

---

# INTRODUÇÃO

## IMERSÕES

Há uma diferença significativa na forma como a interação mediada e a conexão com a Internet se deu ao redor do mundo. Igualmente, a definição de quem são os “nativos digitais” quando são comparadas as condições de desenvolvimento das redes técnicas e da promoção de acesso em diferentes regiões do planeta. De acordo com Prensky<sup>1</sup> e Turkle<sup>2</sup>, os nativos digitais podem ser considerados a geração que fez a transição entre a vida *offline* e *online*<sup>3</sup> ainda a partir de meados da década de 1990. No entanto, este recorte é exclusivo da realidade dos países desenvolvidos, em especial dos EUA, que antecipou diversas pesquisas com o ob-

---

<sup>1</sup> Optei por citar todas as referências nas notas de rodapé em nome da fluidez do texto, fossem em citações diretas ou indiretas, menções, indicações ou alusões. Sendo assim, todos os autores mencionados, especialmente em “Cf.s”, aparecem como um registro de leitura, especialmente quando na forma de aproximação ou confronto ao debate proposto ao longo da pesquisa.

<sup>2</sup> Cf. Prensky, 2001; Turkle, 1989.

<sup>3</sup> Os termos nativos utilizados neste texto foram debatidos e problematizados em todos os momentos em que a suas definições eram imprescindíveis, seja para o entendimento do texto ou no reconhecimento de que a própria linguagem é igualmente objeto e material de análise. Os demais, devida sua popularização e clareza de significado, foram assumidos como parte integrante da linguagem corrente, a exemplo dos destaques desta nota.

jetivo de compreender este novo universo ainda naquele período. Com relação ao Brasil, os nativos digitais são os nascidos já em meados da década de 80, passando a usufruir da conexão com a Internet sobretudo no início dos anos 2000. Esse atraso é resultado de diversas condições específicas na forma como as telecomunicações foram expandidas ao longo dos últimos anos, seja pela iniciativa privada ou pelo Estado, junto a particularidades do projeto modernizador, uma vez que a infraestrutura de transportes e comunicação é fundamental para o desenvolvimento socioeconômico e se confundem com a história das instituições.

É preciso assim considerar, junto à cartografia global da comunicação, que a incursão brasileira na rede mundial de computadores é um fenômeno de grande contradição, uma vez que aproximadamente 8,3% da população com mais de 15 anos é analfabeta<sup>4</sup> e ainda existem no país mais de 200 mil domicílios sem energia elétrica<sup>5</sup>. E embora seja possível parer as experiências conectivas nos diferentes contextos técnicos contemporâneos, é preciso considerar igualmente que o histórico particular vivido pelos países em desenvolvimento é realizado de maneira diversa numa realidade tal qual a brasileira. De tal modo, compreender a forma pela qual as relações sociais e as novas formas de sociabilidade tecnologicamente mediadas foram produzidas ao longo das últimas décadas, depende também de reconhecer a disparidade na implementação das condições técnicas, que foi, por sua vez, determinante para o processo de “alfabetização”<sup>6</sup> no uso dessas novas ferramentas. A passagem do telefone fixo à internet discada (*dial up*)<sup>7</sup> e do cabeamento via modem ou ADSL<sup>8</sup> à conexão via fibra ótica ou às tecnologias 3G, 4G e mais recentemente 5G, do uso do computador de mesa ao *smartphone* e das transações bancárias via telefone, caixa eletrônico e PIX para a produção da *big data*, parecem ser simultâneas nos dias de hoje, mas foram assimiladas em tempos

---

<sup>4</sup> Índice que sobe para 16,6% na região Nordeste e decresce a 4,4% na região Sul e atinge 17,6% na totalidade do território nacional quando considerado na forma de analfabetismo funcional (IBGE,2015a, p.42; p.44).

<sup>5</sup> De acordo com o Censo 2010, no início da década havia mais de 700 mil domicílios sem energia elétrica no país, com quase 600 mil deles concentrados nas regiões Norte e Nordeste. Com relação ao número total, este grupo correspondia a 1,3% dos 57 milhões de domicílios permanentes analisados, diferentemente dos resultados atuais da PNAD (2014) que apontam para 0,3% de domicílios brasileiros sem energia elétrica. Ver PNAD (IBGE,2015a, p.67) e Censo 2010.

<sup>6</sup> *Media literacy*. Cf. Livingstone, 2011; Martino; Menezes, 2012.

<sup>7</sup> “Ato de discar o número do telefone via modem para se conectar com a Internet” (Povoa, 2000, p.108).

<sup>8</sup> *Asymmetric Digital Subscriber Line*. Trata-se da conexão via assinatura e linha telefônica fixa.

e termos diferenciados por conta da desigualdade no acesso a recursos e às redes técnicas.

## A AUTORA E O TEMA

Ao recuperar a história do acesso e incursão da minha própria família, e compreendendo assim, quem sabe, minha própria motivação com o objeto de pesquisa, relembro relatos sobre as atividades profissionais dos antepassados no interior do Paraná, com um bisavô que trabalhou na instalação da rede de correios e telégrafos, o avô que foi funcionário do DER<sup>9</sup> e tinha como função transformar as “picadas” em estradas e rodovias, e meus pais, ambos funcionários da Telepar, subsidiária da Embratel no Paraná, até o momento da sua privatização. Como a história das infraestruturas se enleia também com a história dos indivíduos e os relatos particulares podem ser alusivos para compreender práticas históricas, sou capaz de visualizar, metonimicamente, o desenvolvimento do oeste do Paraná passando pelos anos 30, 50 e 70 e 90, em cada uma dessas atuações profissionais.

Recordo, por exemplo, de relatos de minha mãe sobre o trabalho como telefonista ainda na década de 70, quando o acesso a uma linha telefônica na época era tão penoso quanto a um automóvel, em que ligações interurbanas analógicas eram intermediadas em uma central física por ação humana e dependiam da disponibilidade técnica da rede, constantemente sobrecarregada por conta dos poucos terminais disponíveis. Em certa feita, um cliente solicitou um telefonema à cidade de Céu Azul, localizada a 45 km de Cascavel (PR). Ao ser informado que a conexão demoraria duas horas para ser completada, cancelou a solicitação, informando que iria pessoalmente à cidade, pois assim levaria menos tempo para contatar seu interlocutor. Já no final dos anos 1990, lembro dos plantões que meu pai fazia aos finais de semana em casa, portando um celular e um *laptop*, os primeiros da geração, em decorrência da aplicação da tecnologia digital nas centrais telefônicas de diversas cidades na região de Cascavel. No caso de uma pane, ele se dirigia com esses dois equipamentos para realizar os reparos necessários, antes em salas inteiras com centenas de linhas, depois em microprocessadores que suportavam milhares.

O primeiro computador chegou em casa em meados dos anos 1990, inicialmente sem acesso à internet. Chegaram logo após os *CD-ROMs* que permitiam

---

<sup>9</sup> Departamento de Estradas de Rodagem do Estado do Paraná.

acesso à internet, a partir da instalação de *plugins*<sup>10</sup> e do uso da linha telefônica ligada à placa de fax-modem *dial up*. A partir daí, o acesso à informação e o uso contínuo tornaram-se instintivos, mesmo com uma conexão autorizada somente aos finais de semana e às madrugadas após a meia-noite, uma vez que a taxaço da conexão ao longo do dia era realizada como um telefonema comum, via modulação de código de pulso que gerava uma nova cobrança a cada 4 minutos até 2007<sup>11</sup>.

Ainda assim, houve a ampliação do cabedal enquanto usuária, pois agora era possível incluir imagens atualizadas da Internet nas atividades escolares, fazer o download de músicas e vídeos (que ainda demoravam horas ao invés dos minutos nos dias atuais), criar diários públicos na forma de *blogs* com *templates* criados por mim a partir da linguagem HTML<sup>12</sup> (podendo editar assim forma e conteúdo) e, especialmente, substituir os telefonemas pelos *chats* e bate-papos online. Com a incursão nesse universo e a posterior disponibilidade da Internet via rádio banda larga (por volta de 2004), que permitia a conexão pelo pagamento de mensalidade ao invés dos pulsos telefônicos, pude me considerar finalmente incluída no ciberespaço, circulando não mais como turista mas sim como uma “nativa”, uma vez que agora detinha domínio da língua e do tráfego desse espaço que já não era mais tão novo.

Já o ingresso nos sites de relacionamento foi um pouco posterior. No Facebook, por exemplo, fiz meu perfil apenas em 2010, embora tenha realizado grande parte dos contatos e da “alfabetização” pelo mIRC e Orkut anos antes, ainda no início dos anos 2000. Foi nesse período, ainda na internet discada, que efetivei minhas relações mais fortes e duradouras. Já o primeiro *smartphone* foi adquirido em 2012, ano em que comecei a problematizar e projetar as questões que estruturam essa pesquisa.

Desde 2012 até o presente momento passei de uma contaminação profunda e da relação apaixonada com o objeto a um entendimento mais crítico e distanciado, podendo efetivamente perceber os pontos negativos da messiânica aproximação dos povos conectados. Minha relação com a imagem e a tecnologia passou, portanto, de um radicalismo positivo à real problematização da história produzida coletiva e individualmente nas redes, proporcionada especialmente por uma ausência por mais de um ano dos contatos diários com os “amigos” no meu próprio perfil

---

<sup>10</sup> Tecnologia aditiva que depois de instalada utiliza as ferramentas já disponíveis e roda softwares adicionais para interpretar ou disponibilizar dados novos ou alternativos Cf. Comer, 2007, p.365.

<sup>11</sup> ANATEL, 2007.

<sup>12</sup> HyperText Markup Language.

nas redes sociais. Esse afastamento foi fundamental para perceber meu próprio automatismo no uso das redes e a forma pela qual toda a realidade passava pela intermediação das plataformas. Do acesso aos acontecimentos mundiais ou aos eventos privados na vida dos conhecidos, tudo era condicionado pelos algoritmos da rede que disponibilizavam na tela o que aparentemente me fazia sentido.

Foi refazendo esse percurso que fui capaz de problematizar as relações entre o desenvolvimento das redes técnicas e as alterações profundas no comportamento e na sociabilidade da minha geração, notadamente, quando os adolescentes do início do século passaram pela primeira vez a privatizar digitalmente as informações e a estabelecer rituais conectivos, seja pelas restrições técnicas ou de acesso. A minha inserção na rede mundial de computadores (e da maioria dos adolescentes da região) se confundiu com o trabalho de digitalização das redes no interior do Paraná, o que fez com que o problema central da pesquisa, ou seja, a produção de um mercado de imagens naturalizado na comunicação dos sites de relacionamento social, fosse sentido e problematizado na forma do papel, fluxo e manutenção das plataformas de comunicação tecnologicamente mediada, uma vez que as alterações técnicas foram responsáveis diretas por essas novas relações e também foram alteradas em nome de demandas nativas dos usuários assíduos.

## O CONTEXTO

Castells<sup>13</sup> revela que a *world wide web* teve um salto de 16 milhões de usuários em 1995 para 400 milhões em 2001. Em 2016, no ano em que a Internet, tal qual a conhecemos, completa 26 anos de existência, atinge um crescimento de aproximadamente 832,5%<sup>14</sup>, com um alcance que ultrapassa 3 bilhões de pessoas<sup>15</sup> (46,4% da população mundial). Já em 2021, as prospecções indicam que 1 nova pessoa adquire acesso a cada 0,39 segundos no mundo<sup>16</sup>.

Isso reforça a importância de compreender a abrangência tomada pela Internet nos últimos anos, a forma como o controle de informação, a produção de dispositivos coletivos de enunciação e os comportamentos individuais têm se modificado e como este conjunto de instrumentos e agentes influi em relações extravirtuais,

---

<sup>13</sup> Cf. Castells, 2003, p.08.

<sup>14</sup> Cf. Internet World Stats, 2016.

<sup>15</sup> Concentradas em primeiro lugar na Ásia com 48,2% do total e em segundo na Europa com 18 %. Cf. Ibid.

<sup>16</sup> Cf. World Population Prospects, 2021.

em especial sobre o acesso à informação, às relações de trabalho e à participação política.

Mesmo que estes números pareçam democráticos<sup>17</sup>, no Brasil até o presente é visível a disparidade de acesso, ainda que a sua penetração tenha atingido 70%<sup>18</sup> nos domicílios brasileiros. Sendo o 4º país<sup>19</sup> com maior participação de usuários na rede, somando 3,60% do total de acessos únicos, o Brasil terminou 2020 com um total de 234 milhões de celulares, o que corresponde a uma densidade de 110,07 dispositivos para cada 100 habitantes<sup>20</sup>. Ainda que a imersão no mundo digital esteja presente entre 98,45% dos usuários de smartphones, entre as classes D e E este mesmo acesso atinge apenas 12% do total<sup>21</sup>.

Estes dados demonstram que o alcance da Internet ainda se mantém restrito à posse e ao acesso aos recursos da rede técnica, tal qual demonstram os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia, publicada em 2014 pelo Governo Federal<sup>22</sup>. O relatório evidencia que o uso de Internet pelos brasileiros ainda é bastante circunscrito em termos de classe social e escolaridade, uma vez que enquanto 53% da amostra afirma não usar a Internet, essa negativa cai para 25% entre aqueles que possuem renda maior que 5 salários mínimos e 12% entre os que cursaram o ensino superior<sup>23</sup>. Da mesma forma, o acesso de Internet no próprio domicílio sobe de 48% no âmbito geral para 80% na maior renda e 86% no maior nível de ensino<sup>24</sup>.

Ainda de acordo com o documento, 84% dos usuários diziam fazer uso do computador para acessar a Internet enquanto 40% afirmavam acessar via *smartphones*, o que sugere que com a ampliação do acesso à banda larga, às redes 3G e 4G<sup>25</sup> de Internet móvel e a aparelhos celulares vendidos a preços mais populares<sup>26</sup>,

---

<sup>17</sup> Certamente o acesso à tecnologia (ou a falta dele) é um reflexo da desigualdade histórica do país. Cf. Arretche, 2015.

<sup>18</sup> Cf. Grupo de Mídia São Paulo, 2021, p.142.

<sup>19</sup> Atrás de China, Índia e Estados Unidos respectivamente.

<sup>20</sup> Ibid, p.155.

<sup>21</sup> Ibid, p.145 e p.166.

<sup>22</sup> Cf. Brasil, 2014.

<sup>23</sup> Ibid., p.51.

<sup>24</sup> Ibid., p.60.

<sup>25</sup> Já existem menções a uma rede 5G (Quinta Geração de Internet Móvel) em desenvolvimento na Coreia do Sul.

<sup>26</sup> Em fevereiro de 2016, a empresa indiana Ringing Bells, fundada em 2015, iniciou a venda do Freedom 251, pelo preço módico de 251 rúpias, ou US\$3,7. Ver <http://www.ringingbells.co.in/>.

a porcentagem de baixo uso cotidiano apontada no relatório tende a diminuir ainda mais.

Quanto ao uso das redes sociais online, ou sites de relacionamento, o número total de usuários do Facebook saltou de 800 milhões em 2012 para 1,35 bilhão<sup>27</sup> em 2014, como demonstram os dados divulgados pela própria plataforma. Ainda de acordo com a *Internet World Stats*<sup>28</sup>, enquanto o número de usuários brasileiros de Internet em 2012 estava entre 88,5 milhões ou 45,6% da população nacional, o Facebook já alcançava a marca dos 64,8 milhões ou 32% da população, o que somava, no entanto, apenas 8,1% dos seus usuários totais.

Apesar disso, em outro comparativo, a América do Sul contabilizava no total 142,7 milhões de usuários do Facebook ou 35,1% da sua população, com maior penetração nas Ilhas Malvinas (63,4%), Chile (55,6%) e Argentina (47,9%), demonstrando que, ainda que a penetrabilidade da rede nesses países seja maior em termos percentuais, em números absolutos correspondia à metade do total de usuários brasileiros, contabilizando apenas 32,1 milhões<sup>29</sup>.

Embora os números absolutos ainda sejam menores, os brasileiros ocupavam na época a 3ª posição mundial no número de usuários, de modo que 8 em cada 10 internautas brasileiros<sup>30</sup> fazem uso periódico desta rede social. Dentre todos os usos da Internet, diferentemente do que apontou o relatório do ano anterior<sup>31</sup>, o público brasileiro tem atingido uma média de uso superior à mundial em todos os quesitos, a não ser no entretenimento, onde perde por 1,2%.

Já com relação às redes sociais a diferença em favor do Brasil avançava para 88,1% contra 75,4%<sup>32</sup>, fazendo com que, na totalidade das mídias sociais (Face-

---

<sup>27</sup> Facebook Published Data. Cf. Internet World Stats. In. <http://www.Internetworldstats.com/stats.htm>.

<sup>28</sup> Em 2017, 52% da população brasileira estava conectada ao Facebook. Cf. Internet World Stats: <http://www.Internetworldstats.com/sa/br.htm>.

<sup>29</sup> O último relatório lançado pela plataforma, em 22 de abril de 2015, aponta 1.44 bilhões de usuários ativos. Destes, 936 milhões acessam a rede diariamente.

<sup>30</sup> A penetração do Facebook na população online brasileira é de 83% de acordo com a comScore em fevereiro de 2015. Disponível em <http://www.statista.com/statistics/278435/percentage-of-selected-countries-Internet-users-on-facebook/>.

<sup>31</sup> Quanto ao conteúdo geral da Internet os acessos brasileiros correspondiam a 55% do total de usuários, enquanto no ranking mundial referiam-se a apenas 34,3%. No que dizia respeito aos usos mais frequentes, a não ser pelos sites de relacionamento, todos eles contavam com menor adesão brasileira, em especial os serviços, portais, entretenimento e busca. Cf. Mídia Dados Brasil 2014, p.513-582.

<sup>32</sup> Cf. comScore – Multy Country Key Measures. Disponível em <https://dados.media/>.

book, blogs, Twitter, Instagram etc.), o Brasil também mantivesse o 3º lugar no alcance de usuários, perdendo apenas para a Rússia e a Turquia, com uma média de permanência de 838,2 minutos/mês por visitante, diante do total mundial de 355,7 minutos/mês<sup>33</sup>.

Atualmente, os dados demonstram que 52,5%<sup>34</sup> da população brasileira utilizam o Facebook, atingindo uma média de 2.774 minutos<sup>35</sup> por usuário, o que confirma, igualmente, o ápice de imersão e uma substituição progressiva desta rede para o Instagram por parte dos usuários totais. Assim, o Brasil segue no ranking mundial e mantém a 3º colocação (atrás de Índia e Estados Unidos) no número de usuários do Instagram<sup>36</sup>.

O perfil do internauta brasileiro é bastante definido: homens e mulheres<sup>37</sup>, de classe média e alta e adultos jovens com ensino superior completo. Do total de usuários brasileiros 51% têm entre 20 e 39 anos, com uma taxa de penetração média de 75%<sup>38</sup>, enquanto o segundo grupo com maior participação é a faixa entre 15 e 19 que contempla 14% do total de usuários brasileiros. Contudo, surpreende a penetração neste grupo, que corresponde a 89% do total da faixa etária, a maior entre todos, demonstrando que a Internet é absolutamente presente na realidade adolescente. Sendo assim e considerando que os brasileiros passam 63% do seu tempo na Internet conectado ao Facebook, Instagram e WhatsApp<sup>39</sup>, é preciso admitir a sua dimensão e procurar entender qual a importância desse monopólio comunicacional, agora chamado Meta<sup>40</sup>, na vida das pessoas.

A pesquisa, de tal modo, leva em conta um recorte geracional, de renda e classe e tem por objetivo construir um quadro de práticas de sociabilidade tec-

---

<sup>33</sup> Os dados não sofreram alteração desde a última medição em dezembro de 2014. In: *Mídia Dados Brasil 2014*, p.574; Cf. com *Score Media Metrix*, Fevereiro de 2015. Disponível em <https://dados.media/>.

<sup>34</sup> Cf. *Internet World Stats*, 2021.

<sup>35</sup> Cf. *Grupo de Mídia São Paulo*, 2021, p.156.

<sup>36</sup> Cf. *Statista*, 2021.

<sup>37</sup> Há um equilíbrio no número de usuários com relação à questão de gênero em território nacional, com uma breve vantagem de usuárias mulheres (49,5%) diante dos homens (49,3%). Cf. *IBGE*, 2015, p.39.

<sup>38</sup> Cf. *Ipsos: LII Estudos Marplan/EGM*. Disponível em <https://dados.media/>.

<sup>39</sup> Em segundo lugar aparece o portal *Globo.com* com apenas 7% do total. (*Brasil*, 2014, p.56)

<sup>40</sup> *Meta Platforms, Inc.* foi o nome anunciado em 28 de outubro de 2021 por Mark Zuckerberg para se referir ao conglomerado que concentra os produtos e serviços que antes eram referidos em sua totalidade como Facebook. Desde então, sites e redes sociais, como o próprio Facebook, bem como o Messenger, Instagram e WhatsApp junto a outras tecnologias em desenvolvimento, como o Oculus, tentacularizaram-se como projetos sob a nova nomenclatura.

nologicamente mediada, pormenorizando e problematizando a produção de valor decorrente da profusão de *profiles* e redes de conexão, primeiro na perspectiva da plataforma, analisando as alterações técnicas e funcionais criadas pelo Facebook e suas redes agregadas (Messenger, WhatsApp e Instagram) – buscando explicar os motivos de tamanha popularidade e penetração especialmente entre os brasileiros, e segundo na perspectiva do usuário, problematizando a iconofagia e a produção de uma identidade imagética pautada na personalização e na autoexpressão individual.

## O FETICHISMO METODOLÓGICO

No âmbito do uso individual, os acontecimentos públicos e privados tornam-se, assim, registro pessoal, matizados pelas reações possíveis diante deles, com maior ou menor valor de acordo com o engajamento adquirido e a replicação alcançada diante das intermináveis conexões comunicativas das redes. De tal maneira, cada acontecimento pode ser reinterpretado infinitas vezes, uma vez que toma sentido particular por meio das respostas pessoais de cada usuário diante de um *post*, um compartilhamento ou um *like*. Considerando a construção atual da comunicação mediada pelos sites de relacionamento como um espaço premente em favor dos anônimos<sup>41</sup> que, por via da imagem e do registro midiático, desconstroem e reconstroem progressivamente os discursos e narrativas públicas, a metodologia elencada para a compreensão desse fenômeno é o fetichismo metodológico, definido por Canevacci (2001) como uma metodologia homeopática, capaz de dilatar “as construções interpretativas encenadas pelas próprias coisas, ao longo de sua vida comunicativa”<sup>42</sup>.

Ainda de acordo com o autor, a pesquisa baseada nessa abordagem utiliza quatro indicadores conceituais, “a *vida social* das mercadorias-visuais, a *biografia cultural* das mercadorias, as *máquinas biológicas* e o *fetichismo metodológico*”, transformando o fetichismo, como conceito clássico, num *fazer-se ver* que retira das mercadorias visuais a sua condição de sedução, ao passo que permite reconhecer

---

<sup>41</sup> “Anônimos” são entendidos nesse texto como o universo de usuários comuns sem ascensão à mídia tradicional ou reconhecimento público dos pares como celebridades. A leitura atual do fenômeno das redes dá conta do fato de que o anonimato é impossível, uma vez que todo usuário deixa rastros das suas inserções na internet e pode ser identificado, seja pelo IP, pela localização, pelo histórico de navegação e outras informações pessoais passíveis de registro.

<sup>42</sup> Canevacci, 2001, p. 21.

igualmente sua “biografia própria, biologia e vida social”<sup>43</sup>. As coisas são também sujeitos<sup>44</sup> e são agentes importantes nas trocas realizadas entre as pessoas. Como agentes não-humanos, as máquinas e as imagens são igualmente responsáveis por dar sentido e significação aos eventos sociais e às próprias pessoas, uma vez que, no mesmo sentido do *potlatch*<sup>45</sup> apropriado pelo criador do Facebook como um referente do seu funcionamento, garantem que o “status mais elevado [seja] conferido àqueles que mais contribuem”<sup>46</sup>, e que se estabeleça uma economia recíproca da dádiva.

Para isto temos de seguir as coisas em si mesmas, pois seus significados estão inscritos em suas formas, seus usos. Suas trajetórias. Somente pela análise destas trajetórias podemos interpretar as transações e os cálculos humanos que dão vida às coisas. Assim, embora de um ponto de vista teórico atores humanos codifiquem as coisas por meio de significações, de um ponto de vista metodológico são as coisas em movimento que elucidam seu contexto humano e social. [...] Este fetichismo metodológico, que restitui nossa atenção às coisas em si mesmas, é, em parte, um antídoto à tendência de atribuir um excessivo valor sociológico às transações realizadas com as coisas, tendência que devemos a Mauss.<sup>47</sup>

De tal maneira, a observação observadora<sup>48</sup>, da qual a metodologia se imbuí, busca identificar e problematizar a natureza das novas mercadorias<sup>49</sup>, que se tornam o que são e carregam significados quando relacionadas a outros produtos e aos sujeitos que as manejam. Sendo assim, todas as transações entre pessoas, imagens e plataforma precisam necessariamente passar pela percepção ampliada sobre coisas e sujeitos, uma vez que as próprias imagens passam em alguns momentos a ser o ponto de convergência entre os demais agentes e passam a produzir significação a todos os elementos constituintes dessa estrutura. Portanto, cito mais uma vez Canevacci, pois, definitivamente, as mercadorias não são mudas<sup>50</sup> e tornaram-se sujeitos tão importantes quanto aqueles convencionalmente examinados pelas ciências sociais.

---

<sup>43</sup> Ibid., p.15.

<sup>44</sup> Cf. Appadurai, 2008.

<sup>45</sup> Cf. Mauss, 2003; Zuckemberg apud Kirkpatrick, 2011.

<sup>46</sup> Zuckemberg apud Kirkpatrick, op. cit., p.307.

<sup>47</sup> Appadurai, 2008, p.17.

<sup>48</sup> Canevacci, 2001, p.13.

<sup>49</sup> Ibid., p. 19.

<sup>50</sup> Cf. Ibid., p.22.

A tentativa de enfrentar, numa nova perspectiva, a circulação das mercadorias na economia cultural contemporânea consiste em observar como as atuais formas de troca criam valor nesse setor. A dimensão visual cria um valor acrescido entre o corpo da mercadoria e o corpo do consumidor. Esse valor acrescido vivifica-se nas novas formas de fetichismo. O valor não é mais uma metáfora genial que deveria permitir-nos penetrar no arcano dessas mercadorias. As novas mercadorias-visuais multiplicam o valor das coisas com seu “espectro”.

[...]

A tarefa específica atual é a de assumir a cultura produtivo-comunicativa como espaço central da pesquisa, adotando, para sua decodificação, metodologias, conceitos, paradigmas e formas de representação a ela adequados. Então, uma mercadoria visual é, ao mesmo tempo, publicidade, intermediário cultural, *soap opera*, videoclipe, a curva sul.<sup>51</sup>

Em resumo, a pesquisa se centra nessa relação entre agentes humanos e não humanos tendo como mote fundamental a forma pela qual as forças simbólicas transformam-se em forças materiais<sup>52</sup>, e vice-versa. Ao tomar as mercadorias visuais produzidas na e para a Internet bem como a produção de valor decorrente delas, reconhecemos que os computadores tornam-se também máquinas metafísicas<sup>53</sup>, já que as relações resultantes desse conjunto influenciam a forma pela qual pensamos a nossa própria existência. “Fazem-nos enfrentar uma provocação, pois mostram um novo espelho onde a mente está reflectida como máquina”<sup>54</sup>. Contempla-se, assim, o triângulo midialógico<sup>55</sup>, assumindo que as relações entre usuários, plataforma, imagens, narrativas, autorreflexividade, mercado e acontecimentos extrarrede são expressões de categorias políticas, técnicas e culturais e precisam ser apreendidos e interpretados em uma relação de interdependência.

O sociólogo tende a descrever um mundo de *sujeitos sem objetos*; o tecnólogo, um mundo de *objetos sem sujeitos*. A originalidade da abordagem midialógica, sem acertarmos reconhecer-lhe tal pretensão, consistiria – além de uma reconciliação entre substâncias e formas, ou ainda entre dispositivos materiais e dispositivos mentais – em multiplicar as pontes entre estética e técnica.<sup>56</sup>

---

<sup>51</sup> Ibid., pp.22-23, itálicos do autor.

<sup>52</sup> Cf. Debray, 1995, p.17.

<sup>53</sup> Cf. Turkle, 1989, p.17.

<sup>54</sup> Ibid., p.263.

<sup>55</sup> Cf. Debray, 1995, p.129.

<sup>56</sup> Ibid., p.172, itálicos do autor.

## A INTERAÇÃO MEDIADA E A SOCIOLOGIA DO COTIDIANO

Essa praça no interior da Aldeia Global<sup>57</sup> (ou Shopping Center ou Cassino, como discutiremos à frente) é ocupada por diferentes coletivos, grandes ou pequenos grupos transitórios, que realizam trocas constantes ou momentâneo-virais e que experimentam “o paradoxo do isolamento e da visibilidade”<sup>58</sup> no contorno mais bem acabado da sociabilidade como uma forma lúdica de sociação<sup>59</sup>. E são essa transitoriedade e o recurso técnico de desligamento as condições diferenciadoras e o grande mérito das relações promovidas pelos sites de relacionamento (e o que as particulariza diante das relações “físicas”), pois quando uma interação passa a ser incômoda, constrangedora ou desagradável, há a opção do bloqueio ou do *logoff*, diferentemente dos eventos “físicos”, já que é preciso aí habilidade e competência para desvencilhar-se de alguém sem causar algum outro mal-estar. Talvez os sites de relacionamento sejam tão estimados justamente pela condição de minimizar danos na interação, sem parecer agressivo ou indelicado, em razão de o usuário poder optar por desfazer a conexão com a rede em um determinado momento, deixar de receber notificações de um “amigo”<sup>60</sup> que possa comprometer o bom andamento da experiência *online* ou simplesmente ignorar algo publicado, evitando assim quaisquer conflitos ou hostilidades desnecessárias.

De acordo com Elias, o individualismo e o bloqueio nos relacionamentos são resultados da modernidade, uma vez que tanto o isolamento quando a convivência com o outro são necessários para a construção da totalidade individual. Nesse sentido, talvez os sites de relacionamento online instrumentalizem o sujeito para o manejo da balança eu-nós, que normalmente pende para o eu<sup>61</sup>, auxiliando assim no distanciamento e na reflexão tanto da interação quanto da avaliação de si no interior desse processo. Também de acordo com Sennett, as pessoas sentem-se

---

<sup>57</sup> Cf. McLuhan, 1972, p.50; Kirkpatrick, 2011, p.354.

<sup>58</sup> Cf. Sennett, 1999, p.345.

<sup>59</sup> Cf. Simmel, 1983, p. 169.

<sup>60</sup> Destaco aqui a imprescindível declaração de Bauman a respeito da dicotomia comunidade x *network* promovida pelas relações de ‘amizade’ nos sites de relacionamento. O trecho da entrevista, onde ele afirma que “o maior atrativo é a facilidade de se desconectar, [que] quando se relaciona olho a olho, romper relações é sempre mais traumático, você tem que encontrar desculpas, se explicar [enquanto] na Internet é tão fácil, você pressiona ‘delete’ e pronto: em vez de 500 amigos você terá 499”, está disponível em Fronteiras do Pensamento - <http://www.youtube.com/watch?v=5Lm2O3Q56Wg>.

<sup>61</sup> Cf. Elias, 1994, p.165.

mais confortáveis para socializar quando “dispõem de alguma proteção mútua”<sup>62</sup>, o que pode ser metaforizado como a promoção do ambiente de bastidor<sup>63</sup> a partir do contato tecnologicamente mediado. Em outras palavras, tomadas essas considerações, podemos partir da ideia de que os sites de relacionamento são um fenômeno tão dilatado porque atuam diretamente sobre os conflitos do indivíduo moderno, equipando-lhes com instrumentos capazes de mobilizar condições mais favoráveis para a sua autoexpressão e sociabilidade, uma vez que um *like* ou um comentário podem significar uma grande intimidade, por exemplo. Contudo, essa contiguidade pode sofrer enviesamentos, pelo fato de as pessoas serem tomadas metonimicamente a partir do que expõem em seus perfis públicos, o que pode gerar imprecisão na avaliação de um par ou as obsessões na construção de uma aparência determinada. Na realidade, e de acordo com Simmel, Goffman, Giddens<sup>64</sup>, Sennett, Riesman<sup>65</sup> e tantos outros autores adeptos à Sociologia do Cotidiano, tais ritualizações estão igualmente presentes na vida *offline* e são utilizadas de maneira consciente ou não por todo indivíduo que vive em sociedade, de modo que não são resultado exclusivo da interação mediada via sites de relacionamento, sendo, contudo, amplificadas e facilmente identificáveis e tipificáveis.

Considerando que há vários níveis e escalas nos usos dos sites de relacionamento e conseqüentemente diferentes objetivos nestas incursões, o uso diário, o instrumental ou o ocasional demonstram também diferentes perspectivas e entendimentos sobre o eu e os demais usuários, de modo que a própria personalização da *timelines* e a tentativa de controle sobre a privacidade são alteradas de acordo com essas apropriações. Como já apontado, a Internet e os sites de relacionamento são de fato um espaço de associação e de disputa e permitem que esse processo seja ainda mais sofisticado, em razão da permanência do indivíduo em um poscênio enquanto há a produção da sua encenação pública. Seja no caso de um diálogo privado em *chat* ou de uma postagem e interação pública, há o tempo de pensar (e editar) a melhor resposta ou a melhor descrição dos fatos e pensamentos, numa ritualização performática que confunde as instâncias do público e do privado e permite ainda ao usuário passar em revisão o tempo e a memória. Trata-se de uma relação entre a preservação e o fenecimento de si na história do mundo, quando sites de relacionamento podem promover a idealização de um prolongamento da existência e de um registro autoproduzido por meio de experiências e imagens compartilhadas, já que as biografias e autobiografias são

---

<sup>62</sup> Cf. Sennett, 1999, p.379.

<sup>63</sup> Cf. Goffman, 2002.

<sup>64</sup> Cf. Giddens, 2002.

<sup>65</sup> Cf. Riesman, 1995.

agora acessíveis a todos os “anônimos”. Isto é, o homem passa, mas o registro permanece, ao menos na aparência e no limite da sua fragilidade.

Para além das representações individuais elabora-se um processo complexo, erigido especialmente sobre os meios de comunicação, suas mídias e plataformas e pautado na instrumentalização da autobiografia e da constituição do sujeito como um compêndio de imagens e memórias, já que alegorizar-se (textual ou imagetivamente) é imortalizar-se – para poucos, no caso das redes estritas, ou para muitos, no caso das celebridades virtuais. A estetização e celebração das ocorrências cotidianas (alimentação, lazer, trabalho, posicionamento político, receitas, relatos, estética etc.) determinam o valor do acontecimento e distinguem experiências e sujeitos. Confundem-se o profissional e o amador, o público e o privado e se compõem novas estratégias e parâmetros tanto para o acúmulo de capital social quanto para o reforço das distinções.

As gerações mais jovens, que foram socializadas pela mediação das redes técnicas e as mais atingidas por esse novo contexto, receberam e recebem informações de muitas fontes para a formação de suas referências, desde os filmes, celebridades e programas televisivos até a efemeridade dos *memes*<sup>66</sup> e tendências da Internet. A produção da identidade dos nativos digitais<sup>67</sup> se dá em grande medida pela possibilidade de coletar e produzir um grande fluxo de comunicação, desta vez não mais apenas junto ao seu círculo familiar restrito, como apontam Berger e Luckmann<sup>68</sup> sobre as gerações passadas e a primeira infância. Por conta desse excesso de informação, essa mesma geração tem um projeto reflexivo muito

---

<sup>66</sup> De acordo com Dawkins (1979) e Recuero (2014), os *memes*, normalmente imagens em tom cômico, variam de acordo com a originalidade, abrangência, o quanto são replicados e por quanto tempo, e podem ter muitas vezes suas trajetórias acompanhadas e autorias conhecidas. Em geral, são compostos por uma imagem junto a um texto curto, onde a imagem passa a ser ressignificada com uma proposta exterior a ela. A imagem tem uma referência prévia e por apropriação do autor e dos receptores atinge tantos outros temas quanto possível, de acordo com as novas referências que lhe são atribuídas. No sentido estrito do termo, para Dawkins, criador do conceito, “exemplos de memes são melodias, idéias, “slogans”, modas do vestuário, maneiras de fazer potes ou de construir arcos. Da mesma forma como os genes se propagam no “fundo” pulando de corpo para corpo através dos espermatozoides ou dos óvulos, da mesma maneira os memes propagam-se no “fundo” de memes pulando de cérebro para cérebro por meio de um processo que pode ser chamado, no sentido amplo, de imitação” (Dawkins, 1979, p. 214).

<sup>67</sup> Termo talhado por Mark Prensky (2001), em contraponto aos “imigrantes digitais”, definindo a geração que nasceu de meados da década de 1980 em diante e foi introduzida às tecnologias desde a primeira infância, entre elas os videogames, telefones celulares, televisão digital e Internet.

<sup>68</sup> Cf. Berger, Luckmann, 2005.

mais prematuro, e produz esboços autobiográficos com facilidade, caindo, por outro lado, na armadilha da visibilidade e no tratamento de pautas públicas como problemas privados.

A cada novo usuário introduzido da rede, cada novo recurso disponibilizado e cada nova navegação, a sociedade contemporânea amplia seu histórico e seu contraste com eras pregressas, de modo que não é mais possível “desmaquinizar a cultura”<sup>69</sup>, ainda que os esforços para “dessacralizar a *téchne*”<sup>70</sup> sejam cada vez mais necessários. De tal maneira, faz-se necessário compreender o processo de alfabetização tecnológica que cruzamos nas últimas duas décadas, em especial na produção de comunicação e trocas identitárias, discorrendo agora sobre o último ângulo dos quatro poderes debatidos por Thompson<sup>71</sup>, o simbólico.

## A PRODUÇÃO DO EU EM UM MONOPÓLIO COMUNICACIONAL

De tal maneira, a pesquisa se estrutura em uma pesquisa **sobre** a internet e não, necessariamente, **na** internet, buscando identificar no funcionamento das redes sociais as correlações possíveis com outros meios de comunicação, como a televisão, o cinema e a publicidade, já que as apreensões sobre essas formas fornecem teorias, metodologias e abordagens estáveis que podem ser transportadas para um objeto ainda em cristalização. Para tanto, o recorte escolhido para o debate se dá sobre o uso, produção e reprodução de imagens nesse meio, em quatro capítulos inter-relacionados, que passam pela linguagem, pelos ecossistemas, pelos sujeitos que neles estão imersos e pelos resultados das relações intermediadas pelos sites de relacionamento social.

O texto está organizado em quatro capítulos, discorrendo sobre a produção da vida por meio da autoimagem e das ferramentas agora disponíveis, tendo como recorte o corpo feminino, já que de um lado a imagem mais compartilhada na história da internet até 2017<sup>72</sup> diz respeito à gravidez de uma mulher negra e, de

---

<sup>69</sup> Debray, 1995, p.157.

<sup>70</sup> Ibid., p.157.

<sup>71</sup> Econômico, político, coercitivo (especialmente o poder militar) e o simbólico. Cf. Thompson, 1999, p.25.

<sup>72</sup> Após Kylie Jenner bater o recorde de Beyoncé em 2018, uma mobilização coletiva transformou a imagem de um ovo na fotografia mais curtida da história. O #EggGang alcançou 55 milhões de likes o que, por sua vez, demonstrou a importância do engajamento para os *instagrammers* e alterou significativamente o conteúdo compartilhado na rede, fazendo que

outro, o público brasileiro seja constituído, em grande parte, por mulheres jovens. Debate, assim, as transformações recentes no uso da autoimagem nas redes sociais, com foco no eu, especialmente no Instagram, identificando a forma pela qual as imagens das celebridades determinam igualmente a consagração das imagens-identidades de “anônimos”, referenciando, por consequência, as ideias de beleza e valor. A produção e o uso do corpo são o foco desta abordagem, buscando identificar a forma pela qual se altera a estética em decorrência do bom uso das ferramentas, ao mesmo tempo em que é possível determinar quem são os principais usuários brasileiros, em um recorte geracional e socioeconômico, o que identifica, por consequência, os interesses e influências mais importantes para os brasileiros na atualidade.

Em seguida, ainda tendo a imagem como referência, debate a realização da dramatização como técnica, já que para existir enquanto eu, os usuários das redes sociais privatizam pautas e acontecimentos públicos como uma estratégia de exposição da intimidade, em vista da própria expressão de si. Tendo compreendido que para existir o sujeito precisa aparecer, esse usuário passa a utilizar o seu perfil como um instrumento de autoexposição, promovendo reações afetivas a eventos que lhe são razoáveis. Em consequência disso, uma vez que a dramatização e a estetização da vida são as formas de estar no mundo e de existir efetivamente nas redes sociais, ganhando visibilidade e diferenciando-se dos demais, o último capítulo está focado na ficcionalização como resultado desta técnica, o que pode repercutir em acontecimentos extrarrede com consequências perversas como a disseminação de inverdades e ações violentas.

Os três últimos capítulos, assim, estão pautados na perspectiva e nos usos dos sujeitos. Embora tratados em uma aproximação aparentemente divergente (o corpo feminino, as crianças como brevíário da guerra e o linchamento como notícia), seguem o mesmo mote (a imagem) e a mesma linha narrativa (o uso de imagens como recurso identitário, a dramatização como técnica e a ficcionalização como resultado), para então identificar, no outro lado, os enredamentos que condicionam essa produção do sujeito conectado. Sendo assim, o primeiro capítulo volta-se para às redes sociais, em especial ao Facebook, reconhecendo que essas relações são dependentes de uma plataforma comunicacional que incentiva a produção incessante da identidade imagética, uma vez que a lucratividade da plataforma depende da assiduidade e das informações dos usuários.

---

nos anos seguintes notícias, tais como a comemoração da vitória da Copa América de 2021 por de Leonel Messi ou o anúncio da morte de Maradona e do ator Chadwick Boseman, alcançassem com facilidade a casa dos 20 milhões de *likes*.

De tal forma, a produção desse sujeito contemporâneo está diretamente relacionada com a produção de um mercado de pessoas, imagetivamente transacionadas no interior da plataforma, que transformam a si, aos seus e às suas impressões sobre o mundo em dados comercializáveis. Essas relações resultam, por sua vez, em consequências “reais” e passam, muitas vezes, despercebidas ao usuário comum, que se relaciona consigo e com as coisas desconsiderando a interferência do meio técnico e dos usos possíveis das suas informações, já que à primeira vista, todas as suas ações nas redes não seriam nada mais do que lazer.

Em resumo, quatro abordagens confluentes se seguem:

1. o mercado de imagens e pessoas;
2. a produção de si;
3. a incursão de si na realidade e sua interpretação;
4. a produção dos fatos e a transformação da realidade em registro.

