

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Thais da Conceição Oliveira

**O Papel das plataformas de redes sociais na subversão do
conceito de comunidade virtual:**

Elementos para a compreensão da construção da subjetividade
contemporânea.

Mestrado em Comunicação e Semiótica

SÃO PAULO
2023

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Thaís Oliveira

**O Papel das plataformas de redes sociais na subversão do
conceito de comunidade virtual:**

Elementos para a compreensão da construção da subjetividade
contemporânea.

Mestrado em Comunicação e Semiótica

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Comunicação e Semiótica, área de concentração: Signo e significação nos processos comunicacionais, sob orientação do Prof. Dr. Rogério da Costa Santos.

SÃO PAULO
2023

Banca Examinadora

O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, número de processo 148525/2021-0.

This study was financed by the Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, number of the process 148525/2021-0.

Agradecimentos

Nem nos meus sonhos mais distantes imaginei que chegaria até aqui. Na data em que registro meus agradecimentos, meu coração explode de profunda gratidão. Agradeço inicialmente à primeira mulher que acreditou em mim, minha avó. Agradeço por ter me nutrido de confiança, determinação e amor. Sem ela, eu não teria sobrevivido à hostilidade de uma sociedade machista e desigual.

Ao meu irmão, Thiago, que mesmo morrendo de medo, me apoia em todas as minhas escolhas. Mesmo sentindo saudade, nunca me pediu para ficar, pois sabe que eu preciso explorar todas as possibilidades de voo que a vida me proporciona. Você renova minha fé na vida, nas pessoas e em mim.

À Klícia, que nem por um segundo me deixou desistir do sonho da pesquisa. Ela abriu e abre as portas para um mundo de possibilidades. Que não me deixa esquecer da minha potência, que luta, chora e se revolta comigo diante de qualquer sinal de injustiça. Eu não estaria escrevendo este texto, nem mesmo teria submetido meu projeto de pesquisa se você não estivesse ao meu lado.

À Ananda, que me ensina todos os dias a olhar a vida com uma perspectiva menos combativa. Que estende seu olhar atento e afetuoso, me apoia e me ajuda a redirecionar os rumos da minha escrita.

Às meninas Bruna e Patrícia, vocês foram muito mais do que acolhimento e compreensão ao longo desses anos de pesquisa. Agradeço por todos os encontros, mesmo com agendas apertadas, por todas as dicas de leitura e correções. Vocês são meu trevo de quatro folhas, e que sorte a minha ter encontrado vocês na COS.

Ao CNPq pelo apoio investido no meu projeto, mesmo nestes anos nebulosos do nosso país.

À COS por lutar, resistir e apoiar seus pesquisadores.

Aos professores do programa de Comunicação e Semiótica, especialmente a Christine Greiner e José Luiz Aidar, pelas trocas em sala de aula e por expandirem

minha perspectiva sobre a pesquisa. Vocês transformaram minha maneira de ver a vida.

Ao meu orientador, Rogério da Costa, por me conduzir neste caminho, mas especialmente por não controlar nem limitar meu desenvolvimento, por respeitar meu tempo, potência e limitações. Obrigada por ser minha referência em tantos momentos, por dispor de tantas referências, por me tranquilizar, por me apoiar e por incentivar.

RESUMO

Esta pesquisa busca analisar as formas de relacionamento coletivo da sociedade contemporânea por meio das plataformas de redes sociais. Ao longo dos anos, as comunidades virtuais despertaram grande interesse entre pesquisadores e sociólogos, desde o surgimento das primeiras plataformas de interação social na segunda metade dos anos 1980. Neste trabalho, busca-se revisitar momentos cruciais da história das comunidades virtuais e analisar as transformações das plataformas com o suporte das redes sociais. Utilizaremos a abordagem sociológica para delimitar as possibilidades de compreensão do conceito de "comunidade". Examinaremos, nesta pesquisa, as principais plataformas de interação social, como The Well e Instagram, classificando e analisando suas características, ferramentas e funcionalidades adaptadas ao contexto atual. Utilizaremos a teoria dos "laços fracos" de Granovetter (1974-1983) para compreender a importância de ampliar o repertório de interações e possibilitar a mobilidade entre os diversos grupos sociais. Recuero (2009) e Rogério da Costa (2004) também contribuem para a compreensão do capital social e sua influência nas interações sociais online. Este estudo também destaca o impacto do neoliberalismo, os discursos de sucesso e a construção de narrativas autocentradas. As autoras Illouz (2011) e Sibilia (2016) observam como a auto-representação nos perfis digitais se relaciona com a construção das identidades online. Hardt e Negri (2005-2018) também são referências importantes ao abordar a relação entre as multidões e os perfis individuais. Por meio dessa pesquisa, é possível compreender as dinâmicas de interação amparadas pelas comunidades virtuais e as transformações das plataformas de redes sociais, considerando a relação entre o perfil digital e o outro. Essa análise contribui para uma reflexão mais ampla sobre o papel das redes sociais na sociedade contemporânea e os desafios enfrentados diante da incontrolável produção de subjetividade.

Palavras-chave: comunidade virtual, rede social, plataformas, interações, perfil digital.

ABSTRACT

This research aims to analyze the forms of collective relationships in contemporary society through social media platforms. Over the years, virtual communities have sparked great interest among researchers and sociologists since the emergence of the first social interaction platforms in the second half of the 1980s. In this study, we seek to revisit crucial moments in the history of virtual communities and examine the transformations of platforms with the support of social networks. We will utilize a sociological approach to delimit the possibilities of understanding the concept of "community." In this research, we will examine the main platforms of social interaction, such as The Well and Instagram, classifying and analyzing their characteristics, tools, and functionalities adapted to the current context. We will employ Granovetter's theory of "weak ties" (1974-1983) to comprehend the importance of expanding the repertoire of interactions and enabling mobility between diverse social groups. Recuero (2009) and Rogério da Costa (2004) also contribute to the understanding of social capital and its influence on online social interactions. This study also highlights the impact of neoliberalism, discourses of success, and the construction of self-centered narratives. Authors Illouz (2011) and Sibilia (2016) observe how self-representation in digital profiles relates to the construction of online identities. Hardt and Negri (2005-2018) are also important references in addressing the relationship between crowds and individual profiles. Through this research, it is possible to comprehend the dynamics of interaction supported by virtual communities and the transformations of social media platforms, considering the relationship between the digital profile and the other. This analysis contributes to a broader reflection on the role of social media in contemporary society and the challenges faced in the face of uncontrollable subjectivity production.

Keywords: virtual community, social network, platforms, interactions, profile.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Feed do Instagram com publicação da cantora Anitta. Fonte: <https://www.instagram.com/p/CnE6MHcgDWc/?utm_source=ig_web_copy_link>. Acesso em: 10 fev. 2023.

INTRODUÇÃO	13
1. Uma breve história sobre a comunidade virtual	17
1.1. O que entendemos por comunidade	17
1.2. O caminho das comunidades virtuais.....	26
1.3. Redes sociais versus Comunidades virtuais	29
1.4. Tempo atual: o smartphone e a reconfiguração da vida virtual na subjetividade contemporânea.....	31
2. Dos muitos ao um: da comunidade ao perfil.....	38
2.1. Do perfil digital à constituição do individualismo conectado.....	38
2.2. Laços fracos	41
2.3. Capital social	43
3. Entre a The Well e o Instagram	48
3.1. A dinâmica de interação das redes sociais versus comunidades virtuais	54
3.2. O avanço do neoliberalismo e a propagação do discurso do sucesso	61
3.3. A proliferação das narrativas narcísicas apoiadas pelas plataformas.....	64
3.4. O perfil como relato de si.....	70
3.4.1. A multidão em rede.....	74
CONSIDERAÇÕES FINAIS	80
REFERÊNCIAS.....	85

INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos, as comunidades virtuais despertaram grande interesse entre pesquisadores, sociólogos, entusiastas e curiosos, desde o surgimento das primeiras plataformas de interação social na segunda metade dos anos 1980. A criação dessas plataformas permitia a conexão entre pessoas geograficamente distantes – em tempo quase real – e representou uma verdadeira revolução. As limitações das ligações telefônicas, que restringiam as chamadas a apenas dois aparelhos, foram superadas, abrindo caminho para uma nova era de interconexão. As expectativas em relação ao futuro da internet e do ciberespaço eram imensas.

Essas comunidades virtuais estabelecidas em 1985 foram capazes de despertar uma consciência coletiva, oferecendo um espaço para compartilhar interesses comuns e contribuir com os outros membros. Rheingold (1996), ao explorar as potencialidades dessas comunidades virtuais, destacou algumas situações em que indivíduos colaboravam livremente entre si, mesmo sem ter qualquer vínculo pessoal próximo. O simples fato de pertencer à mesma comunidade virtual era suficiente para gerar um sentimento de responsabilidade mútua. Esses sentimentos de responsabilidade e pertencimento foram objetos de estudo nesta pesquisa, com o intuito de estabelecer uma definição adequada do conceito de comunidade.

Durante o desenvolvimento desta pesquisa, nos deparamos com várias possibilidades e temas que despertaram nosso interesse e poderiam enriquecer ainda mais o texto. No entanto, o foco principal deste estudo é compreender as formas de relacionamento da sociedade por meio das plataformas de redes sociais. Diante da incoerência comportamental evidente entre os indivíduos e do acirramento das disputas de narrativas, por vezes acaloradas, é essencial abordar essa questão em particular.

Nossa pesquisa buscou revisitar momentos cruciais da história das comunidades virtuais, ao mesmo tempo em que delineamos as limitações no entendimento desse tema. No primeiro capítulo, realizamos um recorte sociológico para delimitar as possibilidades de compreensão do conceito de "comunidade". A abordagem sociológica se torna imprescindível, pois reconhecemos a interseção entre essa disciplina e as questões relacionadas aos grupos sociais e suas dinâmicas. A comunicação e as interações sociais são elementos fundamentais neste estudo.

Prosseguindo, no mesmo capítulo, realizamos uma análise das plataformas de interação social mais populares e suas respectivas ferramentas e funcionalidades adaptadas ao contexto atual, especialmente no cenário brasileiro. Ao examinar essas plataformas e suas características, classificamos e analisamos as divergências e semelhanças entre os sites de

"rede social" e "comunidade virtual". Além disso, consideramos os componentes eletrônicos, como computadores e smartphones, como elementos relevantes para compreender a utilização dessas plataformas. A conectividade proporcionada pela internet por meio desses aparelhos e as tecnologias incorporadas em cada dispositivo, assim como na vida dos sujeitos, nos direcionam para a compreensão dos padrões de interação, bem como para avaliar o sucesso ou fracasso dessas plataformas.

No terceiro capítulo deste trabalho, analisamos os perfis digitais e como a autorrepresentação ganhou destaque na construção das narrativas em rede. Comparamos a prevalência dos debates com a ascensão da relevância do perfil em detrimento do diálogo. Frente a esse movimento, trouxemos a teoria dos "laços fracos" de Granovetter (1974-1983), pois, apesar dos quase 50 anos desde o primeiro estudo sobre o tema publicado pelo autor, a pauta continua atual. Dando sequência à teoria dos "laços fracos", abordamos a teoria do capital social e utilizamos os apontamentos de autores como Recuero (2009) e Costa (2004). Esses trabalhos sustentam a teoria dos "laços fracos" embasados na ideia da necessidade de ampliar o repertório de interações e possibilitar a mobilidade entre os diversos grupos sociais.

No quarto capítulo, limitamos a análise a apenas duas plataformas: The Well, uma das primeiras e mais famosas comunidades virtuais, e o Instagram, uma rede social popular em boa parte do mundo. Embora apresentem dinâmicas distintas, ambas sustentam elementos de interação similares. Em um segundo momento deste capítulo, abordamos o impacto do neoliberalismo nas plataformas de redes sociais, os discursos de sucesso e a expansão das narrativas autocentradas, além do papel das redes sociais na indução ou ampliação de ferramentas que garantam tais condutas.

Finalizamos o capítulo apresentando uma breve análise do perfil digital como autorrepresentação, com base nas observações de Illouz (2011) e Sibilia (2016). Também incluímos os trabalhos de Hardt e Negri (2005-2018) sobre as multidões em contraposição à análise do perfil individual. Embora o objetivo do texto seja investigar o perfil em relação ao outro, a comparação entre essas duas abordagens forneceu elementos para embasar nossas considerações finais.

Pesquisamos as dinâmicas de interação amparadas pelas comunidades virtuais e as transformações das plataformas, com o suporte das redes sociais. Incluímos em nossa pesquisa a análise e a crítica dos atravessamentos que foram capazes de reconstituir os espaços e os movimentos de interação dos sujeitos. Colocamos em nosso foco a observação sobre a figura do indivíduo e seu respectivo perfil, mas sem esquecer que a relação do perfil em movimento de interação com o outro era o que buscávamos.

Capítulo 1

1. Uma breve história sobre a comunidade virtual

1.1. O que entendemos por comunidade

Faremos a leitura do termo comunidade sob a luz da sociologia contemporânea, sem deixar de lado os pesquisadores que, por anos, se debruçaram sobre o tema, ainda que não haja uma definição hegemônica do conceito. Recorreremos, inicialmente, ao trabalho de Alan Delazeri Mocellim (2011), no qual o autor procurou debater o conceito "comunidade", do lastro da sociologia clássica até a sociologia contemporânea. Nele, o autor investiga o uso comum e cotidiano da palavra comunidade e, para isso, evoca a definição do dicionário:

[...] em que se encontra definida como: 1) estado ou qualidade das coisas materiais ou das noções abstratas comuns a diversos indivíduos, comunhão; 2) concordância, concerto, harmonia; 3) conjunto de indivíduos organizados em um todo ou que manifestam, geralmente de maneira consciente, algum traço de união; 4) conjunto de habitantes de um mesmo Estado ou qualquer grupo social cujos elementos vivam em dada área, sob um governo comum e irmanados por um mesmo legado cultural e histórico (MOCELLIM, 2011, p.106).

Mesmo a definição do dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa exprime a imprecisão a respeito do sentido da palavra comunidade. Contudo, o termo em si carrega a sugestão de relações pautadas por intimidade, vínculos emocionais e longevos, continuidade, coesão social, além de comprometimento moral.

Mocellim (2011), partindo dos estudos de Bauman sobre o entendimento de comunidade na sociedade moderna, busca a compreensão quanto à impossibilidade da vida comunitária. Para ele, "a comunidade depende da 'mesmidade' e, dessa forma, é alheia à reflexão, à crítica e à experimentação. Ela tem sempre que manter certa imutabilidade, caso almeje manter-se comunitária ao longo do tempo" (MOCELLIM, 2011, p.118). O autor ainda afirma que, devido à relativização das distâncias com base nos meios de transporte e de comunicação, "a vida comunitária se torna cada vez mais insustentável" (*idem*, p.118). Todavia, a impossibilidade de conceituar o termo se apresenta, na sociologia contemporânea, por meio dos reflexos da vida moderna incididos sob a imagem da comunidade, pois a vida contemporânea transforma o sentido comunitário, uma vez que reconfigura o que pode ou não ser classificado como grupo.

A distância, outrora a mais formidável das defesas da comunidade, perdeu muito de sua significação. O golpe mortal na "naturalidade" do entendimento comunitário foi desferido, porém, pelo advento da informática: a emancipação do fluxo de informação proveniente do transporte dos corpos. A partir do momento em que a informação passa a viajar independente de seus

portadores, e numa velocidade muito além da capacidade dos meios mais avançados de transporte (como no tipo de sociedade que todos habitamos nos dias de hoje), a fronteira entre o “dentro” e o “fora” não pode mais ser estabelecida e muito menos mantida (BAUMAN, 2003, p.18-19).

Neste texto, discutirei a comunidade virtual, cuja organização e essência diferem substancialmente dos conceitos apresentados. Contudo, a retomada de conceitos serve à contextualização histórica e literária para dar início ao tema.

O surgimento do conceito "comunidade" é datado muito antes do advento das redes sociais e das comunidades virtuais, tendo aparecido por volta dos anos 60 e potencializado nos anos 70 e 80. Neste período, tal conceito avançou sobre os discursos das ciências humanas e sociais (SAWAÍÁ, 1996). Voltado a categorizar grupos de indivíduos limitados à proximidade geográfica, a ideia de comunidade teve seu sentido expandido com a chegada dos meios de transporte e de comunicação. O surgimento das cartas, o advento do telefone e os demais meios de comunicação proporcionaram as trocas comunicacionais sem a necessidade da presença física. Mais tarde, com a chegada da internet, houve a ampliação desse sentimento de desterritorialização e de possibilidade de conexão e troca, independente da proximidade física.

Segundo a teoria de Oldenburg (1989), há três lugares fundamentais na vida de um sujeito: o lar, que foi classificado como o primeiro lugar; o trabalho, sendo o segundo lugar; e os espaços de lazer, que são classificados como terceiro lugar. Nestes terceiros, os indivíduos constroem laços sociais e, por essa razão, ocupam um papel fundamental na vida do sujeito.

A falta de tempo, o medo e mesmo o declínio dos terceiros lugares podem ser conectados ao isolamento das pessoas, ao atomismo e à efemeridade das relações sociais. No entanto, o aumento do uso de ferramentas de comunicação mediada por computador poderia representar, justamente, um esforço no sentido contrário, em direção ao social. Essa é uma das ideias de Rheingold (1995). Para ele, este contexto representaria, justamente, a causa do surgimento das comunidades virtuais. Através do advento da comunicação mediada pelo computador e sua influência na sociedade e na vida cotidiana, as pessoas estariam buscando novas formas de conectar-se, estabelecer relações e formar comunidades já que, por conta da violência e do ritmo de vida, não conseguem encontrar espaços de interação social (RECUERO, 2009, p. 136).

Em sua estrutura básica, compreendemos as comunidades virtuais sob a perspectiva comum de um aglomerado de nós, ou seja, pontos de conexão, independentemente do grau de densidade, mas que são capazes de formar *clusters*. Sendo assim, uma comunidade "*constitui-se em uma estrutura de nós que estão mais próximos, mais agregados, mais conectados que os demais em uma rede social*" (idem, p.148).

Um dos primeiros autores a se debruçar sobre esse tema foi Howard Rheingold, para quem as comunidades virtuais são muito mais do que um lugar de encontro, são um meio

para que internautas possam atingir determinados fins (RHEINGOLD, 1996). Ou seja, ocupar o mesmo espaço digital, com parentes ou conhecidos, não é suficiente para que nos sintamos parte de uma comunidade. É preciso compartilhar também zonas de conhecimento, gostos e preferências, pois o que importa é saber que existem outras pessoas anônimas constituintes dessa mesma constelação e que podem colaborar conosco (COSTA, 2002).

As diferentes correntes de interpretação, desde a antropológica à econômica, possuem critérios diversos para a classificação de um grupo humano como comunidade. Ao tentar aplicar a análise tradicional de comportamento comunitário às interações emergentes na Rede, adotei um processo proposto por Marc Smith, um estudante de sociologia na Universidade da Califórnia de Los Angeles, que tem estado a fazer um trabalho de campo sobre a Well e a Rede. Smith baseia-se fundamentalmente no conceito de "bens coletivos". Num mundo competitivo emergem grupos de indivíduos que cooperam entre si por reconhecerem que há coisas que só podem ganhar através da união. Determinar os bens coletivos de um grupo é um modo de procurar os elementos que transformam elementos isolados numa comunidade (RHEINGOLD, p.26, 1996).

O lugar comum é o meio que proporciona o encontro – dos corpos, dos perfis ou das ideias –, contudo, ele por si só não é o bastante para construir, garantir ou manter o sentimento de pertencimento de uma comunidade. Os sujeitos, ao ingressarem em lugares de possíveis trocas, buscam, ainda que de maneira inconsciente, elementos que os transformarão em múltiplos, isto é, em uma comunidade.

Dentre os muitos autores que se interessaram pelo tema, Pierre Lévy dedicou parte de sua pesquisa sobre ciberespaço para falar sobre as comunidades. Segundo ele, as comunidades virtuais eram, em 2002, provavelmente um dos mais importantes acontecimentos, por terem feito surgir uma nova maneira de socializar (LÉVY, 2002, p. 67). Neste período, Lévy ainda relutava em classificar as agregações eletrônicas em comunidades e não comunidades, pois, para ele:

Uma comunidade virtual é, muito simplesmente, um grupo de pessoas em relação pela via do ciberespaço. O que pode ir de uma simples lista de difusão temporária, por correio eletrônico, às comunidades virtuais cujos membros têm relações intelectuais, efetivas e sociais sólidas e de longo prazo, como a Well, descrita por Howard Rheingold. Portanto, há todo um contínuo de intensidade ou de implicações possível nas comunidades virtuais. Partir de uma definição abstracta e preliminar daquilo que é uma <<verdadeira>> comunidade e, depois, a partir daí, decidir se são <<reais>> ou fictícias não me parece pertinente (LÉVY, 2002, p.68).

Naquela altura, o autor discutia justamente a possibilidade extrapolar o ciberespaço, já que, em qualquer que fosse a comunidade, havia – e arrisco dizer que ainda há – a possibilidade de os agregadores eletrônicos, grupos advindos das comunidades virtuais, encontrarem-se fisicamente, estabelecendo ou não algum tipo de vínculo.

A partir disso, entendemos que a localidade e a temporalidade são características importantes para que possamos analisar o encontro e a construção das comunidades. Contudo, a durabilidade ou a intensidade não necessariamente são capazes de predeterminar a existência ou veracidade das comunidades. Da mesma forma, esses elementos não têm por objetivo classificá-las, uma vez que estamos falando de múltiplos, com múltiplos interesses e disponibilidades. A subjetividade das comunidades virtuais não nos permite determinar seu papel e nem mesmo limitar sua funcionalidade. Cada usuário conectado à rede possui uma intenção, a depender do tema, do tempo, da plataforma e da disponibilidade para uso dela.

Nos últimos 15 anos, pelo menos, vimos surgir, no Brasil, diversas plataformas que se auto intitulavam como Rede Social e ostentavam a possibilidade de interação entre os sujeitos de diversas formas. A dinâmica das plataformas, em muitos casos, convidava ou incentivava o usuário a interagir com outros usuários, pois não basta construir o espaço para interação ou lugar comum. Para separar os sujeitos por nichos, assuntos e afinidades, o sentimento de pertencimento é necessário. Isso porque ele cria condições para que haja algum tipo de comunicação e incentiva a troca, estimula a reciprocidade e o compartilhamento. Ao analisar as dinâmicas de interação das comunidades virtuais, o autor Rogério da Costa faz um importante apontamento a respeito da plataforma *Abuzz*.

Para o agente inteligente de *Abuzz.com*, tudo que auxilia na construção do perfil dos membros e na melhor troca possível entre perguntas e respostas é importante. Assim, as respostas recebem aplausos, o que estimula a participação; o tempo que alguém leva para responder é computado, para que aqueles que perguntam tenham ideia do tempo médio de resposta; caso o usuário não receba uma resposta no tempo médio, o agente lhe propõe refazer a pergunta etc. Esses e outros recursos fazem de *Abuzz.com* um excelente exemplo de comunidade que é movida exclusivamente pela partilha de conhecimentos, por uma inteligência coletiva (COSTA, 2005 p.62).

A *Abuzz.com* foi uma plataforma criada nos anos 2000 pelo *The New York Times* e tinha como finalidade direcionar perguntas para pessoas que tivessem interesse e possibilidade de responder – algo similar à extinta plataforma *Yahoo respostas*. Os criadores da *Abuzz* entenderam que, muito mais do que utilizar o reforço positivo para incentivar a participação dos assinantes, era fundamental estimular a participação, a interação e a reciprocidade por meio dos aplausos, da contagem de tempo médio de resposta ou do incentivo para que o usuário reformulasse a pergunta. Dadas as proporções tecnológicas dos anos 2000, esses recursos, além de embrionários, foram responsáveis pela captação da atenção, o atual "*engajamento*".

Os últimos 15 anos do ciberespaço e, em especial, das comunidades virtuais funcionaram como uma espécie de laboratório para a implementação e atualização das redes

sociais que conhecemos. Diversas plataformas ganharam notoriedade no Brasil nos últimos anos, valendo destacar algumas, desde as primeiras comunidades até as redes sociais mais conhecidas: o Fotolog, o Flogão, o Blog e até mesmo o Orkut.

Anos mais tarde, a rede que viria a desbancar todas as plataformas supracitadas, em especial o Orkut, com ampla vantagem em número de usuários, seria o *The Facebook* e, posteriormente, o Instagram – ferramentas que proporcionam a possibilidade de curtir, comentar, compartilhar, seguir, adicionar ao grupo de amigos, escrever mensagens de forma privada, cutucar, entre outros tipos de interação.

Os anos passaram e as novas plataformas passaram a fazer atualizações das versões conhecidas por alguns públicos, aproveitando-se de ferramentas amplamente exploradas e aprovadas pelos usuários. As novas versões contavam com comunidades, álbuns de fotografia e diários pessoais. Todas essas ferramentas foram ganhando espaço entre os usuários com os *feedbacks* em tempo real. A popularidade da plataforma, os comentários e os *reports* faziam com que as plataformas se aperfeiçoassem com mais agilidade. Não estamos falando de versões BETA¹, mas sim de plataformas que se lançaram à graça do público e colheram atenção ou desaprovação, mas que independente da estabilidade de sua operação, serviram como experimento tecnológico, sociológico, comunicacional e político.

Contudo, segundo Mocellin, Bauman faz leituras peculiares sobre as plataformas. Para Bauman, as plataformas privilegiam a projeção das novas identidades, conferindo-lhe um espaço de exposição identitária.

Segundo Bauman (2003), diante da impossibilidade de encontrar uma comunidade, uma nova forma de haver entendimento e segurança, o conceito de identidade ganha importância. A identidade é substituída contemporaneamente da comunidade. Ela incorpora a individualidade ao pertencimento a grupos ou filiações a estilos de vida, mas, de forma nenhuma, esse pertencimento pode ser similar ao pertencimento comunitário - é sempre um pertencimento temporário, revogável e precário e também incapaz de trazer a segurança trazida pela comunidade (MOCELLIM, 2011, p. 119).

Ainda que a identidade tenha se transformado em uma espécie de substituta da comunidade, de acordo com o que apresenta Mocellin, fazendo referência a visão de Bauman, tal mudança não é suficiente para decretar seu fim. Pelo contrário, ela passa a configurar uma nova forma de comunidade.

Ferdinand Tönnies (1855-1936) descreve as comunidades sob duas classes: as comunidades estéticas e as comunidades éticas. Segundo a interpretação de Bauman (2003,

¹ A palavra "Beta" vem do alfabeto grego e é usada para representar a segunda letra. Beta faz referência a segunda etapa do desenvolvimento de um software, depois da versão Alpha (que é disponibilizada apenas para testes internos). Após a versão Beta, pode ser lançada uma versão "Release Candidate" (RC), que é uma versão mais próxima da versão final, e finalmente a versão final (ou "Gold Master", em alguns casos), que é a versão completa e finalmente lançada para o público.

p.56-68), o autor ressalta que, enquanto as comunidades éticas são pautadas pelas normas, tradições e compartilhamento dos destinos, as estéticas são maleáveis e dispensam a orientação rígida da moral. De acordo com Bauman, as comunidades estéticas ainda vivem sob a ameaça permanente de se desfazer. "Há um deslocamento da ética para a estética, no qual as autoridades não são mais os líderes morais, mas o exemplo das celebridades e a liberdade que representam" (MOCELLIM, 2011, p. 119).

Uma coisa que a comunidade estética definitivamente não faz é tecer entre seus membros uma rede de responsabilidades éticas e, portanto, de compromissos a longo prazo. Quaisquer que sejam os laços estabelecidos na explosiva e breve vida da comunidade estética, eles não vinculam verdadeiramente: eles são literalmente "vínculos sem consequências". Tendem a evaporar-se quando os laços humanos realmente importam — no momento em que são necessários para compensar a falta de recursos ou a impotência do indivíduo. Como as atrações disponíveis nos parques temáticos, os laços das comunidades estéticas devem ser "experimentados", e experimentados no ato — não levados para casa e consumidos na rotina diária (BAUMAN, 2003, p. 67-68).

Há diversos pontos de similaridade das comunidades estéticas com os modelos atuais das comunidades virtuais. Ainda que na formação de uma comunidade virtual haja uma pauta capaz de engajar os envolvidos, esse fator não é determinante a ponto de excluir a possibilidade de os participantes ingressarem em comunidades completamente divergentes e, conseqüentemente, adotarem linhas editoriais opostas em cada comunidade virtual que venham a ingressar.

Outro termo utilizado por Bauman (2003) para exemplificar as características da comunidade estética é "comunidades-cabide", que pode ter duas interpretações: a primeira seria que os indivíduos podem escolher de acordo com a necessidade aquela que melhor lhe veste em determinada situação, podendo se retirar quando não houver mais utilidade. A segunda se refere ao cabide em si, por se tratar de um suporte temporário em que o sujeito pode pendurar seus medos, angústias e preocupações, para que a identidade possa ser vivida sob a força do coletivo, com apoio e segurança do todo, ainda que por pouco tempo, como afirma Mocellin:

O que as comunidades estéticas definitivamente são incapazes de gerar são responsabilidades éticas e compromisso de longo prazo. Elas são apenas comunidades passageiras, cujo objetivo é muito mais a composição de uma identidade individual do que a construção de uma coletividade. Dessa forma, o deslocamento das comunidades éticas para as comunidades estéticas evidencia uma fase de maior individualização nas sociedades modernas (MOCELLIM, 2011, p. 121).

Contudo, na contramão das teorias evidenciadas por Bauman, Michel Maffesoli (2006) indica que atualmente vivemos o hibridismo dos diversos estilos de vida, entre os quais está

o tribalismo, que, segundo o autor, parece representar a necessidade de autopreservação e, por diversas vezes, a necessidade de reprimir a fragilidade ao tripudiar da tribo diferente, colocando-se em posição de superioridade. Busca-se a identificação com aqueles que estão em degrau elevado, ainda que a elevação seja ilusória. Antes de mais nada, vale ressaltar, que não se trata de tribos propriamente ditas, que utilizavam suas respectivas forças ou ferramentas para demonstrar sua superioridade, mas sim uma espécie de releitura daquilo que em algum momento conhecemos como tribalismo. Ainda que as comunidades, agregados virtuais, ou grupos do ciberespaço apresentem elementos e estejam vivendo outros tempos, existem fragmentos, segundo o autor, que rememoram as configurações das tribos.

Os membros de uma tribo têm um sentimento comum para com a sua região e, portanto, para com os demais membros. Este sentimento evidencia-se no orgulho com que falam de sua tribo enquanto objeto de lealdade, na depreciação jocosa de outras tribos e na indicação de variações culturais em sua própria tribo como símbolo de sua singularidade (MOCELLIM, 2011, p. 122 apud EVANS-PRITCHARD, 2007, p. 132).

Maffesoli acredita que em grandes metrópoles há a incidência de tribos, conforme descrito por Mocellim (2011), e essas tribos, por sua vez, apresentam uma nova forma de sociabilidade, completamente contrária à apresentada anteriormente, ou seja, ao invés de comunidades individualizantes, estamos nos deparando com comunidades desindividualizantes, isto é, comunidades efêmeras, com perfis cambiantes, em que não há organização formal, contudo há inscrição local e estrutura cotidiana (MOCELLIM, 2011). O autor ainda salienta que não se trata de um novo modelo social, mas sim do retorno de um modelo, que seria o tribalismo adaptado aos novos contextos. Para ele, a releitura do tribalismo, diferentemente dos anteriores, possibilita a integração em outras tribos e, conseqüentemente, há uma convergência das demais identidades adotadas nos diferentes espaços, identidades estas que são diversas e que compõem a identidade individual.

O paradigma da rede pode, então, ser compreendido como a revitalização do antigo mito da comunidade. Mito, no sentido de alguma coisa, talvez, jamais tenha existido, age, com eficácia, no imaginário do momento. Daí a existência dessas pequenas tribos, efêmeras, mas que nem por isso deixam de criar um novo estado de espírito que parece destinado a durar (MAFFESOLI, 2006, p. 239 apud MOCELLIM, 2011, p.123).

André Lemos (2002), apesar de apresentar apontamentos que antecedem a publicação de Bauman, possui uma perspectiva um pouco mais palpável. O autor delimita a necessidade de estabelecer um espaço temporal e territorial para o acontecimento da comunidade. Para ele, qualquer espaço em que haja interação cuja mediação acontece

através do computador pode ou não ser considerada uma comunidade. O que está em pauta não é a mediação em si, mas o tipo de relação que é estabelecida entre os usuários presentes. Raquel Recuero faz um recorte de um artigo publicado por Lemos em 2002:

Grosso modo podemos dizer que no ciberespaço existem formas de agregação eletrônica de dois tipos: comunitárias e não comunitárias. As primeiras são aquelas onde existe, por parte de seus membros, o sentimento expresso de uma afinidade subjetiva delimitada por um território simbólico, cujo compartilhamento de emoções e troca de experiências pessoais são fundamentais para a coesão do grupo. O segundo tipo refere-se a agregações eletrônicas onde os participantes não se sentem envolvidos, sendo apenas um *locus* de encontro e de compartilhamento de informações e experiências de caráter totalmente efêmero e desterritorializado (LEMOS, 2002c, on-line apud RECUERO, 2009, p. 138-139).

Apesar dos artifícios (localidade, temporalidade e pauta) apresentarem certa relevância, eles não são fundadores do processo de conexão e identificação dos usuários. Antecedente à ideia de responsabilidade para com o grupo, há de haver o comum. Este é o elemento fundamental e fundante da comunidade, que não atravessará a todos os usuários da mesma maneira. Maurice Blanchot (1983) indica a morte como único elemento comum a todos os indivíduos. Segundo sua perspectiva, todos partilham da comunidade dos mortais. O autor salienta que:

1) A comunidade não é uma forma restrita da sociedade, tanto quanto ela não tende à fusão comunal; 2) À diferença de uma célula social, ela se interdita de fazer obra e não tem por fim nenhum valor de produção. Para que ela serve? Para nada, senão para tornar presente o serviço a outrem até na morte, para que outrem não se perca solitariamente, mas nela se encontre suplência, ao mesmo tempo que traga um outro esta suplência que lhe é fornecida. A substituição mortal é aquilo que toma o lugar da comunhão (BLANCHOT, 1983, p. 23).

Para Blanchot, a comunidade não deve ser tratada como uma forma de sociabilidade ou uma célula social, mas sim como o atravessamento do comum a todos os indivíduos que a ela pertencem, não havendo a necessidade ou a funcionalidade prática de sua existência senão a própria existência. Essa visão diverge da de outros autores que, em determinado grau, entendiam as comunidades como células sociais, com algum nível de finalidade. Independentemente de haver ou não um consenso, podemos estabelecer aqui os limites desta pesquisa. Há 3 elementos comuns aos usuários da rede mundial de computadores: a vida (seja ela factual ou inventada); a morte (certeza da qual todos partilhamos) e a utilização do ciberespaço. A plataforma de interação social que cada usuário escolheu o separa dos demais que fizeram outra escolha, contudo, podemos compreender, neste caso, que se trata de núcleos, células sociais diversas.

Na tentativa de aproximar tais afirmações do contexto das redes digitais, podemos fazer uma inicial e breve comparação com as plataformas de interação social. Se no início das "redes sociais" de maior popularidade no Brasil, tais como Orkut ou até mesmo o Facebook, o foco eram os grupos de discussão e os fóruns de debate, com o passar dos anos, vimos despontar cada vez mais plataformas focadas no indivíduo, no perfil, na produção de "conteúdo" sobre o personagem *online* e a construção de uma imagem, o EU S/A de que tratam Dardot e Laval (2016)².

Atualmente, acompanhamos a movimentação das plataformas sobre as disputas de narrativas acerca do debate político, o empenho de personalidades, candidatos e anônimos em transformar as redes em espaços de apresentação de propostas, ferramenta para conversão eleitoral, disseminação de *fake news*, espaço de checagem de *fake news* e plataforma para apresentação de candidatos. Os espaços para compartilhamento de ideias e divulgação de candidatos engajam os efêmeros grupos em torno do seu objetivo e ainda encontram um lugar comum de identificação e apoio.

Esse grupo de pessoas vinculadas através do ciberespaço, independentemente da plataforma, é o que Pierre Lévy chama de comunidade virtual. Não levando em consideração se estamos falando de uma simples lista de contatos temporária ou se havia algum tipo de relação intelectual ou afetiva, o tempo cronológico das relações também não pode ser usado como critério para classificar as comunidades virtuais (LÉVY, 2002). Ainda assim, tendo em vista a dinâmica das plataformas de interação digital atualmente, ansiamos encontrar vestígios que nos levem a elementos das comunidades virtuais ainda presentes nas redes sociais digitais. Buscamos o fio condutor que atravessa ambos os modelos de interação e nos dê pistas sobre: que tipo de comunidade virtual estamos construindo?

1.2. O caminho das comunidades virtuais

Rheingold participou ativamente de uma das primeiras comunidades virtuais e foi um entusiasta e divulgador dessa invenção. As redes sociais de hoje devem muito a Rheingold e à WELL. A *Whole Earth' Lectronic Link*, vulgo WELL, foi fundada no ano de 1985 pelos editores da revista *Whole Earth Review*, como um braço da *Whole Earth Catalog*. A WELL era voltada para a construção de um lugar comum, promovendo a conferência e a troca de informações com os mais variados temas e os mais diversos objetivos.

² A teoria do Eu S/A, segundo os filósofos franceses Pierre Dardot e Christian Laval (2016), apresenta o indivíduo como um empresário de si mesmo, que deve buscar maximizar seus ganhos e minimizar seus custos para alcançar o sucesso. Seguindo essa perspectiva, o indivíduo transforma-se em uma empresa. Para os autores, é uma forma de naturalizar e legitimar a lógica do mercado em todas as esferas da vida, reduzindo a política e a solidariedade a meros aspectos técnicos da gestão individual.

A comunidade operava como uma espécie de fórum e cada tema possuía sua lista de interessados, os chamados “utentes”. Muitos usuários faziam da plataforma a sua residência digital, regulavam, cuidavam do espaço e fiscalizavam as mensagens. Apesar de haver moderadores, os demais utentes se sentiam parte daquela comunidade, denunciavam, controlavam comportamentos inapropriados e ajudavam a construir as regras da plataforma. A relação dos participantes não ficava restrita apenas à Well. Eventualmente os usuários atravessavam estados e até mesmo continentes para promover encontros periódicos, conheciam os familiares de alguns participantes, se hospedavam na casa de outros e não mediam esforços para promover ajuda a qualquer integrante que estivesse precisando de auxílio, não importando a hora. O poder de conexão dos participantes da WELL extrapolava o ciberespaço: muitos usuários entravam em contato com seus ciclos sociais, que nada tinham a ver com a WELL, para poder oferecer ajuda a quem estivesse precisando.

Rogério da Costa, em seu trabalho “As Comunidades Virtuais”, nos dá alguns exemplos de comunidades que marcaram a história das comunidades virtuais. Segundo o autor, outra importante comunidade é a *The-Park*, que permaneceu no ar entre os anos de 1994 até 2001. Na comunidade, era possível encontrar diferentes ferramentas de interação, fóruns e salas de bate-papo, além de artigos e notícias. A plataforma fazia a arrecadação de mensalidades simbólicas dos usuários. Assim como na *The Well*, no *The-Park* os usuários também tinham a possibilidade de se tornar moderadores dos fóruns e das salas de bate-papo e, com isso, trocavam sua prestação de serviço pelo acesso à plataforma. Eles também podiam construir um perfil, em que inseririam seu respectivo endereço eletrônico (COSTA, 2005, p. 57).

Como já mencionado anteriormente, a plataforma *Abuzz.com* era uma comunidade virtual que, além de fazer uso de ferramentas embrionárias, que utilizamos até hoje, também foi uma ferramenta estratégica por parte do *New York Times*. Seu objetivo inicial era medir a participação dos assinantes através da plataforma criada por eles e, com isso, mensurar a audiência do jornal na internet. Em aproximadamente 6 meses a contar da data do seu lançamento, a comunidade somava aproximadamente 350 mil usuários ativos. Sobre a rápida popularidade da plataforma, Rogério da Costa (2005) explica:

O principal recurso da *Abuzz.com* é o sistema de "perguntas e respostas", que atrai as pessoas pela simplicidade e praticidade. Simples porque a primeira coisa que vemos na página inicial é o espaço para colocarmos nossa questão: prático, porque recebemos as respostas por e-mail. [...] Os membros da comunidade respondem. Isso significa, obviamente, que se alguém deseja fazer uma pergunta, deve estar disposto a responder, pelo menos de vez em quando, a algumas que lhe serão formuladas. Afinal, é a reciprocidade que faz a comunidade (*idem*, p.62).

Podemos entender a *Abuzz.com* como um excelente protótipo de comunidade virtual, pois elencou em uma única plataforma aspectos fundamentais para engajar, medir e estimular

os assinantes/participantes/usuários. A curiosidade e o senso de responsabilidade são características minimamente notáveis do ser humano, contudo, é a reciprocidade o elemento capaz de estimular e impulsionar a participação dos membros de um grupo. A força do trabalho coletivo e a resposta a algo que recebemos "gratuitamente" mobiliza os pares de maneira a fazer com que se sintam em débito com a rede, exercendo, assim, algum esforço em retribuição por algo que foi recebido previamente. Costa ainda aponta que, na plataforma *Abuzz.com*, poderíamos encontrar o exemplo de comunidade que se nutria do compartilhamento de conhecimento, aquilo que Pierre Lévy chamou de inteligência coletiva³. Em certo sentido, ambos não estavam totalmente equivocados, pois os anos 2000 exploraram e muito as capacidades de conexão e o estabelecimento de vínculos entre os pares, sem falar na possibilidade de vínculo de usuários a fim de compor a tão falada inteligência coletiva.

A expectativa da virada de 1999 para o ano 2000 apontava, segundo a crença popular, para um *bug* geral no sistema dos bancos. Correntistas temiam perder suas aplicações, e-mails e identidades digitais desapareceriam, segundo a crença de parte dos usuários. No entanto, nada disso aconteceu e os anos 2000 serviram como período teste para a aplicação e reformulação das ferramentas utilizadas nas primeiras comunidades virtuais. Nesse período, houve a eclosão das plataformas de interação social, surgindo protótipos dos novos modelos de comunidade virtual. Dentre as plataformas, está o Fotolog, que chegou ao Brasil em 2003. A comunidade foi criada por Sholl Heiferman e Adam Seife. O Fotolog operava como uma espécie de blog, porém voltado à publicação e visualização de fotos, com espaços para adicionar perfis amigos a uma lista de contatos e receber comentários dos visitantes. Havia também a contagem das visualizações na foto publicada.

Outra plataforma voltada à publicação de fotos, que surgiu no início dos anos 2000 e que teve como inspiração o próprio Fotolog, foi o Flogão, criado no ano de 2004 pelo carioca Cristiano Costa. A plataforma rivalizava com a comunidade americana. O Flogão, por sua vez, possuía *layout* e funcionalidades similares às do Fotolog, porém algumas características inclusivas destacavam a comunidade brasileira. Enquanto o Fotolog possuía um número limite de novos usuários diários e separava as contas pagas das contas gratuitas, o Flogão, em contrapartida, era completamente gratuito, pelo menos nos anos iniciais, não havendo limite de novos usuários por dia, assim como também não havia limites para as publicações diárias. Ainda no ano de 2004, surge outra plataforma, o Orkut, com uma proposta completamente diferente das anteriores, pois reunia diversas ferramentas de interação em apenas uma. O

³ A expressão surgiu no início do século XX e se refere à habilidade de grupos e comunidades de pessoas em resolver problemas, tomar decisões e criar soluções de maneira colaborativa e sinérgica. Tanto Pierre Lévy em "Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace" e Howard Rheingold em "Smart Mobs: The Next Social Revolution" discutem a relação das tecnologias sobre a inteligência coletiva e suas implicações frente a possibilidade de constituição de um novo tipo de política e colaboração social.

Orkut revolucionou o conceito de comunidade virtual e fundamentou o sentido atribuído às redes sociais. No Brasil, a plataforma disponibilizava álbum de fotos, lista de amigos, perfil robusto com mais informações do usuário e comunidades, que poderiam ser interpretadas, inicialmente, como fóruns ou assuntos de interesse para debate.

Nos primeiros anos de operação da rede social, o usuário só poderia criar uma conta/perfil caso tivesse recebido um convite, via e-mail, para adentrar ao ciclo restrito de participantes da rede. Ao receber o convite, o usuário deveria preencher seu perfil com informações pessoais, como nome, data de nascimento, instituição de ensino, profissão e *hobby*. Também era possível entrar ou criar uma comunidade de interesse comum com outros usuários. Dentro delas, era possível visualizar as conversas que aconteciam no espaço destinado aos comentários. Através das comunidades, os usuários tinham a possibilidade de se conectar com outros usuários desconhecidos até então e adicioná-los à sua rede de contatos. Também era possível buscar e adicionar pessoas conhecidas à lista de "amigos". Alguns anos após o surgimento da rede social, foi descartado, pela própria rede, a necessidade de convite para criar um perfil no Orkut, ou seja, a plataforma perdeu o caráter restritivo e excludente e passou a aceitar novos usuários. A essa altura, as empresas de tecnologia já compreendiam que o negócio dependia de números cada vez maiores de usuários, clientes ou fornecedores de informações que fossem adeptos, que pertencessem à comunidade, bem por isso, escancararam os acessos e possibilitaram que os utentes fizessem uso das plataformas de maneira irrestrita.

1.3. Redes sociais *versus* Comunidades virtuais

As redes sociais empregam um sentido comum no imaginário dos usuários. É sabido que as redes sociais são plataformas que proporcionam interação dos usuários através de suas respectivas páginas. Muito mais do que uma lista de contatos, as redes sociais oferecem ferramentas de autodivulgação, além de proporcionar a experiência da autoapresentação na construção do perfil digital.

Ainda que as redes possibilitem o debate de algum tema, o foco central é o personagem, quem ele é ou quem ele diz ser. O que ele pensa contará a depender da ferramenta utilizada e desde que o pensamento seja contextualizado com a imagem construída na plataforma. Estamos falando, nesse caso, da construção da marca de uma webcelebridade, que passa a se comportar como celebridade independentemente do número de contatos ou seguidores. A sensação de ser visto, ainda que o utente possua uma conta com configurações de privacidade restrita aos seus respectivos contatos, a preocupação com o conteúdo publicado

altera a linha editorial; as interações que por ventura venha a ter estimulam a coerência estética das postagens, massageiam o ego e transformam os usuários em caçadores de atenção. Afinal, não há sentido em mostrar algo se não tiver o objetivo de ser visto. A obsolescência do Orkut, em parte, pode ser atribuída à dificuldade encontrada pelos desenvolvedores de se adaptar às mudanças de tendência da rede – além de outras razões que levaram a Google, detentora dos direitos da marca, a encerrar a plataforma. Já o Facebook, que, apesar de apresentar relatórios otimistas sobre o crescimento de usuários e receita publicitária⁴, perdeu espaço entre os usuários, perdeu relevância no que tange à necessidade de os usuários, sejam eles pessoas físicas ou marcas, atualizarem as informações; em uma rápida navegação pela plataforma, é possível constatar a inatividade dos grupos e perfis, sejam eles conhecidos ou anônimos.

Todo esse movimento só aconteceu devido à aceitação do público. Perderam espaço, ou tiveram que se adaptar, às redes sociais carregadas de texto e outras informações. O foco agora são os vídeos, de preferência os de curta duração como é o caso dos vídeos do TikTok ou dos Reels do Instagram.

Não é novidade que as plataformas digitais e o ciberespaço se transformaram ao longo do tempo e essas alterações têm ocorrido, pelo menos, nas últimas 3 décadas. Participar de um grupo ou fórum implicava, ao menos, no interesse por determinado tema ou vontade de discutir algum ponto sobre o assunto e exigia um certo envolvimento, seja emocional ou intelectual, pelo tópico abordado. Se antes a dinâmica comportava listas de amigos, álbuns de fotos, páginas e publicações pessoais, grupos de interesse ou fóruns de discussão, agora o espaço foi dominado pela *timeline*, pelo seguidor e por uma enxurrada de fotos e vídeos com aplicação de filtros estéticos.

Adicionar um perfil à lista de amigos exigia reciprocidade, conexão ou, em algum nível, uma espécie de vínculo. Ao contrário da legião de seguidores, que sobrevoam, como moscas, sem muito interesse, a *timeline*. Na maioria das vezes, a visualização é rápida e sem atenção, geralmente não há vínculo entre o perfil que posta e o perfil que consome a postagem sem perceber. Quando os amigos são substituídos pelos seguidores não é apenas a nomenclatura que está mudando, mas sim a maneira de encarar o meio e tudo que o permeia. Tão logo as interações são convertidas em engajamento, deixamos de falar sobre a troca entre os usuários e passamos a discutir a *performance*.

A lógica de seguir também é aplicada aos portais de informação e de notícia: os *leads* estão cada vez mais curtos e os assuntos não são postos para discussão, pois as plataformas,

⁴ Em dados divulgados pelo Facebook em abril de 2022, a plataforma conta com cerca de 2,9 bilhões de usuários ativos mensais em todo o mundo, um aumento de 9% em relação ao ano anterior. Já o Instagram, também pertencente ao Facebook, possui mais de 1 bilhão de usuários ativos mensais em todo o mundo, segundo dados divulgados em janeiro de 2022.

apesar de conferir espaços para comentários e de também estimular e desejar o engajamento, não sustentam estruturas de debate de ideias – quando muito, desejam a exposição de opiniões para que os embates aconteçam sem nenhum tipo de mediação ou conciliação. As discussões acontecem, os usuários se digladiam e, com isso, estimulam os algoritmos através do engajamento. Sob essa lógica, quanto maior a polêmica, maior será o número de visualizações e maior será o alcance da publicação.

Os fundadores das comunidades virtuais acreditavam na potência da internet e, principalmente, das comunidades como meio de unir pessoas e colocá-las em prol de causas que pudessem, efetivamente, ajudar uns aos outros. Havia a crença da possibilidade de transportar as comunidades do mundo físico para o mundo virtual e, principalmente, expandir o território. Não existiam muros ou demarcações geográficas capazes de limitar a identificação e o pertencimento dos participantes. Acreditavam na promessa de uma inteligência coletiva, milhares de usuários conectados à rede e capazes de compartilhar conhecimento em escala mundial.

A lógica das comunidades virtuais criava no sujeito o interesse pelo tema abordado. A finalidade dos grupos de discussão, a presença de mediadores e a ausência da ênfase sobre o perfil conferiam aos diálogos o protagonismo na interação. Não havia escalas de hierarquia entre os usuários, todos entravam no assunto com certa equivalência e construíam juntos um espaço de conversa e convivência virtual.

Encontramos dois pontos centrais que sintetizam distinções entre as redes sociais e as comunidades virtuais. O primeiro está na transição dos amigos e da rede de contatos para os seguidores, atribuindo o sentido similar ao da palavra fã. O outro ponto está na divergência de entendimento a respeito do espaço ocupado. Nas comunidades, a compreensão do espaço compartilhado é fundamental para a convivência, sobretudo, para a colaboração.

1.4. Tempo atual: o *smartphone* e a reconfiguração da vida virtual na subjetividade contemporânea

Da mesma forma que os arquitetos das catedrais ajudavam a moldar as crenças e as perspectivas dimensionais a partir da organização, os arquitetos da informação atuam, desde o lançamento dos *desktops*, na construção de espaços capazes de constituir e moldar nossa perspectiva sobre o mundo, sobre a dimensão espacial e inclusive sobre nós mesmos.

Numa era da informação, as metáforas que usamos para compreender os zeros e uns são tão centrais, tão significativas, quanto as catedrais da Idade Média. A vida social daquele tempo girava em torno das espirais e

arcobotantes da "infinita imaginada". Em nossas próprias vidas, agora, giramos em torno de um texto mais prosaico: o desktop do computador. Compreender as implicações dessa metáfora - sua genialidade e suas limitações - é a chave para a compreensão da interface contemporânea (JOHNSON, 1997, p. 38).

Podemos dizer que atualmente, tanto nós quanto os arquitetos da informação giramos em torno dos *smartphones*, sua usabilidade e sua potencialidade que, além de ser um mistério, são também um vasto campo aberto e pouco explorado. Compreender as implicações deste aparelho na vida contemporânea nos ajudará a interpretar os aspectos da remodelação das comunidades virtuais mediante a produção da subjetividade, graças à virtualização da vida.

Atualmente, os smartphones desempenham muito mais do que a simples funcionalidade das chamadas de voz. Esses aparelhos não podem ser classificados como a evolução dos *palmtops* (*personal digital assistant*) ou então ser interpretados como a junção dos computadores com os telefones móveis. Muito mais do que a união de dois aparelhos, o *smartphone* desempenha diversas funcionalidades, desde ligações até a geolocalização.

Por essa multifuncionalidade, passaram a ocupar um espaço tão grande na vida de seus respectivos usuários que chegam a ser compreendidos como a extensão do corpo do utente, como já anunciava Herbert Marshall McLuhan (1964). Os *smartphones* organizam muito mais do que nossa agenda telefônica, vida social, profissional ou acadêmica. O aparelho engloba todas as esferas da vida humana, pois está presente em todas as horas do dia. "O modo com que escolhemos organizar nosso espaço revela uma enormidade sobre a sociedade em que vivemos – talvez mais do que qualquer outro componente de nossos hábitos culturais" (JOHNSON, 1997, p.37-38). Em seu texto, Steve Johnson fala como a arquitetura foi capaz de construir visões de mundo, um senso de proporção e ordem sagrada a partir das construções das catedrais. Isso ocorreu em um momento em que a alfabetização da população geral era impossível, mas, ainda assim, a leitura e a interpretação da enormidade, da centralidade e da virtuosidade dos vitrais das catedrais era tão clara como a água.

A mesma "eloquência" pode ser atribuída aos arquitetos da informação, que utilizam suas respectivas linguagens para reprogramar nossa visão de mundo a partir da estética, usabilidade, e das ferramentas que sequestram nossa atenção. Elementos que, apesar de não expressarem clareza sobre a dinâmica do seu funcionamento, expressam aos usuários mais leigos a dimensão de sua importância na vida contemporânea.

Na esteira da evolução tecnológica, os *smartphones* possuem a força capaz de acelerar a produção de subjetividade dos indivíduos através da sua relação direta e indireta

com o consumo, colocando o sujeito em plena exposição, em relação direta com diversos elementos que podem alterar sua subjetividade.

O sujeito, segundo toda uma tradição da filosofia e das ciências humanas, é algo que encontramos como um "*être-là*", algo do domínio de uma suposta natureza humana. Proponho, ao contrário, a idéia de uma subjetividade de natureza industrial, maquínica, ou seja, essencialmente fabricada, modelada, recebida, consumida (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 25).

Guattari e Rolnik (1996) compreendem que há uma produção capitalística de subjetividade, ou seja, a subjetividade é encarada como um produto intencionalmente projetado e fabricado em diversas esferas da vida e tem como objetivo atender ao capital. Os autores ainda ressaltam que o sujeito é composto por diversos componentes de subjetividade, logo, a subjetividade capitalística não é a única, apesar de ser mais ampla.

O indivíduo, a meu ver, está na encruzilhada de múltiplos componentes de subjetividade. Entre esses componentes alguns são inconscientes. Outros são mais do domínio do corpo, território no qual nos sentimos bem. Outros são mais do domínio daquilo que os sociólogos americanos chamam de "grupos primários" (o clã, o bando, a turma etc.). Outros, ainda, são do domínio da produção de poder: situam-se em relação à lei, à política etc. Minha hipótese é que existe também uma subjetividade ainda mais ampla: é o que chamo de subjetividade capitalística (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p.34).

Essa subjetividade é modelada, produzida e consumida na sua relação com outros sujeitos, objetos, espaços e trocas comunicacionais. Assim como já citado anteriormente, os *smartphones* estabelecem com os indivíduos uma relação profundamente dramática.

Com a rápida multiplicação desses aparelhos e a expansão do acesso à internet, os usuários das plataformas digitais vivem mergulhados nas redes sociais. As notificações estimulam a ansiedade e incentivam as publicações estéticas, coerentes e, conseqüentemente, a caça por prestígio. Transformam as postagens em verdadeiros anúncios, cada dia mais atraentes, mais chamativos e com maior capacidade de captação da atenção alheia. Também expandem as possibilidades de interação social, os anúncios que não se restringem a horários limitados em uma propaganda televisiva (pelo contrário, saltam aos nossos olhos, a todo instante), as plataformas que viralizam, as publicações que viram memes e as fotos que se espalham através de compartilhamentos. Há uma infinidade de possibilidades de consumo, um tanto desenfreado e, por diversas vezes, narcotizado.

Há de se considerar, também, que a participação dos *smartphones* na construção da subjetividade capitalística não está restrita a hospedar e projetar passivamente elementos incorporados ao seu respectivo sistema operacional, pelo contrário, é necessário levar em conta a relação do objeto para com o humano.

Os não humanos contribuem tanto quanto os humanos na definição, no enquadramento e nas condições de ação. Age-se sempre dentro de um agenciamento, um coletivo em que máquinas, objetos e signos são ao mesmo tempo agentes. Se a sujeição invoca a consciência e a representação do sujeito, a servidão maquínica ativa forças pré-sociais, pré-cognitivas e pré-verbais (percepção, sentido, afetos, desejo) tanto quanto forças suprapessoais (máquinas, linguísticas, sociais, midiáticas, sistemas econômicos etc.) (LAZZARATO, 2014, p. 32).

Vale ressaltar que a subjetividade capitalística não está delimitando sua formação, apenas a relação estabelecida com o consumo do objeto e com a infinidade de conteúdos disponíveis através da conexão à internet. Assim sendo, a formação da subjetividade capitalística tem sua capacidade expandida a ponto de envolver o sujeito e o objeto em uma relação cujo grau de relevância de ambos é o mesmo, tornando-se actantes nesse processo, na iminência de transformar os mecanismos de autoidentidade do sujeito, uma vez que o atravessamento e a interpelação colocam o sujeito no centro da indagação sobre quem ele realmente é. Assim como afirma Judith Butler, que os "momentos de desconhecimento sobre si mesmo tendem a surgir no contexto das relações com os outros" (BUTLER, 2015, p.32).

Se as relações agem de maneira a iniciar em nós um processo de constituição da autoidentidade e se considerarmos os objetos actantes em um processo de relação, não seria completamente incorreto afirmar que as plataformas digitais, os computadores e, em especial, os *smartphones* estão reconfigurando a vida social sob a perspectiva da não necessidade de presença física de outro humano ou do deslocamento dos indivíduos.

As diversas possibilidades de interconexão dos usuários, através dos *smartphones*, criaram um novo entendimento sobre pertencimento e, em especial, a respeito da identificação e participação. Se em outros tempos havia a necessidade de ligar o computador ou notebook e, posteriormente, conectar à internet, atualmente vivemos conectados a um aparelho que não desliga e, com ele, podemos estar em diversos lugares ao mesmo tempo. É possível estar fisicamente em casa e virtualmente no trabalho, ao mesmo tempo em que se faz presente em uma discussão alucinada no Twitter, transportando os temas da discussão para o trabalho virtual e para o convívio domiciliar. Não há barreiras para a convergência dos espaços. As notificações e os avisos sonoros ou visuais no *display* conferem ao utente um constante estado de atenção, ainda que essa atenção seja compartilhada com outros estímulos.

Essa transformação foi apontada pelos cientistas sociais Mariana Xavier e Vyullheney Lacava quando afirmaram haver um movimento de escoamento do tempo/espaço e que o curso desse movimento acaba por convergir no aumento do número de *smartphones* ativos. Uma vez que surgem novas necessidades de relação/interação, relações e interações pregressas que podem perder sentido ou ter seu sentido reconfigurado mediante essa nova configuração permeada pelos *smartphones*.

De modo que se há um processo de esvaziamento do tempo espaço por meio do desencaixe das instituições sociais tradicionais – família, escola, igreja, etc. – e a modernidade é inseparável das suas próprias mídias, podemos levantar a hipótese de que a isso se deve um dos motivos do sucesso dos dispositivos móveis de comunicação. Há um preenchimento contínuo do espaço e do tempo deixados abertos pelo enfraquecimento dessas instituições (LACAVA; XAVIER, 2017, p. 5).

O enfraquecimento das instituições pode ser um processo natural e necessário, visto sob a ótica da necessidade do caos. É possível lucrar com a desorientação, em um mundo onde a vida parece passar mais rápido, em que não há tempo a perder. Qualquer elemento que proporcione desorientação cria também a necessidade de novos produtos e, por consequência, novos consumos (JOHNSON, 1997).

De acordo com esse raciocínio, assume-se do mesmo modo que o subjetivo dos indivíduos da modernidade tradicional se moldavam a partir da influência exercida pelas instituições tradicionais, é crível entender também a disseminação de dispositivos comunicacionais como mais um dos atores que interferem na modelação de subjetividade dos indivíduos contemporâneos (LACAVA; XAVIER, 2017, p. 5).

Os sujeitos, ao estabelecerem algum tipo de vínculo, são capazes de reconfigurar sua relação com o meio e seu entendimento sobre si. Isso posto, se em outros tempos as instituições tradicionais imperavam, invariavelmente elas ajudavam a moldar a constituição do sujeito e, possivelmente, sua respectiva subjetividade. Vale ressaltar que, nos anos 1990, Deleuze já falava sobre as transformações da sociedade contemporânea e da impotência das instituições em disciplinar os corpos, uma vez que a prisão, o hospital, a fábrica, a escola e a família encontravam obstáculos e medidas alternativas que conferiam certa liberdade aos sujeitos. Atualmente, esses espaços não são mais capazes de limitar a ação do corpo, bem por isso a disciplina não dá conta de todo período da vida de um indivíduo e a inserção do controle encontrou caminhos silenciosos para vigiar, controlar e transformar as novas formas de vida social.

Sob o pretexto de facilitar a vida acadêmica e profissional, a necessidade de uso das máquinas, em especial dos computadores, no seio familiar, ganhou fácil adesão, criando a necessidade de maior praticidade da vida moderna. No decorrer das décadas, a evolução das máquinas transformou a necessidade que antes era coletiva para uma necessidade singular, pessoal, ressignificando até o conceito de privacidade.

Se antes o maquinário estava apenas voltado para a produção industrial em grande escala, o que requeria a introdução de um tipo de subjetividade para os indivíduos, agora as máquinas se instauram para modelar a subjetividade a partir de "dentro" [...] Desse modo, a produção de subjetividade talvez tenha

se tornado mais importante do que qualquer outro tipo de produção, mais até do que a produção de petróleo e as energias. Visto que as mutações de subjetividade funcionam além da esfera das ideologias, pois estão no próprio coração dos indivíduos, em sua maneira de perceber o mundo [...] (LACAVA; XAVIER, 2017, p. 6-7).

Dado que antes os sujeitos protegiam seus corpos e ações por trás das paredes das instituições, restringindo o olhar de terceiros, seus corpos e suas informações estouraram e se espalharam pelo ciberespaço, tornaram-se visíveis a tantos que é impossível contabilizar ou imaginar o alcance. O entendimento a respeito da privacidade está se configurando e a vigilância pouco a pouco começa a ser questionada por diversos usuários comuns. A subjetividade em linha de produção atinge escalas estratosféricas.

Dessa maneira, a roda capitalista gira em direção à produção de novos mundos, a partir do caos e da desorganização, e surgem novas ofertas que propõem soluções definitivas para problemas temporários. Com isso, novas relações são estabelecidas entre os sujeitos e o que nasce dessa relação é uma percepção inédita do mundo, criando-se uma cortina que não confere escuridão, mas transforma a incidência da luz, como um filtro.

O que se percebe, a partir disso, é a modelização da produção de subjetividade. Assim como os raios de luz, seguimos o curso pré-estipulado das disciplinas ao controle, das instituições aos dispositivos. O sujeito é inserido prematuramente em um contexto que induzirá à subjetividade ao invés estimular a relação do sujeito com sua identidade.

A guerra da subjetividade não é ideológica. Ela se dá através de dispositivos, instituições, técnicas e saberes que, em conjunto, enquadram os indivíduos num sistema de identidades sem remetê-lo, a princípio, à consciência e ao seu jogo de (falsas) representações, que, ao contrário, dependem desse sistema (ALLIEZ; LAZZARATO, 2018, p. 128).

Assim como afirmam os autores Alliez e Lazzarato (2018), a produção de subjetividade é, possivelmente, uma das primeiras produções do capitalismo. Com a diferença que as escalas de produção chegam a níveis escandalosos por meio da inserção dos *smartphones*, aparelhos que, para além de acompanhar o corpo e controlar o comportamento, moldam a perspectiva do usuário sobre o mundo e ainda fornecem informações de geolocalização, gostos, preocupações, necessidades, dúvidas, desejos, ciclo social, poder aquisitivo, nível educacional etc. Fica cada dia mais distante a possibilidade de o usuário agir conscientemente, questionar o fornecimento de suas informações e ter ciência sobre sua subjetividade, pois é afastado da chance de conhecer sua identidade e de compreender-se como sujeito.

Em contrapartida, as plataformas que utilizam informações dos usuários, como geolocalização, ou contam com a contribuição deles para identificar avenidas engarrafadas, na cidade, como é o caso do aplicativo Waze, além de coletar informações dos usuários para

fornecer às agências de mídia focada em *Ads* ou em gestão de SEO, também oferecem informações sobre os melhores trajetos ou trajetos mais rápidos, ou seja, há um jogo duplo contornando as plataformas de construção colaborativa de informação.

Capítulo 2

2. Dos muitos ao um: da comunidade ao perfil

2.1. Do perfil digital à constituição do individualismo conectado

O curso traçado pelas plataformas digitais nos últimos 20 anos foi dando cada vez mais lugar ao indivíduo, à construção da identidade digital em detrimento de sua participação no coletivo. Atualmente, o Facebook é a única plataforma digital que ainda propõe a dinâmica de fazer amigos e adicionar à lista de contatos; as demais, em sua maioria, disponibilizam apenas um botão para seguir, ou seja, excluindo a necessidade de reciprocidade. As plataformas com maior número de acessos diários e de novos membros são TikTok, Instagram, e, ainda muito tímido, o Twitter – todas plataformas que operam sob essa lógica do perfil e seu respectivo seguidor.

Muito diferente dos fóruns da WELL ou então das salas de bate papo UOL, em que o foco central era a troca de ideias, a construção de uma conexão, o debate de opiniões e a cooperação, no TikTok e no Instagram o perfil do sujeito é o centro da atenção, sua imagem, seu olhar, sua opinião, tudo gira absolutamente em torno do perfil. Essa necessidade de construir um perfil e se autodeclarar deixou de ser tarefa para o momento de inscrição na plataforma e tornou-se um ato cotidiano, à medida que as informações declaradas em "minhas preferências" passaram a ser confrontadas, tanto por outros usuários quanto pelos agentes

inteligentes. Essas informações se diferenciam das compartilhadas no uso cotidiano da plataforma, isso porque

Todos nós, quando confrontados com a necessidade de autoavaliação ou auto descrição, somos menos fiéis do que gostaríamos de ser. Não por vontade de enganar aos outros ou a nós próprios, mas sobretudo porque esse tipo de inflexão sobre si não é usual. Não é que não pensemos em nós, mas não nos confrontamos cotidianamente com a necessidade de se descrever! Portanto, de se colocar para fora de si, de se apresentar (COSTA, 2005, p.69).

A construção do perfil digital nas plataformas (Twitter, Instagram e TikTok), em certo sentido, acaba se assemelhando aos blogs. Nos blogs, os usuários realizavam publicações de textos, com assuntos selecionados pelo usuário, na grande maioria, escrito ou editado por ele, e publicado na página dele. Quando esse modelo de plataforma estava em evidência, era comparado com o os diários íntimos do respectivo administrador, da mesma forma que o perfil nas plataformas supracitadas também é considerado como expositor da realidade, da intimidade, ou do real pensamento daquele que publica. Há características espaço-temporais que diferenciam os blogs das redes sociais de hoje, uma delas é o atravessamento da capitalização do conteúdo. De lá para cá, as plataformas, as marcas e os usuários aprenderam a capitalizar os conteúdos publicados, o que acaba por influir na exposição dessa suposta intimidade, assim como já afirmava Costa em um artigo publicado na revista *Informática na Educação: teoria & prática* em que disserta sobre o florescimento das comunidades virtuais no ano de 2005:

Desde que alguém se põe a falar sobre "si", este "si" adquire diversas faces dependendo das interpretações com as quais ele se defronta. Os caminhos do "si", seus desdobramentos página após página não são, digamos assim, definidos por ele próprio, mas pela rede que passa a formar, e da qual depende de certa forma. O que presenciamos, então, é uma espécie de construção coletiva da intimidade (COSTA, 2005, p. 69).

Nessa altura do texto, o autor fala sobre a impossibilidade de projetar diários pessoais nas páginas dos blogs, pois nos diários são depositados textos impublicáveis com aquilo que há de mais íntimo. O paralelo com as redes sociais utilizadas atualmente está justamente na impossibilidade de relatar a intimidade, na impossibilidade de expor aquilo que, na verdade, costuma ser protegido pela maioria das pessoas. O que vemos nas redes sociais é uma intimidade que, além de coletiva, é também comercial, ou seja, um perfil constituído também frente à capitalização da atenção, da lógica algorítmica que coloca em evidência ou esconde uma publicação.

Apesar de as plataformas digitais evidenciarem a expressão "rede social", sendo que "o próprio termo parece dar ênfase ao aspecto conectivo da relação: uma relação em rede.

Social, porque se trata de uma rede de indivíduos e não de tráfego rodoviário” (COSTA, 2006, p.10), as publicações não circulam de maneira igual, seguindo uma ordem cronológica ou comunitária, em que todos visualizam e participam da constituição da intimidade de todos. O que determina o que deve ou não ser visto por poucos ou por vários é o grau de relevância que o perfil ou publicação possui: quanto mais interações, mais a lógica algorítmica atuará para destacar a publicação.

Nesse sentido, o que parece promover as interações entre os usuários não é necessariamente o interesse por partilhar o mesmo espaço, mas supostamente o desejo de se lançar à lógica dos algoritmos.

O fato de se promover conexão não implica que disso resultará um coletivo. Logo, não necessariamente formamos um coletivo porque estamos conectados. Mas se somos um coletivo, então devemos estar conectados em algum nível. O Coletivo entende-se aqui sob seu aspecto político, implicando uma intencionalidade, propósitos, ações (COSTA, 2006, p. 10).

Não basta criar uma conta em uma determinada plataforma, construir um perfil, listar os assuntos ou as pessoas de interesse, publicar e captar a atenção dos demais usuários, é preciso que haja propósito, ou seja, que o indivíduo compreenda que sua existência é apenas uma parte do todo e que deve haver o entendimento a respeito da cooperação em prol do bem comum.

O que dá sentido a um coletivo são os propósitos que o orientam e não um simples padrão de comportamento. Portanto, a indução de comportamentos não significa a construção de propósitos, que é o momento em que cada indivíduo entende que deve colaborar para a construção do comum. Adotar um certo comportamento coletivo não significa necessariamente compreender o benefício para o todo, mas simplesmente a segurança e benefício para si mesmo (COSTA, 2006, p. 10).

Adentrar a uma comunidade envolve não somente a construção identitária de um indivíduo, mas sim a busca por força, apoio ou proteção, que só serão fornecidos no espaço comum. Envolve também o fornecimento dos mesmos elementos para a comunidade como um todo. Trata-se de uma troca, receber da comunidade e oferecer aos outros membros pertencentes a essa comunidade aquilo que foi obtido em um primeiro momento.

Contudo, as ações completamente inconscientes dos usuários das plataformas digitais impossibilitam a formação de uma comunidade colaborativa. Os sujeitos podem até ser, virtualmente, ativos, no entanto, corre-se o risco de apenas participar de um espaço virtual que propicia a interação através das plataformas, mas onde cada *user* viverá sua individualidade conectada.

É importante lembrar que, segundo Costa (2006, p. 12), quando se refere ao artigo do filósofo americano Thacker, conectividade não pode ser considerada sinônimo de coletividade, ou seja, estar conectado não transforma, obrigatoriamente, o sujeito em membro de algum coletivo. A conexão atua, nesse caso, apenas como um suporte para que seja possível o fluxo comunicacional e a troca de informações entre os usuários conectados. Nesse mesmo trabalho, Costa faz observações fundamentais a respeito da teoria dos grafos, nós e laços. Para ele, o individualismo conectado pode ser entendido como o movimento que os usuários fazem para compor um *networking*, utilizando a conectividade para usufruir dos benefícios proporcionados pelos recursos advindos das trocas entre os diferentes laços e nós da rede. Estamos falando de ampliar a capacidade de fazer contatos através das redes, esta seria a configuração do individualismo conectado.

2.2. Laços fracos

Embora Mark Granovetter (1974 - 1983), não tenha falado diretamente sobre o individualismo conectado, o sociólogo americano escreveu dois artigos nos quais analisava o padrão de conexão existente entre os indivíduos. No primeiro trabalho, chamado "A força dos laços fracos" (1974), Granovetter restringiu os padrões de conexão dos sujeitos em tópicos como: grau de coesão social e recursos dos indivíduos (dinheiro, afeto e informação). Seu objetivo era analisar os padrões e conhecer o grau de coesão social dos grupos. Neste primeiro trabalho, o autor defendia a tese de que as decisões mais consistentes dos indivíduos aconteciam à medida que mais fortes eram as ligações de suas respectivas redes (KAUFMAN, 2012, p. 208).

Já no segundo trabalho, intitulado "A Força dos Laços Fracos: Uma Teoria de Rede Revisitada" (1983), o sociólogo revisita alguns conceitos utilizados no texto de 1974 e faz importantes considerações a respeito do conceito. Neste trabalho, o autor reafirma a fundamentalidade dos laços fracos, já que eles são capazes de disseminar informações que possibilitam inovações. Sua tese é de que os laços fracos se constituem de sujeitos diversos com experiências e conhecimentos distintos. Para Granovetter, a escassez de laços fracos pode privar os sujeitos da riqueza do conhecimento de mundo proporcionada por esse encontro. Dora Kaufman, ao escrever sobre a potência dos laços fracos, afirma:

Granovetter constata que os indivíduos com poucos "Laços Fracos" serão privados de informação de partes mais distantes do seu próprio sistema social, conseqüentemente, estarão limitados ao conhecimento ou às informações originadas pelos seus amigos íntimos. Sem conexões de "Laços Fortes", a tendência é a maioria da população permanecer isolada, confinada em seus *clusters* (*idem*, p. 208).

Nos últimos anos, vimos aumentar a inserção da palavra "polarização" nos discursos e narrativas políticas devido ao acirramento do cenário, levando muitas vezes a situações catastróficas ou violentas. Diversas hipóteses foram levantadas por cientistas políticos, comentaristas e jornalistas do meio. Esse fenômeno vem se repetindo em outros países ao redor do mundo, não se trata de uma exclusividade do Brasil, ainda que os episódios brasileiros já façam parte da composição da paisagem social e política da atualidade.

Ao jogar luz sobre os alertas de Granovetter a respeito da escassez dos laços fracos, inevitavelmente estabelecemos um paralelo com o cenário atual. Sobre o tema, Kaufman comenta:

Nesse sentido, os "Laços Fracos" são vitais para a integração dos indivíduos à sociedade, e os sistemas sociais carentes de "Laços Fracos" serão fragmentados e incoerentes, novas ideias vão se espalhar lentamente, esforços científicos ficarão em desvantagem, e subgrupos separados por raça, etnia, geografia ou outras características terão dificuldade em chegar a um *modus vivendi* (KAUFMAN, 2012, p. 208).

De 2020 até os dias atuais, o trecho acima parece retratar com precisão o que estamos vivendo. Assistimos aos esforços científicos perderem força e, em alguns casos, se tornarem objetos de descarte. Vivemos uma dinâmica restritiva que limita os contatos, perfis, assuntos e, em alguns casos, até mesmo membros da família são excluídos. O isolamento da população em seus *clusters*, conforme aponta Kaufman, é o movimento alienante produtor daquilo que chamamos de bolha, e não se restringe aos contatos virtuais, mas abarca todas as esferas sociais da vida humana. Os indivíduos vivem, atualmente, realidades pautadas pelo seu círculo social mais próximo e cada sujeito seleciona os membros do suposto círculo a partir de sua identificação ou com base em sua rejeição, neste caso eliminando o divergente. Parece não haver mais espaços ou intenção de estabelecer e manter os laços fracos nos moldes apresentados por Granovetter, ou seja, parece não haver a possibilidade de inovação, contato com sujeitos diversos, acesso a diferentes culturas e conhecimentos.

O retrato desse cenário caminha na contramão do que apontavam os estudiosos do ciberespaço. Com a expansão das comunidades virtuais, por volta dos anos 2000, devido à explosão das redes sociais, as pesquisas apontavam para a multiplicação dos laços fracos, como indica Kaufman:

Observamos os perfis dos membros das principais comunidades, encontramos participantes com mais de mil "amigos" sem no entanto, aparentemente, apresentar qualquer tipo de interação social entre os envolvidos. Assemelha-se mais a uma "coleção de perfis", gerados por uma relação puramente aditiva, já que basta aceitar a inclusão da rede social em seu perfil sem qualquer relacionamento prévio (*Idem*, p. 209).

Comparativamente, o momento político vivido por alguns países parece apresentar um cenário de escassez de laços fracos. Contudo, é importante ressaltar que os mil "amigos" citados por Kaufman não desapareceram. Mesmo que as plataformas digitais e a dinâmica das relações tenham mudado, as centenas de perfis seguidores continuam na lista de contatos como uma espécie de *networking*, tal qual os laços fracos. Independentemente da quantidade de laços fracos que o usuário possa vir a ter, "as decisões importantes dos indivíduos continuam sendo compartilhadas com suas relações de Laços Fortes" (*Idem*, p. 210).

Embora os usuários utilizem as plataformas de interação social como uma espécie de plataforma de *networking*, culminando nos chamados laços fracos, são os laços fortes, ou as pessoas da qual a conexão e interação social é mais presente, frequente e/ou forte, que compartilharam com ela suas decisões mais importantes. Como afirma Rogério da Costa:

Lembrando que, via de regra, as preferências ditas "individuais" são na verdade fruto de uma autêntica construção coletiva, num jogo constante de sugestões e induções que constitui a própria dinâmica da sociedade. Para refletir esse jogo de preferências e suas implicações, seja na adoração de uma inovação, na troca de conhecimentos ou simplesmente no confronto de opiniões dois pontos que consideramos cruciais para nossa análise devem ser abordados: o primeiro é a avaliação ou leitura do capital social e uma comunidade ou grupo; o segundo são os limiares de decisão dos indivíduos dentro de um coletivo (COSTA, 2004, p 3-4).

Para o autor, os sujeitos pertencentes a uma comunidade tomam as suas decisões coletivamente, em momentos de troca com os indivíduos mais próximos, entretanto Costa ainda considera que, apesar das necessidade dos laços fortes para tomadas de decisão, os laços fracos, além de possibilitarem a expansão do acesso a informações ou contato com pessoas distantes, também são responsáveis por pautar algumas atitudes dos usuários, uma vez que a vida comunitária exigirá de seus participantes uma constante negociação a respeito das preferências particulares de cada um (*Idem*, p.3). Valeria também acrescentar que as interações mediadas pelas plataformas de rede social escancaram as carências e a necessidade de captar atenção de outrem.

2.3. Capital social

Objeto de estudo de diversos pesquisadores, o elemento “capital social” apresenta-se como um dos indicativos de conexão entre usuários. Apesar disso, não há consenso sobre o entendimento desse conceito (RECUERO, 2009, p. 44-45). Ao falar sobre o capital social, Costa observa que:

[...] o potencial de relação dos indivíduos (capital social), seja ele mensurado qualitativamente ou quantitativamente, constituiria um dos índices de referência para se compreender a forma de propagação das ideias do interior de uma comunidade e seu consequente desdobramento ou não em ações coletivas inteligentes. É nesse sentido que o capital social de uma comunidade pode ser entendido como a *capacidade de interação dos indivíduos*, seu potencial para interagir com os que estão à sua volta, seus parentes, amigos, colegas de trabalho, mas também com os novos vizinhos, com alguém novo no bairro ou no trabalho etc. (COSTA, 2004, p. 4-5, grifo do autor).

Em certo sentido, o capital social também pode ser entendido como uma espécie de banco de referências, ou seja, quanto maior sua exposição à interação com outros sujeitos, mais conteúdo armazenado, logo, mais eficiente será seu reconhecimento sobre os elementos (valores, culturas, intenções e comportamentos) que compõem um sujeito em seu meio. Ao se colocar no sentido contrário dessa dinâmica, o sujeito que mantiver baixa exposição à interação com outros indivíduos, terá sua capacidade de reconhecer tais elementos, diminuída o que implicará na incapacidade de reconhecer o outro (COSTA, 2004, p. 5).

Dentre os pesquisadores que se debruçaram sobre esse tema, nos deteremos, nesse ponto, ao entendimento de Recuero a partir do trabalho de Bertolini e Bravo. Sob a ideia de um conceito de capital social diverso, Bertolini e Bravo (2001) elencam categorias que constroem alguns cenários nos quais podemos encontrar no capital social (RECUERO, 2011, p. 50):

Essas categorias podem ser compreendidas como os recursos os quais os indivíduos têm acesso através das redes. São Elas: a) *relacional* - os quais compreenderia a soma das relações, laços e trocas que conectam os indivíduos de uma determinada rede; b) *normativo* - que compreenderia as normas de comportamento de um determinado grupo e os valores deste grupo; c) *cognitivo* - que compreenderia a soma do conhecimento e das informações colocadas em comum por um determinado grupo; d) *confiança no ambiente social* - que compreenderia a confiança no comportamento de indivíduos em um determinado ambiente; e) *institucional* - que incluiria as instituições formais e informais, que constituem na estruturação geral dos grupos, onde é possível conhecer as "regras" da interação social, e onde o nível de cooperação e coordenação é bastante alto (*Idem*, p. 50-51, grifo do autor).

As categorias elencadas acima são compreendidas como aspectos do capital social, podendo ainda ser subdivididas em dois níveis. Segundo a autora, no primeiro nível estariam os elementos do aspecto individual: relações, leis ou normas e o conhecimento. Cabe aqui uma ressalva, pois cada aspecto individual possui níveis de variação de sujeito para sujeito. Já no segundo nível estão: a confiança no ambiente social e a presença das instituições. Isso significa que, no primeiro nível, encontramos valores que podem ser acessados pelos sujeitos como, por exemplo, o suporte social. Um usuário de uma plataforma, ao publicar um lamento em seu perfil, pode invocar respostas de outros atores com apoio para enfrentar uma determinada situação. No segundo nível, encontramos valores que podem apenas ser acessados pelos coletivos, nesse caso seria a institucionalização.

Pensemos na organização de um evento esportivo que utiliza os meios de comunicação em grupo para mobilizar os usuários, com o objetivo de contar com a colaboração coletiva para prover os recursos necessários para realização do evento. Pode ser uma partida de futebol marcada pelo WhatsApp, ou uma festa de turma da escola, por exemplo (RECUERO, 2011, p. 51). Ao olhar para as interações entre os indivíduos, encontraremos os componentes para a formação dos laços sociais, podendo ser fortes ou fracos, a depender da intensidade de troca e interação. Essas trocas compõem as conexões da plataforma digital de interação e os elementos que as formam são o que chamamos de capital social, que, por sua vez, tem sua construção pautada na negociação entre as partes, como já indicado anteriormente.

O capital social, como vimos, pode assim auxiliar na compreensão dos laços sociais e do tipo de rede formada através das ferramentas sociais observadas na internet. É preciso, assim, estudar não apenas a existência das conexões entre atores nas redes sociais mediadas pelo computador, mas, igualmente, estudar o conteúdo dessas conexões, através do estudo das interações e conversações. Esse conteúdo pode auxiliar a compreender também a qualidade dessas conexões de forma mais completa. [...] Os tipos de capital social, assim, atuam não apenas como motivadores para as conexões, mas também auxiliam a moldar os padrões que vão emergir da apropriação dos diversos sites de redes sociais [...](*Idem*, p.55).

No início desse capítulo, indicamos a relevância de um dos primeiros pesquisadores a se debruçar sobre o estudo das comunidades virtuais. Rheingold tentou entender as interações coletivas das comunidades mediadas pelo computador. Em *A Comunidade Virtual*, publicado em 1996, o autor detalha muito mais do que as especificidades das plataformas, atentando-se também às características das relações e os elementos responsáveis pelas motivações que sustentavam a comunidade, os assuntos, o envolvimento dos pares, os

encontros, as mensagens e cooperações amparadas pela possibilidade do contato com pessoas de lugares distantes, os esforços para pertencer e auxiliar o grupo.

Do início dos anos 1990 até meados de 2020, diversas plataformas surgiram. No início dos anos 2000, comunidades virtuais eclodiram e, após 2004, as redes sociais iniciaram seu processo de instalação longínqua no ciberespaço. Apesar de ainda ser possível encontrar elementos utilizados nas primeiras comunidades, mas com nova roupagem e até mesmo um novo nome, não podemos negar que muito tempo passou e muitas plataformas de interação social não sobreviveram. Já outras se reinventaram e houve até as que conseguiram somar elementos de extintas plataformas com aspectos mais atuais, persistindo ainda hoje.

O ciberespaço é um campo infindável de experiências voltadas a plataformas de interação entre pares, contudo, poucos são os desenvolvedores capazes de utilizar as ferramentas bem-sucedidas na construção, manutenção ou atualização das redes sociais e, com isso, proporcionar ao usuário uma experiência fundamentalmente colaborativa, no sentido de proporcionar a criação de conexão social.

Vale ressaltar que a amplitude de possibilidades para criação de plataformas no ciberespaço cria uma multiplicidade de grupos adeptos aos mais diferentes tipos de meios de interação. Em certo sentido, a multiplicidade de plataformas e seus respectivos adeptos nos ajudam a analisar os meios pelos quais as interações ocorrem, já que através de análise de ferramentas, dinâmica de interações e comparações entre as diferentes plataformas encontramos pistas que nos indicam quais são os componentes de maior adaptabilidade e utilização dos usuários, como eles interagem com as ferramentas e como interagem entre si. Buscaremos pistas também sobre o lastro das comunidades digitais e evidenciaremos novas atualizações. Se os meios compõem as mensagens apenas por ser o suporte da informação, à medida que essas interações precisam se adaptar às atualizações e à multiplicidade das plataformas, é provável que haja também alteração no conteúdo veiculado e, conseqüentemente, nas condutas sociais dos usuários.

Capítulo 3

3. Entre a The Well e o Instagram

A The Well foi fundada em 1985 e o Instagram em 2010. Apesar dos 25 anos de diferença, existem semelhanças e divergências deliberadas entre as duas plataformas, que dificilmente poderiam ser atribuídas apenas à distinção do cenário sociocultural e tecnológico provenientes do tempo. Uma análise metódica sobre os dados coletados a partir das informações fornecidas pelos usuários e, possivelmente também, a partir da necessidade de capitalização dos conglomerados de tecnologia e, conseqüentemente, da hibridização do mercado publicitário e de marketing com a indústria tecnológica certamente contribuem para essas diferenças.

A plataforma fundada em 1985 operava como uma espécie de fórum, ou seja, *links* com assuntos "tema" eram disponibilizados em uma página na internet e lá os frequentadores e usuários no geral poderiam acessar o assunto de interesse. A participação não era mandatória, contudo, qualquer utente que adentrasse ao *link* (tópico) escolhido teria acesso às mensagens disponibilizadas na plataforma. Por se tratar de uma das primeiras comunidades de que temos notícia, possivelmente serviu como modelo ou inspiração para muitas outras, dentre elas podemos destacar as salas de bate-papo, o Orkut, o Fotolog e até mesmo o Instagram.

A comunidade The Well funcionava como mistura entre bate-papo e e-mail, uma espécie de hibridização das duas plataformas. Nessa estrutura, não havia a simultaneidade das salas de bate-papo, contudo, as narrativas e trocas interpessoais continuavam acontecendo. A organização dos tópicos ocorria através de conferências: grupos divididos em subgrupos,

sendo estes os assuntos específicos que tinham sob suas cabeças os guarda-chuvas que abarcavam todos os tópicos possíveis, conforme indica o autor:

Apresento de seguida uma lista de exemplos de entre as centenas de tópicos disponíveis para discussão na conferência Parental. Cada item é o título de uma <<conversa>> que inclui centenas de contribuições individuais (<<deixas>>) distribuídas por um período de dias ou anos, à maneira de uma terminável *cocktail party* de tópicos. onde os recém-chegados podem retroceder no tempo, sem perderem pitada sobre quem anteriormente disse o quê:

Grandes expectativas: estás grávida. E agora? parte III
O que há de errado com a Children's TV*?
Filmes: os bons, os maus e os feios.
Incitações e ritos de passagem.
Bebé da WELL novinho em folha.
Ser pai - como muda a vida?
Histórias de final da adolescência (cont.)
Culpa.
MÃE.
Vasectomia - doeu? [...] (RHEINGOLD, 1996, p.34).

A estrutura tecnológica que sustentava as discussões dos tópicos na The Well está muito mais para um repositório de e-mails, com o tempo de resposta similar, sem a possibilidade de verificação de leitura. Claro que muito disso se deve à infraestrutura da internet naquele ano. A internet operava como uma espécie de internet discada, bem por isso, o tempo de transmissão das mensagens não poderia corresponder às trocas realizadas em uma estrutura 5G, por exemplo. Até mesmo a própria plataforma não tinha estrutura para uma dinâmica de interação tão veloz como a que vemos atualmente. A cultura e a noção de tempo também não são as mesmas.

Mais de duas décadas depois, o Instagram inaugurou sua operação, chamando atenção para sua proximidade com os álbuns de fotografia, porém fazendo uso de *gadgets* e rede banda larga para a publicação e visualização das imagens capturadas. Ainda que houvesse a possibilidade de troca e interações, como por exemplo o *like*, os comentários e o compartilhamento, em nenhum momento a plataforma chegou a oferecer suporte ou atualizou seu *layout* a fim de criar espaços de construções e colaborações coletivas. Não se tratava de um espaço para o grupo, mas sim de um lugar para a divulgação das imagens capturadas pelo sujeito, uma suposta brincadeira de se fantasiar de fotógrafo e expor sua obra em um espaço público chamado internet. Comumente conhecida como uma "rede social", a plataforma não é nem de longe uma comunidade virtual; ainda assim, a plataforma segue o lastro das comunidades virtuais. Toda e qualquer plataforma que proporcione ao usuário a possibilidade de interação, independentemente da ferramenta utilizada, seja ela um simples botão de curtir, ou até mesmo campo de troca de mensagens, bebem na fonte das

comunidades virtuais. E o Instagram sucedeu uma plataforma muito popular chamada Fotolog.

A dinâmica do Instagram não permite adicionar amigos, mas possibilita seguir pessoas ou marcas de interesse e também ser seguido por outros perfis, como já mencionado. Existem também pequenos artifícios que propiciam a exploração e descoberta de outros perfis: são as *hashtags*, já que, ao incluir a *tag* na publicação, o usuário coloca sua imagem em um nicho, somando a um repositório de imagens que também utilizaram a mesma *tag*.

Para criar uma conta no Instagram, o usuário precisa apenas possuir acesso à internet através de um celular ou computador, sua navegação não está condicionada ao pagamento de tarifas mensais – o que não ocorria no caso da The Well. Para navegar na comunidade e participar das discussões, os usuários pagavam tarifas via conta telefônica, ou seja, além de pagar pelo uso da internet, o usuário também pagava pela utilização da plataforma. Algumas pessoas, no entanto, obtinham isenção dessa taxa, mas em troca ofereciam seus serviços, atuando como moderadores da plataforma, auxiliando os novos usuários, analisando as interações, mediando conflitos acalorados e excluindo publicações que infringissem as políticas de uso da plataforma.

Em 1985, os desenvolvedores e as empresas de tecnologia não sabiam exatamente o que fazer com a ferramenta que tinham à sua disposição, apesar de compreenderem o potencial que o ciberespaço tinha em diminuir distâncias, unir pessoas e construir um grande cérebro com a ideia da inteligência coletiva. Os desenvolvedores e fundadores das comunidades não sabiam como ganhar dinheiro, manter a roda girando e aumentar a potência da máquina. Nos dias de hoje, qualquer plataforma de rede social que ofereça seus serviços em troca de mensalidades terá seu alcance limitado e seu fim anunciado. Ainda que existam pacotes *premium* de alguns aplicativos de relacionamento, a cultura da internet ensinou o usuário que não há necessidade de pagamento para usufruir dos benefícios da navegação. Caso alguma plataforma tente impor algum tipo de monetização, enfrentará a resistência por parte dos usuários e logo verá sua ideia utilizada como referência por outra plataforma similar e gratuita.

A The Well oferecia espaços para conferências textuais, um espaço digital aberto aos assinantes, é claro. Já o Instagram oferece uma plataforma para disposição de imagens, espaços para comentários e botões em formato de coração. Na The Well, o foco era o coletivo, o apoio e o espaço de "escuta". Nenhum personagem possuía mais destaque que a própria plataforma, que havia se transformado em um sinônimo de comunidade entre os usuários. No Instagram, o perfil incita a vontade de ter mais destaque do que a própria rede social, a exposição da autoimagem e a impossibilidade de ver o outro, dada a dinâmica específica da rede, impede a construção de repertórios, limita a expansão do conhecimento de mundos, encurta o alcance do olhar. Em ambas as plataformas, os usuários precisam lidar com as

interpretações, porém, no caso da The Well a interpretação é textual, enquanto no Instagram os seguidores precisam interpretar imagens. Nas construções textuais, o escritor tem a possibilidade de contextualizar seu texto, seu momento, inserir elementos capazes de indicar seu estado de ânimo e os seus sentimentos ou as circunstâncias que o fizeram publicar aquela mensagem. Neste caso, o falar de si em um grupo pode atrair diversos olhares para si, ao mesmo tempo que desperta o seu olhar para o outro.

Jay Allison e a família vivem no estado de Massachusetts, nos EUA. Ele e a esposa trabalham como produtores de uma rádio estadual. Nunca os encontrei frente a frente, embora tenha a sensação de saber algo poderoso e íntimo sobre essa família e de estarmos unidos por estreitos laços emocionais. Veja esta mensagem escrita por Jay na WELL;

Woods Hole. Meia-noite. Estou sentado no escuro do quarto da minha filha a observar as luzes do monitor. Costumavam ser tão brilhantes que as cobri com adesivo e agora ficaram a piscar e tenuamente por baixo, em verdes e vermelhos persistentes, simbolizando o coração e dos pulmões da Lillie. Por cima do monitor fica a unidade de sucção portátil. À luz da lanterna que me ilumina a escrita parece-se com as vísceras de plástico daqueles modelos humanos das aulas de ciências, com os tubos enrolados à volta da fonte de alimentação, do reservatório e da bomba. A Tina está lá em cima no quarto a tentar dormir. Temos lá um monitor secundário ligado ao da Lillie, ligando também o nosso sono ao sono dela, e não conseguimos dormir bem por os nossos espíritos estarem ligados ao da nossa filha. Estou nú. A lanterna repousa em cima do meu estômago, cheio de cerveja; o facho sobe e desce com a minha respiração. A Lillie respira através de um tubo de plástico branco metido por um buraco na garganta. Tem 14 meses (RHEINGOLD, 1996, p.35 - 36).

As informações obtidas por Rheingold sobre a família de Allison são frutos da troca de mensagens através da The Well e não de um perfil. Foram as conferências na comunidade que permitiram que o autor nutrisse a sensação de possuir laços emocionais com a família. As confissões e os relatos sobre o cotidiano alimentam a relação entre os participantes da comunidade. Dessa forma, os usuários enxergam o outro, conhecem suas histórias, dramas, temperamentos e enriquecem o repertório social.

O que foi relatado por Jay Allison na WELL poderia também ser exposto no Instagram. Devido às diversas atualizações da plataforma, o Instagram passou a comportar também a publicação de vídeos. O relato apresentado por Rheingold sobre a família de Allison poderia facilmente ser narrado em um vídeo: o usuário poderia ligar a câmera frontal do celular e narrar a mensagem que foi enviada para a The Well, porém apenas pessoas interessadas no seu perfil do Instagram teriam acesso – ou, caso o usuário utilizasse alguma *hashtag*, a mensagem poderia entrar em algum repositório de imagens/vídeos da referida *tag* e teria chances de se espalhar, podendo alcançar usuários desconhecidos. Existem outras maneiras

de produzir, em vídeo, o conteúdo apresentado por Howard, mas demandariam uma produção mais elaborada, roteiro, captação das cenas e objetos que foram citados, sonoplastia e alguns elementos de fotografia e colorismo para que se consiga dar a dimensão e a emoção daquilo que foi relatado.

A construção das imagens publicadas no Instagram exige um apelo estético ou visual muito grande. Dentre a infinidade de imagens que rolam na *timeline*, o produtor do conteúdo precisa se esforçar para capturar a atenção do seguidor e, quem sabe, capitalizar alguma interação. O esforço ocorre na composição da paisagem enquadrada, seja através das roupas, cenário, objeto ou filtros aplicados à foto ou ao vídeo. Os elementos textuais possuem relevância secundária ou terciária. Uma única foto ou vídeo já sustenta o apelo necessário para capturar a atenção de outros usuários. Uma vez que a atenção está voltada para a publicação, o seguidor pode fazer sua própria interpretação, tendo a possibilidade de construir em seu imaginário teorias sobre o estado de humor daquele que publicou, o poder aquisitivo, as relações pessoais, o estilo de vida, os afetos e até mesmo o estado de saúde. O momento da publicação e, em alguns casos, o momento da visualização são considerados como sendo a realidade do fato vivido pelo perfil, nem sempre levando em consideração a hipótese de ser um conteúdo produzido previamente à data da publicação.

Vejamos, por exemplo, uma publicação realizada pela cantora brasileira Anitta, que publicou a imagem em meados de janeiro de 2023. Nela, é possível visualizar a cantora em um cenário com montanhas cobertas por neve e há um pequeno bosque. Pelo registro de geolocalização marcado na foto, Anitta indica que a imagem foi tirada em uma estação de esqui nos alpes franceses. Em sua legenda, a artista publicou: "The best vacations. (Why am I leaving btw?)". Uma indicação de que estaria de férias, que teriam sido as melhores férias e que estavam chegando ao fim.



Figura 1 - Feed do Instagram com publicação da cantora Anitta. Foto publicada em janeiro de 2023.

A partir dos elementos apresentados na imagem, há uma infinidade de interpretações sobre o momento publicado: a vida da cantora, o humor, a vida financeira, o estado de saúde e até mesmo sobre a vida amorosa. O conjunto de elementos da publicação convoca os afetos dos seguidores, fãs, *haters* e até mesmo passantes. Muito mais do que capturar a atenção, as publicações possivelmente têm o objetivo de fisgar os afetos, pois através deles o produtor de conteúdo conseguirá impulsionar o número de interações, mensuradas pelo número de curtidas e comentários na foto. Completamente diferente é o relato publicado por Jay Allison. Em certo sentido, ele até poderia ter a intenção de capturar a atenção ou o afeto de algum membro da comunidade, já que seu desabafo carregava um apelo dramático, dada a circunstância que estava vivendo. Mas, diferentemente do Instagram, a comunidade virtual não possuía nenhuma dinâmica de capitalização. As interações entre os participantes não tinham nenhum fim monetário e o desejo por atenção não ambicionava acordos publicitários, por exemplo, até porque naquele momento da internet isso não era uma realidade possível.

Rheingold relata ter sentido que havia laços afetivos estreitos capazes de unir a família de Allison, apesar de nunca os ter visto pessoalmente (RHEINGOLD, 1996, p. 35). A ideia de que os meios de comunicação encurtaram as distâncias e aproximam pessoas que moram geograficamente afastadas se transportou pelo tempo e até hoje faz parte do entendimento comum dos usuários. Apesar de décadas terem passado, não parece ter havido muita alteração ou adaptação nesse sentido, pois as dinâmicas de interação são outras, mas a ilusão instalada no imaginário do público em geral é a mesma: pessoas ficaram mais próximas e artistas estão, supostamente, mais acessíveis.

Em certo sentido as plataformas de interação social funcionam como um excelente canal de comunicação, trazendo visibilidade e acessibilidade para algumas pessoas, sem contar os que ainda não possuem acesso à banda larga ou a algum "gadget". Se um fã entrasse em contato com o escritório que administra a carreira da Anitta, muito provavelmente ela não ficaria sabendo, pois não seria ela a atender o telefone. Por outro lado, uma vez publicada uma mensagem em sua foto, as chances de que a cantora visualize o comentário aumentam um pouco, não havendo a necessidade de um mensageiro para transmitir o recado. Ao nos transportarmos para a década de 1980, no caso específico da The Well, em quais outros canais Jay Allisom poderia narrar suas angústias para estranhos se não houvesse a existência da comunidade virtual? Ou então, de que maneira Rheingold nutriria a sensação de laços emocionais e vínculos com a vida e a história de completos desconhecidos, sendo esses habitantes de outro estado? Como o autor teria acesso a tantas informações sobre alguém que não conhece e não faz parte do seu ciclo de amigos? Seja nas redes sociais ou nas comunidades virtuais, o leque de possibilidades de contatos diversos é uma realidade. Existe a chance de entrar em contato com pessoas que muito provavelmente não encontraríamos ao acaso, em nossa vida. A questão é: de que maneira essas relações estão acontecendo? São relações ou meras interações?

3.1. A dinâmica de interação das redes sociais *versus* comunidades virtuais

A teoria dos laços pode facilmente ser aplicada em uma tentativa de responder indagações que buscam compreender as relações no espaço virtual. Contudo, as quase três décadas que separam a comunidade das redes sociais podem também nos servir de base para observações sobre a transformação das dinâmicas de interação. Nesse sentido, é preciso abrir um parêntese para observar considerações a respeito das transformações da sociabilidade.

Ao longo da história da civilização, os espaços de sociabilidade, como os centros comunitários, por exemplo, foram transformados drasticamente e diversas normas foram

impostas com o intuito de atender ao sistema capitalista. A filósofa Silvia Federici, ao falar sobre a intervenção estatal quanto ao trabalho e a assistência social, faz o seguinte apontamento:

Ao se buscar a disciplina social, um ataque foi lançado contra todas as formas de sociabilidade e sexualidade coletivas – incluindo esportes, jogos, danças, funerais, festividades e outros ritos grupais que haviam servido para criar laços e solidariedade entre os trabalhadores. O ataque foi sancionado por um dilúvio de leis, 25 na Inglaterra somente para a regulação de tabernas, entre 1601 e 1606 [...] (FEDERICI, 2017, p.162).

A autora segue citando a obra do historiador inglês Peter Burke de 1978, intitulada *Cultura Popular na Idade Moderna*, em que o autor explica o processo, chamado de ataque por Federici, de esforço contra a cultura popular:

Contudo, como podemos notar, o que estava em jogo era a dessocialização ou descoletivização da reprodução da força de trabalho, bem como a tentativa de impor um uso mais produtivo no tempo livre [...] Até mesmo as relações entre os indivíduos e Deus foram privatizadas: nas regiões protestantes, por meio da instituição de uma relação direta entre o indivíduo e a divindade; nas regiões católicas, com a introdução da confissão individual. A própria Igreja, enquanto centro comunitário, deixou de ser a sede de qualquer atividade que não estivesse relacionada ao culto. Como resultado, o cercamento físico operado pela privatização da terra e o cercamento das terras comunais foram ampliados por meio de um processo de cercamento social [...] (*Idem*, p. 162-163).

A autora indica que essa campanha contra a cultura ocorreu através do cercamento das terras comunais na Europa do século XVII e fez parte da transmutação radical do mundo, já que os cercamentos, as privatizações, a mercantilização e as instrumentalizações da vida em prol do capital ocorreu em escala global (VASSALO, 2018, p. 114).

Ainda que os fatos relatados acima tenham ocorrido no século XVII e não na segunda metade do século XX, como no caso do surgimento da The Well, existe uma correlação entre os cercamentos apontados pelas autoras e as modificações presentes na maneira de socializar no ciberespaço.

Na The Well, os inscritos ingressaram sabendo dos encargos monetários que seriam recolhidos através de sua conta telefônica, consentiram com tal arrecadação, compreendiam a finalidade da plataforma e muitos estavam dispostos a participar da dinâmica de interação, prestando seus relatos e/ou lendo os relatos de terceiros. Nem todos os assinantes possuíam o mesmo grau de proximidade, alguns eram mais próximos e mais frequentes que outros, entretanto a finalidade da plataforma era clara a todos: construir um espaço de sociabilidade virtual, segundo Howard Rheingold (1996). Ao acessar qualquer que fosse o tópico de discussão, o usuário precisaria minimamente ler alguma mensagem e, ainda que não

quisesse acessar todo histórico, a leitura implicaria em algum nível de participação, pois passava a conhecer sobre o pensamento ou vida de outro utente. Já outros participantes relataram suas experiências ou abriram tópicos para discutir questões familiares, como é o caso de Jay Allison, em que o espaço serviu como uma espécie de rede suporte, em que os demais participantes ofertavam atenção e apoio. Não havia, nos relatos transcritos por Rheingold, nenhuma solicitação expressa, mas sim o desabafo de um pai frente à vulnerabilidade da saúde de sua filha. Naquele período, as plataformas de interação social não exigiam o preenchimento de perfis de usuários, logo, seria possível que, até aquele momento, Jay Allison não tivesse sequer mencionado a existência de uma filha, ou a fragilidade da saúde da criança, deixando que as informações fossem disponibilizadas à medida que a interação acontecesse ou que a convivência fosse se tornando mais presente ou frequente.

Por outro lado, no Instagram, muitos usuários nem sequer suspeitam quem é que paga a conta pelo uso da plataforma, afinal o indivíduo precisa apenas possuir um aparelho capaz de conectar à internet, possuir ou portar, ainda que momentaneamente, sinal de banda larga para efetuar o cadastro. Evidentemente que outros elementos são necessários para a conclusão da conta, como, por exemplo, uma conta válida de e-mail ou número de celular ativo para que a plataforma possa realizar a verificação do cadastro. Mesmo assim, nenhum usuário paga tarifas ou mensalidades para expor seu perfil na página. No final do ano de 2020, a plataforma norte-americana de *streaming* NETFLIX⁵ lançou um documentário, dirigido por Jeff Orlowski, com a participação de ex-funcionários e executivos de empresas como Google, Facebook e Twitter. Dentre todos os alertas e informações expostas no documentário, a obra cinematográfica expôs a necessidade de se atentar para a gratuidade dos aplicativos de redes sociais. Uma das falas mais famosas do filme é a do ex-designer do Google, Tristan Harris: "se você não está pagando pelo produto, então você é o produto".

Durante anos, a publicidade foi a responsável por gerar a receita necessária para sustentar a TV, o rádio ou os jornais impressos. A lógica da disposição de espaços para marcas anunciarem seus produtos nos meios de comunicação está entranhada na cultura popular e os usuários comuns possuem o senso coletivo de que esse ainda é o meio pelo qual as empresas de tecnologia geram receita, como uma herança deixada pelos canais de rádio e televisão. É verdade que, nos últimos anos, as redes sociais aumentaram a quantidade de anúncios em suas interfaces, mas também é verdade que as marcas encontraram novas maneiras de anunciar seus produtos, forçando as plataformas a criarem regras para controlar

⁵ ORLOWSKI, Jeff (Dir.). O Dilema das Redes [Filme]. Produção de Larissa Rhodes e Davis Coombe. Estados Unidos: Netflix, 2020. 1 arquivo de vídeo (94 min). Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/81254224?s=i&trkid=258593161&vlang=pt&clip=81275293>>. Acesso em: 18 de maio 2022.

os conteúdos publicitários publicados pelos usuários, como, por exemplo, as *tags*. Ainda assim, essas não são as únicas maneiras encontradas pelas plataformas para arrecadar dinheiro e garantir o funcionamento da máquina, podendo conceder a utilização gratuita por parte dos usuários. Na verdade, essa é a narrativa que tenta sustentar a ideia da gratuidade do serviço para os céticos ou os curiosos, no entanto o modelo de negócio da plataforma é ainda mais escuso, como aponta o pesquisador bielorruso, Evgeny Morozov:

Não é coincidência que o experimento no teatro de Barcelona tenha sido conduzido exatamente por uma agência de publicidade: o registro de cada transação é uma oportunidade para a coleta de dados aproveitáveis na personalização dos apelos publicitários que nos são dirigidos. Isso significa que toda transação eletrônica que efetuamos nunca está concluída: seu histórico – ao menos seu rastro de dados – nos acompanha por todos os lados, estabelecendo uma conexão forçada entre nossas atividades cotidianas, que, talvez, devessem permanecer separadas. De repente, suas risadas num show de comédia são analisadas em conjunto com os livros que você comprou, os sites que visitou e as viagens que fez, as calorias que consumiu: como atualmente tudo é mediado pela tecnologia, tudo que fazemos está integrado num perfil específico que pode ser monetizado e aperfeiçoado (MOROZOV, 2018, p. 47).

Nesse trecho, o autor se referia a um episódio em que, após sofrer com o aumento de impostos de 8% para 21%, os administradores do Teatreneu tiveram que repassar os custos dos tributos para a bilheteria do teatro e, com isso, viram suas salas de espetáculo esvaziarem da noite para o dia. A solução para o problema foi zerar o valor dos ingressos, mas em contrapartida *tablets* foram instalados nos encostos das poltronas da frente a fim de registrar as expressões faciais do público. A cada risada identificada pelo aparelho, o espectador paga 30 centavos, até o limite de 24 euros por espetáculo. Concomitante a isso, o espectador também poderia compartilhar uma selfie das gargalhadas detectada pelo *tablet* em alguma plataforma de interação social (*Idem*, p. 45).

Sob essa lógica, torna-se extremamente mais atraente ofertar gratuidade no serviço e coletar informações relevantes, como dados bancários, gostos, gatilhos de emoções, hábitos de consumo, dos espectadores ou usuários, mais até do que cobrar expressamente qualquer tarifa dos espectadores. No caso da casa de espetáculos, as tarifas foram devidamente cobradas, ao mesmo tempo em que as informações (expressões faciais e dados bancários) foram coletadas. Mas, no que se refere ao serviço ofertado pelas plataformas de interação, no nosso caso, o Instagram, há uma infinidade de informações sendo ofertadas: cada imagem, interação, *like*, quantidade de acessos, frequência, geolocalização, absolutamente tudo acaba virando matéria prima no banco de dados.

[...] quando entregamos nossos dados – que acabam no balanço dos ativos do google – em troca de serviços relativamente triviais, e quanto esses

mesmos dados são utilizados para customizar e estruturar o nosso mundo de maneira pouco transparente e pouco desejável. Essa segunda característica dos dados como unidade de troca ainda não é bem compreendida. Todavia, é justamente essa capacidade de moldar o futuro, mesmo depois de termos abdicado dele, que transforma os dados em instrumento de dominação (MOROZOV, 2018, p. 53).

Abastecidos dos dados dos usuários, com informações suficientes para traçar um perfil psicológico, econômico, comportamental, acadêmico e cultural, as *big techs*, nesse caso, a Meta, proprietária do Instagram, tem a capacidade de moldar o futuro, não apenas sobre o consumo dos usuários, mas sobre as políticas que regulam a vida em sociedade.

Em 1985, as possibilidades de construir uma inteligência coletiva através da união das pessoas e da criação das comunidades virtuais ofuscaram o olhar a respeito da previsão dos entraves práticos que estavam logo à frente. Como sustentar a estrutura necessária para manutenção do serviço e, principalmente, como transformar o modelo de negócio em algo rentável? Sob o sistema capitalista, nada escaparia aos olhos famintos do capital, logo, os desenvolvedores precisavam aprender como transformar as comunidades virtuais e as informações dispostas no ciberespaço em receita. Pouco a pouco, as plataformas deixaram de cobrar pela navegação ou utilização dos serviços e implementaram uma nova maneira impor valor sobre o produto plataforma. Criaram um modelo de negócio altamente rentável, desde a disponibilização de espaços para anúncios publicitários até a coleta massiva de informações confidenciais – número de documentos, dados pessoais, expressões faciais e todo tipo de dado dos usuários.

Entre os usuários, não há um consenso sobre a finalidade de uso da plataforma. Empiricamente falando, alguns acreditam que se trata de uma plataforma de divulgação do cotidiano, outros uma ferramenta de ascensão social, há quem considere como instrumento para alavancar as vendas, estabelecer contato profissional ou estritamente pessoal, objeto de pesquisa e dispositivo de entretenimento... As possibilidades são inumeráveis e deve haver entre eles quem acredite que é um espaço de sociabilidade virtual. O que não quer dizer que seja efetivamente destinado à construção colaborativa, como as comunidades virtuais de 1985. Contudo, em certo sentido, a interação social é um excelente artifício gerador de dados: as trocas, o contato com a alteridade, com o outro, são ações extremamente potentes no quesito produção de subjetividade.

Medir e mapear as intencionalidades de cada usuário ao criar uma conta na plataforma é uma tarefa quase impossível, primeiro porque seria necessário contar com algum nível de consciência ou sinceridade dos usuários e segundo porque o ciberespaço expandiu a consciência sobre o leque de possibilidades com relação ao uso do espaços, em especial para as plataformas. As redes sociais são partes integrantes do dia a dia de muitos usuários, os *gadgets* estão acoplados ao corpo dos sujeitos, aferindo constantemente sua temperatura,

batimento cardíaco ou contando seus passos, ações que podem e são compartilhadas pelos usuários.

A The Well, por outro lado, indicava ao usuário a finalidade do espaço, limitava suas ações, além, é claro, da própria tecnologia que não oferecia grandes possibilidades de utilização das ferramentas. Os usuários poderiam até vislumbrar um futuro com a expansão digital ou computacional, mas, em certa medida, limitavam-se ao modo de operação possível, ou seja, ingressavam na comunidade com a intenção de participar de alguma forma daquele grupo de discussão. Por mais diversa que pudesse vir a ser a interpretação sobre o objetivo ou utilidade da comunidade, todos sabiam a finalidade do espaço e lá cediam uma pequena parcela do seu tempo para que pudessem se colocar em contato com as falas de outras pessoas – *nicknames* conhecidos ou até mesmo recém-chegados que, vez ou outra, voltariam a entregar seu tempo na leitura das mensagens deixadas por outros ou então a colocar-se a falar com e para outros. Os computadores, naquela época, ficavam dispostos nas residências de alguns poucos sujeitos, presos a tomadas e aos cabos de internet, não poderiam de tão longe coletar informações dos proprietários e nem foram projetados para isso.

A possibilidade de contato, no Instagram, é infinitamente menor, se comparada com as possibilidades da The Well, mesmo se considerarmos a quantidade de usuários, lógica algorítmica e a expansão do acesso à rede banda larga. Isso porque o fato de a rede social exigir a construção do perfil e o formato da plataforma impor a obrigatoriedade da exposição da imagem culminam em uma inundação de imagens que, apesar de expostas, nem sempre são vistas, ou, ainda que sejam vistas, não despertam o interesse. Por se tratar da exposição de um perfil, a expectativa de interação é autocentrada, ou seja, os usuários esperam por deslocamentos que tragam outros usuários aos seus respectivos perfis ou que respondam a interações deixadas em seus prováveis deslocamentos a páginas de outrem. O foco não é o coletivo, mas sim o usuário, sua respectiva conta e as interações ativas que vier a promover. As publicações estão condicionadas a postagens de imagens; ainda que se deseje relatar algo em texto, ele precisa ser formatado em arquivo de imagem ou publicado via legenda. Ou seja, as visualizações exigem menos tempo e menos atenção, não há espaço, em muitos casos, para envolvimento pessoal com a vida, com o sujeito por trás do relato, ou, ainda que haja algum tipo de interação, a falta de resposta frustra a chance de estabelecer algum tipo de laço social.

Na figura 1, observamos a imagem publicada no perfil da cantora brasileira Anitta. Na publicação, conseguimos observar um pouco mais do que 767 mil curtidas e algo em torno de 5 mil interações via caixa de textos, podendo ser publicação de emojis ou mensagens de texto. Diferentemente da publicação de Jay Allison, a artista brasileira não fez um desabafo ou uma publicação em busca de apoio. Anitta publicou a imagens concomitantemente a uma legenda, ambas empregando a conotação que retrata uma viagem de férias. A divergência, nesse

caso, não está somente nos diferentes momentos vividos por ambos os personagens, mas sim nas dinâmicas de interação das plataformas e na finalidade da publicação. Ainda que Allison quisesse enviar seu desabafo trazendo a atenção dos participantes da comunidade para seu drama pessoal, em uma comunidade cujo foco é o coletivo, não é possível saber ou imaginar ao certo o quanto de atenção conseguiremos reter, já que a dinâmica de interação transforma a comunicação em algo circular, impossibilitando que a comunicação garanta destaque à figura e possibilitando atravessamentos, atualizações de assuntos. A troca opera sob a lógica das conversas ao vivo, em que todos os participantes e ouvintes podem intervir, alterar a rota de conversa, comentar assuntos já superados ou simplesmente criar uma nova vertente completamente descompromissada em se ater à figura ou à mensagem inicial. Enquanto isso, no Instagram, toda a atenção está voltada para a objetificação da imagem do sujeito, as férias da Anitta, as fotos que precedem e sucedem essa publicação, apesar de comunicarem outras mensagens, têm um único objetivo de solidificar a construção da imagem de um único personagem, que deve, "merece" e deseja ser contemplado. O perfil em uma rede social tem o objetivo de ser minimamente interessante, relevante ou diferente para que possa captar a atenção de alguém. Nos casos dos artistas e das marcas, a segurança do êxito é significativamente maior, pois maior é o capital investido e, com isso, o perfil consegue garantir facilmente o sequestro da atenção desse público, que é composto por usuários da rede social. Nesse caso, o objetivo é aumentar a métrica e elevar os números de interação.

Para usuários comuns, o número também importa, apesar de não haver investimento em mídia paga, ou apesar do investimento ser relativamente baixo se comparado com as grandes marcas. Ainda assim, as metas são estabelecidas, em alguns casos, tomando como parâmetro de comparação o perfil de outros usuários, ou então a publicação anterior do mesmo perfil. Cria-se a necessidade de atingir o maior número de interações e, com isso, a necessidade de superação propulsiona a força necessária, capaz de empregar cada vez mais esforços na captura e edição da próxima imagem, seja foto ou vídeo.

Na comunidade virtual, a impossibilidade tecnológica que impedia de construir uma página de perfil garantia, em certo sentido, um ótimo cenário para o anonimato. As plataformas contavam com moderadores que fiscalizavam as mensagens enviadas e isso apenas impedia a disseminação de mensagens que, por ventura, pudessem violar as regras da comunidade, mas não era capaz de eliminar, em qualquer que fosse o nível, a fabulação dos usuários. Os sujeitos poderiam criar *nicknames*, fabular outras realidades e compartilhar suas fabulações com os outros membros da comunidade.

Apesar de o Instagram operar quase que exclusivamente com imagens, tal dinâmica não exclui a probabilidade de projetar as fabulações dos usuários nas páginas dos perfis. Muito pelo contrário, diversos níveis de fabulação podem ser encontrados na rede social, contudo, a construção do perfil completamente inventado, com imagens que não

correspondem às características físicas do criador/administrador da página e que o mesmo assume como sendo sua, pelo menos na plataforma, contando “sua” história de vida, elencando familiares e amigos, projetando imagens e narrativas é o que convencionamos chamar de “perfil *fake*”. Em parte, o surgimento e a proliferação dos perfis *fake* acontecem, no Instagram, porque a plataforma não conta com trabalho dos moderadores, nem tampouco profissionais que exerçam a função de controlar os perfis *fake*, regular ou controlar as mensagens publicadas pelos usuários, as imagens ou palavras que violam as políticas de utilização da plataforma. As redes sociais contam com um sistema automatizado de fiscalização dos desvios de conduta. As publicações são reguladas, censuradas ou notificadas via mensagens disparadas automaticamente pelo sistema operacional que gerencia as aplicações da plataforma, ou seja, através de uma lógica de programação – exemplo: se isso, faça isso; se aquilo, faça aquilo – através de um conjunto de códigos pré-determinados, o *software* tem a previsibilidade para determinar que medida tomar com o suposto conteúdo. Para que novas lógicas de programação sejam lançadas, é preciso que surja um novo padrão de comportamento massivo, capaz de provocar algum agravo. Só então, com base nesse suposto comportamento, é possível programar o sistema para prever o comportamento e condutas futuras.

3.2. O avanço do neoliberalismo e a propagação do discurso do sucesso

Apesar de ter surgido no final dos anos 1980, a comunidade virtual e o uso doméstico das plataformas de interação social sobreviveram longos anos sob uma lógica de mercado completamente diferente, amparada em uma ideia de cobrança de tarifa por utilização do serviço. Passaram anos tentando compreender como conciliar a monetização dos processos com a lógica de prestação de serviços, que até aquele momento era a oferta de informação e de espaços de conexão para trocas colaborativas entre os usuários. Há quem diga que a internet quebrou, mas fato é que o ciberespaço sobreviveu às limitações tecnológicas. Somente após o ano de 2008 é que as redes sociais, em especial no Brasil, tiveram uma forte expansão. Coincidência ou não, foi justamente no ano de 2008 que a grande crise atingiu em cheio os Estados Unidos, chegando a ser notícia em diversos jornais ao redor do mundo e sendo comparada com a grande depressão de 1929.

Até o ano de 2007, as maiores companhias empresariais tinham suas atuações voltadas para a indústria de energia, petróleo e mercado financeiro, sendo elas: Exxon Mobil, General Electric, Citigroup e Shell Oil. Com a crise de 2008, essas corporações perderam suas colocações na lista de companhias relevantes no mercado de capital para dar lugar a

companhias como Apple, Alphabet, Amazon e Facebook. Vale ressaltar que a Microsoft manteve sua posição na lista de corporações mais importantes independente da crise. As empresas que desbancaram as corporações tradicionais e aparentemente sólidas dos ramos de energia, petróleo e financeiro vieram todas da indústria da tecnologia da informação e comunicação (ORMAY, 2018).

Vale abrir um parêntese para explicar a possível coincidência entre a crise financeira de 2008 e a explosão das plataformas de interação social após esse período.

A bolha imobiliária responsável pela crise de 2008 ocorreu devido ao aumento dos valores imobiliários que não eram compatíveis com a renda da população nos Estados Unidos. Os bancos ofereciam empréstimos a juros baixos para a população financiar a compra de imóveis, ainda que as pessoas não conseguissem comprovar renda necessária para quitar a dívida. Com isso, a procura por imóveis aumentou, o que causou uma supervalorização dos imóveis. Os bancos passaram a aumentar a taxa de juros dos empréstimos, o que inviabilizou a possibilidade dos credores quitarem suas respectivas dívidas com as instituições financeiras. Uma vez que os credores deixaram de quitar suas dívidas, os bancos deixaram de receber o dinheiro necessário para realizar suas operações cotidianas. Esse movimento forçou diversas instituições financeiras a declarar falência, dentre elas a mais famosa e mais impactante no mercado financeiro foi a Lehman Brothers.

Fechando o parêntese aberto, fica a questão: como o mercado imobiliário dos Estados Unidos pôde influenciar a ascensão da indústria de tecnologia e favorecer o crescimento das *big techs*? A crise imobiliária dos Estados Unidos abalou o mercado financeiro e as instituições de capital aberto que lá operavam na época. O sistema de operação do mercado financeiro trabalha com a lógica de quem tem dinheiro para emprestar e quem precisa de dinheiro para executar algo. Nesse jogo, o sistema precisa analisar e contar com dois elementos: predição e especulação.

Nesse contexto, possivelmente, o mercado busca corporações capazes de apontar uma saída a fim de atender às demandas de desenvolvimento de produção capitalista e que indique resultados melhores nas predições sobre o melhor cenário para a acumulação do capital. Um dos mais implacáveis e obstinados entusiastas da inteligência coletiva, Pierre Levy, concedeu uma entrevista em 2020 na qual pondera sobre a potência das *big techs* e aponta, rapidamente, seu ponto cego⁶:

As gigantes da web, como Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft, adquiriram um poder extraordinário, algo que eu não havia pensado anos

⁶ LÉVY, Pierre. Gigantes da Web São o Novo Estado. [entrevista concedida a] Daniela Fernandes. Valor Econômico - WEB, 23, out. 2021. Disponível em <<https://valor.globo.com/brasil/noticia/2020/10/23/gigantes-da-web-sao-novo-estado-diz-pierre-levy.ghtml>>. Acesso em 14 de Abril de 2023.

atrás. Elas têm um monopólio sobre a memória mundial e registram quase tudo que acontece na internet. Além de serem as companhias mais ricas do mundo, faz tempo que elas ultrapassaram as empresas do setor de energia, têm todos os dados, as tecnologias mais potentes e oferecem as infraestruturas necessárias para a comunicação entre as pessoas. Elas estão desenhando uma nova forma de poder econômico, o que é evidente, mas sobretudo político. Muitas funções sociais e políticas, que são funções tradicionais dos Estados-nação, estão passando para essas companhias. Na minha avaliação, é uma nova forma de Estado, que eu denomino Estado-plataforma (LÉVY, 2020, s/n).

O autor observa a potência das novas companhias de tecnologia, em especial em transformar o poder econômico – e quando diz isso não está falando apenas da receita da indústria de tecnologia, mas sim sobre seus ativos e a principal matéria-prima bruta, como aponta o pesquisador Marcos Dantas:

Embora muitas vezes cobre diretamente pelos seus serviços, a principal fonte de receita das plataformas é a "monetização" daquela "matéria prima bruta": o seu usuário, esteja este em que lado estiver da transação. Como a navegação deixa rastros esses rastros são captados em tempo real pelos algoritmos desenvolvidos nos laboratórios dos proprietários das plataformas, estas detêm um gigantesco volume de dados que reunidos e articulados lhes fornecem informações completas sobre a totalidade do mercado em que operam (Ibidem, p. 8).

Seguindo a lógica do mercado financeiro (reunir empresas que possuem capital para investir com empresas que solicitam investimentos para viabilizar a execução dos seus respectivos negócios), as plataformas se tornaram um excelente chamariz para os investidores, pois proporcionam a oportunidade de ganhos elevados. Fazem isso através da produção de subjetividade, referência e intermediação de relações sociais. Isso porque a internet deixou de ser, há muito tempo, um simples instrumento que substitui os meios de correspondência e que possibilita o acesso à informação para se tornar efetivamente um meio de comunicação social (*Idem*, p. 13).

Um estudo europeu avaliou o período entre 2008 e 2015 e concluiu que, no mundo, as telecomunicações móveis passaram a representar boa parte do tempo de conexão dos indivíduos, passando de 12,7% para 54,6%. (DANTAS, 2017, p.7).

Na ascensão das comunidades virtuais, período em que poucos usuários possuíam computador doméstico ou acesso à rede de internet, as previsões indicavam o potencial para a construção de uma inteligência coletiva, através das colaborações que utentes dispunham aos seus semelhantes em rede. Hoje, com a aceleração na produção e aquisição de *smartphones*, aparelho que possibilita a conexão 24 horas por dia e que está praticamente acoplado ao corpo do usuário a cada segundo, existe uma gigantesca capacidade de coleta de dados, já que boa parte dos aparelhos mantêm conexões ininterruptas com os servidores e nuvens. Tão logo são aparelhos que não possuem as limitações impostas pelos

computadores, são carregados pelos usuários e fornecem dados preciosos para as empresas de tecnologia, dispendo de um alto nível de precisão de informações.

As *big techs* passaram a oferecer ao mercado financeiro muito mais do que predições sobre o comportamento dos seus respectivos clientes, indicando tendências através de suas plataformas de interação social – e fazendo isso embasadas nas informações extraídas dos próprios usuários. A psicometria, por exemplo, área da psicologia que utiliza estatísticas para traduzir processos psicológicos por meio de testes, passou a ser implementada nessa lógica. No caso das redes sociais, indivíduos são submetidos a esses testes sem seu consentimento, possibilitando à plataforma traçar seu perfil psicológico, direcionando suas informações para bancos de dados específicos. "O tema ganhou relevância no debate público com o escândalo Facebook-Cambridge Analytica, quando dados vazados de 87 milhões de estadunidenses foram utilizados na campanha de Donald Trump à presidência" (BONONE; MIELLI; ORMAY, 2021, p. 67). As autoras ainda indicam que:

[...] o emprego das técnicas de psicometria aplicadas ao direcionamento de conteúdos usando seleção algorítmica nas plataformas de internet trouxe uma mudança de foco na seleção de características que diferenciam grupos de indivíduos para fins de publicidade e marketing político. No paradigma anterior (dos meios de comunicação de massa), o foco era em perfil socioeconômico-cultural. No novo, o público-alvo das mensagens é definido a partir da resposta psicológica, emocional e motivacional (Ibidem, p. 67-68).

Com isso, as monetizações e os espaços de anúncios tornam-se secundários perto do poder obtido com as informações privilegiadas de quase metade da população mundial. Estima-se que aproximadamente 4 bilhões de pessoas no mundo possuem pelo menos um *smartphone* (MAWSTON, 2021). O poder adquirido pelos conglomerados de tecnologia e informação tornou-se fator determinante para angariar investimentos e atrair a atenção do mercado financeiro.

Dados são o insumo central desse novo tipo de empresa, cuja prestação de serviços na verdade é o pretexto para sua finalidade principal: extrair a maior quantidade possível de dados e utilizá-lo para otimizar processos de produção, desenvolver um conhecimento interno sobre as preferências de seus usuários, controlar os trabalhadores e, com isso, cria novos produtos e serviços e oferecê-los para anunciantes e outras empresas [...] Assim, os novos modelos de negócios que vêm sendo experimentados nas últimas décadas, absolutamente imbricados com o capital financeiro, como demonstra Dantas (2019), têm por base a captação, a sistematização e o direcionamento de dados produzidos por milhões de usuários (trabalho semiótico) por meio de algoritmos (capital fixo) com objetivo de transportar informação o mais rápido possível entre compradores e vendedores, fazendo com que o tempo de realização do capital chegue ao limite zero (BONONE; MIELLI; ORMAY, 2021, p. 66).

Assim sendo, quanto melhor a plataforma performar nos quesitos adesão de novos usuários e interação eles, mais chances terá de expandir seu banco de dados e maior será seu valor, atraindo maior atenção do mercado. Não é à toa que os desenvolvedores se empenham cada vez mais para atrair novos usuários, para que as plataformas se tornem cada vez mais viciantes e que os usuários passem cada vez mais tempo conectados. Há que se mencionar, ainda, a monopolização das plataformas: a empresa Meta, por exemplo, é a *holding* que detém os direitos e o controle sobre o Facebook, WhatsApp e Instagram. Ou seja, o usuário pode até não utilizar o Facebook por algumas horas ou dias, mas certamente utilizará outra rede do mesmo conglomerado. "Dessa maneira tudo vira um ativo rentável: nossos relacionamentos, nossa vida familiar, nossas férias e até mesmo nosso sono" (MOROZOV, 2018, p. 34).

3.3. A proliferação das narrativas narcísicas apoiadas pelas plataformas

O termo narcisismo advém do mito grego de Narciso. Segundo a mitologia, Narciso era um jovem extremamente bonito e isso despertava paixões entre as mulheres e os homens. Frívolo e completamente arrogante, o jovem Narciso, a pedido das ninfas, que por ele foram rejeitadas, recebe uma maldição vinda de Nêmesis, deusa punidora da justiça. A maldição consistia em conceder a Narciso o amor ao mesmo tempo que o impedia de consumir seu sentimento, impossibilitando que obtivesse seu objeto de amor. Para isso, Nêmesis lançou sobre uma fonte de água cristalina a maldição. Quando Narciso se inclinou para beber água acabou vendo seu próprio reflexo e ficou fascinado pela visão que teve no espelho d'água. A palavra narcisismo foi adotada pela psicologia para denominar uma complexa e ampla possibilidade de construção da autoimagem, assim como também é utilizada para classificar um transtorno de personalidade.

Ao longo do tempo a palavra narcisismo adquiriu uma fama negativa. O termo narcisista quase sempre é utilizado pejorativamente. No entanto, existe uma etapa evolutiva narcisista normal em todo ser humano. O narcisismo pode se prolongar ao longo de toda a vida com características normais e sadias, representando um bom nível de autoestima, uma expressão de a pessoa gostar de si mesma, uma vaidade e um orgulho próprio pelo reconhecimento de seus valores e progressos reais. Por outro lado, as manifestações narcisistas podem ficar tão exacerbadas que adquiram uma característica de patologia, com transtornos no pensamento e na conduta (LEJEDARMAN; ZOT, 2020, p.58).

Apesar de essencial para constituição da personalidade e formação da autoimagem em diversas fases da vida, as autoras entendem que existem características do narcisismo que podem se apresentar como sinais do transtorno de personalidade narcisista:

É caracterizado por um padrão difuso de grandiosidade, necessidade de admiração e falta de empatia que surge no início da vida adulta e está presente em vários contextos, conforme indicado por cinco ou mais dos seguintes: 1) sensação grandiosa da própria importância; 2) fantasias de sucesso ilimitado, poder, brilho, beleza ou amor ideal; 3) acreditar ser especial e único; 4) demandar admiração excessiva; 5) apresentar sentimento de possuir direitos; 6) exploração nas relações interpessoais; 7) falta de empatia: reluta em reconhecer ou identificar-se com os sentimentos e as necessidades dos outros; 8) invejar os outros ou acreditar ser invejado; 9) comportamentos e atitudes arrogantes e insolentes (*Idem*, p. 59).

Segundo o psiquiatra austríaco Sigmund Freud (1914), o narcisismo é apenas uma característica natural e estruturante no desenvolvimento do sujeito. Sob a perspectiva da teoria do autor, existe, concomitantemente, a existência de duas libidos, a libido do Eu e a libido do objeto. Dessa forma, o Eu torna-se o objeto de investimento libidinal, pois passa a ocupar o centro da objetificação libidinal. As plataformas de interação social conferiram ao sujeito uma nova possibilidade de relação com a libido do Eu e com a libido do objeto. Como vimos nos capítulos anteriores, essas mesmas plataformas passaram a conferir ao sujeito o papel de protagonista das narrativas, ao direcionar a atenção dos visitantes para o perfil, a singularidade das ideias, palavras e construção estética das imagens. Os sujeitos passaram a figurar em um lugar de significativa importância e, conseqüentemente, essa transformação modulou as formas de se relacionar, "ditando" as regras dos novos tempos.

No livro *O Show do Eu: a intimidade como espetáculo*, Paula Sibilia inicia indicando um fato curioso como o sinal dos novos tempos. No final de 2006, a revista norte-americana *Time* indicou como personalidade do ano "você". Na capa daquela edição, havia um monitor de computador e um teclado sobre um fundo infinito branco. Na parte inferior da tela do computador, havia uma barra de reprodução de vídeo, com os botões *play*, *pause*, *return*, barra de volume e os botões de ajuste do tamanho da tela. Já no centro da tela, havia um fundo prateado reluzente, simulando o efeito do espelho capaz de refletir e projetar a imagem daquele que se põe frente ao objeto, "e convidava seus leitores a nele se contemplarem, como Narcisos satisfeitos de verem suas personalidades cintilando no mais alto pódio da mídia" (SIBILIA, 2006, p. 15).

Curiosamente, no final de 1982, a personalidade do ano eleita pela mesma revista foi o computador. Mais de vinte anos depois, a máquina perde seu protagonismo para conferir ao seu operador o papel de maior relevância, graças às plataformas e suas atualizações, pois miraram seu modelo de negócio na direção do sujeito e na produção de subjetividade. As plataformas encontraram, na característica narcísica dos seres humanos, um caminho para

explorar. Garantiram protagonismo na construção das respectivas narrativas dentro da rede e ofereceram a possibilidade de capturar a atenção de outros usuários, simulando a lógica das celebridades e seus fãs.

Não é de hoje que os produtores de conteúdo, seja ele artístico ou digital, ganham mais relevância do que suas obras ou produções. Desde os blogs, é explorada a sensação de se redigir para leitores supostamente interessados nas publicações. Com essas páginas, os usuários poderiam escrever o que bem quisessem e viviam sob a sensação de possuir certa credibilidade, mesmo que fosse para falar sobre seus dramas amorosos. A chance de escrever algo para que alguém desconhecido leia, e a possibilidade de receber de volta uma mensagem, um comentário ou uma manifestação que fosse dava a certeza de que o usuário tinha audiência, ou seja, tinha atenção, seus textos eram relevantes para alguém além dele mesmos.

Evidentemente que a captura da atenção e a ilusão de uma vida pública virtual não foram os únicos fatores que prospectaram os usuários a adotar a plataforma e seguir um determinado modelo de comunicação. Houve outro fator significativo para o crescimento dos sites pessoais e redes sociais. Ainda vivendo o período de maior sucesso dos blogs, algumas páginas se destacaram tanto, a ponto de fazer com que seus criadores fossem contratados por empresas tradicionais da grande mídia, enquanto outros chegassem a receber ofertas para assinar contratos com editoras para publicação de livros.

Alguns autores de blogs, por exemplo, foram descobertos e promovidos pela mídia de massa devido a sua notoriedade conquistada na internet, sendo então contratados por essas companhias mais tradicionais para publicar livros impressos [...] ou colunas em revistas e jornais. Assim, esses jovens escritores começaram a receber dinheiro em troca de suas obras e, vários deles, converteram-se em pequenas estrelas desse reluzente novo campo (SIBILIA, 2016, p. 32).

Com a intenção de estimular os usuários a produzir conteúdo e buscar cada vez mais atenção de outros usuários e, conseqüentemente, surgissem novos produtores de conteúdo, as plataformas passaram a investir dinheiro nas páginas de maior notoriedade. Ao estabelecer metas de visualizações, as empresas ativaram nos bloggers e vloggers alguns sentimentos, dentre eles o desejo, que, para além estimular a ânsia de transformar seu ato de publicar em profissão, também incita no sujeito a buscar cada vez mais atenção e, em consequência disso, mais fama, alimentando a fantasia do enriquecimento e concedendo a promessa de deslocar o sujeito da posição de anônimo para a de celebridade. Assim como indica Sibilía, ainda em 2006, a “MefaCafe foi um dos pioneiros em assumir o compromisso de pagar um pequeno montante por cada mil visualizações de determinado filme postado em seus domínios” (SIBILIA, 2016, p.29).

Disfarçado de incentivo, o investimento das plataformas sobre a popularidade dos vídeos publicados – conteúdo produzido – pelos usuários nada mais é do que o pagamento por serviços prestados. Ainda que não seja do conhecimento da grande massa, as plataformas se portam exatamente como a classe burguesa detentora e controladora dos meios de produção (MARX, 1867), fazendo com o que os indivíduos trabalhem a serviço da produção de mais-valia. Como bem indicava a revista *Times* no final do ano de 2006, cuja conclusão e citação foi incluída por Paula Sibilia em seu livro:

Em virtude desse estouro de criatividade e visibilidade midiática, entre aqueles que antes costumavam ser meros leitores ou espectadores passivos, teria chegado "a hora dos amadores", sempre segundo a mesma revista. Em função disso, a conclusão foi a seguinte: "por tomarem as rédeas da mídia global, por forjarem a nova democracia digital, por trabalharem de graça e superarem os profissionais em seu próprio jogo, a personalidade do ano da Time é você" (SIBILIA, 2016, p. 15).

Evidentemente que a frase entre parênteses não está exposta em letras garrafais nas *homepages* das redes sociais, o que faz com que muitos usuários se esqueçam de que no fundo é exatamente isso que estão fazendo para as *big techs*: trabalhando de graça. Outros nem sequer se deram conta do que estão fazendo ali. Claro, com tantos artifícios, tantas ferramentas e possibilidades, cercados de tantos estímulos e sensações, trazer à consciência o jogo duplo das plataformas de interação é quase impossível – e, talvez, intencionalmente indesejável.

Embora assim anunciada pareça uma cilada indesejável, essa tática costuma ser ardentemente buscada por muitos dos jovens que participam nessa dinâmica e que anseiam ser descobertos pelas empresas para triunfarem vendendo seus produtos ou serviços no mercado, atingindo assim também a cobiçada meta de serem reconhecidos e virarem famosos (*Idem*, p. 33).

Nesse sentido, a internet transformou-se em um palco de todos, mesmo que nem todos tenham as mesmas possibilidades de produção, orientação estética, criativa e investimento financeiro. O espaço virtual virou, aos olhos do público, o trampolim ideal para projetar seus corpos para outros espaços sociais. E qual é a fórmula capaz de converter as publicações em sucesso ou sequestrar a atenção e a simpatia dos seguidores? Seriam os relatos da vida cotidiana tendo como foco um eu supostamente real?

Quanto mais a vida cotidiana é ficcionalizada e estetizada com recursos midiáticos, mais avidamente se procura uma experiência autêntica, verdadeira, não encenada. Busca-se o realmente real - ou, pelo menos, algo que assim pareça. Uma das manifestações dessa fome de veracidade na cultura contemporânea é o anseio por consumir lampejos da intimidade alheia. Em meio ao sucesso dos reality-show e das redes sociais, o espetáculo da realidade faz sucesso: tudo vende mais se for real, mesmo que

se trate de versões performáticas de uma realidade qualquer (SIBILIA, 2016, p. 247).

Nesse ponto vale rememorar as comunidades virtuais, lugares que nutriam a expectativa de construir um grande cérebro recheado de informações, em que os usuários cooperariam mutuamente para o bem comum. Ainda que não houvesse um objetivo específico ou uma frequência obrigatória, a ideia de comunidade partiria do entendimento do compartilhamento do tempo e espaço. E, então, chegamos às redes sociais atuais, que têm no seu modelo de operação o objetivo de criar uma vitrine de exposição do perfil – e, a partir desse uso, gerar interações incentivando produções e publicações íntimas de imagens ou pensamento, transformando tais ações em uma corrida por angariar cada vez mais atenção do outro para si. Entre umas e outras há um espaço gigantesco. Atualmente, o valor – simbólico e monetário – está no que mostro/falo sobre mim, muito mais do que tenho a contribuir para o todo. O todo é a expressão que parece conter certo grau de obsolescência, justamente porque o relato do “eu” possui muito mais apelo dentro da rede. A vida alheia interessa, mas não para fins de colaboração, expor a “extimidade” (SIBILIA, 2016) não representa a busca por auxílio ou a necessidade do desabafo, mas faz parte da dinâmica capitalista de acumulação, acumular seguidores, atenção, interação e mais-valia.

As regras do jogo estão postas, a dinâmica das plataformas é constantemente atualizada sem perder o objetivo comercial: expandir a capacidade de produzir subjetividade. Para isso, o Instagram, assim como outras plataformas, investe uma fatia irrisória dos seus rendimentos em seus usuários com potencial de ascensão. Contudo, proporciona outras formas de monetizar o conteúdo produzido por perfis, possivelmente se esquivando da responsabilidade de arcar com os custos dos seus prestadores de serviço. Nesse sentido, vale ressaltar que, dentre as 7 possibilidades* – atualmente – de monetização do conteúdo, apenas uma delas obtém investimento direto feito pela plataforma para o perfil, ou seja, as outras 6 formas de monetização possuem outros investidores que são desde marcas consagradas até os próprios usuários que patrocinam os influenciadores com valores entre R\$5,00 até R\$ 28,00 (valores estimados apenas no Brasil), sem contar os planos de assinatura de conteúdos exclusivos. Sob essa lógica, a plataforma ganha pelo menos 4 vezes mais, pois além de ganhar com o conteúdo produzido, ganha horas de produção de subjetividade mediante a movimentação dos usuários, com as marcas que investem nos anúncios e também uma pequena fatia do que é arrecadado pelo próprio usuário.

Muito mais do que sua perspectiva sobre uma cena, uma situação, ou até mesmo seus respectivos pensamentos acerca de determinado assunto, como no caso dos blogs, as redes sociais exigem algo além das ideias ou da criatividade sobre um assunto: elas induzem que os usuários produzam conteúdos capazes de captar a atenção dos demais usuários. E como fazer isso? Expondo sua intimidade. Obviamente que os sujeitos não postam livremente o que

lhes vem à cabeça, pois o Instagram é uma plataforma extremamente estética, que exige um apelo harmonioso na composição das imagens, indo além da superfície. Entretanto, ainda é uma rede social e seu viés se sustenta na ilusão de que todos os usuários fazem parte de uma mesma comunidade, a comunidade de usuários. Basta seguir uma determinada pessoa e acompanhar suas respectivas publicações para que se sinta próximo dessa personalidade *web*. Esse laço é construído sobre o lastro da pseudointimidade, que só acontece porque os proprietários dos perfis tendem a publicar imagens supostamente espontâneas, ou fragmentos do cotidiano. Se não publicar direto no *feed*, acabam publicando vídeos curtos nos *stories* ou *reels*. Logo, o seguidor nutre a ideia de conhecer o proprietário do perfil; muito mais do que ser um simples fã, é um seguidor, alguém que acompanha os passos e conhece muito bem aquele que o guia, ainda que entre eles não haja conexão extraplataforma, mesmo que nunca tenha tido uma mensagem respondida.

3.4. O perfil como relato de si

Qualquer pessoa que queira fazer parte ou interagir em uma rede social precisa criar ou importar informações (de outra plataforma), a fim de “construir um perfil atraente a partir de uma série de categorizações ou parametrizações dos pretendentes” (PRADO, 2015, p.01). O autor estava se referindo, nesse caso, aos sites de relacionamento, como *parperfeito* e *tinder*. Entretanto, a partir dessa perspectiva, é possível analisar os perfis nas demais redes ou plataformas digitais. Ainda que a estrutura de cada perfil dependa da plataforma, pode-se analisá-los sem se ater às especificidades de cada meio ao qual o perfil está disposto, ou seja, as categorizações e parametrizações atravessam a maioria das plataformas e em nosso caso, o Instagram.

O ato de relatar a si, através da construção do perfil digital, vai muito além da publicação de caracteres, imagens ou, até mesmo, do compartilhamento da postagem de terceiros. Todas essas ações e/ou abstenções, concomitantemente, implicam na construção da imagem subjetiva que o indivíduo tenta mostrar sobre seu “eu digital”.

A questão que se apresenta se você quiser aparecer no site-catálogo é: como devo me apresentar, me expor, incluindo meus traços de personalidade, minha imagem, minhas expectativas etc? Esse colocar-se em catálogo exige introspecção [...] (PRADO, 2015, p.01).

Essas questões conferem a parametrização citada anteriormente e, bem por isso, exigem a introspecção. No instante em que o sujeito se coloca em uma ambiente digital e completamente fluido, renuncia ao controle sobre os acessos, os *prints* e os

compartilhamentos, e, em razão disso, o conteúdo publicado pode ser visualizado por qualquer outro indivíduo, sendo ele usuário de tal plataforma ou não. Consciente da intensa observação, o usuário precisa fazer um mergulho em si mesmo e recortar as partes que deseja evidenciar ou ocultar. A depender do público que se deseja atingir ou conquistar, as redes sociais colocam o sujeito a refletir sobre sua identidade, seus gostos, predileções, opiniões políticas etc.

Ao se inscrever no site, você se coloca imediatamente numa situação em que compete com outros que lhe são visíveis [...] faz o sujeito dar uma virada profunda para dentro, isto é, exige que ele se concentre em seu próprio eu para captar e comunicar a essência única que há nele, sob a forma de gostos, opiniões, fantasias e compatibilidade efetiva; por outro lado, a internet também faz do eu uma mercadoria em exibição pública (ILLOUZ, 2011, p. 114).

Um perfil na rede não é apenas uma página a mais no ciberespaço. O perfil é a colocação de um corpo físico e de suas características parametrizadas traduzido e, supostamente, melhorado no espaço digital. Há competição, pois há demanda por atenção e interação.

Complementando as colocações de Illouz, Polivanov se apoia nos apontamentos de Giddens e acrescenta:

Nas situações a que chamo de modernidade 'alta' ou 'tardia' – nosso mundo de hoje – o eu, como nos contextos institucionais mais amplos em que se existe, **tem de ser construído reflexivamente**. Mas esta tarefa deve ser realizada em meio a uma enigmática diversidade de opções e possibilidades (GIDDENS, 2002, p. 10-11 *apud* POLIVANOV, 2019, p. 108, grifo do autor).

Ainda, segundo a autora: “É de escolhas feitas cotidianamente, sobre as quais temos que refletir incessantemente, que os indivíduos vão elaborar suas narrativas de si” (POLIVANOV, 2019, p.12).

Todas as questões com as quais somos confrontados na internet diferem do campo físico apenas nos quesitos de velocidade e quantidade, contudo, se não fossem as redes digitais, não deixaríamos tantos registros – cujo tempo de duração é indeterminado –, o que garantiria uma certa flexibilidade na transição ou mudança de opinião.

Como uma mercadoria que pertence a uma marca, as transições, as mudanças ou os deslizamentos do perfil não costumam ser bem aceitos caso aconteça ou caso a mudança seja feita de forma abrupta. A necessidade de reflexão ao construir uma identidade digital acaba por se tornar um processo calculado e delicado. O “virar para dentro”, segundo Illouz (2011), se transforma em um mergulho desassistido, que, ao compararmos com as sessões de psicanálise, evidenciam a complexidade da construção do perfil. Ao contrário da terapia, não há ninguém para guiar, semanalmente, as visitas ao interior de si ou as visitas ao inconsciente

do sujeito capaz de publicar as mais variadas informações na rede social. Evidentemente, estamos nos referindo ao usuário comum e não ao influenciador. Este possui uma equipe ou o suporte de uma agência de influenciadores por trás da marca, diferentemente do que foi colocado por Illouz.

À primeira vista, a internet permite um eu muito mais flexível, aberto e múltiplo, o que assinala o epítome do eu pós-moderno, em sua capacidade de tornar o eu brincalhão, inventor de si mesmo e até enganoso, em sua capacidade de manipular informações a seu próprio respeito (ILLOUZ, 2011, p.115).

A flexibilidade do perfil digital se restringe apenas à multiplicidade de informações, que podem ser agregadas à construção do eu digital desde que haja uma coerência aceitável para os padrões do público. Conforme apontamentos de Sibilia, além de limites para a criação do eu, há também outros fatores que balizam a flexibilidade citada por Illouz:

Há limites, porém, para as possibilidades criativas desse *eu* que fala e se mostra enquanto vai se construindo. De fato, o narrador de si não é onisciente e nem pode tudo inventar a seu respeito, pois muitos dos relatos que dão espessura ao *eu* são inconscientes, involuntários e até mesmo contraditórios ou indesejados. E, além disso, boa parte desses discursos se origina fora de si, já que os outros também nos narram (SIBILIA, 2016, p. 58).

Ao correlacionar os pontos levantados pela autora com a “cultura do cancelamento”⁷, reforçamos os questionamentos a respeito da suposta possibilidade de construir um perfil mais flexível e manipulador. A cultura do cancelamento reforça os apontamentos de Sibilia, pois essa prática coloca limites para as ações de um determinado sujeito. Sob a perspectiva do “eu inconsciente, involuntário e até mesmo contraditório ou indesejado”, onde “os outros também nos narram” (SIBILIA, 2016, p.58), podemos tomar de exemplo o caso da influenciadora digital *fitness* Gabriela Pugliesi, que, ao realizar uma festa em seu apartamento e receber convidados em pleno abril de 2020⁸, passou a receber ataques de outros usuários do Instagram e viu seu número de seguidores cair, além de se ver obrigada a desativar, temporariamente, sua conta na plataforma. A medida foi tomada para evitar a evasão de seguidores e, conseqüentemente, das marcas. Pugliesi foi uma das primeiras “instagramers”

⁷ O termo cancelamento surgiu no ano de 2017 para nomear a prática de boicote virtual a personas famosas ou não, desde que as mesmas tivessem cometido algum tipo de violência ou então tivessem praticado algo fora dos padrões moralmente aceitáveis de um determinado grupo. Logo, a cultura do cancelamento se refere a uma prática social virtual para boicotar ou banir algum usuário por seu comportamento reprovável.

⁸ Neste período, o Brasil passava por um dos momentos mais críticos da pandemia de COVID19. A orientação das instituições sanitárias era o isolamento social.

brasileiras a contrair a COVID-19. Sua contaminação aconteceu em março do mesmo ano⁹. Esse seria um evidente caso do *eu* contraditório, pois, se em um primeiro momento, ao ser contaminada com o vírus, a influenciadora se mostrou, em suas publicações, sensível, vulnerável e solidária com as vítimas, no mês seguinte, realizou festa e aglomeração em seu condomínio, mesmo não sendo indicado pelos órgãos sanitários da cidade. Além do *eu* contraditório, conforme dito acima, há também implicações na narrativa que os outros fazem de nós, dado que, ao se mostrar solidária, seus seguidores,¹⁰ supostamente, esperavam uma conduta diferente da que foi publicada no dia da festa. Há, também, a impossibilidade do *eu* flexível ou enganoso, já que mesmo após justificativas e pedidos de desculpas serem publicados em sua página no Instagram, essa medida não foi suficiente para convencer o público de seu suposto arrependimento. Bem por isso, Pugliese se viu obrigada a desativar sua conta temporariamente.

A cultura do cancelamento, por sua vez, esbarra na idealização e na exigência do público para com o indivíduo que administra a conta na rede social. O deslize, o erro ou a publicação fora do padrão esperado/aceitável derruba o perfil, revelando a fragilidade do castelo de cartas.

A internet faz reviver na plenitude o antigo dualismo cartesiano entre a mente e o corpo, e é na mente que se situa o único *locus* real de pensamento e identidade. Ter um eu na internet é ter um cogito cartesiano e estar envolvido no mundo, olhando-o do interior das paredes da própria consciência (ILLOUZ, 2011, p.116).

Apesar de a rede social não representar, exatamente, um *reality show*, em que as câmeras ficam ligadas 24 horas por dia e os assinantes podem assistir em tempo real o que acontece, as publicações criam – e em muitos casos, têm a intenção de criar – no imaginário dos seguidores ou do público em geral a sensação de que aquilo que está ali na rede é o que de fato acontece. Aquele que está ali por trás dos comentários, compartilhamentos e fotos representaria a imagem e o pensamento do administrador do perfil, logo, é quem ele verdadeiramente é. Nesse sentido, Paula Sibilia traz os apontamentos do crítico literário Philippe Lejeune a respeito da diferença entre obras autobiográficas e as demais, que nos ajudam a compreender a expectativa do seguidor/público a respeito do auto relato no perfil:

Foi isso que descobriu o crítico literário Philippe Lejeune em 1975: as obras autobiográficas se diferenciam de todas as demais porque estabelecem um “pacto de leitura” que as consagra como tais. Em que consiste esse acordo

⁹ A influenciadora utilizou sua conta no instagram para relatar as dificuldades que enfrentava ao lidar com a doença provocada pelo SARS-CoV-2.

¹⁰ Tradução livre da palavra follow que em português significa segue. A variação de seguidores refere-se ao grupo de pessoas que adicionam determinado perfil a fim de acompanhar e interagir em uma rede social.

tácito? Na crença, por parte do leitor de que coincidem as identidades do *autor*, do *narrador* e do *protagonista* da história que está sendo contada.¹¹ Em suma: se o leitor – ou, em sentido mais amplo, o espectador – acredita que o autor, o narrador e o personagem principal de um relato são a mesma pessoa, então se trata de uma obra autobiográfica (SIBILIA, 2016, p. 56).

Ou seja, ao relatar a si mesmo em uma rede social, o sujeito está publicando uma autobiografia digital, corroborando para que o próprio narrador e o espectador aceitem tais informações como sendo a realidade. As estéticas pautadas pelas plataformas de interação criam a necessidade de inserir "artifícios do real", são recursos da narrativa mais apropriados à situação em que estamos inseridos no ciberespaço e são recursos que intensificam as experiências vividas – alargamentos encontrados nas produções das narrativas, independentemente de serem inventadas ou não.

3.4.1. A multidão em rede

O simples ato de criar uma conta de e-mail ou um perfil em uma rede social qualquer transforma o sujeito em um usuário e, por isso, em um pacote de dados que será compilado e agregado a um banco de dados, somando a outros pacotes de informações, todos diversos entre si em alguma medida. A transformação do sujeito em usuário implica no fato de que sua atuação em uma plataforma se tornará parte fundamental e constituinte de uma relação complexa e acelerada de produção de subjetividade. Antonio Negri e Michael Hardt, indicam que a dinâmica operante sobre a produção da subjetividade e do comum, ainda que os autores estivessem analisando outras circunstâncias, possuem um caráter simbiótico, cujo formato remete ao espiral – tanto a produção de subjetividade quanto a produção do comum. Para Negri e Hardt,

[...] a produção de subjetividade e a produção de comum podem formar, juntas, uma relação simbiótica em forma de espiral. Em outras palavras, a subjetividade é produzida através da cooperação e da comunicação, e por sua vez esta subjetividade produzida vem a produzir novas formas de cooperação e comunicação, que por sua vez produzem nova subjetividade, e assim por diante (HARDT; NEGRI, 2005, p. 247 - 248).

Nesse caso, as características relacionais apontadas pelos autores possuem as mesmas idiosincrasias, no entanto, são intermediadas pelas plataformas digitais. A intermediação das plataformas frente às práticas de relação influem sobre o dinamismo e a agilidade com que o novo se apresenta.

¹¹ LEJEUNE, Philippe. Le pacte autobiographique. Paris: Seuil, 1975.

Isso talvez possa ser mais facilmente entendido em termos de exemplo da comunicação como produção: só podemos nos comunicar com base em linguagens, símbolos, ideias e relações que compartilhamos, e por sua vez os resultados de nossa comunicação constituem novas imagens, símbolos, ideias e relações comuns. Hoje essa relação dual entre a produção e o comum - o comum é produzido e também é produtivo - é a chave para entender toda atividade social econômica (*Idem*, p. 256 - 257).

Os autores ressaltam que o conceito de hábito possibilita aos pragmatistas deslocar a compreensão filosófica tradicional de subjetividade, cuja concepção está situada no plano transcendental ou até mesmo na profundidade do eu (*idem*, p. 257). Fazendo uso da compreensão dos pragmatistas, Hardt e Negri deslocam as concepções a respeito da subjetividade, conduzindo ao entendimento de hábito para melhor exemplificar essa relação entre a produção do comum e da subjetividade. Os autores indicam que:

Eles buscam a subjetividade na experiência, nas práticas e no comportamento diários. O hábito é comum na prática: o comum que estamos constantemente produzindo e comum que serve de base para nossos atos (*Idem*, p. 257).

Seguindo essa perspectiva, podemos dizer que os hábitos são como as funções fisiológicas e, apesar de não prestarmos atenção a elas, também não podemos viver sem elas. No entanto, ao contrário das funções fisiológicas, os hábitos são ações que compartilhamos em relação com o social, são produções e reproduções que dependem da relação com o meio e com o outro (*idem*).

Nosso interesse sobre o hábito está voltado às práticas adotadas nos grupos de pessoas que se encontram virtualmente no ciberespaço, bem por isso, também utilizaremos Negri e Hardt para mais uma vez deslocarmos a compreensão de hábito, aproximando do performativo.

Existem com efeito numerosas teorias que realizam essa transformação para as condições da pós-modernidade, e elas podem ser bem sintetizadas na mudança conceitual do *hábito* para a *representação* [*performance*] como noção central da produção do comum (HARDT; NEGRI, 2005, p. 259).

Um dos exemplos do papel da representação da performatividade enquanto hábito pode ser encontrado na teoria linguística que destaca a transformação econômica da pós-modernidade. Os autores citam os exemplos indicados por John Dewey ao retratar as características do trabalho fabril que tendiam a formar um povo silencioso e passivo, pois tais características impediam a formação de trocas democráticas – diferentemente dos modelos de trabalho encontrados nos dias de hoje, nos quais os modelos de produção imaterial adotam

a performatividade, a comunicação e a colaboração como aspectos fundamentais (*idem*, p. 261).

Toda forma de trabalho que produz um bem imaterial, como uma relação ou um afeto, resolvendo problemas ou proporcionando informação, do trabalho de vendas ou serviços financeiros, é fundamentalmente uma *performance*: o produto é o próprio ato em si (*Idem*, p. 259).

A definição supracitada poderia facilmente ser utilizada para descrever as práticas relacionais constituídas e reproduzidas em rede, como no caso das interações que ocorrem nas redes sociais, no caso desta pesquisa limitados ao Instagram. Não há contratos ou vínculos dos trabalhadores regidos pelas leis do país, no entanto, habitar e frequentar esse espaço virtual proporciona uma forma de trabalho capaz de produzir bens imateriais que podemos chamar de subjetividade, no lastro do infinito espiral, hábitos que produzem e reproduzem infinitamente à medida que os sujeitos se colocam em interação com outros sujeitos através de seus respectivos perfis. E até mesmo a representação da *performance*, cujo produto é o ato, pré-moldado, calculado e intencionalmente projetado, constituindo um espaço com métodos similares.

Ainda sobre os apontamentos de Hardt e Negri a respeito do papel da performatividade no contexto econômico, os autores indicam que

a todas essas discussões a respeito de hábito e representação deve ser atribuído o sentido de fazer ou produzir, vinculando-as às capacidades criativas do sujeito trabalhador. Paolo Virno capta a natureza do novo paradigma econômico ao usar a *performance* linguística ao mesmo tempo como metáfora e metonímia dos novos aspectos da produção contemporânea. Enquanto o trabalho fabril é mudo, explica ele, o trabalho imaterial é loquaz e gregário: frequentemente envolve habilidades linguísticas, efetivas e de comunicação, mas, de maneira mais geral, compartilha as características primordiais da *performance* linguística (*idem*, p. 261 - 262).

Seguindo por essa linha, as plataformas de interação social exigem a projeção das capacidades linguísticas. Geograficamente distantes, os usuários colocam-se em um espaço de possibilidade de interação e precisam utilizar todos os artifícios que detêm, além de criar novas possibilidades para despertar e reter a atenção do outro.

Em primeiro lugar, a linguagem sempre é produzida em comum: a linguagem nunca é produto de um indivíduo, sendo sempre criada por uma comunidade linguística em comunicação e colaboração. Em segundo lugar, a *performance* linguística depende da capacidade de inovar em ambientes sempre em manutenção, com base em práticas e hábitos passados. Enquanto o trabalho fabril tendia para a especialização e atividades fixas e determinadas repetidas por longos períodos, o trabalho imaterial requer a capacidade de se adaptar

constantemente a novos contextos - de acordo com a flexibilidade e a mobilidade de que falamos anteriormente - e de desempenhar nesses contextos instáveis e indeterminados: resolver problemas, criar relações, gerar idéias e assim por diante (HARDT; NEGRI, 2005, p. 262).

Pelo fato de a linguagem ser produzida em comum, independentemente do meio em que ela é empregada, seja em espaços físicos ou plataformas *online*, as colaborações e as inovações são potencializadas à medida em que ocorre o aumento da intensidade na troca ou na interação e relação entre os sujeitos, possibilitando a aceleração da inovação. O *status* de ambiente em constante manutenção parece ser característica central do ciberespaço, pois a agilidade com que as atualizações ou novidades são lançadas corroboram para que essa compreensão de ambiente em constante manutenção se estabeleça. O caráter vital e urgente da criatividade e da inventividade em estágios acelerados também faz parte da lógica mutável.

Para Mauricio Lazzarato, “as interfaces são ao mesmo tempo dispositivos de incitação e solicitação de subjetividade (sujeição social), e instrumento de indexação, de avaliação e de medida dessa mesma subjetividade (servidão maquínica)” (LAZZARATO, 2017, p. 186). A respeito da servidão maquínica, apresentada por Lazzarato, tanto Hardt quanto Negri apresentam, inicialmente, uma perspectiva sobre o sujeito mais ativo e, até mesmo otimista, em clara posição de negar a passividade dos indivíduos sobre as máquinas.

Assim como o trabalho não é passivo em relação ao capital, travamos relações ativas com a tecnologia: nós criamos tecnologias e padecemos sob elas, renovamo-las e as ultrapassamos. Em lugar de rejeitá-las, então, devemos começar do interior do tecido tecnológico e biopolítico de nossa vida e desde lá traçar uma via de libertação (HARDT; NEGRI, 2018, p.145).

Quase quinze anos após a publicação do livro *Multidão*, Antonio Negri e Michael Hardt lançaram *Assembly: a organização multitudinária do comum*. Nesse livro, os autores indicam diferentes possibilidades políticas e democráticas a partir da constituição dos diversos espaços comuns, além de também retomarem o termo “maquínico”. Em um dos textos publicados, intitulado “Subjetividades Maquínicas”, os autores fazem uma conexão entre relações sociais e o agenciamento maquínico.

Uma vez que 'a máquina' está aberta a seu ambiente maquínico e mantém toda sorte de relação com constituintes sociais e subjetividades individuais, o conceito de máquina tecnológica deve ser ampliado para aquele de *agenciamentos maquínicos*. O *maquínico* então, jamais se refere a uma máquina individual, isolada, mas sempre a um agenciamento. Para compreendermos isso, principiemos por uma reflexão acerca de sistemas mecânicos, ou seja, de máquinas conectadas e integradas a outras máquinas. Em seguida acrescentemos a eles subjetividades humanas, e imaginemos serem os humanos integrados às relações entre máquinas e as

máquinas integradas aos corpos humanos e à sociedade humana (HARDT; NEGRI, 2018, p. 164).

Em síntese, o agenciamento maquínico consiste em uma constituição viva, ou seja, em constante movimento, com elementos distintos, mas que ainda assim operam subjetivamente, socialmente e em mútua colaboração (*Idem*, p. 169). Se, por um lado, compreendemos, segundo a definição de Negri e Hardt, a multidão como constituída de singularidades humanas, o agenciamento maquínico, nesse caso, é formado por um vasto conjunto de seres, sejam eles humanos e não humanos. O sentido dessa concepção de agenciamento maquínico se aproxima da tese proposta por Donna Haraway. Resumidamente, ciborgue é uma estrutura cibernética, uma mistura de máquina e organismo, uma constituição de realidade social tanto quanto uma constituição de ficção. Em termos práticos, a realidade social significa que a existência de relações sociais vividas, ou seja, construção política mais fundamental, significa uma fabulação com poder suficiente para mudar o mundo (HARAWAY, 2000, p. 36).

Não se trata de uma obra do puro acaso o fato de que os conglomerados de tecnologia investem muito alto no desenvolvimento de produtos e plataformas capazes de integrar as relações humanas juntamente com as realidades virtuais:

A produção de subjetividade e de formas de vida vêm se tornando central para a valoração capitalista, uma lógica que aponta diretamente para noções de produção cognitiva e biopolítica. O maquínico expande o escopo desse modelo antropogênico, de modo a permitir a incorporação de diversas singularidades não humanas aos agenciamentos produtivos e produzidos. Mais especificamente, quando falamos da reapropriação do capital fixo pelos sujeitos laborantes, não queremos nos referir a mera posse do primeiro pelos últimos, mas sua integração aos agenciamentos maquínicos como uma constituinte de subjetividade (HARDT; NEGRI, 2018, p.166).

Nesse sentido, os autores estão se referindo ao fato de que os trabalhadores, sujeitos laborantes, passam a ter a possibilidade de se apropriar dos ativos fixos, ou seja, das máquinas, das redes, das plataformas e, ainda que essa reapropriação aconteça, ela não representa a exclusão da apropriação de produções estabelecidas a partir dos agenciamentos, sejam elas subjetividades ou não. Muito pelo contrário, os autores defendem que tanto o capital fixo quanto as subjetividades são elementos constituintes do agenciamento maquínico. Ambos são partes fundantes desse emaranhado expropriado e controlados pelo capital. Segundo a visão de Negri e Hardt, a consciência e a resistência são elementos essenciais para traçarmos um caminho de libertação.

A complexa relação da produção do comum através das plataformas de interação social não nos deixa cair na ideia de soluções simplistas, que tendem a ignorar a retenção valiosa de informações nos bancos de dados de meia dúzia de empresas de tecnologia. São

informações vitais no desenvolvimento de plataformas, sedutoras, capazes de desviar nossa atenção do emaranhado que vivemos e com isso inviabilizando nossa rota autônoma.

Se apenas de subjetividades em cooperação pode o capital expropriar valor e as primeiras se recusam a ser exploradas pelo último, então o capital vê-se forçado a intensificar seu comando e a perpetrar operações cada vez mais autoritárias e violentas na tentativa de extrair valor do comum (HARDT; NEGRI, 2018, p. 167).

Evgeny Morozov apresenta uma perspectiva um tanto quanto pessimista a respeito do agenciamento maquínico. Ainda que não tenha abordado tal expressão, o economista bielorrusso faz afirmações muito contundentes sobre o modelo de negócio das *big techs* e deixa claro a dinâmica de operação e sedução das empresas de tecnologia:

o Vale do Silício fica feliz em nos fornecer uma multiplicidade de ferramentas para enfrentar o sistema, ferramentas produzidas lá mesmo, no Vale do Silício: a Uber nos oferece serviços de transporte que se contrapõem ao setor existente dos táxis; o Airbnb nos ajuda a encontrar acomodações e evitar o setor hoteleiro; a Amazon se encarrega de vender livros sem passar pelas livrarias; para não mencionar os incontáveis aplicativos que nos vendem vagas de estacionamento, nos arranjam parceiros sexuais, fazem reservas para nós em restaurantes. Não resta quase nenhuma restrição social, econômica ou política que o Vale do Silício não tenha se empenhado em romper (MOROZOV, p 19, 2021, p. 19).

Com verniz subversivo, as *big techs* criam ou incorporam serviços e plataformas que facilitam o dia a dia, além de prometerem reduzir custos, conectar pessoas, democratizar acesso e “compartilhar” lucro. Ainda segundo a perspectiva do autor, as *big techs* estão esvaziando ou se aproveitando do esvaziamento dos direitos trabalhistas para fortalecer uma plataforma de prestação de serviços, como a Uber, ou então a dissolução dos laços de sociabilidade para nos vender a ideia de conexão à distância, de relacionamentos e amores distantes para os que não tem tempo a perder.

As relações constituídas entre todos os elementos, tendo como foco central o próprio ato de produzir subjetividade, transforma as relações interpessoais em um negócio que precisa responder e devolver os valores investidos. Sob a lógica do capital, qualquer elemento se transforma em ativo, logo, o tempo e o interlocutor precisam performar com o intuito de corresponder a expectativa dos cálculos preditivos. Assim sendo, a interpretação que fazemos sobre essa prática relacional, neste caso, aproxima-se das transações comerciais. Em situações em que não se pode perder tempo, se faz cada vez mais necessário contar com um intermediador que possa otimizar o tempo e prever as chances de sucesso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa investigou como os caminhos percorridos pelas primeiras comunidades virtuais se entrecruzaram com o surgimento das redes sociais. Por meio de pesquisas bibliográficas e da observação das dinâmicas de interação das plataformas de contato social, entendemos que o percurso traçado pelas comunidades virtuais ajudou a constituir as redes sociais e toda sua lógica de operação. Após investigarmos alguns elementos que compõem o conceito de comunidade, analisamos sua aplicabilidade sobre as redes sociais digitais contemporâneas. Partindo da ideia de uma assimetria entre os dois modelos de plataforma, na qual o primeiro constitui espaço para discurso e confere destaque ao grupo e, no segundo, o indivíduo assume o lugar de protagonismo, examinamos como tais modelos se fundem em prol da produção de subjetividade.

No primeiro capítulo, apresentamos um recorte histórico sobre a comunidade virtual, partindo da delimitação do entendimento a respeito da comunidade. Verificamos a dificuldade em encontrar consenso acerca do sentido desse conceito e focamos nossa atenção na sociologia contemporânea, pois consideramos que, além do entendimento do termo, era necessário também compreender de que maneira a sociedade compreende e aplica o sentido apreendido. As manifestações socioculturais dentro e fora das redes nos serviram como ponto de partida para analisar as comunidades virtuais e investigar a possibilidade de reconstituição do comum. Por meio das definições de Mocellin (2011), Recuero (2009), Blanchot (1983), entre outros, buscamos encontrar um sentido para o entendimento do comum e como isso se aplica nas comunidades virtuais.

Recordamos as primeiras comunidades virtuais, analisamos os elementos utilizados por elas na época, investigamos a finalidade de cada operação. Vimos também como as ferramentas foram aperfeiçoadas e aproveitadas por plataformas que surgiram anos mais tarde. Entendemos que, muito mais do que um banco de referências, a história das comunidades virtuais e as ferramentas de sucesso servem até os dias de hoje como

experiências científicas sobre o comportamento social. Através das análises de Rheingold (1996) e Costa (2005), encontramos elementos que nos mostram a utilização, por parte das empresas de tecnologia, das ferramentas encontradas nas comunidades virtuais como parte de uma operação que produz e induz comportamentos nos coletivos de usuários. Comparamos as redes sociais com as comunidades virtuais e pudemos verificar a ascensão da objetificação da imagem e, em consequência disso, a construção do Eu S/A de Dardot e Laval (2016). Constatamos que os modelos de interação se reconstruíram à medida que as plataformas transformaram os *layouts* das páginas e limitaram os espaços destinados a trocas comunicacionais. Entendemos que alterar a dinâmica de interação social, via plataformas, não se limitou apenas à substituição de nomenclaturas, como a troca da palavra “amigos” por “seguidores”, mas sim tratou de uma transformação do olhar e do entendimento sobre o outro e, em especial, sobre as possibilidades de relação com o outro.

Investigamos também, naquele capítulo, a aceleração da produção de subjetividade e a virtualização da vida a partir da expansão do uso de *smartphones*. Passamos a encarar a subjetividade como mais um produto do catálogo capitalista. Através das definições de Guattari e Rolnik (1996), compreendemos que o indivíduo é composto por diversos componentes de subjetividade. Ainda assim, os autores consideram que a subjetividade capitalística é mais prolífica, pois atravessa o sujeito em todas os demais componentes da subjetividade. Constitui e reconstitui o sujeito em sua relação com o mundo, produz informações e transforma tudo em produto para consumo. Entendemos que o plano para aumentar a virtualização da vida e, conseqüentemente, maximizar a produção de subjetividade envolve a introdução de dispositivos inteligentes (como *smartwatches*, *smartphones* etc.) e plataformas de interação social. Esses dispositivos operam como indutores de incitação ao desejo de novas tecnologias e, ao mesmo tempo, coletam informações sobre as atividades dos usuários, a fim de transformar o intolerável em aceitável.

No segundo capítulo, examinamos a ascensão dos perfis digitais. O jogo das plataformas de interatividade social foi subverter a lógica das comunidades virtuais e transformá-las em redes sociais. Disfarçada de rede colaborativa, a rede social acertou em cheio no ego dos usuários, conquistou sua admiração e devoção ao conferir ao perfil o lugar de maior atenção. A plataforma em si realiza o papel de veículo de transmissão e suporte, além de executar a função de coletar os dados produzidos na própria rede. Ao colocar o perfil no centro de toda atenção, a rede social colapsou a dinâmica de interação dos usuários, que, além de se colocarem em relação com o outro, agora passaram a interagir consigo, com suas idealizações e insatisfações a respeito de si mesmos. Os espaços destinados à constituição e manutenção dos laços entre os sujeitos deu lugar à idealização e, em consequência, à polarização, apagando os espaços de construções coletivas e trocas entre os diferentes. Sob as perspectivas de Granovetter (1974 - 1983), Kaufman (2012) e Costa (2004), retomamos a

teoria dos laços, examinando como a aplicação dessa teoria sobre a realidade contemporânea nas redes nos mostra a obsolescência da manutenção dos laços fracos e o atrofiamento da capacidade que os usuários possuem de se colocar em relação com os divergentes – e, como resultado, empobrecem seu repertório e a criticidade sobre as diversas formas de existência.

Com relação ao capital social sobre o qual nos debruçamos na tentativa de encontrar um consenso sobre o conceito, Costa (2004) e Recuero (2011) nos ajudaram a compreender que, apesar da falta de consenso, o capital social se apresenta como um bem acumulado e administrado à medida em que o sujeito se coloca em relação com o outro. Logo, a expansão do individualismo conectado e a impossibilidade de encontrar lugares comuns fazem com que esse patrimônio relacional se esgote. Entendemos que há grande influência das dinâmicas propostas pelas plataformas de rede social, haja vista a descentralização das relações e a exaltação do eu.

Já no terceiro capítulo, a análise do *corpus* nos permitiu examinar as divergências e semelhanças entre as duas plataformas, os modos de operação, as ferramentas utilizadas para despertar e manter o interesse dos usuários. Ao comparar as duas plataformas, observamos suas respectivas dinâmicas de interação e investigamos as manobras estratégicas das indústrias de tecnologia com a finalidade de conferir cercamento das comunidades e, com isso, a alteração dos espaços de socialização virtual. Pudemos compreender que tal manobra preparou o terreno para a exploração da produção gratuita dos usuários. Entendemos que os dados possuem valor muito mais elevado do que o petróleo e, da mesma forma que plataformas petrolíferas são construídas no meio do oceano, as plataformas de rede social também se instalaram no ciberespaço e extraem de lá todo tipo de informação disposta. As plataformas conferem destaque à construção do eu digital, imprimem a lógica neoliberalista do eu vencedor e proliferam narrativas narcisistas.

Compreendemos que a exigência de construir um perfil nas redes sociais pode ser vista como uma estratégia inteligente por parte das plataformas, mas também traz riscos para os usuários. Ao fornecerem gratuitamente uma quantidade significativa de dados pessoais, os usuários tornam-se vulneráveis à coleta dessas informações pelas *big techs*. Além disso, ao se concentrarem demais em si mesmos, os usuários podem enfrentar desafios emocionais e psicológicos que muitas vezes não estão preparados para enfrentar.

Sobre a construção do perfil em rede, compreendemos que tal exigência, além de ser uma estratégia sagaz por parte das plataformas, também é uma dinâmica arriscada aos usuários, pois em um primeiro momento fornecem gratuitamente um pacote de dados para as *big techs*. Com isso, dispensam a necessidade dos algoritmos coletarem dados fragmentados e montarem quebra-cabeças. Já num segundo momento colocam os sujeitos a se voltarem demasiadamente para dentro de si mesmos, um movimento que dificilmente os usuários estão preparados para fazer, mas ainda assim o fazem com frequência.

Entendemos que o aglomerado de perfis não forma a comunidade sonhada por Rheingold e nem mesmo a inteligência coletiva nos moldes pensados por Lévy. Ainda assim, é de se considerar que existe um nível de colaboração entre os usuários, seja através de ajudas humanitárias ou no fornecimento de informações, e que essas ações utilizam o ciberespaço como canal de transmissão ou plataforma de suporte. Longe de acreditar que essas medidas são subversões do sistema capitalista, elas fazem parte do jogo de produção de subjetividade maquínica, da qual falavam Hardt e Negri (2018). Ao dispor do mesmo espaço e ao utilizar as mesmas linguagens, compreendemos que existem, nas plataformas, elementos comuns envolvendo os usuários, o que não quer dizer que partilham de uma comunidade, mas sim que estão em espaços comuns em relação, ou não, com outros, e por isso podem ser classificadas como uma multidão de perfis. A lógica do comum aplicada a rede social é perversa, pois incita nos sujeitos os estímulos e excitações capazes de nos escravizar na produção de comportamentos diários, já que são estes comportamentos, as trocas, as interações que fornecem material para a subjetividade. Corremos como ratos na roda, oferecendo insumo para que o expropriador use livremente contra nós.

Diferente das produções fabris onde os trabalhadores batiam cartão na entrada e na saída, tinham sua carga horária limitada por acordos coletivos e leis trabalhistas, além de produzirem um bem material, como uma peça física, os trabalhadores imateriais não gozam das mesmas regras. Não possuem jornada de trabalho delimitada, não findam o processo de produção pelo fato de que seu produto não é finalizado tal qual um peça física. Esses trabalhadores produzem bens intelectuais, comportamentais ou relacionais, logo imateriais. A impossibilidade de limitar a jornada de trabalho está no fato de que seu cérebro, seu comportamento e suas trocas sociais não se limitam a determinados horários. A crítica social retratada no quadro "Operários", de Tarsila do Amaral (1933), poderia ser traduzida, grosseiramente, para os dias atuais com um simples clicar sobre a lista de seguidores/amigos de qualquer rede social. São multidões de trabalhadores seguindo o fluxo dos hábitos cotidianos.

Em suma, esta pesquisa constatou que, apesar do presente cenário, esta não é uma condição findada, a contar pelas características tanto da sociologia, da comunicação e da tecnologia: em nenhuma dessas ciências, os processos podem ser considerados eternamente concluídos, mas em um incessante processo de constituição. É na relação com o tempo-espaço que elas encontram uma nova possibilidade de reinvenção. Sendo assim, este estudo trouxe uma investigação bibliográfica e se pautou nela para analisar e comparar as duas plataformas (rede social e comunidade virtual), sempre levando em consideração o período histórico de cada uma. Compreendemos que o olhar crítico posto sobre o lastro das comunidades virtuais e os caminhos traçados pelas redes sociais nos permitiram indagar nossas condutas frente à exploração da subjetividade das plataformas de tecnologia. Longe

da presunção de propor soluções completas, esta pesquisa fez uso da criticidade para instigar o pensamento a encontrar novas possibilidades para constituir democraticamente os espaços comuns. Entendemos que a ausência ou o esvaziamento destes espaços, sejam ele virtuais ou físicos, atentam contra a formação de sujeitos políticos e, conseqüentemente, contra as democracias.

Privar o sujeito do contato com o outro é também privá-lo do contato com a diferença. E este ato empobrece o seu repertório, além de condenar a sociedade à reprodução de narrativas pauperizadas. Pensar as possibilidades políticas e democráticas do presente e do futuro passa também pela constituição dos espaços comuns, pela garantia de estruturas que sustentem os debates e assegurem a oposição de ideias, as divergências culturais e, em especial, olhar para o outro tanto quanto para si mesmo, se é que isso é possível.

REFERÊNCIAS

ALLIEZ, E.; LAZZARATO, M. **Guerra e Capital**. 1. ed. São Paulo: UBU, 2020.

BAUMAN, Z. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BERTOLINI, S.; BRAVO, G. **Social capital, a multidimensional concept**. 2004. Disponível em:

<<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.154.764&rep=rep1&type=pdf>>.

Acesso em 15 fev. 2003.

BLANCHOT, M. **A comunidade inconfessável**. Brasília: UNB, 2013.

BONONE, R; MIELLI, R; OMARY,L. A democracia liberal pode sobreviver à corrosão do debate público criada pelo monopólio das big techs. **Desigualdade & Diversidade**. n.21, pp. 59-73. 2021. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=56271@1>>. Acesso em: março 2023.

BUTLER, J. **Relatar a si mesmo**: crítica da violência ética. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

CORREIA, M.; MOREIRA, M. Três grandes marcos da primeira década de história dos sites de redes sociais de larga escala: Friendster, MySpace, Facebook e a sua atomização em sites de redes sociais de nicho. **ALCEU**, v. 15, n. 30, p. 104-116, 2015.

COSTA, R. **A Cultura Digital**. São Paulo: Publifolha, 2002.

COSTA, R. As comunidades virtuais. Revista **Informática na Educação**: teoria & prática, Porto Alegre, v. 8, n. 2, pp. 55-74, jul./dez/ 2005. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/InfEducTeoriaPratica/article/view/8175>>. Acesso em: 03 jul. 2022.

COSTA, R. Inteligência Afluente e Ação Coletiva: a expansão das redes sociais e o problema da assimetria indivíduo/grupo. **Razón y palabra**, [S.l.], n. 41, 2004. Disponível em: <https://www.academia.edu/57621583/Inteligência_Afluente_e_Ação_Coletiva_A_expansão_das_redes_sociais_eo_problema_da_assimetria_indiv%ADduo_grupo>. Acesso em: 20 jan. 2023.

COSTA, R. Os afetos de rede: individualismo conectado ou interconexão do coletivo?. **IARA - Revista de Moda, Cultura e Artes**. São Paulo, v. 4, n. 1, p. 1-10, jan. 2011.

COSTA, R. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. **Interface: Comunic., Saúde, Educ.**, v. 9, n. 17, p. 235-248, mar./ago. 2005.

DANTAS, M. Internet: praças de mercado sob controle do capital financeiro. **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. LX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Curitiba, set. 2017. Disponível em: <http://marcosdantas.com.br/conteudos/wp-content/uploads/2017/11/Comunica%C3%A7%C3%A3o-2017_modelo_corrigido.pdf>. Acesso em: jan. 2023.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DELEUZE, G. **CONVERSAÇÕES**. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 2013.

ELLISON, N.; BOYD, D. Sociality through Social Network Sites. In: DUTTON, William H. (Ed.). **The Oxford Handbook of Internet Studies**. Oxford: Oxford University Press, p. 151-172, 2013.

FEDERICI, S. **O calibã e a bruxa**: mulheres, corpo e acumulação primitiva. São Paulo: Editora Elefante, 2017.

FREUD, S. **A história do movimento psicanalítico, sobre a metapsicologia e outros trabalhos**. v. 14, 1914 - 1916. Disponível em: <<https://www.cefas.com.br/download/1122/>>. Acesso em: março 2023.

GRANOVETTER, M. Threshold Models of Collective Behavior. **American Journal of Sociology**, v. 83, n. 6, p. 1420-1443, May, 1978.

GRANOVETTER, M. The Strength of Weak Ties. **American Journal of Sociology**, v. 1, p. 201-233, 1983.

GUATTARI, F.; ROLNIK S. **Micropolítica**: cartografias do desejo. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

HARAWAY, D. et alli. **Antropologia do ciborgue**. As vertigens do pós-humano. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

HARD, M.; NEGRI, A. **Multidão**: guerra e democracia na era do império. Tradução: Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2005.

HARD, M.; NEGRI, A. **Assembly**: a organização multitudinária do comum. São Paulo: Politeia, 2017.

ILLOUZ, E. **Amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

JOHNSON, S. **Cultura da Interface**. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

KAUFMAN, D. A força dos "laços fracos" de Mark Granovetter no ambiente do ciberespaço. **Galáxia** (São Paulo, Online), n.23, p.207-218, jun. 2012.

KOURY, M. Pertencimento, medos corriqueiros e redes de solidariedade. **Sociologias**, n° 25, p. 286-311, 2012.

LACAVA, V.; XAVIER, M. Sobre a produção de subjetividade: uma análise a partir dos dispositivos móveis de comunicação. In: **Intercom** - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste - Fortaleza, 2017. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-0696-1.pdf>>. Acesso em: 11 out. 2022.

LAZZARATO, M. **Signos, máquinas e subjetividades**. 1. ed. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2014.

LAZZARATO, M. **O governo do homem endividado**. 1. ed. São Paulo: n-1, 2017.

LEJDERMAN, B; ZOT, J. D. Narcisismo e Redes Sociais. **RBPsicoterapia**. V. 22, n. 2, pp. 55-67, 2020. Disponível em: <<https://cdn.publisher.gn1.link/rbp.celg.org.br/pdf/v22n2a05.pdf>>. Acesso em: março 2023.

LÉVY, P. **Ciberdemocracia**. 1 ed. Lisboa: Epistemologia e Sociedade, 2002.

LÉVY, Pierre. Gigantes da Web São o Novo Estado. Entrevista concedida a Daniela Fernandes. **Valor Econômico** – WEB, 23 out. 2021. Disponível em: <<https://valor.globo.com/eu-e/noticia/2020/10/23/gigantes-da-web-sao-novo-estado-diz-pierre-levy.ghtml>>. Acesso em: 25 abr. 2023.

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MARX, K. **O capital**: crítica da economia política: livro I. São Paulo: Boitempo, 2013.

MAWSTON, N. Half the World Owns a Smartphone. **STRATEGY ANALYTICS**, 2021. Disponível em: <<https://www.strategyanalytics.com/access-services/devices/mobile-phones/smartphone/smartphones/reports/report-detail/half-the-world-now-owns-a-smartphone>>. Acesso em: 10 março 2023.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 1. ed. São Paulo: Cultrix, 1964.

MEMÓRIA, F. **Design para a Internet**. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2005.

MOCELLIN, A. D. A comunidade: da sociologia clássica à sociologia contemporânea. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP**, São Paulo, v. 17, n. 2, pp. 105-125, 2011. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/plural/article/view/74542>>. Acesso em: 30 set. 2022.

MOROZOV, E. **Big Tech: A ascensão dos dados e a morte da política**. São Paulo: UBU, 2018.

OLDENBURG, R. **The Great Good Place**. New York: Molwe & Company, 1989.

OMARY, L. S. Propriedade intelectual e renda no capital-informação. **Tese** (Doutorado em Comunicação) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

ORLOWSKI, Jeff (Dir.). O Dilema das Redes [Filme]. Produção de Larissa Rhodes e Davis Coombe. Estados Unidos: Netflix, 2020. 1 arquivo de vídeo (94 min)

PAULINO, C.; ZAGO, G. **Das Interfaces Digitais às Interfaces Sociais: explorando as transformações na interface do Twitter**. Porto Alegre: Alcar, 2015.

POLIVANOVI, B. Identidades na contemporaneidade: uma reflexão sobre performances em sites de redes sociais. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação**, n. 8, p. 103-119, São Paulo, 2019.

PRADO, J. L. A. Da convocação da alma gêmea ao acontecimento amoroso. In: PINHEIRO, A.; SALLES, C. (orgs.). **Jornalismo expandido: práticas, sujeitos e relatos entrelaçados**. São Paulo: Intermeios, 2015. p. 127-145.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RHEINGOLD, H. **A comunidade virtual**. 1. ed. Lisboa: Gradiva, 1996.

SAWAIA, B. B. **Psicologia Social Comunitária**: Da solidariedade à autonomia. Petrópolis: Vozes, 2007.

SIBILIA, P. **O show do Eu**: A intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

VASSALO, B. **O desafio poliamoroso**: por uma nova política dos afetos. São Paulo: Elefante, 2022.