produção de técnicas de inscrever subjetividades em um campo formalizado, e muitas vezes, como o registro numérico em gráficos, tabelas, questionários, escalas, testes, dentre outras diferentes modalidades de produzir o “subjetivo” no “objetivo”. Por esse caráter diversificado, no decorrer da história esses saberes se associaram a diferentes regimes, instituições e setores.

Nesses termos, esse ramo se apresenta também como um saber experimental, pois traz a tonalidade de experimentos de produção de conhecimento e de regimes de “verdades psicológicas” sobre as pessoas. Seja em forma de testes, de levantamentos estatísticos e/ou de experimentos controlados, a psicologia cria diversos tipos de linguagens para “entender” (e produzir) os sujeitos por meio de formalizações matemáticas as quais facilitam os processos de generalização e replicação das tecnologias de governo. Essas produções de técnicas de subjetivação foram importantes para os modelos de conduzir as condutas, de influenciar e de modificar comportamentos no contexto da modernidade-colonialidade, especialmente em suas modulações disciplinares e biopolíticas, que serviram para justificar inúmeras práticas necropolíticas por meio de dispositivos produtores de infâmia alterocida.

Uma das linhas constitutivas da história pregressa da psicometria enquanto ferramenta de saber/poder psi estreitamente articulada às tecnologias coloniais é a inaugurada por Francis Galton (1822-1911): por meio do seu Laboratório de Antropometria, pretendia efetuar o registro de dados referentes a características físicas e mentais dos sujeitos para que, por meio de tratamento experimental e estatístico, que tornou possível permitir a hierarquização entre linhagens de ascendência hereditária, e consequentemente, afirmar a possibilidade de “melhoramento” da humanidade por meio

do cálculo e planificação das relações reprodutivas. Individualizando questões sociais relacionadas às condições sanitárias e educacionais, tal empreitada reiterou as lógicas racistas já presentes na plataforma colonial: Galton fundou a psicometria e criou o termo Eugenia (CONT, 2008; CUNHA; CARVALHO, 2015), que definiu como o estudo dos agentes sob o controle social que podem melhorar ou empobrecer as qualidades raciais das futuras gerações, seja física ou mentalmente. Esse autor deu início a uma tradição sobre o “aprimoramento racial”, como uma ciência do aperfeiçoamento da espécie humana. Desde a produção teórica científica de ideais racistas, seus efeitos e consequências passaram a proliferar em diversas partes do mundo¹⁶, ainda que em diferentes roupagens.

O perfil do humano idealizado pelas teorias de Galton reiteraram o racismo colonial próprio da modernidade: mobilizaram o nazismo, sistemas políticos e epistemológicos que “legitimaram” o colonialismo e a dominação de humanos sob outros. A noção de raça nesses termos emerge como dispositivo de inteligibilização, dominação, controle e opressão social. E as intenções de mensurar e quantificar a personalidade humana, se apresentam como formas sofisticadas e contemporâneas de (re)produzir hierarquias. Deste modo, Kant inscreve uma noção de humanidade que assume o homem europeu como medida do universal, Darwin inscreve uma plataforma da vida na qual assume a humanidade como ápice da evolução e seu primo Galton articula ambas em uma plataforma racista das medidas intelectuais humanas: iluminismo, antropocentrismo e eurocentrismo unidos em um projeto colonial racista de exploração econômica, apoiado também, na constituição das ciências psicológicas.

Ainda que nos pareçam anacrônicas, tais noções formalizadas e inscritas em plataformas de medidas gerais, de cunhos racista e eugenista, como a ideia de universalidade de um tipo ideal humano e a redução de complexas questões sociais a características individuais, são retomadas em nossos dias em ferramentas algorítmicas com a suposta neutralidade e objetividade em seus discursos. Tanto os instrumentos psicométricos quanto diferentes teorias da psicologia embasam, neste momento, a

16 O primeiro Congresso Brasileiro de Eugénismo foi realizado no Rio de Janeiro, em 1929. Um dos temas abordado era "O Problema Eugênico da Migração". O Boletim de Eugénismo propunha a exclusão de todas as imigrações não-brancas. Em março de 1931 foi criada a Comissão Central de Eugénismo. Os objetivos desta Comissão eram: manter o interesse do estudo de questões eugenistas no país; difundir o ideal de regeneração física, psíquica e moral do homem; prestigiar e auxiliar as iniciativas científicas ou humanitárias de caráter eugenista que sejam dignas de consideração.

transformação dos nossos afetos, crenças, personalidades, comportamentos, dentre outros, em dados e viabilizam sua exploração enquanto práticas de consumo ou afins.

A psicomетria, assim, não apenas foi relevante na constituição da plataforma moderno-colonial, mas também é uma das tecnologias que compõem as plataformas digitais e o capitalismo de vigilância. Essa área, alia o uso de métricas ao conhecimento psicológico, no objetivo de estabelecer medidas e traços relacionados à uma suposta personalidade dos usuários. A psicomетria atua na análise da base de dados para (re)criar padrões, e um programa que realiza previsões ao concatenar perfis que sejam reconhecidos pela ferramenta como dotadas de similaridades. Assim, os dados e os rastros digitais combinados com métodos psicométricos poderiam “demonstrar” características e traços de personalidade das pessoas, e na atual conjuntura de vigilância, as propagandas seriam direcionadas de acordo com esses supostos perfis e interesses preditivos. Um dos investimentos que teve destaque no processo de tornar esses dados psíquicos e emocionais em ativo político foram pesquisas científicas coordenadas por David Stillwell e Michael Kosinski¹⁷, vinculados à Universidade de Cambridge.

Nas plataformas digitais, a psicomетria atua a partir dos seus instrumentos-teorias, como o “Big Five¹⁸”, que possui quatro pilares principais: a 1) hipótese lexical: em que palavras expressam as características da personalidade, realizada através da análise da linguagem, ou seja, o modo como as pessoas usam para descrever a si mesma e/ou a outros; 2) baseada no empirismo léxico: análise empírica de como as pessoas se descreviam; 3) análise fatorial: conjunto de dados, correlação de um grande número de dados, agrupamentos de adjetivo, para chegar ao menor número de fatores possíveis; e 4) a universalidade: afirmar todas as culturas têm esses cinco fatores fundamentais. Assim, compõem “Os Cinco Grandes” a abertura (constructo referente ao grau de abertura para novas experiências), a conscienciosidade (quão perfeccionista você é), a extroversão (se você é sociável), a afabilidade (como você é atencioso e cooperativo) e a neuroticidade (se você se aborrece facilmente). Com base nessas dimensões, o Big 5 se torna uma das

17 Michael Kosinski é um professor associado em comportamento organizacional na Stanford University Graduate School of Business, onde realiza estudos sobre humanos em ambientes digitais usando métodos computacionais de ponta, IA e big data. Mais informações sobre suas pesquisas em: <https://www.michalkosinski.com/>

18 O modelo Big Five, também chamado de Five Factor Model, que emerge em 1930, e que posteriormente passou por atualizações e reformulações, é dito hoje como um dos mais importantes modelos para a explicação da personalidade humana, definido a mesma como uma rede hierárquica de traços, compreendidos teoricamente como predisposições comportamentais de respostas às situações da vida (GOMES, GOLINO, 2012).

principais técnicas aliadas da psicométrica ao dizer que é possível fazer uma avaliação precisa do tipo de pessoa.

No ano de 2013, foi realizada a primeira publicação científica¹⁹ que defendeu a ideia de que a análise da relação dos likes de uma pessoa no Facebook com a psicométrica, possibilitaria fazer previsões precisas em relação à personalidade dos usuários dessa rede social. A pesquisa argumenta que os comportamentos na plataforma podem ser usados para prever de forma automática e precisa uma variedade de atributos pessoais altamente sensíveis, que incluem os pontos de vista religiosos e políticos, a orientação sexual, a etnia, ao uso de substâncias os traços de personalidade, inteligência, felicidade, a separação dos pais, idade e sexo (KOSINSKI, STILLWELL, GRAEPEL, 2013). Ou seja, um estudo que afirma que “você é o que você curte”²⁰.

Retomando elementos da antropometria mais distantes do campo da psicométrica tradicional, Michael Kosinski e sua equipe, defendem em um artigo intitulado “Deep neural networks are more accurate than humans at detecting sexual orientation from facial images”, publicado em 2018, que um algoritmo pode detectar com precisão a orientação sexual das pessoas, apenas com base em imagem faciais. No estudo, é argumentado que as diferenças entre os rostos de pessoas gays e heterossexuais eram consistentes com as teorias “aceitáveis” que explicam as origens da orientação sexual. Os autores ainda nos dizem que uma replicação do estudo “confirmou” que a orientação sexual pode ser prevista a partir desse método de análise.

Outro exemplo de ferramenta de mensuração da resposta humana e sua velocidade é desenvolvido e aplicado pela empresa a Realeyes²¹. Essa organização vende para aplicações comerciais a medição das emoções, das afeições e também seu rastreamento em várias escalas. Em suas mídias digitais, a empresa se autoproclama como a pioneira na “inteligência de conteúdo” para medir emoção, atenção, taxa de visualização de vídeos e imagens instantâneas em um largo conteúdo digital. A empresa tem como

19 A publicação mencionada que apresenta a hipótese que vincula os likes no facebook com a personalidade do usuário: Digital records of behavior expose personal traits. Michal Kosinski, David Stillwell, Thore Graepel. Proceedings of the National Academy of Sciences Apr 2013, 110 (15) 5802-5805; DOI: 10.1073/pnas.1218772110

20 Os estudos psicométricos relacionados aos comportamentos no facebook e com os dados digitais privados, foram usados para prever e produzir comportamentos desejáveis em determinados perfis de grupos de eleitores nas eleições dos EUA em 2016, assim como a coleta de dados também de usuários brasileiros, através de um teste de personalidade para obter as informações daqueles que responderam ao teste gratuitamente, e também de seus amigos na plataforma, sem sua permissão. Desde então, essas ações evidenciam mais um risco posto por plataformas digitais privadas, enfrentadas pelos “países democráticos”.

21 A Realeys se intitula como a melhor plataforma de inteligência artificial de emoção do mundo, ao medir a resposta humana na velocidade e escala da IA. Site oficial da empresa: <https://www.realeyesit.com/>

objetivo incorporar a resposta humana à Inteligência Artificial para “garantir” um melhor envolvimento do conteúdo de seus clientes com o público-alvo.

O modelo que essa empresa trabalha é o da teoria da universalidade das emoções, criado pelo psicólogo Paul Ekman (1972). Através de pesquisas em diferentes partes do mundo, Ekman (1972) defende que existem sete emoções universais que são expressas pelo mesmo display facial; e o autor também trabalha com estudos sobre a existência de micro expressões faciais, que ocorrem quando se “tenta” suprimir uma emoção. Esse modelo, baseado em uma psicologia evolutiva, define as expressões culturais como universais por meio de processos evolutivos pelos quais a espécie humana foi desenvolvendo para se comunicar.

Esses pressupostos que embasam a ferramenta Facial Action Coding System²² (FACS) é um sistema para taxonomizar expressões faciais humanas, originalmente desenvolvido por Paul Ekman e Wallace Friesen em 1976, e que no século 21 passou por algumas “atualizações”. Hoje em dia, a FACS é um instrumento que quantifica as expressões, produz uma taxonomia a partir dos músculos, identifica e os torna detectáveis como ação, a partir da hipótese, que cada unidade de ação corresponde à contenção de um músculo facial distinto, ou agrupamento visível nesse conjunto facial, e descreve a intensidade desses movimentos. O autor defende que esse processo universalista do desenvolvimento da expressão facial, expressa as sete “categorias universais”, independente de cultura, local e etnia. Além da pretensão de imparcialidade de maior eficácia e de não julgamento, essas ferramentas são apresentadas como poderosas em detectar a partir das sete categorias a produção de porcentagens.

Mas não são apenas instrumentos psicométricos e antropométricos que servem para formalizar emoções, desejos, propensões de comportamento, dentre outras, nas atuais tecnologias de previsão-controle objetificantes e maximizadoras de lucro-exploração nas plataformas digitais. Para Shoshana Zuboff (2019) essa nova arquitetura do capitalismo é sem precedentes: estamos atravessados por uma conjuntura que digitaliza, monitora, computa e realiza modificação comportamental através de condicionamentos operantes reforçadores do engajamento digital. Tal mecanismo de previsão-controle seria, para a autora, constituído a partir das tecnologias de modelagem

22 No site de Paul Ekman, é possível encontrar uma linha do tempo sobre as realizações de suas pesquisas sobre expressões faciais e seus atuais escritos. Acesso em: <https://www.paulekman.com/about/paul-ekman/>

comportamental erigidas pelo behaviorismo radical²³. Para a autora, aquilo que o Skinner imaginou como modelo de sujeito social, o capitalismo de vigilância, a indiferença neoliberal e a ciência de dados colocaram em prática.

O pragmatismo ontológico e o funcionalismo epistêmico e ético presente em tal perspectiva pode realmente articular-se quando o objetivo é o incremento na frequência de emissão de certo comportamento: o condicionamento operante depende de sermos capazes de divisar no ambiente quais são os estímulos reforçadores (que aumentam a frequência) de certos comportamentos em cada sujeito, pois o que as respostas que podem ser reforço para um, podem ser punição ou indiferentes para outras pessoas, tudo dependendo da sua própria trajetória de sistemas de condicionamento. Assim, tal perspectiva do condicionamento operante pode ofertar relevantes ferramentas para o incremento do engajamento digital ou do ato de consumir, sendo ambos os comportamentos da maior relevância em um capitalismo que disputa pelo “espaço” na atenção, na memória e no desejo de cada pessoa. Seria através desses circuitos reforçadores a se retroalimentarem que acontece a produção e a predição de comportamentos nas plataformas digitais.

A associação destas tecnologias psicológicas com as plataformas digitais, desde perspectivas psicométricas e behavioristas operacionalizadas pelos algoritmos, eclipsa ainda mais o debate ético, moral e político sobre o manejo daquilo que está oculto nos processos constituintes da plataforma moderno-colonial. Com essa breve exposição de alguns modelos de análise comportamentais que operam no contemporâneo em plataformas digitais, aliados das agências algorítmicas, podemos visibilizar que a quantidade massiva de dados presente nas plataformas digitais permitem a objetificação científico-mercantil da personalidade e das emoções humanas: formalizar crenças, emoções, propensão a comportamentos, traços de personalidade, dentre outros, e fazer de sua posse um importante ativo econômico que pode ser negociado, nos possibilita visibilizar nitidamente de que modo esses instrumentos reforçam as estruturas sociais já existentes nas plataformas moderno-coloniais desde séculos.

A utilização dessas ferramentas tecnológicas e seus usos não são neutras. Suas expressões atuam como forma de controle social, e suas ferramentas sustentam lógicas

23 Ainda que a autora afirme o behaviorismo radical como matriz do capitalismo de vigilância, na sequência mostra-se como outros constructos de diferentes linhas de pensamentos também são fundamentais no engendramento de ferramentas no ambiente digital, como a psicomетria, a análise do comportamento, reforçando um amplo guarda-chuva científico baseado em “evidências”.

supremacistas brancas, promovendo a emergência do racismo algoritmo²⁴ em seus vieses e em suas fundamentações (SILVA, 2020). Se tais ferramentas precisam identificar características de personalidade, emoções e comportamentos, elas aprendem a partir de parâmetros coloniais para realizar tais interpretações e atingir seus objetivos.

Assim, os parâmetros coloniais de produção de realidades se apresentam tanto no modo de programar quanto no de modular o real; e os mesmos são repassados e criptografados pelas máquinas, que por sua vez possuem a competência de analisar os dados em diferentes níveis e produzir modulações como tipos de personalidades e emoções. No entanto, diante de realidades complexas e interseccionadas por múltiplas camadas, esses modelos atuam na contramão, de modos simplistas e deterministas sob as existências. Os próprios algoritmos são enviesados, pois existe uma perspectiva de mundo a partir da qual ele é construído. Já possuem sentidos e desejos que operam desde sua composição, isto é, o algoritmo são opiniões traduzidas em códigos. Portanto, não são neutros e possuem agências, que geram efeitos e impactos planetários para além dos biopsicossociais.

Para Neda Atanasoski (2019) quando nos direcionamos para a compreensão dessa “neutra” agência das tecnologias, que se direcionam rumo à automação cada vez mais acelerada e intensificada, vemos que ela carrega promessas e ameaças com recortes de gênero e raça, como mecanismos de (re)produção de uma figura liberal universalizada de ser humano. Em seu livro “Surrogate Humanity: Race, Robots and the Politics of Technological Futures”, é feita críticas às visões tecnoliberais em relação à automação como visões racializadas de uma supremacia branca. Para a autora, a celebração da Internet das Coisas e das infraestruturas smart, junto das plataformas estão diretamente atreladas a imaginários coloniais racializados.

Colonização de dados, direcionamento de condutas e processo de extração capitalista:

Sobre esses novos desdobramentos tecnoliberais, Nick Srnicek (2018) diz que no século XXI, com as mudanças nos modo de produções sociais e interesses nas tecnologias

24 Termo que dá conta dos modos pelos quais as práticas de discriminação étnico-raciais, estruturais, econômicas, políticas efetivas- são impulsionadas por tecnologias digitais e de automação criadas em uma ideologia supremacista branca no “Ocidente”, tornando ainda mais difícil sua identificação; Modo como as plataformas digitais, mídias sociais, aplicativos e inteligência artificial reproduzem (e intensificam) o racismo nas sociedades.

digitais, os dados tem se tornado cada vez mais centrais para essa lógica de acumulação capital, para as empresas e as suas relações com os trabalhadores, clientes e outros capitalistas. Srnicek (2018) diz que se instaura um novo paradigma empresarial e de produção social, e desse modo, as corporações que não adentram ao jogo de extração de dados, ficam com poucas chances de serem “bem sucedidas”.

Longe de serem pensadas de modo transparente, as plataformas digitais são empresas, entidades políticas que, segundo Benjamin Bratton (2016) se sobrepõem em nível suplementar ao sistema ligado à superfície da terra. Esses modelos oferecem funções que estabilizam implementações de ações em diferentes níveis de abstração, a partir de algoritmos pré-estabelecidos. Para o autor, a plataforma se constitui a partir de três camadas principais, a material (que se refere ao hardware), a intermediária (o sistema operacional) e a sua superfície, ou o tecido de figuras formalizadas (os aplicativos). Ou seja, com Bratton (2016) vemos que a plataforma funciona a partir de sobreposições de camadas. Imagem de camadas compostas por fluxos desterritorializantes e reterritorializantes (DELEUZE e GUATTARI, 2010), que operam concomitantemente, nas três camadas descritas, com a destruição de tradições, referências, tramas singulares para, então, reinscrevê-las em um plano sempre mais abstrato e coordenado segundo a geometria e lógica próprias da modernidade-colonialidade capitalista: no plano material vemos a extração do silício da areia e de cristais para compor semicondutores assim como a recomposição genética de seres para monoculturas de larga escala; no plano intermediário vemos a possibilidade de tradução de diferentes inputs em linguagem binária do mesmo modo que vemos a tradução do mundo em cifras hierarquizadas pelo capital; por fim, no tecido das figuras formalizadas vemos a constante reinvenção de cotidianos e desejos a partir de novas tecnologias, metas e modas a reorganizarem constantemente nossos sonhos e nossas formas de buscá-los.

Assim, podemos considerar que as plataformas se organizam através de sistemas cibernéticos de comunicação, que por sua vez alargam as possibilidades de ação dos algoritmos pré-determinados, ao passo que conduz o usuário a um afunilamento de imagens de mundo e de informações específicas, geridas tanto pelas afluências algorítmicas e preditivas de seus comportamentos, quanto produzida pelo imaginário colonial na atmosfera digital. Junto de mecanismos como big data, learn machine²⁵, entre outros, a plataforma atua como uma máquina catalisadora de desejos, produzindo ritmos

25 Learn machine ou aprendizado da máquina, é uma área da ciência da computação que permite automatizar respostas ao usuário a partir de inteligência artificial e big data.

e paisagens no movimento de abstração das camadas nas interfaces²⁶. Para Bratton (2016) a plataforma se apresenta como uma certa composição de elementos que atuam como um modelo de negócios, composta de forma fragmentada, em diferentes funções que se formalizam através de diferentes aplicativos.

Sobre esse modelo de negócios, Zuboff (2019) nos diz que isso funciona como uma apropriação da realidade, transposta em dados que pode ser direcionada conforme o interesse daqueles que recolhem os dados das plataformas. Para a autora, essa dinâmica tem dois imperativos, o primeiro é o da extração e o outro é da predição (conhecer, moldar e direcionar) de comportamentos. Os dois aspectos constituem uma dimensão ativa no capitalismo de vigilância, este que determina ações. Dessa forma, teríamos aí uma nova disposição social, de conduzir condutas e direcionar comportamentos: a governamentalidade algorítmica²⁷, isto é, essas novas formas de modelização do real, a partir de algoritmos autodidatas, reordenam as práticas estatísticas modernas e participam da emergência de novas formas de controle (ROUVROY e BERNS, 2015).

Com as TICs²⁸ cada vez mais acopladas ao dia-a-dia, junto das Internet das Coisas²⁹, mais naturalizadas elas se tornam. A internet e seus constituintes não se resumem somente ao ciberespaço; seus fluxos estão ubíquos e suas interfaces vão se tornando cada vez mais imperceptíveis, se expandindo para uma internet de tudo³⁰. Essa extração massiva recolhe os dados dos usuários e vendem a empresas, que injetam propagandas, produzem imagens de mundos e intensificação de desejos por bens de consumo financiados a crédito, ao passo que operam também por vias de uma “deslibidinização” depressiva³¹ (FISHER, 2016). Para Mark Fisher (2016), o neoliberalismo opera pela dissolução dos territórios, e nessa conjuntura, o mercado

26 Mediam as formas de conteúdo e expressão, através do aplicativo (app).

27 A governamentalidade algorítmica trabalha com a ideia de uma normatividade imanente ao próprio deslocamento e circulação dos dados, bloqueando assim, as experiências sociais e políticas com a eliminação das esferas de debates e criação do comum (TELES, 2018). Essas novas formas de modelização do real, reordenam as práticas estatísticas modernas e participam da emergência de novas formas de controle.

28 Tecnologias de Informação e Comunicação.

29. A Internet das Coisas (IoT) é uma rede de objetos relativamente autônomos cujas ações interferem diretamente nos espaços públicos, no lar ou no corpo, seja com os atuais projetos de cidades inteligentes (smart cities), casas inteligentes (smart home), ou objetos vestíveis (wearables). É uma rede na qual objetos físicos são instrumentalizados com sensores e ganham capacidades infocomunicacionais (LEMOS, MARQUES, 2019).

30 Não mais restritas as coisas, hoje a internet opera de forma ubíqua e pode conectar todas as coisas e lugares. Tende a produzir camadas sobrepostas ao infinito.

31 Essa forma negativa de produção de mundos generalizada no neoliberalismo, deslibidinizam, sobretudo a produção de uma noção de esfera pública e coletiva, em prol de um direcionamento para um envolvimento paradoxal com a sedução sutil da mercadoria (FISHER, 2016).

neoliberal atua com força na reterritorialização de territórios do tipo “ilhas”, no sentido de fragmentar e ampliar as diferenças para aqueles mundos sob os quais o não diálogo já é posto como dado.

Nesse ponto, Zuboff (2019) sugere que estaríamos, a partir dessa nova nomenclatura do capitalismo de vigilância, em uma nova colonização, isto é, uma colonização por via do direcionamento de condutas. Nick Couldry e Mejias (2019), sobre esse aspecto do colonialismo de dados e processo de extração capitalista (que se expressam na apropriação da vida humana pela conversão dos dados), sugerem que seja um novo projeto de colonização por dados, em caráter global de modo que as corporações seriam as “detentoras” de conhecimento, e estaríamos na posição de dependência desses processos, dentro da extração de valor, nos colocando frente ao paradoxo de sermos o produto e ao mesmo tempo os produtores³².

No Brasil, as grandes empresas de plataforma oferecem seus serviços, em troca, implicitamente, de dados e seus rastros digitais velados na forma de acesso gratuito. De modo obscuro, em recentes ações no atual contexto pandêmico, o governo nacional negocia a entrega de dados em massa da população às plataformas internacionais³³. Se os dados são o “petróleo do século XXI”, Sérgio Amadeu Silveira (PADILHA e FACIOLI, 2020) nos dizem que estamos sendo usurpados. E continua, ao dizer que no paradigma desse novo colonialismo, os dados atuam enquanto expressões naturais da realidade, e como qualquer recurso natural no capitalismo assume um valor e é apropriado pelas plataformas. Desse modo, o Brasil vai construindo relações na contramão de uma soberania tecnológica, reverberando o silenciamento das forças constituintes de cada território, no que diz respeito a investimentos no desenvolvimento de tecnologias próprias, inclusão digital e educação digital, de estratos construídos a partir das relações complexas com as especificidades locais.

Sobre essa nova colonização, como afirma Nick Couldry e Mejias (2019), em uma perspectiva situada podemos afirmar que não há uma “nova colonização”, pois de fato, esta nunca cessou de acontecer, seja sobre os corpos, os territórios e as produções de

32 O usuário é simultaneamente um consumidor, um recurso, um trabalhador e um produto. Essa identidade múltipla é recorrente para usuários humanos em muitos sistemas tecnológicos (CRAWFORD; JOLER, 2020).

33 Sérgio Amadeu Silveira desenvolve um argumento a partir da análise de uma pesquisa em parceria nacional, que constatou que 70% das universidades públicas e secretarias estaduais de educação no Brasil hospedam parte considerável de seus dados em grandes plataformas, como Google, Microsoft e Amazon. Para o autor, não ser capaz de cuidar dos dados cruciais para as políticas públicas educacionais do país parece ser visto como fator positivo pela mentalidade neocolonial (PADILHA, FACIOLI, 2020).

mundo. A atual estrutura material da conectividade, que historicamente foi apropriada e administrada por uma elite capitalista, se apresenta enquanto um desdobramento da colonização; e nesse sentido, o Brasil enquanto colônia europeia, na conjuntura contemporânea mantém esse status, e se (re)apresenta, de acordo com Sérgio Amadeu Silveira em uma entrevista, como uma colônia digital (PADILHA e FACIOLI, 2020), onde é realizada através da modulação e captura dos afetos, um processo de extração de valor. Para Silveira (2019), “a modulação nas plataformas digitais tem servido, principalmente, à expansão do neoliberalismo. As corporações utilizam do marketing digital para moldar nossas subjetividades e formatar nossos afetos”. E continua, “ao organizarmos nossas práticas cotidianas em torno dessas corporações, passamos de utilizadores para dependentes de suas tecnologias.” (SILVEIRA, p.47, 2019).

Assim, nos questionamos juntos dos autores, como pensar em produções coletivas de agências? Como pensar a agência em meio a essas modalidades de processos de subjetivação? Sob quais termos podemos (re)pensar o “coletivo” e qual “coletivo”³⁴, visto que vivemos uma datatificação (VAN DIJCK, 2014) da vida, conjurada em uma configuração de capitalismo de vigilância? Como podemos produzir novas ações coletivas, que possibilitem narrar os processos tecnopolíticos em meio a trama neocolonial que se reatualiza conforme a sofisticação das forças operantes hegemônicas? É possível resistir a essas lógicas supremacistas brancas que não cessam de reiterar a lógica colonial, que se reterritorializa também em territórios digitais?

Acredita-se que, como um movimento inicial na direção de outras produções de realidades, é preciso apropriar-se das materialidades e redesenhar novos sentidos para as mesmas não atrelados somente ao sentido unívoco da visão, a uma verdade absoluta, mas ao contrário, que considere as tramas afetivas cognitivas implicada nas redes sociotécnicas. Para refletir sobre a produção de uma agência descolonial que navegue no digital, se faz fundamental o debate acerca das (de)limitações dos processos coletivos e das redes sociotécnicas, pois estas, atuam em diferentes modulações e escalas.

34 Cabe ressaltar que desde a perspectiva de uma ontologia da diferença (ESCÓSSIA; KASTRUP, 2005) não se sustenta a dicotomia moderno-colonial entre individual e coletivo. Deste modo, em uma concepção do ser enquanto modulação de tramas em devir, mesmo quando falamos em eventos visibilizados enquanto individuais e/ ou privativos, sempre abordaremos uma certa modulação do coletivo, neste caso, desde processos de individualização. Tal concepção de coletivo nos implica de um modo ainda mais intenso e complexo sobre a dimensão política das nossas vidas.

Por uma ética hacker e anticolonial: pensando uma agência (xeno)descolonial nas plataformas digitais

No “Manifesto Xenofeminista³⁵: por uma política da alienação”, publicado em 2015, é feito um chamado para um uso estratégico das tecnologias existentes como um modo de re-desenhar o mundo, visto que estas ferramentas implicam certos riscos e podem ser propensas a intensificação das assimetrias, ao abuso e exploração. Nesse sentido, o Xenofeminismo advoga pela necessidade de unir interfaces tecnopolíticas que respondam a esses riscos (HESTER, 2018). Isto é, acredita-se que a inovação tecnocientífica deve se enlaçar com um pensamento teórico e político coletivo no qual a multiplicidade de existências tenham um papel fundamental, pois essas transformações de complexidade global abrem demandas éticas e cognitivas urgentes. Ou seja, o Xenofeminismo se empenha em encarar essas responsabilidades como agentes coletivos capazes de fazer posições entre múltiplos níveis de organização política, material e conceitual (HESTER, 2018).

Visto que há uma variedade de desafios especificamente relacionados com a vida na era digital, o manifesto aponta que se torna imperativo o desenvolvimento de uma infraestrutura ideológica que suporte tanto quanto facilite intervenções dentro de uma rede de elementos, sejam eles na modalidade de cultivo da liberdade, a autodefesa digital e a libertação das redes patriarcais e racistas. Nesse sentido, conforme nos diz Helen Hester (2018) o manifesto emerge com a proposta de nos encorajar a se equipar com as habilidades para reestruturar tecnologias existentes e inventar ferramentas materiais e cognitivas novas ao serviço de fins comuns, pois somente “dispensar” a maquinaria capitalista não fará com que ela desapareça.

Sobre a tecnociência, assim como Donna Haraway (2009), as Xenofeministas afirmam que nada é tão sagrado que não possa ser reinventado e transformado para expandir as possibilidades; ou seja, assim como o ciborgue nos mostra a implosão de elementos onde as barreiras das dicotomias se borram, constituindo novos campos de produção de saber e de fazer, emergem novos corpos desse entrelaçado; e nesse ponto, as Xenofeministas reafirmam que nada é sagrado, transcendente ou protegido da vontade de saber e de modificar, então, tudo pode ser hackeado (HESTER, 2018). Hackear é produzir

35 O movimento Xenofeminista emerge de um coletivo composto por mulheres denominado LaboriaCubonics (2014), que propõe um olhar atento para as tecnopolíticas que dentre as suas diversas possibilidades, atuam principalmente na perpetuação de assimetrias sociais.

ou aplicar o abstrato da informação e expressar a possibilidade de outros mundos (MACKENZIE, 2006). A informação nesses termos é a virtualidade do material e do imaterial. A abstração, nesse sentido, produz um espaço em que a vida coletiva convive com seus próprios produtos. Hackear é um movimento que acelera a produção de novas abstrações, e os grandes hackeamentos dizem respeito a formas de organizar a livre expressão coletiva de maneira que a partir desse momento a abstração sirva ao povo, no lugar do povo servir a classe dominante. Para Wark Mckenzie (2006), é preciso “criar novos vetores de informação, inflexões que permitam uma consciência mais expandida de uma produção criativa de abstrações” (MCKENZIE, p.42, 2006). Isto é, mais do que uma mudança cultural, o que está em jogo no movimento de hackear é a produção de novos mundos e abstrações.

Entender o hackeamento nesses termos, de acordo com a autora, é a primeira luta. É impulsionar a virtualidade da informação, de se apropriar enquanto um vetor e compartilhar. Hackear é liberar a virtualidade no real. Nesse sentido, “hackear consiste em descobrir, inventar, criar e produzir” (MCKENZIE, p. 45, 2006). Dizendo de outra forma, é afirmar que as coisas podem ser reinventadas, pois a natureza é entendida aqui como uma arena ilimitada da ciência. E nesse sentido, o Xenofeminismo declara que não há nada que não possa ser estudado cientificamente e manipulado tecnologicamente. O manifesto se apresenta como uma ambiciosa plataforma que busca construir uma nova linguagem para as questões expostas pelo capitalismo, pela supremacia branca, pelo patriarcado, entre outras questões que se apresentam como problemas sistêmicos e conectados, para construir um novo mundo a partir de seus restos, tomar outros caminhos, ressignificar a tecnomaterialidade e a utilizar como trampolim (HESTER, 2018).

Desse modo, o Xenofeminismo indexa um desejo em produzir um futuro alienígena. E com o manifesto, é feita a inserção de uma topologia para forjar uma nova lógica. Ao afirmar um futuro desligado da repetição do presente, amplia-se a busca por outros espaços, de geometrias, escalas e abstrações mais férteis e abertas para o movimento desses questionamentos, sejam estes através de ferramentas digitais, em redes sociais e plataformas (REED, 2018). Para Patrícia Reed (2018) precisamos de novos instrumentos e de ações desobrigadas de identidades “naturalizadas”, pois para a autora, a forma como a natureza é entendida dentro da cultura Ocidental, tende a essencializar e fixar os corpos em identidades, mas aqui o exercício proposto é justamente outro, o de hackear e mobilizar novos sentidos impuros. Desse modo, a luta aqui é também para que a noção de “natureza” seja um terreno para ações políticas, feministas e de produção de

diagramas futuros de compreensão de infraestruturas planetárias (REED, 2018), isto é, da compreensão das escalas envolvidas nas ações, dos impactos em cada camada heterógena biopsicossocial, para redirecioná-las e produzir novos desenhos de mundos.

Por isso, pensar em outros modos de redefinir as estratégias no contexto tecnopolítico é fundamental para ressignificar esses espaços, assim como apostar em novas práticas sociais para além dos espaços digitais. Isso implica na produção de sentidos coletivos descolonizados, que se apropriem tanto das materialidades quanto da imaginação. Descolonizar nesse sentido é sobre construir novas experiências anticoloniais, despovoar-se de sentidos preconceituosos, opressores e hierárquicos produzidos pela violência total (DA SILVA, 2019), por uma política que tenha como sul a equidade das existências. A navegação nesse sentido, não é somente abstrata, ela está em relação com uma rede de atores e diferentes agências para além da noção de humano colonial. A proposta, portanto, é em como permanecer com essas questões (HARAWAY, 2019), e que estas possam vir a ser compartilhadas e ressignificadas coletivamente.

Por uma (xeno)cosmopercepção coletiva: para ir além da “cosmovisão” moderno-colonial.

A internet não é somente sobre a abstração, ela tem múltiplas camadas envolvidas materialmente, que implicam também em impactos socio-ambientais. Produzir, portanto uma nova cosmopercepção (OYEWÙMI, 2017) sobre as plataformas é sobre estar atentos às inferências dessas conexões, pois apesar da internet ser considerada um direito humano, ela não é neutra e produz desigualdades interseccionais em diversas escalas. Por isso, é preciso defender um novo manejo, para que assim possamos também nos reinventar a nós mesmos e os modos como manejamos o consumo em rede.

Nesse sentido, é urgente pensarmos em novas relações com novas sensibilidades. O conhecimento técnico, a autogestão coletiva e o autoconhecimento são bases necessárias para desenvolver uma autonomia junto das estruturas que compõem os espaços digitais (HESTER, 2018), desenvolvendo habilidades e tratando com o inesperado, com o xeno, aquilo que nos é externo, ou seja, mover as forças do fora de modo coletivo e não opressor.

Descolonizar o algoritmo é necessário, pois se hoje ele aprende partindo de premissas humanas e produz ferramentas específicas para cada função, em breve ele será direcionado para uma nova fronteira, que é criar programas mais generalistas acerca do entendimento da realidade. Uma nova cosmopercepção (OYEWÙMI, 2017) nos auxilia

nesses termos, pois ela é uma agência que parte de realidades complexas, locais, situadas, e sobretudo não hierarquizadas. Ainda que seja um desafio pensar tais questões dentro da área de programação, enquanto agentes sociais, se torna imprescindível fomentar o debate, assim como a busca pela apropriação técnica e a articulação em coletivos que pautem essas demandas, como o alfabetismo digital, estar com redes que auxiliam a ler conteúdos e entender os interesses, para que possamos navegar com mais autonomia enquanto autoproteção. Experimentar nossas sensibilidades nesses termos é sobre desenvolver possibilidades que permitam inovações adequadas para cada contexto, e que modulem ações coletivas diferentes da reiterada pelas plataformas digitais nos dias de hoje.

A partir do exposto, se enfatiza algumas questões, dentre elas em como constituir compreensões mais coletivas, em alianças nas produções de campos de sentidos, em perspectiva (xeno)descolonial nas relações (tecno)sociais? Acredita-se que como movimento inicial, é necessária a descolonização das epistemologias, das ferramentas digitais e seus usos, e principalmente dos sentidos afetivos construídos nessas relações, tanto em termos de produção de desejo, quanto em apropriação enquanto resistências nas plataformas digitais. Precisamos ir além da relação de consumo do serviço pronto, no qual assumimos um desconhecimento técnico dos automatismos e naturalizamos a inacessibilidade ao algoritmo como condição dada de dependência perante as plataformas digitais.

É preciso desenvolver sensibilidades para as materialidades constituintes desses campos: os objetos técnicos, as plataformas e a produção de desejo (dentre outros atores) nessas camadas fluidas, para um cuidado com os pluriversos de mundos e campos de sentidos implicados na especificidade dessas configurações. Partindo do fato de que o mundo digital é parte fundamental de nossas realidades cotidianas, se torna urgente políticas de democratização da constituição de tais plataformas, incrementando a diversidade e o protagonismo horizontalizado de diferentes coletivos na constituição destas. Assim, quais pontos de conexão se tornam possíveis para essas movências atreladas aos tecnoarranjos?

É possível pensarmos em modos de resistências, por exemplo, como as lutas por espaço dentro de empresas, que possam representar melhor a diversidade nos espaços de tomada de decisões, visando construir tecnologias acessíveis e equitativas, que não oprimam e não reproduzam violências. Essas modalidades de lutas sociais por representatividade são pautadas nos dias de hoje, assim como a inclusão e a

implementação de políticas públicas, visto que a “diversidade” ocupa somente 5% dessas empresas. Situar as pessoas e coletivos que produzem as tecnologias digitais, assim como promover a diversidade destes, faz parte do processo de contra-narrativa ao discurso moderno-iluminista, demonstrando a ausência de neutralidade/ universalidade na produção destas plataformas e exigindo que pensemos constantemente nas implicações políticas das suas formas e usos.

No Brasil, existem ações que lutam e fazem frente nesses debates, por exemplo, a PretaLab, que é uma plataforma de comunicação e formação coletiva de pesquisadoras negras sobre tecnologias e seus impactos sociais, que tem como pilares a visibilidade, o acesso ao conhecimento e a consultoria de diversidade corporativa, dentre outros coletivos e laboratórios no país. Espaços coletivos são fundamentais para repensarmos a própria noção de tecnologia situada, para hackear e redesenhar seus limites. Tais ações nos mostram aberturas para fazer transformações por dentro. Outro exemplo de coletivo, o Tecnogueto, empresa social de educação gratuita e tecnologia, que tem como objetivo ajudar pessoas de guetos sociais a se inserirem no mercado da tecnologia. Iniciativas como o Criptofunk, que é um evento que acontece na favela da Maré (RJ) para discutir democracia, privacidade, criptografia, tecnologias e cuidados físicos e digitais, dentre outros.

Pensar em estratégias de combate ao racismo nos algoritmos que nos modulam nas plataformas digitais envolve também a relevância da interação com diversas redes, com pessoas pretas, indígenas, dentre outras diversidades de coletivos que promovem o debate, pois assim, se produz outro tipo de entrega, visto que o algoritmo ainda se baseia na valoração de relevância dos conteúdos-redes a partir do que consumimos e por onde navegamos. Por isso precisamos interagir com outros perfis, outras realidades que desloquem o impulsionamento para outros espaços e para que possamos fortalecer coletivos e ampliar o engajamento tecnopolítico nesses espaços digitais.

Entretanto, para além de pensar tais ações no âmbito da representatividade e do uso destas/nestas redes, assim como no campo da luta pela criação de políticas públicas para ampliar a representatividade e o acesso tecnológico da população, temos que nos dedicar à promoção de novos atores na produção destas redes. Afinal, deslocamentos na representatividade e no uso das redes são possibilidades de assimilação ao sistema com a sofisticação do algoritmo, ainda que, paradoxalmente, seja também um modo de luta por “reparação social”. A tecnologia não irá mudar se sempre for feita pelas mesmas pessoas. Nas plataformas digitais, existem uma gama de conhecimento e áreas para serem

exploradas. Fazer parte de comunidades e se unir a pessoas com propósitos comuns são um modo de compartilhar dificuldades e celebrar avanços, é com a diversidade de conhecimentos e sentidos que redes e coletivos se direcionam no propósito do manejo e apropriação tecnológica.

Do mesmo modo, lutar pelo banimento de ferramentas que reiteram o sujeito colonial é fundamental nesse debate. As de reconhecimento facial, por exemplo, são técnicas altamente imprecisas, em especial sobre pessoas racializadas como “não brancas”, expressando a seletividade penal do judiciário brasileiro. O discurso de tecnologia neutra favorece ainda mais excessos postos pelas lógicas coloniais, fortalecendo o modo como o mercado da inteligência artificial oculta seu funcionamento. Não podemos pressupor a boa fé do mercado dominado pelas grandes empresas tecnológicas, que por sua vez, aumenta o potencial violento de projetos autoritários e fortalece a infraestrutura de vigilância que infringe direitos humanos.

Desse modo, o desafio que está posto em nossos dias atuais de datatificação da vida e capitalismo de vigilância, dentre outros fenômenos socio-econômico-digitais, é o de produzir uma nova (xeno)cosmopercepção; ou seja, com a contribuição de Oyèrónké Oyěwùmí (2017) e das Xenofeministas, podemos especular perspectivas que partam de outras relações e novas afetividades com os processos cognitivos envolvidos. Uma abertura coletiva com o fora, como um tipo de busca por novos vetores compartilhados, de novas plataformas sociais, permeadas por afetividades e equidades. Uma modulação tecnopolítica coletiva se faz fundamental no atual contexto de tecno(necro)biopoder.

Precisamos reinventar modos de se relacionar com as agências, e produzir novos movimentos que não reiterem elementos próprios da colonialidade: especialismos hierárquicos autoritários, alienação técnica excludente, formalização matemática reducionista que nega às singularidades e contingências das posicionalidades. Retirar o campo do digital desta política sensível moderno-colonial que se quer asséptica, mas que, de fato, apenas reafirma concepções excludentes e hierarquizantes desde lógicas classistas, racistas, misóginas, capacitistas e cisheteronormativas, envolve a construção de uma outra relação sensível com o digital que nos permita a produção de outras tecnopolíticas sustentadas em diferentes éticas e experiências (estéticas e epistêmicas).

Torna-se imprescindível, então, erigirmos um outro imaginário sociotécnico no qual tanto ingressem novas/os autoras/es e protagonistas destas ficções digitais, quanto, também, transformem nossa noção do digital em algo mais íntimo, cotidiano e aberto a reinvenções horizontalizadas, tornando-nos pessoas íntimas das entranhas das

plataformas nas quais navegamos. Enfrentar amplamente essas questões é um modo de incrementar uma democracia digital, onde outros corpos possam compor tais movências, com outras lógicas e sentidos cosmoperceptivos.

A cosmopercepção (OYEWÙMI, 2017), nesses termos, nos auxilia na construção de processos relacionais que envolvam nossas sensibilidades, e aqui nos interessa aquelas que nos são estranhas aquilo costumamos tomar como possibilidades de experiências. O corpo é uma armadilha para a cosmovisão eurocentrada, mas aqui como contraponto, ele assume a postura de uma encruzilhada de múltiplas vias possíveis. A agência das coisas não esta alicerçada somente no registro da razão, como historicamente é ensinado no Ocidente.

A (xeno)cosmopercepção nesse sentido, é uma aposta, uma ferramenta política-conceitual de fricção, que constrói um lugar que trata tanto da cosmopercepção (OYEWÚMI, 2017), quanto de uma ética hacker alicerçada no movimento Xenofeminista. Assim, a proposição de uma (xeno)cosmopercepção emerge através desse desafio, e se coloca como uma alternativa de descolonizar a atmosfera virtual e material envolvidas nos processos inventivos e associativos, para que possamos reverberar em outras agências e produções de novas realidades coletivas. Abrir essa dimensão é ampliar o campo do possível e do estrangeiro, enquanto estrangeiros. Portanto, é preciso produzir novas formas e (de)composições para a passagem para outros mundos, em que a pluriexistência das existências seja a pedra angular.

Referências bibliográficas:

ATANASASKI, Neda. **Surrogate Humanity: Race, Robots and the Politics of Technological Futures**. 2019.

BACON, Francis. *Novum Organum*. In: **Os pensadores**. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

BRATTON, Benjamin H. **The stack: On software and sovereignty**. MIT press, 2016.

BRUNO, F, CARDOSO, KANASHIRO, M, GUILHON, L, MELGAÇO, L. Apresentação. In **Tecnopolíticas da Vigilância - perspectivas da margem**. São Paulo: Boitempo, 2018.

CONT, Valdeir Del. Francis Galton: eugenia e hereditariedade. In: **scientiæ studia**, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 201-218, 2008.

COULDRY N, MEJIAS, UA. Data Colonialism: Rethinking Big Data's Relation to the Contemporary Subject. In: **Television & New Media**, 2019;20(4):336-349. Disponível em: [10.1177/1527476418796632](https://doi.org/10.1177/1527476418796632) Acesso em: 30 Maio 2021.

CRAWFORD, Kate; Vladan, JOLER. **Anatomia de um sistema de Inteligência Artificial. Com Ciência**. 2020. Disponível em: <https://www.comciencia.br/anatomia-de-um-sistema-de-inteligencia-artificial/> . Acesso em: 25 nov. 2020.

CUNHA, Fabiana Lopes da; CARVALHO, Leonardo Dallacqua de. Relatos de um explorador inglês: uma perspectiva da viagem de Francis Galton pelo sudoeste da África (1850-1852). Em: *sÆculum - REVISTA DE HISTÓRIA* [33]; João Pessoa, jul./dez. 2015, p.319-337.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs, capitalismo e esquizofrenia**, vol.3. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.

DELEUZE, Gilles, GUATTARI, Félix. **O anti-édipo, capitalismo e esquizofrenia**. São Paulo: Editora 34, 2010.

DESCARTES, René. Discurso sobre o método. In: **Os pensadores**. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

EKMAN, P. (1972). **Universals and Cultural Differences in Facial Expressions of Emotions**. In Cole, J. (Ed.), Nebraska Symposium on Motivation (pp. 207-282). Lincoln, NB: University of Nebraska Press.

ESCÓSSIA, Liliana da; KASTRUP, Virgínia. O conceito de coletivo como superação da dicotomia indivíduo-sociedade. In: **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 10, n. 2, p. 295-304, mai./ago. 2005.

DA SILVA, Ferreira, Denise. **A Dívida impagável**. São Paulo: Oficina de Imaginação Política e Living Commons, 2019.

FOUCAULT, Michel. **A história da loucura na Idade Clássica**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1972.

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**. São Paulo. Martins Fontes, 2008.

FOUCAULT, Michel. **Segurança, Território, População**. São Paulo: Martins Fontes, 2008b.

GOMES, Cristiano Mauro Assis, GOLINO, Hudson Fernandes. Relações hierárquicas entre os traços amplos do Big Five. *Psicologia: Reflexão e Crítica* [online]. 2012, v. 25, n. 3 [Acessado 22 Agosto 2021] , pp. 445-456. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0102-79722012000300004>>. Epub 11 Out 2012. ISSN 1678-7153. <https://doi.org/10.1590/S0102-79722012000300004>.

HARAWAY, Donna. **Seguir con el problema- Generar parentesco en Chthuluceno**. Trad. Helen Torres. Buenos Aires: Consonni, 2019.

HARAWAY, Donna, KUNZURU, H.; TADEU, T. (Org.). **Antropologia do Ciborgue: as vertigens do pós-humano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

HESTER, Helen. Xenofeminismo, **Tecnologías de género y políticas de reproducción**. Buenos Aires: Caja Negra, 2018.

KOSINSKI, M.; STILLWELL, D.; GRAEPEL, T. Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. In: **PNAS**, Washington, DC, v. 110, n. 15, p. 5802-5805, 2013. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1073/pnas.1218772110> Acesso em 30 Maio 2021.

LEMONS, A.; MARQUES, D. Privacidade e Internet das Coisas: uma análise da rede Nest a partir da Sensibilidade Performativa. **E-Compós**, v. 22, n. 1, 29 ago. 2019. <https://doi.org/10.30962/ec.1611>

MALDONADO-TORRES, Nelson. Sobre la colonialidad del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto. In: CASTRO-GÓMEZ, S. et al (Orgs.) **El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global**. Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto Pensar, p. 127-168, 2007.

MBEMBE, Achille. **Necropolítica**. Barcelona: Melusina, 2011.

MBEMBE, Achille. **Crítica da Razão Negra**. Antígona, 2014.

MCKENZIE, Wark. **Un Manifiesto Hacker**. Alpha Decay, 2006.

OYEWÙMI, Oyèrónké. **La invención de las mujeres. Una perspectiva africana sobre los discursos occidentales del género**. Bogotá: editorial en la frontera, 2017.

PADILHA, Felipe; FACIOLI, Lara. Colonialismo tecnológico ou como podemos resistir ao novo eugenismo digital—entrevista com Sérgio Amadeu Silveira. In: **Estudos de Sociologia**, v. 25, n. 48, 2020. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/view/13980/9356> Acesso em 30, maio, 2021.

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder e classificação social. In: **Epistemologias do Sul** / org. Boaventura de Sousa Santos, Maria Paula Meneses. São Paulo: Cortez, 2010.

REED, Patrícia. **Xenofilia e desnaturalização computacional**. São Paulo: Coleção TRAMA, 2018.

RICAURTE, Paola. Data Epistemologies, The Coloniality of Power, and Resistance. In: **Television & New Media**. 2019;20(4):350-365. Disponível em:10.1177/1527476419831640 Acesso em 30, maio, 2021.

ROSE, Nikolas. **Inventando nossos selfs**. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

ROUVROY, Antoinette; BERNIS, Thomas. Governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação: o díspar como condição de individuação pela relação?. **Revista ECO-Pós**, v. 18, n. 2, p. 36-56, 2015.

SILVA, Tarcízio. Racismo Algorítmico em plataformas digitais: microagressões e discriminação em código. In: **Comunidades, Algoritmos e Ativismos Digitais, Olhares Afrodiaspóricos**. Organização e Edição: Tarcízio Silva. LiteraRUA – São Paulo, 2020.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. A Noção De Modulação e Os Sistemas Algorítmicos. In: **Revista De Comunicação Da FAPCOM** 3, no. 6 (n.d.), 2019. Disponível em: [10.31657/RCP.V3I6.111](https://doi.org/10.31657/RCP.V3I6.111) Acesso em 30 mai. 2021.

SRNICEK, Nick. **Capitalismo de Plataformas**. Buenos Aires: Caja Negra. 2018.

TELES, Edson. GOVERNAMENTALIDADE ALGORÍTMICA E AS SUBJETIVAÇÕES RAREFEITAS. **Kriterion**, Belo Horizonte, v. 59, n. 140, pág. 429-448, agosto de 2018. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-512X2018000200429&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 01 dez. 2020.

VAN DIJCK, José. Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. In: **Surveillance & Society**, v. 12, n. 2, p. 197-208, 2014.

ZUBOFF, Shoshana. Big Other: capitalismo de vigilância e perspectiva para uma civilização de informação. In **Tecnopolíticas da Vigilância** - perspectivas da margem. São Paulo: Boitempo, 2018.

ZUBOFF, Shoshana. The age of surveillance capitalism : the fight for a human future at the new frontier of power. New York: PublicAffairs, 2019.

Monique Navarro Souza – Mestranda no Programa de Pós-graduação em Psicologia Social e Institucional na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGPSI – UFRGS) - moniquenavarro0410@gmail.com; Luis Artur Costa – professor adjunto do Departamento de Psicologia Social e Institucional e do Programa de Pós-graduação em Psicologia Social e Institucional (PPGPSI UFRGS) - larturcosta@gmail.com



Movimento Hardcore: associativismo e contracultura na construção da identidade.

Hardcore movement: associativism and counterculture in the construction of identity

- Julice Salvagni; Paula da Silva Almeida; Cibele Cheron; Renato Koch Colomby

Resumo

O presente estudo enfocou sujeitos inseridos no movimento *Hardcore* e buscou compreender, pela percepção desses sujeitos, como a inserção no movimento possa ter contribuído para a sua elaboração de identidade e ação associativa. A partir de entrevistas narrativas, discute-se a construção das identidades sociais cunhadas em uma ideologia enraizada no estilo musical, que supera uma produção cultural, constituindo-se em um movimento urbano de contestação política, econômica e social. A análise das informações construídas denota que a cena *Hardcore* carrega a essência do *Punk*, seu procedente, perceptível nas práticas da autogestão, na luta contra a cultura dominante e na insistente denúncia das desigualdades sociais. No entanto, não há uma nova linha ideológica, apesar das distinções na aparência e nos estilos de vida. Assim, considera-se que o *Hardcore* consegue manter certa harmonia entre a emergência individual de uma organização profissional e a sustentação das diferenças na identificação com um movimento de contracultura.

Palavras-chave

contracultura; *Hardcore*; movimentos sociais; associativismo

Abstract

This study focused on subjects inserted in the Hardcore movement and sought to understand, through these subjects perception, how be insert in the movement may have contributed to their elaboration of identity and associative action. From narrative interviews, it discusses the construction of social identities coined in an ideology rooted in the musical style, which surpasses cultural production, constituting an urban movement of political, economic and social contestation. The constructed information analysis denotes that the Hardcore scene carries the essence of Punk, its origin, perceptible in the practices of self-management, in the fight against the dominant culture and in the insistent denunciation of social inequalities. However, there is no new ideological line, despite the differences in appearance and lifestyles. Thus, it is considered that Hardcore manages to maintain a certain harmony between the individual emergence of a professional organization and the support of differences in identification with a counterculture movement..

Keywords

counterculture; Hardcore; social movements; associativismo

Introdução

Nossa união não será em vão/ Nossa luta será sem armas na mão (Punk até Morrer/ Menstruação Anárquica)

Em um processo dinâmico e singular, percebe-se que diferentes personagens vão compondo a cena política e dando novas configurações à compressão dos movimentos sociais. Em um sentido amplo, podemos definir esses movimentos como àqueles que tem a participação coletiva e com ações orientadas para a promoção de mudanças, no todo ou em parte, em instituições, condições ou relações sociais (MOCELIN, 2018). A despeito do foco na análise e a conceituação dos movimentos sociais tender para a capacidade organizativa das instituições políticas, ou para as mudanças culturais provocadas no tecido social e nas orientações que organizam as ações (FERREIRA, 1999), percebe-se que há uma presença constante de conflitos sociais, de um repertório de lutas e novas formas de resistir. Nessa pluralidade, há uma ebulição de novos e importantes atores e, simultaneamente, torna-se imperativo valorizar movimentos sociais que marcaram a história do Brasil e do mundo.

Os movimentos sociais surgem com o objetivo de trazer mudanças em uma questão pública (GIDDENS, 2012), embora também haja movimentos sociais conservadores, que desejam a manutenção do *status quo*. Pode-se dizer também que o descontentamento impulsiona tentativas coletivas de satisfação de um interesse comum. A partir dessa inquietação, surgem os movimentos da contracultura, nos quais grupos que

aspiram por mudanças criam estratégias alinhadas a seus valores, porém em oposição às práticas determinadas como certas pelos setores mais conservadores e predominantes nas sociedades. Conforme Charon (1999, p.15), “o termo contracultura é usado para designar outras culturas dentro da cultura dominante na sociedade”, sendo estas outras culturas mobilizadas pela discordância aos modelos sociais, o que “frequentemente proporciona o cenário que conduz à mudança social”. Entre os principais movimentos sociais de contracultura surgidos nas últimas décadas do século XX, destacam-se o Híppie e o *Punk*, este último considerado precursor do estilo musical e da ideologia que originaram o movimento *Hardcore*¹.

Esses movimentos foram ganhando versões próprias, a depender das realidades locais, e se constituindo de forma mais ou menos combativa, também em relação aos cenários de inserção. O *Punk* surge na década de 1970, em ambientes marginais de Nova York e Londres, num período de ascensão política do conservadorismo e forte recessão econômica cujos reflexos alterariam significativamente as perspectivas dos jovens brancos com rendas mais baixas. O desemprego, a discriminação e as barreiras impostas em razão da classe social, o descrédito em possibilidades de melhorias e a repressão conservadora são elementos importantes para impulsionar a rebeldia desses jovens, canalizada em fatores de identidade através da música, da aparência, da atitude, da linguagem e da insurgência contra o sistema (BENNETT, 2006; CROSSLEY, 2015). O movimento *Punk* agrega esses fatores identitários, como aponta Hall (2005, p. 12), na medida em que “costura o sujeito à estrutura e estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam”. A afirmação identitária é uma estratégia importante para esses novos movimentos sociais, “marcados por uma preocupação profunda pela identidade: o que ela significa, como ela é produzida e como é contestada” (WOODWARD, 2012, p. 33). Embora a cena *Hardcore* carregue, na sua gênese, a essência do *Punk* (O’HARA, 2005), ela se individualiza e vem a constituir um novo movimento, que se expressa através de elementos identitários próprios.

Neste sentido, o *Hardcore* pode ser definido como um

[...] desdobramento do punk rock caracterizado por tempos acelerados, canções curtas (rompendo com o padrão verso-refrão-verso),

¹ Cabe salientar que, diferente do empregado aqui, há outros usos culturais para o termo *hardcore* na atualidade. Por exemplo, na linguagem do cinema um conteúdo “*hardcore*” implica em uma produção com teor pornográfico. Segundo o dicionário, a palavra também é usada para referir-se a quem age de maneira agressiva ou violenta, o que também é muito usado pela comunidade *gamer*, para descrever um perfil de jogador (<https://www.dicio.com.br/hardcore/>).

performance agressiva, vocais estridentes, uso de notas mais pesadas (...) e letras com abertos protestos políticos e sociais, expressão de angústias, frustrações, descontentamentos e revoltas individuais ou coletivas (DE OLIVEIRA, 2012, p. 7).

Além da criação de outra identidade dentro da cena jovem, suburbana e anticapitalista, evidenciava-se um novo modelo de gestão, apoiado na filosofia *Do It Yourself*² (DALE, 2008), livre de patrocínios e gravadoras e gérmen do chamado mercado independente. Esse novo modelo é marcadamente associativista e autogestonário, “um projeto de organização democrática que privilegia a democracia direta” (MOTHÉ, 2009, p. 26) e coloca em prática alguns dos princípios do cooperativismo. O associativismo “representa também o cadinho em que se formaram, identificaram, se implantaram contra-sistemas ideológicos, portadores de novos movimentos sociais, questionando, por meio de suas ideias e de suas lutas, os valores centrais das sociedades contemporâneas”³ (MEHL, 1982, p. 34).

Ante essas considerações, é possível supor que exista alguma modificação nas formas de ser e estar no mundo, correlacionada à inserção dos sujeitos num dos novos movimentos sociais. O presente estudo enfocou sujeitos inseridos no movimento *Hardcore* e buscou compreender, pela percepção desses sujeitos, como a inserção no movimento possa ter contribuído para a sua elaboração de identidade e ação associativa. Os procedimentos metodológicos escolhidos, segundo a moldura teórico-analítica que circunscreve a investigação, são objeto do próximo segmento. Em seguida, são apresentados os principais conceitos que instrumentalizaram a interpretação das falas dos entrevistados, discutindo-se a construção de identidades sociais cunhadas em uma ideologia que, enraizada no estilo musical, supera a produção cultural, constituindo-se em movimento urbano de contestação política, econômica e social.

Procedimentos metodológicos

Para dar curso ao proposto, recorreu-se a entrevistas de abordagem qualitativa e a análises de documentos, interpretados à luz de um referencial teórico interdisciplinar com aportes das Ciências Sociais e Ciências Sociais Aplicadas. Em campo, a pesquisa é exploratória em razão do objetivo, porquanto visa a “proporcionar visão geral de tipo

² Em tradução livre, Faça você mesmo.

³ Traduzido livremente do original: “*le mouvement associatif représente aussi le creuset dans lequel se sont formés, identifiés, déployés des contre-systèmes idéologiques, porteurs de nouveaux mouvements sociaux, mettant en cause, par leurs idées et leurs combats, des valeurs centrales de nos sociétés contemporaines*”.

aproximativo, acerca de determinado fato” (GIL, 2008, p.27), com o intuito de adentrar a cena que é embalada pelo *Hardcore*.

As informações produzidas a partir do trabalho de campo são caracterizadas como documentação direta, uma vez que o “levantamento de dados [se deu] no próprio local onde os fenômenos ocorrem” (MARCONI; LAKATOS, 2002, p.83). Pelo critério de acessibilidade e tendo como abrangência geográfica a capital do estado do Rio Grande do Sul (Porto Alegre), foram selecionadas cinco pessoas atuantes na cena, todas integrantes de bandas *Hardcore*, para participarem de entrevistas narrativas, abertas “quanto aos procedimentos analíticos”, com as quais se pretendeu “gerar histórias” (BAUER; GASKEL, 2002, p.105). O Quadro 1 contempla informações sobre os entrevistados, aos quais foram atribuídos nomes fictícios de modo a preservar o anonimato dos participantes:

Quadro1: Descrição dos entrevistados

Entrevistado	Sexo	Idade	Profissão	Tempo de cena	Laço Vinculante
Luciano	M	33 anos	Empresário	21 anos	Músico
Marcos	M	37 anos	Produtor	20 anos	Músico/ produtor / rádio apresentador
Rafael	M	26 anos	Jornalista	8 anos	Músico/ produtor
Bruno	M	31 anos	Professor	11 anos	Músico
Isabel	F	38 anos	Tatuadora	20 anos	Fanzines/ música

Fonte: Elaborado pelos autores

Para complementar o material extraído das entrevistas, foram utilizadas informações obtidas através de observação “espontânea, informal, ordinária, simples livre, ocasional e acidental” e que consistiu “em recolher e registrar os fatos da realidade sem que o pesquisador utilize meios técnicos especiais ou precise fazer perguntas diretas” (MARCONI; LAKATOS, 2002, p.89). Estas análises foram pertinentes em nível de comportamento e identidade visual, feitas em shows e festivais de *Hardcore*. A partir de tais observações foi possível dimensionar algumas análises, contrapor e certificar certas premissas indicadas nas falas dos participantes.

Na ocasião da coleta de dados, já não havia mais qualquer estabelecimento para shows ou encontros do *Hardcore* em Porto Alegre. Assim, os eventos observados foram iniciativas isoladas, organizadas por pessoas aleatórios, identificados com o movimento, mas sem uma representação formal, seja de grupo, banda ou coletivo. Da mesma forma, os encontros passaram a acontecer em espaços alugados, sem representar uma correspondente identificação do local com o *Hardcore*. Tal aspecto sinaliza o

enfraquecimento da cena *underground* de Porto Alegre, que já foi marcada, até a década passada, pela presença de bares como o Garagem Hermética, Signos Pub Rock, Espaço Tear, Crocco, etc.

A opção pela realização de entrevistas narrativas com repostas abertas se justifica por permitir que as análises sejam feitas conforme os dados forem conhecidos. Atenta-se, dessa forma, ao que recomenda Gibbs (2009): a análise pode e deve começar em campo. Assim, enquanto as entrevistas eram realizadas já se iniciou a fase de transcrição e as leituras flutuantes acerca do material bruto, processos recomendados por Bardin (1977) ao tratamento dos dados na análise de conteúdo. A saber, para os fins propostos neste estudo, entendem-se brutos como

[...] as quatro dimensões que organizaram o sistema categorial: origem, implicação, descrição e sentimentos, são variáveis empíricas, que emergem dos dados do texto. O grau de estranheza (ideologia) e o conflito (vivido) são variáveis construídas. O objetivo é estabelecer uma correspondência entre o nível empírico e o teórico, de modo a assegurar-nos finalidade de que o corpo de hipóteses é verificado pelos dados do texto (BARDIN, 1977, p. 69).

Em posse do material transcrito a partir das entrevistas, a leitura flutuante levou a uma viagem pelo mundo *underground* proporcionada pelos relatos dos entrevistados, cujos dados foram trabalhados de modo articulado com a fundamentação da teoria revisada a priori.

A sonoridade de um movimento de contracultura

*Hoje sei que sou capaz de uma mensagem mandar/ Tento bem equalizar
as palavras ao cuspir/ Esperando alguém ouvir (Crença pessoal /
Mundano)*

É possível interpretar a contracultura sob dois prismas distintos. O primeiro a vê independente e divergente da cultura predominante, verificável em qualquer tempo e lugar, desde que haja insatisfação com os elementos dessa cultura predominante e compartilhamento de ideais ou valores entre os insatisfeitos. Como explicam Goffman e Joy (2004), a contracultura é um fenômeno que se verifica a partir da existência da própria cultura, ou mesmo da civilização humana.

O segundo prisma, entendimento ao qual este estudo se filia, trata de um período específico, quando as primeiras gerações nascidas no pós-guerra atingem a juventude, entre 1960 e 1970, especialmente na Europa e nos Estados Unidos. Num contexto permeado por fatores complexos essa juventude se rebela contra as regras da vida social, em amplo espectro, ou, como se convencionou falar, contra o sistema tecnocrata (ROSZAK, 1972, p.19), de modo tão intenso que o termo contracultura remete quase automaticamente a ela. Os movimentos de contracultura surgem como “fenômeno que rompe com as formas cotidianas de relacionamento e padrões na sociedade” (LIMA, 2013, p.190). Essa ruptura ganha ainda mais sentido quando se analisa a conotação pela qual a noção de cultura foi cunhada no Ocidente eurocêntrico: com vieses hierarquizados, elitizados e modelados por um suposto processo linear de evolução, ao qual toda humanidade estaria sujeita. Até a segunda metade do século XX essa conotação é predominante, cedendo espaço, a partir de 1960, a novos olhares, mais voltados para as práticas sociais e o predomínio de ideias (HALL, 2003). Rejeitava-se, assim,

[...] o evolucionismo que esperava a solução dos problemas sociais pela simples secularização das práticas: é necessário passar, dizia-se nos anos 60 e 70, dos comportamentos prescritivos aos eletivos, da inércia de costumes rurais ou herdados a condutas próprias de sociedades urbanas, em que os objetivos e a organização coletiva seriam fixados de acordo com a racionalidade científica e tecnológica (CANCLINI, 2011, p. 28).

O descontentamento da juventude dirige-se, além das circunstâncias políticas e econômicas mencionadas na introdução, também ao consumismo impulsionado pelo desenvolvimento tecnológico e pela máquina publicitária. Essa insatisfação coletiva juvenil, segundo Roszak (1972) demanda liberdade individual e desvínculo com a ordem vigente, da família ao Estado, o que pode ser percebido pela estética, expressa na vestimenta desleixada, nos cabelos longos, na maquiagem ou em adornos não convencionais, como os *piercings*. Assim, o que a contracultura oferece em resposta a essa demanda é “um extraordinário abandono da arraigada tradição de intelectualidade secular, cética, que constituiu durante trezentos anos o principal instrumento de trabalho científico e técnico no Ocidente” (ROSZAK, 1972, p.147). Diferente dos movimentos sociais vinculados à luta de classes ou às categorias trabalhistas, a contracultura endereça ao *mainstream* burguês uma oposição que não surge da organização sindical ou do chão de fábrica, mas entre seus filhos e netos.

O processo de socialização implica em reproduzir ou refutar os valores impostos pela sociedade em que se está inserido, a qual compõe um sistema de regras, hábitos, formas de comunicação, direitos e deveres a cumprir ou questionar. Ou seja, compreende-se que o processo socializador não é um conjunto de valores unívocos que são incorporados pelos sujeitos sem dissonâncias. Para Peter Berger (2004; 1978), trata-se da incorporação de valores, representações e linguagem, o que ocorre através de dinâmicas que nem sempre se promovem de maneira simétrica e sem contradições, seja nas socializações primárias ou secundárias. Ou seja, considera-se que a “realidade é construída socialmente” (BERGER, 2004, p.11). Os sujeitos, desta forma, enfrentam socialmente ações em busca de vivências que não sigam modelos até então estabelecidos, que possibilite a criação de algo novo, contraditório e ambíguo em si mesmo.

Ou seja, cultura não é apenas uma marca de ordens hierárquicas a seguir, como as regras dominantes para o sujeito culto, da alta cultura, mas a forma de viver inserido em um grupo e as regras que instituem a cultura de uma comunidade, que propicia as relações entre os indivíduos entre si e do corpo social com o ambiente em que habitam. Sendo assim, a “cultura é compartilhada na interação, constitui nossa perspectiva consensual sobre o mundo e dirige nossos atos” (CHARON, 1999, p.104). A abrangência da noção de cultura na contemporaneidade vai além de regras sociais e

“diz respeito à humanidade como um todo”, sem que, para isso, imponha uma pretensa uniformização ou normatividade sobre as diversidades próprias de cada contexto, mas, antes, “contribui no combate a preconceitos, oferecendo uma plataforma firme para o respeito e a dignidade nas relações humanas” (SANTOS, 1996, p.4).

A cultura que envolve a cena do *Hardcore* anseia por mudanças sociais, embora seja “difícil definir a mudança social, pois existe um sentido em que tudo muda, o tempo todo” (GIDDENS, 2012, p. 98). Dentre todas as mudanças, uma foi unânime aos entrevistados quanto à luta por eles travada dentro do *Hardcore*: a igualdade. “As formas das culturas e suas relações falam bem de perto a cada um de nós, já que convidam a que nos vejamos como seres sociais”, conforme relata Luciano. Ele continua: “o que me choca é o ser humano não olhar para ela e tentar pensar diferente, porque a desigualdade está aí há muito tempo”. Esta realidade nos “faz indagar sobre as razões da realidade social de que partilhamos e das forças que as mantêm e as transformam” (SANTOS, 1996, p. 5).

A prática dos valores impostos pela cultura, no que tange aspectos sociopolíticos ou culturais, gerará divergências causadas pela diferença na percepção de cada um dos inseridos na sociedade regida por tais regras, *“eu luto contra o governo, mas não adianta, porque as pessoas precisam de comando, sou a favor da anarquia, mas não iria dar certo aqui, pois a pessoa precisa evoluir dentro dela primeiro”* (Isabel). Geralmente, visando estabelecer uma nova ordem de vida, as pessoas de um contexto específico, permeadas por tensões sociais, são provocadas a incitar a mudança em alguma questão pública. *“Cada cultura é o resultado de uma história particular”* (SANTOS, 1996, p. 6) e no *Hardcore* esta incitação é feita através da música, na busca de conscientizar o maior número de pessoas que é possível que haja uma sociedade menos desigual. Essa busca parte do princípio da influência cultural, que nos tempos modernos é um fator social que pode promover a mudança e o *Hardcore* é *“uma maneira política de fazer música ou vice-versa”* (Rafael), em que a luta é *“contra tudo, contra todos, a gente vive em uma sociedade machista, racista, onde o que vale é o que tu tem e não o que tu é”* (Bruno).

Na cena, como um todo, existe esta característica inquieta de alguém que acredita veementemente que o mundo pode ser mais justo desde que haja um propósito de mudança em cada ser do corpo do social, considerando que *“os modos de vida cada vez mais exigem uma base racional”* (GIDDENS, 2012, p. 100). Neste sentido, nas palavras de Bruno: *“o movimento Punk é agregador, algumas vertentes do rock é segregadora, tem uma coisa mais preconceituosa e o Punk é bem aberto, por mais que eu não seja um ativista, me enche de orgulho participar disso de alguma forma”*.

Esta inquietação social motivada pela insatisfação é o que origina os movimentos sociais, que *“são tentativas coletivas de promover um interesse comum ou garantir um objetivo comum fora da esfera das instituições estabelecidas”* (GIDDENS, 2012, p 713). Como disse Isabel: *“o movimento Punk é a parada mais evoluída que tem, a galera luta contra o preconceito, é a favor da igualdade, luta contra o governo, mesmo assim dentro do movimento rola sexismo, machismo, mas é a parada mais evoluída”*.

As contestações cantadas, ou melhor, visceralmente gritadas do *Hardcore* influenciam vidas. Segundo Marcos é *“impossível tu estar inserido num estilo de música que não é só música, como o Hardcore, e não receber influência de ideias e ideais”*. Este aspecto sociocultural atrai para dentro da pequena cena pessoas que buscam este rompimento das imposições sociais. Afinal, *“Hardcore é isso: questionar e ter um pensamento crítico sobre a forma que a gente vive”* (Luciano).

Estar inserido no meio, para os músicos da cena, sustenta a convicção de que através das críticas escritas na música é possível que haja uma mudança de consciência: *“as letras que componho falam sobre machismo, governo, saúde, crianças animais, falam de todas AS atrocidades que a gente vive, elas são todas de protesto”* (Isabel). Os temas das letras do *Hardcore* funcionam como ferramenta para sensibilização nas questões sociais, um espelho das mudanças que se fazem necessárias, em que a identidade dos compositores pode ser considerada como *“a face socializada da individualidade, sendo sempre assimilada por meio de um processo de interação com os outros”* (VERONSE; ESTEVES, 2009, p.219). Logo, *“participar do meio é passar alguma mensagem, passar informações para quem se interessa pelo estilo ou proposta crítica da música, é tentar passá-la [a mensagem] de uma forma diferente”* (Luciano). Tal aspecto evidencia que, *“os sistemas simbólicos fornecem novas formas de se dar sentido à experiência das divisões e desigualdades sociais e aos meios pelos quais alguns grupos são excluídos e estigmatizados”* (WOODWARD, 2012, p.19).

Os olhares críticos inquietos e insatisfeitos, apoiados em suas convicções, travam lutas ideológicas, *“que consiste na tentativa de obter um novo conjunto de significados para um termo ou categoria já existente, de desarticulá-lo de seu lugar na estrutura significativa”* (HALL, 2003, p.193), tais confrontos buscam transformação de valores, comportamento e consciência, e fomentam movimentos contra os padrões sociais definidos. Ou seja, contra a cultura estabelecida, o que inclui a subordinação do povo ao governo, *“cada país tem a sua revolta, de acordo com a sua realidade, aqui é o nosso governo que fode tudo, ficam gastando dinheiro com prostituta de luxo enquanto crianças e velhinhos morrem nos postos de saúde”* (Isabel). Já de acordo com Santos (2012), *“não há razões para querer imortalizar as facetas culturais que resultam da miséria e opressão”, é necessário enxergar que “as culturas movem-se não apenas pelo que existe, mas também pelas possibilidades e projetos do que pode vir a existir”*. Neste sentido, a sociedade clama por mais empatia e menos corrupção e o movimento cultural que cerca o *Hardcore* reivindica isto através das críticas cantadas, *“é revoltante, a gente paga imposto pra caralho e não usufrui, não tem hospitais, não tem educação, não respeitam os professores”* (Isabel).

Entende-se que *“mudar o mundo é uma coisa meio utópica, mas conseguir mudar tua comunidade é bem viável, começa mudando o pensamento da tua banda das pessoas que estão ao redor de ti”* (Rafael), uma vez que o *Hardcore* permite isto, *“por ser uma música ativista, que impulsiona algo mais efervescente, tipo, se a gente estabelecer laços mais*

próximos conseguiremos obter mudanças sociais de fato” (Rafael). Esta mudança social “*é individual, cada um acaba absorvendo e considerando o que é importante mudar e acabam levando isto adiante através de sua vivência cotidiana*” (Marcos).

O mundo perfeito, sem miséria, guerras, onde negros, brancos, pardos sejam simplesmente humanos; onde a orientação sexual de cada um seja respeitada apenas pelo sentimento que há nas relações, seja bi, hetero, homossexual; onde a política seja feita literalmente para o povo e que o governo cumpra com seu papel para que a dignidade de nenhuma pessoa seja ferida; este é retrato do mundo utópico citado pelo Marcos. Esta descrição de um lugar ideal talvez esteja para sempre apenas na imaginação. O desejo de completa harmonia entre os indivíduos soa como fantasia, mas é esta crença que nutre as atitudes de quem anseia por esta transformação. Afinal, “o pensamento utópico apresentava-se, claramente, como denúncia das injustiças, privilégios e múltiplas faces do poder” (CATTANI, 2009, p. 329).

Identidade e ideologia *Hardcore*

Humanidade, não olhe para mim, olhe para si mesma, o que você vê?
(*Humankind/ Ramones*)

A identidade é simplesmente aquilo que se é, aquilo que é formado e esculpado pelas relações do convívio social, baseadas no ambiente em que estamos inseridos, como língua, crenças, jeito de se vestir, normas e valores. Estas imposições influenciam diretamente na construção de nossas identidades e fazem parte de um grupamento de atributos que formam o contexto comum entre os indivíduos de uma mesma sociedade e são fundamentais para a comunicação e cooperação entre os sujeitos. Esta representação “inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeito” (WOODWARD, 2012, p. 16-17). Logo, a identidade “preenche o espaço entre o interior e o exterior, entre o mundo pessoal e o mundo público” (HALL, 2005, p.11).

Nesse sentido, o *Hardcore* e sua cultura fundamentam identificação com a causa de uma luta por uma posição crítica da sociedade, “*a percepção que eu tinha das coisas me levou ao Hardcore, me aproximou mais do que eu buscava, que era um pensamento diferenciado sobre o que eu vivia, da forma como eu enxergava as coisas*” (Luciano). Esta identificação acontece de dentro para fora, em que o desconforto funciona como

princípio da mudança. Ou seja, o discernimento do certo e errado, que é pessoal e independente de regras sociais, refletirá na identidade do indivíduo. Hall (2012, p. 111-112) utilizou o termo identidade como sendo o ponto de encontro entre discursos e práticas, “as identidades são, pois, pontos de apego temporário às posições-de-sujeito que as práticas discursivas constroem para nós”. Pertencer a algum grupo ou movimento é promovido através da compatibilidade entre identidade do sujeito e do grupo, “a ideologia é eficaz porque ela age tanto nos níveis rudimentares da identidade e dos impulsos psíquicos quanto no nível da formação e das práticas discursivas que constituem o campo social” (HALL, 2012, p.114).

A sutura entre ideologia e atitude equivale ao sujeito se parecer com o grupo a qual pertença em termos de ideologias e de identidade visual específica, isto é natural no processo de identificação, “quando eu era criança comecei a andar de skate influenciado pelo meu primo, a gente era bem próximo e ele era um modelo pra mim” (Bruno). O estilo de vida adotado através da influência levou o Bruno ao *Hardcore*, conforme relatado: “tinha uma fita VHS de Skate, a Plan B, tinha um monte de música louca, eu já sabia de cor e no final tinham os créditos, aí tu começa a anotar os nomes das bandas e ir atrás”. A identificação com os significados conceitos do meio em que estamos inseridos aguçam a percepção do que somos e do que podemos nos tornar, “é por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido a nossa existência e aquilo que somos” (WOODWARD, 2012, p. 17).

A atitude e a ideologia por trás da música culminaram na criação da identidade que há no *Hardcore*: “o principal é quando tu encontras pessoas questionadoras, pessoas críticas, tentando buscar alternativas de pensamentos diferentes e tentar melhorar o que puder” (Luciano). Estas similitudes geram “o próprio processo de identificação através do qual projetamos nossas identidades culturais” (HALL, 2005, p.12). Isso ocorre “porque tu acabas te inserindo em um espaço que tu encontras outras pessoas que tem o mesmo posicionamento de pensamento crítico, de criticar e cogitar novas interpretações sobre as coisas” (Luciano).

A similaridade de pensamentos partilhados pelos envolvidos na cena traduz o significado de identificação, por ela ser “construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são partilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal”, logo, é em cima deste processo que ocorre o “natural fechamento que forma a base da solidariedade e da fidelidade do grupo em questão” (HALL, 2012. p. 106).

No *Hardcore*, o *Do It yourself* é um ponto característico forte, entranhado na cena: “acho que o grande lema que todo mundo carrega é a bandeira do faça você mesmo, que apesar de ser velha e batida, é o que estimula, é que traz a galera para cooperar com o movimento” (Rafael). O movimento é mantido com o coletivo, com a ajuda dos envolvidos e disso depende a própria sobrevivência da cena, “no meio underground, sem a participação das pessoas nunca aconteceria nada, é diferente de outros estilos musicais, onde há empresários e produtores envolvidos” (Luciano).

Além do *Do it yourself*, o *Hardcore* carrega muitas das ideologias *Punk*, “o conjunto de ideias é praticamente o mesmo, mas acho que dentro do HC [*Hardcore*] surgiram ideias mais positivas, mais claras, mais direcionadas, acaba sendo duas coisas diferentes, mas duas coisas iguais, vem do mesmo lugar” (Marcos). Na cena *Punk*, dos primórdios do movimento até a atualidade, as pessoas inseridas neste contexto, são facilmente reconhecidas pelo visual que é singular ao grupo. Distinguindo os movimentos, Rafael explica que “no *Punk* a característica é chocar, os moicanos, as vestimentas com spike em formato pontiagudo, tudo para espetar, chocar, para quebrar esses valores”. Estas diferenças adquiridas são um movimento de reivindicação, no qual a construção de uma identidade visual “rude” era propositiva porque que ali havia uma luta, pois, “estas diferenças culturais seriam apenas manifestação superficial de características humanas mais profundas” (SILVA, 2010, p.86).

A partir do *Punk Rock*, surgiram diversos gêneros musicais que, apesar de carregarem DNA da cena, deixaram de lado o cabelo colorido e os objetos que eram a própria identificação do movimento. Com esta desconstrução, surgiram novas identidades visuais, musicais e comportamentais, no que tange as diferenças de identidade visual. O *Hardcore* é mais facilmente inserido na sociedade, pois as pessoas envolvidas “já estão inseridas num formato diferente, elas conseguem se adequar de forma mais fácil no sistema onde a gente vive”, enquanto o *Punk* como um coletivo “abre mão de uma parcela maior da participação social em prol do *Punk*” (Luciano). Musicalmente, “o *Punk* é mais agressivo, mais sujo, mas direto, mais foda-se, o *Hardcore* se preocupa mais com o instrumental bem tocado” (Isabel). A respeito destas mudanças, todo “esse processo produz o sujeito pós-moderno como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente” (HALL, 2005, p.13). Fica claro, no entanto, que dependendo do contexto histórico ou cultural, o sujeito tende a assumir diferentes identidades, pois elas “tornam-se uma celebração móvel formada e transformada continuamente em relação às formas

pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 2005, p.13).

Vive-se em uma sociedade mutante, na qual as pessoas precisam modificar seu modo de ver o mundo e implementar mudanças comportamentais, e esta capacidade de mudar é necessária para acompanhar as transformações. Assim, o que movimenta a cena do *Hardcore* é a capacidade de influenciar e propor mudanças através da música. Esta crença de que é possível uma sociedade mais justa, onde haja respeito e liberdade de expressão está intrínseco no *Hardcore*, “*um dos lemas que carrego na música é que todo mundo tem o direito de se expressar*” (Rafael). A movimentação que engloba o mundo, natureza, população, políticas, culturas, faz com que as “práticas sociais sejam examinadas e reformadas à luz das informações recebidas sobre aquelas próprias práticas, alterando, assim, constitutivamente seu caráter” (GIDDENS, 1991, p. 39), o que é determinante para que as identidades sejam mantidas, reinventadas ou inventadas.

A identidade de toda uma cena é embasada no fim da desigualdade social, em que através da arte e da música, as pessoas se reconhecem, se identificam em prol de algo maior, já que “*o movimento tem muitas características de criar e reforçar estes laços*” (Rafael). A autogestão, neste sentido, é uma aliada da mudança que é provocada por um olhar crítico a respeito do sistema em que se está imerso, em que cada um pode dar, mesmo que de forma não atuante, sua parcela de colaboração para que haja uma mudança. Logo, “esses processos de mudanças, tomadas em conjunto, representam um processo de transformação tão fundamental e abrangente que somos compelidos a perguntar se não é a própria modernidade que está sendo transformada” (HALL, 2005, p. 9).

Associativismo e *Hardcore* na cena *underground*

Indústria da música parasita/ Enquanto ela se destrói/ Nós vamos mostrar pra eles como é pra ser. (Dinosaurs Will Die/ NOFX)

As relações sociais de cooperação são inerentes ao ser humano. Nessa visão e compreensão, o ser humano é um ser co-operante, um sujeito social cooperativo. Thompson (1987) diz que a origem da cooperação entre as pessoas está na partilha dos alimentos. Esse horizonte de compreensão sobre a origem da cultura da humanidade recoloca também a possibilidade de construir perspectivas futuras distintas da atual

cultura, da competição. Possibilita a formulação de um novo patamar, paradigma de relacionamento econômico e social entre as pessoas, a partir da cooperação.

A solidariedade, item essencial para o agir coletivo de cooperação, é vista por Morin (1998) como fundamental para a sobrevivência da humanidade. O associativismo cooperativo entre as pessoas é o elemento chave na constituição de uma nova humanidade, balizador das relações sociais, e a solidariedade tem papel central na adaptação às mudanças e transformações vivenciadas pela sociedade. Lévy (2003) aponta que a evolução técnica, o progresso da ciência, as turbulências geopolíticas e os elementos aleatórios dos mercados são dissociativos da coesão comunitária, obrigando as pessoas a se deslocarem em busca da satisfação de suas necessidades de sobrevivência. O autor afirma: “a riqueza das nações depende hoje da capacidade de pesquisa, de inovação, de aprendizado rápido e de cooperação ética de suas populações” (LÉVY, 2003, p. 44).

A obrigatoriedade de as pessoas saírem de seus territórios de origem em busca de melhores condições de vida, muitas vezes, fabrica a exclusão, rompe os laços sociais e prejudica a construção identitária. Lévy (2003) considera essa “desterritorialização” como a causa de um terrível desajuste, uma imensa necessidade de se reconstruir o coletivo, os laços sociais e as estruturas de identidade. Percebe-se, portanto, a necessidade da composição de ações associativas como um aspecto indispensável aos movimentos de resistência da atualidade, para que se faça frente às posturas individualistas e de competição acirrada, marcadamente de gênese neoliberal. O associativismo e o cooperativismo representam, no entender de Frantz (2003), modelos de organização social e de gestão mais justos para produzir e distribuir riquezas, bem como estruturas e espaços de poder econômico e político mais próximos da população.

A autogestão é um projeto de organização democrática que privilegia a democracia direta. Esta “constitui um sistema em que voluntariamente, sem perceberem remuneração e sem recorrerem a intermediários, os cidadãos debatem todas as questões importantes” (MOTHÉ, 2009, p.26). Este sistema que pode ser considerado como ajuda mútua é o que movimenta o *Hardcore*, no ímpeto de manter a cena viva, laços são reforçados para que as coisas aconteçam, em nível de shows, divulgação, eventos: “*tu já estás lidando com uma cena pequena, é necessário que tenha apoio, a cena só vai girar com a ajuda direta das pessoas, pois ela lida com mínimos, música independente e autoral é um mercado pequeno no Brasil*” (Rafael).

A busca pela democracia é a alma desta forma de gerenciar. Uma vez que os envolvidos terão o mesmo interesse, buscarão formas efetivas para atingir o resultado e

posteriormente mantê-lo. Sobre o *Hardcore*, narrativas apontam que “há interesse mútuo de um grupo de pessoas para que tudo aconteça, para continuar repassando e discutindo o *Hardcore*, as bandas querem mostrar seu trabalho e tentar passar sua própria mensagem” (Luciano). Na organização de eventos há um planejamento, na cena em que “geralmente quem organiza toca em alguma banda” (Rafael). Ao passo que aquele que produz o evento:

[...] arranja o lugar, os equipamentos, que podem ser alugados e estes custos compartilhado, pode ser custeado pela bilheteria, se o dinheiro da bilheteria não alcança as bandas acabam rachando a diferença
(Marcos)

Considerando do contexto, o fato de a cena ser pequena e de a internet encurtar caminhos geram também experiências de fracasso, como a citada pelo Bruno:

[...] a gente trouxe uma banda internacional para tocar em Porto Alegre (RS/Brasil), a banda tocou mas deu prejuízo, isso pra mim assim me mostrou o quão difícil é tu conseguir fazer as coisas acontecerem, porque é muito dinheiro e tu tem um público pequeno.

Segundo os entrevistados, não há uma fórmula exata, existem várias formas de gerir, mas em todas elas trabalhando para buscar pelo menos o “empate”, se não der lucro também não deu prejuízo e está bom. Como ilustra o Luciano: “*uma piada bem comum no Hardcore é que Hardcore e grana não convivem na mesma frase*”. Mesmo independentes, existem bandas que conseguem algum cachê, bandas que estão na cena há bastante tempo e que foram influência para tantas pessoas e inclusive para outras bandas, mesmo que seja um valor irrisório. Estas ainda conseguem um cachê que “*pode ser negociado com valor fechado ou porcentagem de bilheteria*” (Marcos), pois conseguem colocar um público maior nos shows. Segundo Marcos, “*nos anos 90, qualquer show merda dava 100 pessoas, hoje em dia se tu colocas 100 pessoas num show, UAU! Tu és o campeão*”. Como é um movimento de cunho social, não é raro que haja eventos para arrecadação em prol de alguém, instituição ou para a causa animal. No âmbito da solidariedade, a Isabel relatou que “*a gente faz bastante shows que o dinheiro é voltado para alguma mina que tá mal, alguma instituição, aí a gente toca de graça, estes são o que a gente mais gosta de fazer inclusive*”.

Além da música, a maioria dos integrantes de bandas tem outro trabalho como fonte de renda, ou seja, “*a maior parte faz porque gosta e é uma alternativa de*

participação dentro da sociedade de buscar expressar suas opiniões, se fosse pelo dinheiro o cenário não existiria” (Luciano). Estas ações na cena não são chefiadas, dirigidas ou gerenciadas por agentes estatais ou qualquer equivalente. Quem manda é a necessidade, por isso é preciso discutir, organizar e racionalizar a respeito com todos envolvidos. Isso porque a autogestão tem caráter direto de um consenso e as “relações diretas personalizadas ultrapassam o contrato entre pessoas, para englobá-lo na busca de fins comuns” (CHANIAL; LAVILLE, 2009, p.21).

Por exemplo, *“quando eu produzo um evento e vou trazer alguma banda, independente do trato que tenho com ela, eu sempre convido mais 3 bandas e aí nisso eu lanço: tu só tens que chegar e tocar, tu tem algum equipamento pra compartilhar?”* (Marcos). A isto que se refere as relações por fins comuns: cada um colaborando da maneira que pode. Esta autogestão é caracterizada como uma criação associativa, que é explicada como sendo *“impulsionada pelo sentimento de que a defesa de um bem comum supõe a ação coletiva”* (CHANIAL; LAVILLE, 2009, p. 21), propondo uma forma alternativa de mercado. Essa é uma característica comum a estes formatos associativos: *o “mercado, nesse caso, é formado pelos próprios integrantes, que são as pessoas que mais querem ver isto acontecer”* (Rafael). Esse estudo, portanto, filia-se a um conceito de autogestão alocado em uma perspectiva que, para Cattani (2009, p. 6), *“está sintonizada com os ideais e as realizações objetivas da outra economia, aquela que se apresenta como alternativa material e humana superior à economia capitalista”*.

Nesta pesquisa, foi possível analisar que esta coordenação do esforço coletivo em prol de objetivos comuns é o que movimenta a cena *underground*, mais precisamente o *Punk* e suas vertentes musicais. A cena é considerada jovem, suburbana e anticapitalista, e *“o fato de ser anticapital, não é ser ‘antidinheiro’ é ser ‘antídoto’ o lance de consumo exacerbado e essa coisa fria do dinheiro pelo dinheiro”* (Marcos). Contudo, neste sistema político-econômico que vivemos *“não tem como a gente não ser capitalista, capitalismo não, mas a gente precisa de dinheiro até para comprar um rebite para colocar no jaco”* (Isabel). Segundo os entrevistados não se pode negar que tudo gira em torno do capital, que o dinheiro funciona como garantia de ter o que comer, vestir, ter acesso a melhores educação e saúde. As pessoas se tornam reféns do capital e mesmo quem não concorda com este sistema tem que submeter-se ao que ele faculta: *“todo mundo vive no capitalismo, tudo dá dinheiro para o governo, não tem como sair disso, tu precisas de grana para comer, viajar, ainda mais se tu queres ter uma vida boa, eu gosto de ter uma vida boa”* (Isabel).

Independente do que gira em torno do capital, o termo e a cultura vinda do *Hardcore* refletem ações de cooperação, que é entendida “como ato de cooperar ou operar simultaneamente, colaborar, trabalhar em conjunto. Está associado às ideias de ajuda mútua, de contribuir para o bem-estar de alguém ou de uma coletividade” (JESUS; TIRIBA, 2009, p.80). Esta é força social coletiva que alavancou o movimento, exteriorizando suas ideologias, suas músicas e conseqüentemente conquistando mais adeptos para a causa, “*é uma coisa diferente, feita na ‘raça’; no Brasil, bandas conhecidas são totalmente independentes e fazem da própria mão a coisa, isso que é interessante no Hardcore*” (Luciano).

A solidariedade no âmbito da autogestão tem um modelo que carrega como princípio, segundo Laville (2009, p. 310), a “democratização societária, resultando de ações coletivas”, que é baseada na ajuda mútua, supõe “haver na igualdade de direitos entre as pessoas que nela se engajam”. Dentro das imposições de um mundo capitalista onde tudo gira em torno de cifras, ainda existem pessoas que agem, sem foco no lucro, unindo forças para que haja benefício comum a causa.

Os movimentos sociais surgem propondo mudanças em diferentes esferas. O movimento que transpõe o *Hardcore* é propiciado pelos integrantes da cena. Se ainda há movimentação é porque as pessoas que acreditam na mudança organizam a cena de forma independente através do coletivismo. A grande mídia não tem espaço para tanta atitude:

não dá para esperar que a mídia coloque na tv, na rádio este estilo musical, até porque é isso que é criticado, então não queremos estar na mídia, queremos passar informação, então temos que nos juntar e fazer em forma de cooperação”. (Luciano)

O fato de não querer estar na mídia, conforme citado pelo Luciano, é porque, de acordo com os outros entrevistados, no momento que alguma grande gravadora assume a produção dos discos, ela pode impor mudanças nas letras, nas roupas. Ou seja, passa a anular a essência do *Hardcore* e isto fica claro através da narração feita pela Isabel:

[...] a nossa banda, (...), já teve convite para passar na MTV, tocar em rádio, mas a primeira coisa que pediram foi para trocar o nome da banda”. Neste caso, o convite não foi aceito pois “primeiro seria o nome da banda, quando vê iam querer mudar as letras, o visu [...] são letras maravilhosas, letras de protesto, trocar isto seria meio que se vender.

Os laços criados dão potência para que os problemas atuais da cena sejam impulsionadores para um futuro maior e mais ativo, onde haja espaço e apoio das pessoas que se identifiquem com o *Hardcore* para que ele continue interligando gerações: “*eu gostaria que tivesse lugar pra tocar, que tivesse interesse das pessoas, que as pessoas comparecessem, tipo, que fosse uma unidade, como deveria ser, todo mundo mete a mão na massa e faz as coisas*” (Marcos). A coletividade vai sim manter viva a cena, os movimentos de ruptura dos limites sociais que denunciaram injustiças a nível ambiental, social, racial, político tem que continuar, para mostrar que esses confrontos ditos utópicos, podem transformar as relações para que se possa viver em um lugar mais igualitário.

Demarcando a possibilidade de um fazer político associado a um movimento de contracultura, De Oliveira (2012, p. 21) é provocativo ao responder as críticas que surgem ao *Hardcore*:

[...] os defensores do político *stricto sensu*, isto é, da ação política formal, vinculada ao Estado e às demais instituições político-partidárias, podem inclusive questionar a validade dessas músicas como algo político. No entanto, criticar, condenar ou agitar o debate público (mesmo em dimensões pequenas, como é o caso das canções aqui estudadas) sobre a vida social ou apenas emitir uma fala que expresse uma reflexão sobre a realidade constitui um ato político.

Portanto, esta bandeira que é defendida pelo *Hardcore* carrega o sentido da empatia e através destas adversidades cantadas é que pessoas de todas as partes do mundo se identificam, pois, como diz o nome de uma música da banda Conquest for Death, “*Many Nations one Underground*”, não importa o país, terão pessoas unidas pelos ideais, pelas músicas e pelas críticas levantadas pelo *Hardcore*.

Considerações finais

Mas então vamos lá/ Lutar por um ideal/ Se viver é resistir/ Então será... (Mulheres Negras / Dead Fish)

O *Hardcore* se assume como um movimento contracultural que busca, através da música e da ideologia herdada do *Punk*, uma conscientização nas causas, sociais, políticas e econômicas. A partir dos integrantes da cena entrevistados, o movimento tenciona questões sociais afirmando que é possível uma sociedade mais igualitária, descortinando

a realidade consequente das desigualdades sociais e de gênero. Através de um olhar crítico, o movimento defende que se possa questionar o que é imposto pela sociedade, iniciando pela sua própria forma de pensar e que devemos cobrar do governo que ele cumpra seu papel perante a sociedade.

O movimento defende também a aceitação e o respeito as diferenças raciais, de gênero e orientação sexual. No entanto, percebe-se que a quantidade de mulheres é menor, tanto em bandas quanto no público que frequenta os shows. Mesmo que seja um movimento que preza pela igualdade, as mulheres da cena ainda enfrentam o machismo, tendo dificuldades de se inserir com legitimidade nas rotinas da ‘cena’, já que o estilo ainda é caracterizado por um espaço predominantemente tido como masculinizado.

Das constatações através de observação, evidenciou-se que quando se nota a presença de um casal homossexual ele é composto por mulheres e não há homens visivelmente homossexuais nos eventos. Isso deixa dúvidas de se há ou não casais homossexuais masculinos e, havendo, por qual motivo não são exteriorizados. Uma possibilidade para futuras pesquisas.

Observou-se também que a maioria dos músicos e produtores de *Hardcore* consegue manter a cultura underground através da estratégia da ação associativa. Assim, mesmo que seja uma cena pequena e que não produza ganhos financeiros, a cooperação faz com que os eventos ocorram. Viver da música não é uma possibilidade para os entrevistados, pois há o sentimento de que o *Hardcore*, por toda a atitude que carrega, não seria facilmente aceito nas rádios e emissoras de televisão por estas serem alvos das críticas pelo fato de mascarar a realidade que os convém e desviar a atenção da grande massa para assuntos de importância duvidosa. Para que houvesse aceitação na mídia teriam que ser adaptados nomes de bandas, letras de músicas e identidade visual dos participantes ao sistema que rege estes meios de comunicação. Desta forma, a cena não ‘se vende’.

Por fim, pode-se afirmar que, em meio a brutalidade do capitalismo, existe uma cena, formada por pessoas impulsionadas por interesses que vão na direção contrária do que está impregnado nesse sistema. Dessa forma, o que os impele é crença de que as críticas contidas em suas músicas sejam mensagens absorvidas e propulsoras da transfiguração do pensamento social, especialmente no que tange a conscientização sobre as mazelas da sociedade e a demasiada falta de governabilidade em prol das necessidades básicas por parte dos políticos. No que está relacionado à coletividade que defende um

bem comum, é exata a afirmação de que o associativismo é materializado pelo *Do it Yourself* que, por sua vez, fundamenta a construção da identidade coletiva pelo *Hardcore*.

Referências

- BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: edições, 1977.
- BAUER, Martin W; GASKEL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 2º ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.
- BENNETT, Andy. “*Punk’s not dead*”: the continuing significance of *Punk* rock for an older generation of fans. **Sociology** n. 40 v. 2, 2006, p. 219-235.
- BERGER, Peter. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido**. Petrópolis: Vozes, 2004.
- BERGER, Peter. **Perspectivas sociológicas: uma visão humanística**. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 1978.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas**. São Paulo. Edusp, 2011.
- CATTANI, Antônio Davi. **Dicionário Internacional da Outra Economia: Utopia**. São Paulo: Almedina, 2009.
- CHANIAL, Philippe; LAVILLE, Jean-Louis, **Dicionário Internacional da Outra Economia: Associativismo**. São Paulo: Almedina, 2009.
- CHARON, Joel M. **Sociologia**. 5º Ed. Editora Saraiva, 1999.
- CROSSLEY, Nick. **Networks of sound, style and subversion**. Manchester: Manchester University Press, 2015.
- DALE, Pete. “It Was Easy, It Was Cheap, So What?”: Reconsidering the DIY Principle of *Punk* and Indie Music. **Popular Music History**, n. 3, v. 2, 2008, p. 171-193.
- DE OLIVEIRA, Roberto Camargos. A Cena Alternativa Do Hardcore: Cultura E Política. **Revista Embornal**, v. 3, n. 6, p. 36-57, 2012.
- FERREIRA, Lúcia da Costa. Conflitos sociais contemporâneos: considerações sobre o ambientalismo brasileiro. **Ambiente e Sociedade**, Campinas, nº 5, p. 35-54, Dec. 1999.
- FRANTZ, Walter. **Caminhos para o desenvolvimento pelo cooperativismo**. Ijuí: Editora da UNIJUÍ, 2003.
- GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos**. Tradução Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. 6º Ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOFFMAN, Ken; JOY, Dan. **Counterculture through the ages: From Abraham to acid house**. New Yourk, Villard, 2007.

HALL, Stuart. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10º Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HALL, Stuart. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2012.

JESUS, Paulo; TIRIBA, Lia. **Dicionário Internacional da Outra Economia: Cooperação**. São Paulo: Almedina, 2009.

LAVILLE, Jean-Louis, **Dicionário Internacional da Outra Economia: Solidariedade**. São Paulo: Almedina, 2009

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma Antropologia do ciberespaço**. Tradução de Luiz Paulo Rounet. São Paulo: Loyola, 2003.

LIMA, Artemilson Alves. Excurso sobre o conceito de contracultura. **HOLOS**, v. 4, p. 183-192, 2013.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MEHL, Dominique. Culture et action associatives. **Sociologie du Travail**, n. 24, v. 1, 1982, p. 24-42.

MOCELIN, Daniel Gustavo. Movimentos Sociais e Movimentos Sociais Rurais. In: Organização social e movimentos sociais rurais [recurso eletrônico] / organizadores Ivaldo Gehlen [e] Daniel Gustavo Mocelin; coordenado pela SEAD/ UFRGS. — dados eletrônicos. — 2. Ed. Rev. E ampl. — Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2018.

MORIN, Edgar. **A Sociologia do microssocial ao microplanetário**. Tradução de Maria G. de Bragança e Maria da Conceição Coelho. Portugal: Publicações Europa-América, 1998.

MOTHÉ, Daniel. **Dicionário Internacional da outra economia: autogestão**. São Paulo: Almedina, 2009

O'HARA, Craig. **A Filosofia do Punk: mais do que barulho**. Tradução de Paulo Gonçalves. São Paulo: Radical Livros, 2005.

ROSZAK, Theodore. **A contracultura**. Petrópolis. Vozes, 1972.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. Coleção primeiros passos; 110. São Paulo: Brasiliense, 1996.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Documentos de identidade**: uma introdução às teorias do currículo. 3ª Ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

THOMPSON, William Irwin. As implicações culturais da nova biologia. In: THOMPSON, William Irwin (org.). **Gaia**: uma teoria do conhecimento. São Paulo: Gaia-Global, 1987.

VERONESE, Marília Veríssimo; ESTEVES, Egeu Gómez. Identidade e Economia Solidária: sobre o processo de construção identitária no trabalho autogestionário. In: Pedro Hespanha e Aline Mendonça dos Santos (orgs.). **Economia Solidária**: questões teóricas e epistemológicas. Coimbra: Almedina, pp. 151-167, 2011.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2012.

Julice Salvagni - Professora Adjunta no Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), na área de Estudos Organizacionais. Doutora em Sociologia (UFRGS), Mestre em Ciências Sociais (Unisinos) e Psicóloga (Unisinos). E-mail: julicesalvagni@gmail.com

Paula da Silva Almeida - Especialista em Gestão de Pessoas pelo Centro Universitário Ritter dos Reis. E-mail: psa-almeida@hotmail.com

Cibele Cheron - Professora Colaboradora e Bolsista de Pós-doutorado junto ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil. Doutora em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: iccibele@gmail.com

Renato Koch Colomby - Professor do Instituto Federal do Paraná – IFPR. Bacharel, Mestre e Doutor em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) tendo como área de concentração Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho. E-mail: renato.colomby@gmail.com

Esfera pública técnico-midiatizada: contemporâneo campo de batalhas morais e políticas identitárias

Resenha

- ✓ MISKOLCI, R. *Batalhas morais: política identitária na esfera pública técnico-midiatizada*. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2021. (Cadernos da Diversidade). 110 p.

■ Ana Carolina Costa dos Anjos

O argumento central do livro é uma reflexão crítica ao modelo de práticas de políticas identitárias contemporâneas que se deram como *Batalhas Morais na Esfera Pública Técnico-Midiatizada*, conforme sintetiza a apresentação escrita por Bila Sorj, professora da UFRJ e pioneira nos estudos de gênero no Brasil.

Fruto da tese de titularidade defendida pelo professor Richard Miskolci na UNIFESP o livro escrito de modo simples e direto parece conter o desejo de estabelecer uma interlocução com um público amplo. Esse cuidado se revela na escolha de estilo e linguagem com os quais o autor apresenta temas de grande complexidade e reflexões analíticas profundas em um formato fluido e conciso. De modo que, devido a essas características, resenha-lo torna-se um desafio, já que tudo está posto de forma organizada e sintética.

Construído com cinco curtos capítulos, além da Apresentação e da Introdução, o livro orbita em torno de um modelo de argumentação teórica. Modelo, neste contexto, deve ser entendido como uma forma de apreender e dar comunicabilidade a apreensão sobre o tema. De modo que, a formação

conceitual é feita a partir de premissas, as quais guiam formulações dos pressupostos dos modelos. No caso, o argumento parte de uma embocadura que apreende como as injustiças sociais demandam de reconhecimento (para o âmbito cultural, com remédios afirmativos) e de redistribuição (para economia, com remédios transformativos), desse modo, Miskolci (2021) estabelece uma interlocução profícua com Nancy Fraser (2006)¹.

O autor também bebe nas fontes da “[...] discussão feminista sobre experiência, em especial a da historiadora Joan W. Scott (1998), segundo a qual não são sujeitos que têm experiências, mas sim as experiências que constituem os sujeitos e, por isso, devem ser objetivo de investigação” (p. 82). Assumindo que a “memória evocada” pela experiência não é transparente, em diálogo aberto com *A invisibilidade da experiência* (SCOTT, 1998), o autor questiona em que medida a pesquisa científica deveria partir das circunstâncias culturais e históricas que constituem os sujeitos e não o contrário.

Outro argumento fundamental é articulado a partir do ensaio da indiana Gayatri C. Spivak *Pode o subalterno falar?*, com um assertivo apontamento sobre uma leitura equivocada do texto em solo nacional. Isto porque, diferente do que vem sendo massivamente apropriado a resposta ao ensaio *Pode o Subalterno Falar? é Não! Afinal*; “[...] o fato de que o subalterno não pode falar (por si próprio), [se dá] porque, quando o tenta, tem seu discurso delimitado pelo enquadramento de poder que o subalternizou” (p. 84).

Longe de querer tomar o lugar de alguém falar – e muito pelo contrário – Miskolci (2021) discute e desconstrói teoricamente léxicos como “lugar de fala”, “cisgeneridade” e “experiência” apontando o quão ‘não-científicos’ são e como os usos, sobretudo na esfera pública técnico-midiatizada, têm promovido posturas anti-intelectualistas (dentro, fora e, às vezes, através da academia). Outro prejuízo identificado na mesma esteira dos usos é o ‘cancelamento’ e ‘escracho’ de pesquisadores (ou militantes históricos e outras pessoas) que, muitas vezes, estão no mesmo lado da trincheira na luta por justiça social e intergeracional. “Daí a espinhosa constatação de que o trabalho intelectual não pode ser substituído e de que o investigador acadêmico se manterá em uma relação de representação – mesmo que não queira – em relação àqueles cuja condição pesquisa.” (p. 86).

¹ O texto *Da redistribuição ao reconhecimento: dilemas da justiça na era pós-socialista*, traduzido para o português em 2006, aponta que as lutas de reconhecimento se tornaram uma forma de conflito político no final do século XX. Traz exemplo de sexualidade, raça, gênero e discute o que é redistribuição e reconhecimento, bem como o que seriam seus remédios (afirmativos e transformativos, respectivamente). Na sequência discute as práticas afirmativas e transformadoras e as possibilidades - a longo prazo - de mudança de cada uma. Assim, a autora, propõe que: “ao invés de simplesmente endossar ou rejeitar o que é simplório na política de identidade, devíamos nos dar conta de que temos pela frente uma nova tarefa intelectual e prática: a de desenvolver uma teoria crítica do reconhecimento, que identifique e assuma a defesa somente daquelas versões da política cultural da diferença que possam ser combinadas coerentemente com a política social da igualdade.” (FRASER, 2006, p. 231, grifo da autora). Ou seja, o modelo de Fraser (2006) tem como base teórico-crítica feministas de uma linha marxiana materialista e dialética.

A Introdução examina como movimentos identitários e grupos de direita agiram com estéticas políticas semelhantes dentro e contra a esquerda, o intelectualismo e a academia. Vale destacar que, conforme sublinhado pelo autor, as agências (ações e reações) foram narradas midiaticamente (e técnico-midiaticamente) com um enquadramento de agenda moral, construindo no imaginário social um “[...] inimigo comum, que se misturava à agenda de direitos sexuais e reprodutivos, aos estudos de gênero, à presidente mulher de esquerda e à corrupção” e tudo isso “[...] começou a ser chamado de ideologia de gênero.” (p. 22).

O primeiro capítulo, intitulado *As diferenças na esfera pública técnico-mediatizada* (p. 29-48), discute a economia da atenção, vivida especialmente por jovens que foram socializados com a presença da internet e identifica como e quando as redes sociais digitais se tornaram “o espaço hegemônico de discussão política no Brasil.” (p. 31). O autor identifica o fenômeno das chamadas Jornadas de Junho de 2013 como o momento em que “a primeira geração nascida e criada na era da internet alcançou a maioria. [...] essa geração entrou na vida adulta tendo que encarar a chegada da crise ao Brasil e o conseqüente reavivamento de históricos conflitos redistributivos: tanto de ordem econômica quanto de reconhecimento.” (p. 31). Os usos da internet são discutidos longe de um determinismo tecnológico². De modo que, os sujeitos tendem a agir como empreendedores de si pela identidade³ e contra-atacando os mediadores sociais, como intelectuais e jornalistas. “De forma esquemática, o individualismo neoliberal das redes sociais on-line promove formas de pensamento padronizadas, afeitas à fácil assimilação e disseminação, gerando engajamento coletivo a ideias que se opõem às formas de pensar reflexivas [...]” (p. 47). Não apenas empobrecendo o debate, mas promovendo silenciamentos, cancelamentos e escrachos públicos. Uma vez que, o reconhecimento político demanda mudanças estruturais, o autor observa ainda como, no contexto da esfera pública técnico-mediatizada, essas demandas passam a se confundir com reconhecimento midiático.

O segundo capítulo, *‘Ideologia de gênero’: os empreendedores morais e sua cruzada* (p. 49-68), analisa sociologicamente o argumento da cruzada moral e situa como foram construídos os campos discursivos dos atores divergentes; a saber; empresas contra o Estado (instituto Millenium), grupos contra a esquerda (Movimento Brasil Livre), ou ainda quem se engaja a favor de crianças e família (Escola Sem partido) *versus* Plano Nacional de Educação (Estado). Em diálogo com Berenice Bento (2017, 2018), Miskolci (2021) busca outra base para reexaminar o momento em que vivemos,

² Todavia não deixa de se discutir a relevância das lógicas de interação baseadas em algoritmos, um conjunto de códigos por meio dos quais a plataforma funciona, conforme as estratégias comerciais e o plano de negócios da empresa.

³ As identidades nas políticas das diferenças na esfera pública tecno-mediatizadas “[...] passam a operar dentro da economia da atenção” (DAVENPOTR; BECK, 2001; GOLDBERGER, 1997; *apud* MISKOLCI, 2021, p. 39).

lançando um outro olhar sobre a cruzada dos empreendedores morais e a construção do inimigo comum (que querem aniquilar): a “ideologia de gênero”.

Uma informação importante: o “Gênero não é ideologia, tampouco projetos políticos de igualdade entre homens e mulheres, hétero e homossexuais [...]”. Gênero; “é um conceito científico criado pela Medicina na década de 1950 e, posteriormente, incorporado e desenvolvido pelos estudos acadêmicos feministas para compreender a diferença entre sexo biológico e as relações de desigualdade construídas cultural e politicamente sobre essa diferença.” (p.55). Na mesma esteira, o ‘politicamente correto’, que circulou nas plataformas com “[...] uma lógica de que desigualdades e injustiças poderiam ser atenuadas – e/ou reconhecidas – por meio de mudanças de atitudes e de vocabulário”, “[...] disseminou práticas punitivistas de alguns e reações indignadas de outros, com um saldo aparentemente mais favorável para os conservadores, cujos valores encontram respaldo na tradição e no senso comum.” (p. 57). Em meio a complexidade dos debates contemporâneos, o autor questiona os porquês de alguns segmentos terem alimentado o medo contra um conceito. Miskolci observa que “[...] documentar a oposição de empreendedores morais à demanda de igualdade por parte de mulheres e pessoas LGBTI+ permite identificar ansiedades e medos coletivos despertados em alguns segmentos sociais pelas mudanças nas relações de poder.” (p. 65). E isso, “[...] pode contribuir para superá-lo ou, ao menos, para repensar o derrotado repertório de ação e o vocabulário dos defensores dos direitos sexuais frente à estratégia de comunicação vencedora dos empreendedores morais na esfera pública técnico-midiatizada.” (p. 65).

No terceiro capítulo, *A política identitária no neoliberalismo* (p.67-79), Miskolci (2021) analisa como se deu a produção das noções de agência e do repertório de ação para uma geração conectada que adentra a vida política se valendo de uma estética que adapta a linguagem do contínuo on-line-off-line, ao empreendedorismo de si fundamentado na economia da atenção. Ao esmiuçar as dinâmicas do escracho e do cancelamento o autor aponta o quão nocivas são essas ações para democracia e para academia. Embora sejam diversos os campos de ação das políticas identitárias, *Batalhas Morais* tem como foco o ativismo sexual. Sobre o escracho, o sociólogo descreve como uma prática que “[...] faz parte de um repertório de ação do ativismo sexual baseado no julgamento e na condenação públicos de pessoas com o intuito de desqualificar seu discurso e sua perspectiva política.” (p. 69). E quem faz “busca monopolizar a autoridade e a fala” e recusa mediações. A anti-institucionalidade e anti-intelectualidade fora promovida, segundo o autor, com discursos nas plataformas digitais transformando “[...] discussões acadêmicas e políticas complexas em pauta identitária e vigilância comportamental, atuando como polícia a perseguir todos que não seguissem suas prescrições”. De modo que, o “[...] repertório de ação, [...] prioriza interesses individuais em

detrimento das causas coletivas, do rigor na produção científica e do efetivo compromisso com a justiça social.” (p. 79).

O quarto capítulo, *O vocabulário identitário: “local de fala”, “experiência”, “cisgeneridade”*, apresenta uma desconstrução dos termos “local de fala” via uma leitura de Gayatri Spivak diferente da amplamente publicizada. Como o sujeito subalterno, por vezes, não pode falar, “alguém terá que ‘falar’ por pessoas cujas condições de vida são vulneráveis e, no limite, podem levá-las ao (auto)extermínio” (p. 84). De acordo com o autor, o léxico evocado pelo “lugar de fala”, baseado na autoridade da experiência, pode ser questionado quando submetido ao exame sob os argumentos de Spivak e Scott, por se tratar de um repertório que naturaliza e torna estáticas condições posicionais. Quando um sujeito reivindica para si o ‘local de fala’ “[...] não está em situação de vulnerabilidade extrema e, na verdade, invoca uma forma essencialista de disputar ou monopolizar um tema de investigação ou uma pauta política em contextos que frequentemente acusa de privilegiados.” (p. 88)⁴.

Contrapondo ao termo de defesa ‘local de fala’ e em concordância com Miskolci (2021) trago a perspectiva de Frantz Fanon que, em *Os Condenados da Terra* (2015); aponta-nos que os intelectuais devem assumir um papel político e epistêmico em sua cultura nacional. Para Fanon (2015), o papel dos intelectuais colonizados é ‘falar’ e agir em prol da construção de um novo humanismo. Nesse ponto Fanon (2015) e Gayatri Spivak pensam diferente de Gilles Deleuze e Michel Foucault. Isto porque, Spivak em debate com Deleuze e Foucault afirma que o subalterno, por vezes, não pode falar. Esse papel (de falar) deve ser assumido por mediadores sociais, no caso, intelectuais que ao invés de apenas fornecer ‘caixa de ferramentas’ deveriam falar. Arrematando, tanto em Fanon (2015), Spivak (2010) como em Miskolci (2021) há uma tese que aponta para a agência do intelectual no campo discursivo. Ao passo que na esfera pública técnico-mediatizada diz-se o contrário, ou seja, apenas a fala a partir da experiência vivida seria legítima.

Por fim, o quinto e último capítulo, *Epílogo para uma era de Batalhas Morais* (p. 91-102), recapitula a obra e traz alguns ‘antídotos’/ ‘remédios’ (para usar um termo da Nancy Fraser) para

⁴ Na entrevista “A intersecção entre diferença e conflito urbano nas Ciências Sociais: uma entrevista com Valter Roberto Silvério (UFSCar) e Gabriel de Santis Feltran (UFSCar)”, o professor Gabriel Feltran, em resposta a uma pergunta sobre o problema a essencialização de identidades, responde que alguns sujeitos que buscam o espaço de locução (‘lugar de fala’) pertencem a uma classe média negra. “Porque ela já está disputando esse lugar com as classes médias brancas. Como se os outros negros, que estão na base, no gueto, estivessem sendo representados por essas falas. Só que há uma diferença muito grande entre quem está num lugar de fala, e no outro lugar de não-fala. É um debate super intrincado, que rende muitas discussões e muitas polêmicas também [...]. Quando por exemplo o rap, alguns rappers saem da favela e outros ficam na favela, gera mil debates sobre quem é legítimo para falar. Porque se é ‘voz da favela e faz parte dela’, é uma coisa. Se não é, é outra coisa. Até que o Mano Brown, depois de ter refletido muito sobre isso, vai dizer que é um artista, que não é representante político da favela, necessariamente. Para sair desse imbróglio, é preciso abandonar a ‘representação’.” (RODRIGUES *et al.*, 2021, p. 172).

combater o autoritarismo vigente na esfera pública técnico-midiatizada. Miskolci (2021) observa que os caminhos tomados para área de gênero e sexualidade (propostas de igualdade e reconhecimento) coincidem com a emergência da esfera pública técnico-midiatizada”, em um momento em que; “uma política fincada na afirmação essencialista das identidades e em seu repertório de práticas” passou a ser priorizada. E essa forma de agência contribuiu “[...] para que vivêssemos uma era de confrontos morais que favoreceu os adversários da ciência e dos direitos sexuais e reprodutiva” (p. 91).

Uma das principais consequências decorrentes das transformações identificadas pelo autor é a deslegitimação de mediadores e instituições, paulatinamente substituídos por uma “[...] imaginação assentada no senso comum [que] ganha poder e se impõe muitas vezes negando até o princípio de realidade. Esse negacionismo é frequentemente disfarçado de democratização na produção e disseminação de conhecimento.” (p. 92-93). Ademais, a “[...] transformação das propostas de reconhecimento e igualdade em uma agenda de costumes não foi levada a cabo apenas pela extrema-direita, mas contou com o apoio daqueles/las que contribuíram para disseminar a falsa percepção de que demandas de igualdade e reconhecimento podem ocorrer pela vigilância comportamental e vocabular, e pela retaliação moral aos que acusam de preconceituosos.” (p. 101).

Dessa forma, o livro confronta formas discursivas punitivistas presentes na esfera pública técnico-midiatizada produzidas sob a égide do empreendedorismo de si e da economia da atenção, que se valem de léxicos não científicos como “lugar de fala”, “cisgeneridade” e “experiência”, utilizados como uma blindagem à contra-argumentação, buscando monopólio da fala (ou “protagonismo” para usar um termo das mídias digitais).

Endossando a tese do livro, finalizo, acrescentando que para a formulação de políticas públicas algumas fixações são necessárias. Por exemplo, para pensar as ações afirmativas é preciso descrever quem são os sujeitos que podem acessá-las. Já a produção científica deve ‘fugir’ de fixações, essencialismos e pensar as diferenças (na chave da *differance*). Possibilitando, assim, um campo discursivo e de ação para que as identificações múltiplas, interligadas e abertas à diferença criativa se construam em contraposição à ‘similitude pura⁵’ (GILROY, 2017).

Referências

FRASER, N. Da redistribuição ao reconhecimento - Dilemas da justiça na era pós-socialista. **Revista Cadernos de Campos**, v. 15, n. 14–15, p. 231–239, 2006.

⁵ Segundo Gilroy (2007), a similitude pura é política de identidade que fixa o sujeito após racionalizá-lo, seu lugar social torna-se objetificado, um não sujeito locutor, no qual coletivos são tomados como homogêneos. Como resposta à similitude pura Gilroy (2007) aponta a *differance* da vertente derridariana. Para o autor é preciso reconhecer “[...] a possibilidade de diferença no interior da similitude” (GILROY, 2007, p. 158).

FRANTZ, F. **Os Condenados da Terra**. Trad. Enilce A. Rocha, Lucy Magalhães. Prefácio Jean-Paul Sartre (1961), Alice Cherki (2002), Posfácio de Mohammed Harbi (2002). 3. Reimp., Juiz de Fora: Ed. UFJF, 2015. [Coleção Cultura, v.2]

GILROY, Paul. **Entre Campos: nações, culturas e o Fascínio da Raça**. Trad. de Célia Maria Marinho de Azevedo *et al.* São Paulo: Annablume, 2007.

SPIVAK, Gayatri Chakravony. **Pode o subalterno falar?** Trad. Sandra Regina Goulart Almeida; Marcos Pereira Feitosa; André Pereira Feitosa. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010. 174 p. (Babel)

RODRIGUES, E. RUY, L. MALDONADO, J.; JARA, S. A intersecção entre diferença e conflito urbano nas Ciências Sociais: uma entrevista com Valter Roberto Silvério (UFSCar) e Gabriel de Santis Feltran (UFSCar). *Askésis*, v.9, n.1, p. 153-174, jan.-jun., 2020. Doi: 10.46269/9120.565.

Ana Carolina Costa dos Anjos
Doutora em Sociologia
Professora do curso de Jornalismo da Universidade de Gurupi (UNIRG)
[*carolcdosanjos@gmail.com*](mailto:carolcdosanjos@gmail.com)