

A digitalização da vida: desdobramentos políticos e sociais na cibercultura¹

Roseni Moraes²

Patrícia Assuf³

Renê Arruda⁴

Melissa França⁵

Resumo

Redes sociais e dispositivos inteligentes produzem vasta quantidade de dados, moldando interações sociais e levantando questões sobre saúde mental, corpo, privacidade e política. O objetivo deste artigo é apresentar um panorama de alguns dos principais desdobramentos políticos e sociais da digitalização. O uso intensivo de redes sociais tem uma relação inversa com saúde mental, o que pode estar ligado ao seu próprio *modus operandi*. A exposição dos corpos nas redes também é assunto relevante, influenciando a imagem corporal e gerando debates sobre poder e potência. A presença da IA traz avanços, porém a dataficação também levanta preocupações éticas. Por fim, ambientes virtuais como redes sociais tornam-se espaços-chave de sociabilidade e cultura, influenciando mobilizações políticas sob uma lógica neoliberal de mercado de ideias.

Palavras-chave

Cibercultura; ambientes virtuais; redes sociais; corpo; saúde mental.

Introdução

A digitalização e a dataficação da vida humana representam uma revolução que permeia todos os aspectos da sociedade atual. A transição do analógico para o digital tem transformado a maneira como vivemos, trabalhamos e nos relacionamos. A ubiquidade da tecnologia trouxe consigo uma vasta gama de benefícios, mas também desafios inéditos. No

¹ Trabalho apresentado como mesa coordenada do eixo 12 – “Comunicação digital, consumo e comportamento em rede” do XVI Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Universidade Federal de Santa Maria/RS, realizado nos dias 04 a 07 de dezembro de 2023.

² Roseni Guimarães Corrêa de Moraes é Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e membro do Grupo de Pesquisa em Criação e Comunicação nas Mídias (CCM-InterLab21 PUC-SP). E-mail: rgmoraes@pucsp.br.

³ Patrícia Assuf é Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e membro do Grupo de Pesquisa em Criação e Comunicação nas Mídias (CCM-InterLab21 PUC-SP). E-mail: panechar@gmail.com

⁴ Renê Eduardo Arruda é Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e membro do grupo de pesquisa CCM-InterLab21 PUC-SP. E-mail: rene.arruda87@gmail.com

⁵ Melissa França é Mestranda em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP e membro do Grupo de Pesquisa em Criação e Comunicação nas Mídias (CCM-InterLab21 PUC-SP). E-mail: melffpereira@hotmail.com

cerne desse fenômeno está a digitalização, que se refere à conversão de informações analógicas em formato digital. Isso possibilitou o armazenamento massivo de dados, criando uma base para a dataficação, processo que envolve a coleta, processamento e análise dessas informações. A ascensão das redes sociais, dispositivos inteligentes e a sensorização de objetos, impulsionaram exponencialmente a quantidade de dados gerados diariamente.

A digitalização também molda as interações sociais. Redes sociais tornaram-se plataformas cruciais para comunicação e compartilhamento de informações, mas ao mesmo tempo, levantam questões sobre a validade das interações virtuais, na veracidade das informações, na saúde mental e no cotidiano. A exposição constante às redes sociais pode criar uma cultura de comparação, ansiedade e alienação. Além disso, a dataficação tem implicações políticas, uma vez que os dados são frequentemente utilizados para análise de comportamento eleitoral e direcionamento de campanhas. O desafio é garantir que essas práticas não comprometam a integridade dos processos democráticos.

Em suas respectivas pesquisas, os autores deste artigo pretendem refletir sobre como a digitalização da vida redefine a forma como vivemos. As oportunidades de inovação e melhoria são vastas, mas é imperativo abordar os desafios éticos e sociais que surgem nesse contexto. À medida que a sociedade avança nessa era digital, a busca por um equilíbrio entre progresso tecnológico e valores humanos fundamentais torna-se crucial para um futuro sustentável e ético.

Inteligência artificial e os impactos cotidianos da vida digitalizada

No cotidiano da cibercultura a presença da Inteligência Artificial (IA) é um fato incontestável. Buscamos aqui, refletir sobre as complexidades cotidianas que acontecem a partir dessas interações, visto que, com a sensorização das coisas, temos experimentado uma extensão da internet tradicional que possibilita a comunicação com objetos do dia a dia. A digitalização tem proporcionado avanços significativos na medicina, educação e indústria. A

telemedicina, por exemplo, tornou-se uma realidade acessível, conectando pacientes a profissionais de saúde em tempo real. Na educação, a digitalização trouxe métodos de aprendizado mais interativos e personalizados. Contudo, a dataficação também levanta questões éticas, especialmente no que diz respeito à privacidade. A proliferação de dados pessoais suscita preocupações sobre a segurança cibernética e o uso indevido de informações sensíveis. Empresas e governos têm o desafio de encontrar um equilíbrio entre a inovação impulsionada pelos dados e a proteção da privacidade. A implementação de regulamentações, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), reflete a necessidade de salvaguardar os direitos individuais nesse novo cenário digital.

A adoção de inteligência artificial na vida cotidiana dos usuários está estimulando a aceleração da mudança para aplicativos de voz, pois o número de gadgets com sensores embarcados está dando aos agentes conversacionais um valor significativo na vida de um usuário conectado. Como exemplo, salientamos os microfones que, assim como os alto falantes inteligentes, se espalham por toda parte, tornando onipresente o acesso aos assistentes conversacionais.

Assistentes de voz, tais como Alexa (Amazon), Siri (Apple) e o Google Assistente, entre tantos outros, já entregam de forma automática e orgânica as informações que buscamos, da forma como cada pessoa precisa ou deseja saber. Em vez de depender de uma única tela de entrada ou até mesmo de uma série de telas, a interação com objetos técnicos tem mudado significativamente com a propagação de aparelhos sensorizados que são usados no dia a dia. Pesquisas desenvolvidas por Institutos como Juniper *Research* e Gartner⁶, mostram que a popularidade dos assistentes de voz é impulsionada por sua capacidade de facilitar as interações humano-máquina sem toque, de maneira “natural” e intuitiva,

⁶ Disponível em: <https://www.juniperresearch.com> e <https://www.gartner.com> respectivamente. Acesso em 31/01/2024.

semelhante às conversas entre seres humanos.

Segundo Lemos (2021, posição 2332), Bruno Latour denomina sua sociologia como “sociologia das associações” ou “associologia”, fazendo uma crítica à “sociologia do social”, que não levaria em conta a relevância da agência dos objetos. Lemos acrescenta, ainda, que para entendermos “os diversos aspectos da cibercultura”, é de grande importância que observemos os “fenômenos da comunicação como mediação”, de maneira a contextualizar a agência dos objetos. O autor sugere que o conceito de “comunicação social” seja deslocado para o de “comunicação associal” ou de “comunicação das coisas”. (LEMOS, 2021, posição 2340). Ele explica:

Buscamos discutir o conceito de mediação, de comunicação e de “modos de existência” para criar uma base metodológica e epistemológica que nos permita dar conta dos novos fenômenos comunicacionais contemporâneos emergentes com a dataficação da sociedade e com a ampliação da agência de objetos infocomunicacionais. (LEMOS, 2021, posição 2279)

Dessa forma, entendemos ser necessário dar destaque a agência dos objetos, bem como ao seu “papel na constituição das associações” para pensarmos sua inserção na nossa discussão, considerando um ponto de vista comunicacional e político mais amplo, que perpassa questões sensíveis, tais como segurança, controle, vigilância, privacidade etc. Quando consideramos o processo de comunicação focado apenas na interação entre indivíduos, não conseguimos perceber as agências às quais os humanos estão submetidos no funcionamento desses sistemas e nas práticas comunicacionais que deles derivam. “Num sentido mais profundo, trata-se de uma sensibilidade às confusas práticas de relacionalidade e materialidade do mundo.” (LAW, 2021, posição 453).

Para entender essa agência, consideramos de total importância destacar as teorias sobre hipermídia desenvolvidas por Lucia Leão (1999) que demonstram estar presentes no nosso cotidiano, especialmente quando observamos os agentes conversacionais. Podemos perceber que a linguagem da hipermídia está cada vez mais presente nas ações diárias, atuando como

facilitadores nas interações com sistemas computacionais que façam uso da tecnologia. O acesso aos assistentes de voz, amplifica nossa relação com as informações, pois sua agência desencadeia um processo complexo e hipermidiático que pode se desdobrar, ir, vir e ser retomado indefinidamente. Por sua vez, os agentes conversacionais nos colocam em interação com objetos que podem “aprender” nossas preferências, nos levar a um número sem fim de possibilidades de respostas a qualquer questionamento, ou caminhos a serem explorados na nossa vida cotidiana.

Com o intuito de ampliar nossa fonte conceitual, recorreremos à Timothy Morton (2013) que criou o conceito de “hiperobjetos” referindo-se a coisas “massivamente distribuídas no tempo e no espaço em relação aos seres humanos”. Alguns exemplos citados pelo autor, em sua obra, incluem buracos negros, classes socioeconômicas, biosfera, o que ele chama de “o somatório de todo o ruído do maquinário capitalista”, e, a esses exemplos, sugerimos a incorporação da Inteligência Artificial, uma vez ela apresenta as características apresentadas em sua obra, além do fato de que Morton entende que a perspectiva relacionada aos hiperobjetos pode servir como parâmetro para lidarmos com questões que se fundamentam em problemas éticos.

Com uma perspectiva basilar, Santaella compõe um seleto conjunto de pensadores que já constata características do “neo-humano” partindo de questionamentos sobre o que se concebe como humano, diante das claras mudanças “culturais, sociais, políticas e psíquicas” (2022, p. 322) observadas no contexto atual. Para a autora, o conceito provém de uma extensa gama de teorias sobre o “não humano”, que formam um conjunto heterogêneo, mas que se concentram em “deslocar o humano da superioridade hierárquica” na qual foi colocado historicamente pelo “pensamento ocidental”.

A autora afirma, ainda, que já estamos vivendo a era da inteligência artificial e das tecnologias simbióticas.

A definição mais geral de “simbiótica” é vida comum, seres distintos que se misturam e se complementam. É o que está acontecendo com as

tecnologias, principalmente porque são tecnologias da inteligência: computadores de todos os tamanhos e tipos, uma profusão de aplicativos, conectividade planetária e até mesmo cósmica, sensores, internet das coisas, nuvens e oceanos de dados, geolocalização e sorrateiramente invisível, a IA que vem se desenvolvendo exponencialmente e assim deverá continuar. (SANTAELLA, 2021, p. 11).

Diante deste cenário complexo, destacamos, neste artigo, a importância da pesquisa de estudos de casos múltiplos, dada a emergência dos desdobramentos da IA, bem como sua atualização constante, dinâmica e acelerada.

Segundo Robert K. Yin (2015, p.4), essa metodologia pode ser usada em diversas situações para contribuir com “nosso conhecimento dos fenômenos individuais, grupais, organizacionais, sociais, políticos e relacionados”, pois um dos princípios fundamentais da pesquisa de estudo de caso se localiza no desejo de entender fenômenos sociais complexos.

Tomando como ponto de análise a pesquisa que investiga os agentes conversacionais inteligentes e a comunicação mediada por algoritmos, levando em conta as complexidades das interações com os usuários no cotidiano⁷, podemos observar estudos de casos individuais que foram analisados para tirar um conjunto único de inferências que nos desse o embasamento para um cross-case⁸. O resultado pretende estimular o fomento de outras pesquisas científicas que ajudem a compreender como a IA tem impactado nosso dia a dia.

A análise geral dos dados obtidos consistiu no exame, na categorização, na combinação e síntese dos achados nos estudos de caso individuais. Como foi possível observar nos perfis de cada caso, os agentes conversacionais apresentam algumas características comuns e outras muito diferentes entre si. Segundo Robert K. Yin (2015, p.169) as sínteses cruzadas podem ser realizadas para estudos de caso individuais que tenham sido previamente conduzidos como pesquisas independentes. Por isso, entendeu-se que o cruzamento dos casos seria um

⁷ Tese de Roseni G. C Moraes, apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo como exigência parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Semiótica sob a orientação da Profa. Dra. Lucia Isaltina Clemente Leão. Disponível em: <https://sapientia.pucsp.br/handle/handle/32544>. Acesso em 31/01/2024.

⁸ Cruzamento de casos

caminho produtivo para compreender esse processo de comunicação.

Desse modo, optou-se por elaborar uma meta-análise⁹ para sumarizar e combinar os resultados dos estudos individuais. Com o cruzamento dos dados, procurou-se ajudar a entender o modelo de comunicação intermediado por agentes conversacionais, de maneira mais ampla do que apenas estudando cada caso individualmente. A síntese produzida foi estruturada de modo que cada caso pudesse contribuir diferentemente para a resposta à questão inicial daquela tese.

Os estudos de caso foram observados e descritos individualmente, considerando-se duas perspectivas:

a) em primeiro lugar foi feita uma descrição objetiva do funcionamento do assistente conversacional destacando aspectos mais concretos, tais como sua estrutura, tecnologia, funcionalidades e seu enquadramento no ecossistema da empresa;

b) em segundo lugar, buscou-se um olhar relacional, descrevendo características, comunicação com o público-alvo, relações externas, contextualização e habilidades dos assistentes.

A partir dessas duas abordagens delineou-se o cenário a ser analisado. Segundo Robert K. Yin, (2015), uma estratégia analítica geral para estudos de múltiplos casos pode ser desenvolvida, inicialmente, a partir da organização desses estudos de acordo com um quadro descritivo. Entende-se, assim, que esse procedimento tem seu mérito em termos de aplicação, pois destaca conceitos úteis que partem dos dados coletados “para explorar, descrever ou explicar” alguns tipos de eventos. (YIN, 2015, p. 143).

Foram definidas palavras-chave com o objetivo de sistematizar as observações dos estudos de caso individuais e, desta forma, poder mapear o perfil de cada assistente conversacional. Esse tipo de organização permitiu que a análise examinasse as semelhanças

⁹ Meta-análise é um método estatístico para agregar os resultados de dois ou mais estudos independentes, sobre uma mesma questão de pesquisa, combinando seus resultados em uma medida sumária. Disponível em: <https://www.htanalyze.com/metanalise/metanalise/>. Acesso em 20/01/2024.

e diferenças que os assistentes demonstravam compartilhar, e que mereciam ser consideradas para um entendimento dos pontos relevantes e não evidentes na comunicação por meio desses agentes. Com esse método, foi possível analisar os perfis dos agentes conversacionais de maneira a completar uma estratégia analítica, e com base na combinação dos resultados elaborar a devida meta-análise.

Consideramos relevante o aprofundamento no estudo dos agentes conversacionais, uma vez que eles estão sendo desenvolvidos, supostamente, para agir em nome das pessoas. Adicionalmente, eles têm a capacidade de adquirir conhecimento sobre os hábitos e tradições dos utilizadores, de forma a antecipar as suas necessidades, presumivelmente com o seu consentimento, com o intuito de simplificar a sua rotina. Isso pode incluir a marcação de compromissos, orientação na escolha da melhor rota a seguir, fornecimento de informações sobre a temperatura atual ou mesmo guiar os utilizadores em pesquisas na internet. Esses assistentes de conversação estão presentes em diversas situações ao longo do dia, destacando que a sua atuação se expandiu ainda mais ao serem integrados nas nossas residências.

Vale ressaltar que, acreditamos que acompanhar de forma crítica e sistemática os agentes conversacionais é fundamental para os avanços das reflexões sobre o uso da tecnologia, dos dispositivos digitais, da inteligência artificial e suas consequências para a vida.

Exposição dos corpos nas redes digitais sociais e efeitos na imagem de si

Dentro do contexto da digitalização da vida nas mídias sociais, o corpo é exposto através de imagens que ilustram o cotidiano de seus usuários. Desta maneira, o corpo torna-se alvo de diversos discursos pois a forma física é algo que mais se evidencia em nossa cultura. Olhar para as plataformas digitais, em especial a rede Instagram, nos permite discutir como determinados comentários podem influenciar ou mesmo controlar (Foucault) a forma com a qual as pessoas lidam com a imagem corporal. Ao analisar os comentários das

postagens abre-se um leque de percepções de como os usuários da rede que expõem suas vidas e corpos são afetados pelo discurso, tanto ao sucumbi-lo ou mesmo utilizá-lo como forma de potência. Diante do desafio de compreender a vida digital e suas complexidades, buscamos pensar pela ótica dos afetos que transpassam entre corpos, padrões de beleza e relações humanas.

A exposição da imagem, a busca pelo padrão de beleza tem crescido exponencialmente e corpo que se expõe em rede social digital é cobrado tanto no imaginário social, quanto midiaticamente para seguir tais padrões.

Um dos exemplos dos discursos observados vindo do Instagram que seguem a busca de padrão de beleza é o caso de Rico Melquíades, com 9,6 milhões de seguidores. O influenciador fez cinco procedimentos estéticos, dentre eles cirurgias plásticas para alcançar os padrões de beleza desejados, não somente por ele, mas pelo imaginário de seus seguidores.

Em seu último procedimento estético, Melquíades afirma que se submeteu a cirurgia devido a pedidos de seus seguidores, como explica em seus stories do Instagram.

“De verdade mesmo eu fiz essa transformação não foi nem por causa de mim, [...] as pessoas me julgam muito no direct falando: “ Que rosto feio”; “ vá fazer um transplante de rosto; “você namora um rapaz bonito e você não pode namorar um rapaz bonito”; “apagaram sua cara com um tamanco”. Gente, é tanta coisa que eu recebo sobre meu rosto que eu juro por Deus, eu tento ser forte, mas não tem ser humano que seja forte. Então, eu tomei essa iniciativa pois eu não aguentava mais ser chamado de feio. (Rico Melquíades ,2023, apud FARIAS 2023)

Rico Melquíades explica que sua cirurgia plástica foi mais por pressão de seus seguidores, pois não conseguiu superar a opressão vinda de inúmeras pessoas.

Ao expormos a imagem pessoal publicamente, nos submetemos a receber diversas opiniões, tanto quanto elogios, ou mesmo ataques. Estes discursos estão em constante conflito e isto causa uma insegurança por não estar dentro de um padrão de beleza que às vezes é inalcançável. Tanta cobrança e insatisfação com o corpo que ele se torna “o maior inimigo que alguém pode ter” (SANT’ANNA, 2014).

Devido a tanta opressão e com a autoestima sensibilizada a exigência de um padrão, às vezes impossível de alcançar, leva a diversas pessoas, não somente celebridades a passar por procedimentos invasivos para alcançar o ideal de beleza vindo de um imaginário social.

Outro exemplo é a influenciadora identificada como Xehli G, 525 mil seguidores, disse ter colocado silicone para agradar os seguidores, e depois de inúmeros comentários maldosos.

“Eu vou colocar silicone. Eu não aguento mais as centenas de comentários falando que eu sou reta, que eu pareço uma tábua, que eu sou nadadora “nada de frente, nada de costas”, que dá para passar um pano em cima de mim. Ai gente, sério, está me abalando demais. E eu vou seguir a maioria das blogueiras e colocar silicone. Realmente está me deixando muito mal, muito chateada, ainda mais eu que vivo na internet, vivo de imagem e eu não estou agradando meu público. E se meu público quer que eu bote silicone então vou botar porque é meu trabalho, é minha imagem, eu faço dinheiro pela internet então meu público manda no meu corpo, porque é o que eles querem ver. [...] E se vocês tiverem mais sugestões do que que deveria fazer no meu corpo é só comentar aqui...” (Xehli G, 2023)

A influenciadora comenta que quem manda no corpo dela é o público, devido seu trabalho em rede digital, mas analisando seu discurso percebemos uma dependência e necessidade em agradar o outro. Meses depois de passar pelo procedimento estético, anunciou em suas redes que se arrependeu e iria retirar os implantes.

As redes digitais sociais, de certo modo tornam-se um local de exposição e as pessoas, independente de números de seguidores, estão sujeitas às diversas críticas e opiniões. Estas plataformas nos permitem discutir como determinados comentários podem influenciar ou mesmo controlar (Foucault) a forma com a qual as pessoas lidam com a imagem corporal.

Em Vigiar e Punir (1997), observamos a docilização do corpo, do desenvolvimento de um corpo dócil: “em qualquer sociedade o corpo está preso no interior de poderes muito apertados, que lhe impõem limitações, proibições ou obrigações (FOUCAULT, 1997, p.118).

No processo de docilização, o corpo é o lugar que encena todas as disputas de poder que permeiam uma cultura. Através dele se modifica, se obedece como resposta a quem o manipula. O corpo torna-se uma peça moldável ao jogo de poder da mídia, dos padrões de beleza e dos seguidores. Entre as diversas maneiras de manipulação, a relação de dominação

através dos discursos dos padrões de beleza se faz presente nos dois exemplos acima.

Os corpos dos influenciadores tornam-se subordinados e os seguidores, “seus proprietários”, dando-lhes assim a autonomia, o poder e o domínio sobre o corpo do outro e pedindo que façam o que quer, conforme determinam, e isto ocorre em diversos outros perfis na rede digital.

As pessoas que retiram seu sustento da imagem através do Instagram, são observadas o tempo todo por todos, o influenciador sente-se em um estado de visibilidade e o seguidor uma sensação de poder ao comentar e ser correspondido.

Está aí um corpo se tornado um objeto e não parte de um sujeito, os influenciadores, tornam-se influenciáveis e eles sabem disso, ao mesmo tempo que se tornam dependentes da opinião dos outros. E por outro lado, são os próprios seguidores que podem minimizar a dependência da busca por padrões de beleza inalcançáveis.

Mobilização política em *chats* em grupo

As tecnologias de comunicação ocupam um lugar de destaque em praticamente todos os ambientes e relações da sociedade contemporânea. Estas tecnologias não são meros aparatos técnicos, pois produzem efeitos sociais. Como nos lembra McLuhan, em seu axioma “o meio é a mensagem”, os meios de comunicação produzem efeitos sociais através de suas características específicas, de estrutura e funcionamento, que determinam peculiaridades na comunicação (COHN, 1987, p. 365). Para além destas peculiaridades dos meios, há o que a relação entre as pessoas e as tecnologias, de fato, produz – como indivíduos e coletivos se apropriam destas ferramentas e, junto a elas, produzem transformações sociais, culturais e políticas ao mesmo tempo em que são, também, transformados.

Os serviços de mensagens instantâneas WhatsApp e Telegram são meios de comunicação muito presentes na realidade brasileira (PAIVA, 2023), e distinguem-se de redes sociais como Facebook, Twitter e Instagram por seu caráter privado e pela ausência dos

algoritmos de curadoria de conteúdo. Neles, a curadoria de conteúdo é realizada pelos próprios usuários, ao selecionarem quais conversas serão mantidas e em quais grupos irão entrar. Assim, os ambientes virtuais possibilitados por estes serviços são caracterizados por reunirem pessoas com interesses e afiliações semelhantes via auto seleção, e dado que são relativamente privados, restringem o contato com a alteridade.

Agente políticos têm feito uso crescente dos serviços de mensagens instantâneas como ferramenta de difusão de suas propostas. A aplicação do WhatsApp em campanhas eleitorais tem sido objeto de inúmeras pesquisas, em decorrência do papel central que a plataforma desempenhou em pleitos na Índia, Nigéria e Brasil. A jornalista Patrícia Campos Mello detalha no livro “A Máquina do Ódio – notas de uma repórter sobre fake news e violência digital” a estratégia do então candidato Jair Bolsonaro nas eleições brasileiras de 2018. Segundo Mello (2020), esta estratégia consistia em divulgar abertamente convites a grupos de política no WhatsApp, reunindo potenciais apoiadores para, em seguida, funcionarem como listas de transmissão. Administradores dos chats ou influenciadores enviavam mensagens aos integrantes dos grupos, que, por sua vez, as encaminhavam para seus familiares e amigos.

Diversas pesquisas sobre estes grupos de mobilização política no WhatsApp (Evangelista e Bruno, 2019; Resende et al., 2019; Santos et al, 2019; PAULA, ARAUJO, SARAIVA, 2020) indicam que são locais nos quais há relevante circulação e difusão de desinformação. É comum que estes ambientes virtuais sejam locais nos quais a polarização política é fomentada. São espaços marcados por discursos radicais de extrema direita, moldados para exacerbar os sentimentos políticos do eleitorado ao mesmo tempo em que inserem, no debate público, elementos conservadores e reacionários. Estes serviços de mensagens favorecem a comunicação privada individual ou de grupos, e têm meios de encaminhar conteúdos de forma praticamente anônima e indiscriminada. Porém, para além das funcionalidades destas tecnologias, o que nos interessa é como indivíduos e coletivos se apropriam destas ferramentas de comunicação, criando ambientes virtuais que favorecem a

radicalização política.

Esta investigação¹⁰ se desdobra em dois níveis distintos, porém relacionados: o nível da singularidade, referente ao usuário individual; e o nível da multiplicidade, do social ou coletivo. No nível da singularidade, o usuário experimenta uma série de vieses das próprias tecnologias (como o destaque automático de chats com interações mais recentes, que favorece que se continue a interagir onde já há interação, em um ciclo virtuoso de retroalimentação de interações nos mesmos chats) e *affordances* que coemergem na interação entre estes serviços, como colapso de contextos, experiência de não mediação e câmara de eco. Neste nível se fazem notar uma série de fenômenos, dentre os quais destacamos dois - colapso de contextos e câmara de eco, os quais serão abordados a seguir, respectivamente.

Nas conversas presenciais, pessoas interagem com grupos de indivíduos que estão à vista (amigos, familiares, colegas etc.), em lugares públicos ou privados, nos quais as normas de conduta estão implícitas, assim como as expectativas sociais em relação à temporalidade, exposição da imagem e propagação daquilo que é falado ou discutido. Todos estes fatores, somados, compõem um contexto de comunicação bem estabelecido. No caso das redes sociais, em especial WhatsApp e Telegram, a ausência de contexto comunicacional é especialmente relevante no caso de chats em grupo públicos ou abertos, nos quais há contato entre interlocutores que não se conhecem e cujos perfis não necessariamente correspondem às suas identidades reais. O único marcador de contexto compartilhado entre os participantes torna-se o tema central do chat em grupo. A temporalidade das mídias digitais - sincronicidade, sempre aptas a receberem mensagens, e, via de regra, acompanhando fisicamente o usuário onde quer que esteja com seu smartphone – propicia comportamentos de autocensura e homogeneização das interações, ao mesmo tempo em que mantém o usuário

¹⁰ Tese de Renê Eduardo Arruda, apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo como exigência parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Semiótica sob a orientação da Profa. Dra. Lucia Isaltina Clemente Leão. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/40778>. Acesso em 31/01/2024.

sempre ligado ao tema central do chat.

Se o chat em grupo for composto por participantes que pensam predominantemente da mesma forma sobre algum assunto, pode vir a se transformar em uma câmara de eco, no qual todos compartilham e reforçam os pontos de vista uns dos outros, sem exposição a perspectivas diversas.

Grupos demasiadamente homogêneos em suas opiniões sobre determinados assuntos propiciam radicalização e polarização, na medida em que se fecham para opiniões divergentes e valorizam em demasia o que é aceito pelo grupo.

A formação de câmaras de eco dentro de serviços de mensagens instantâneas é propiciada por uma confluência de fatores. Cada usuário seleciona quais pessoas prefere ter contato e manter conversas, bem como quais chats em grupo participar, e assim, exercita um procedimento de auto seleção de conteúdo baseado nas pessoas com quem se interage e nos chats em que participa. A ausência do algoritmo de curadoria de conteúdo é suprida, de certa forma, pela agência dos próprios usuários.

Assim, ao nível do indivíduo, pode-se inferir que redes sociais (e, especificamente, chats em grupo como aqueles oferecidos por WhatsApp e Telegram) propiciam autocensura e homogeneização das interações, ao mesmo tempo em que sobrevalorizam as opiniões partilhadas pelo grupo social, favorecendo a radicalização.

No nível da multiplicidade, conjuntos de chats formam redes com alto potencial para a organização coletiva e viralização de conteúdos, nos quais uma parcela pequena de usuários ganham exposição desproporcional (super postadores), fazendo circular conteúdo que pode vir a ter efeito pedagógico sobre o que é permitido ou aceito. Todas estas características, combinadas, contribuem para delimitar a identidade dos membros do grupo em face a adversários, aprofundando divisões sociais. Vários chats em grupo são interligados, formando um ecossistema integrado conforme descrito por vários autores (Evangelista e Bruno, 2019; Resende et al., 2019; Santos et al, 2019), propiciando o reforço de crenças e opiniões similares entre seus usuários por meio de reiteração e validação mútua, de viés

“antiestrutural”.

A antiestrutura é a antinorma de um paradigma sociopolítico: “as camadas marginais, latentes, heterodoxas do sistema numa dada configuração sócio-histórica”. Quando o centro organizador do paradigma entra em crise, a antiestrutura emerge para a superfície, tensionando o sistema sócio-histórico como um todo na direção de seus limites. “Desta forma, os extremos que delimitam o paradigma se tocam e se recombina, invertendo hierarquias: o que era marginal vai para o centro, o que estava embaixo vai para cima etc.” (CESARINO, 2022, p. 15).

Nesta paisagem anti estrutural, os super postadores (usuários que postam grande volume de interações nos *chats* em grupo) desempenham um papel relevante ao estabelecerem o tom das conversas que ocorrem nos chats em grupo, frequentemente compartilhando conteúdo que transgride as normas do paradigma vigente ao, por exemplo, sugerir “intervenção militar”. Eles podem ser considerados agentes liminais, navegando na intersecção entre a estrutura vigente e a antiestrutura, fortalecendo a identidade do grupo de forma relacional com seus opositores e, com isso, contribuindo para fomentar a emergência de um novo paradigma sociopolítico. O silêncio da maioria dos participantes dos chats pode, neste contexto, ser interpretado como aceitação e apoio a este novo paradigma, ao invés de mera passividade.

Influenciadores, super postadores e, em especial, a curadoria auto selecionada ou algoritmizada de conteúdos nas redes digitais coloca em contato pessoas com perspectivas semelhantes que, ao se encontrarem, contribuem para atrair pessoas com limiar de decisão mais alto a participarem destes movimentos antiestruturais.

Impacto das redes sociais na saúde mental

A revolução digital tem sido um divisor de águas, remodelando significativamente a tessitura das interações humanas e a dinâmica das atividades cotidianas. Nesse contexto, a

onipresença da tecnologia digital não só permeia, mas molda, de maneira inegável, desde as relações interpessoais até as nuances das esferas profissionais e de lazer.

Segundo Byung-Chul Han, em uma entrevista ao jornal El País, o controle ao qual estamos sujeitos a digitalização da vida: “[...] vai se impondo de maneira crescente e subreptícia na vida cotidiana como se fosse o conveniente. As coisas informatizadas, ou seja, os infômatas, se revelam como informadores eficientes que nos controlam e dirigem constantemente.” (HAN, 2021).

Torna-se imprescindível a compreensão dos impactos desse fenômeno na nossa existência, especialmente ao tipo de controle que não é visível aos olhos, mas que atua através do subjetivo e inconsciente. Segundo Bourdieu, “O poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (BOURDIEU, 1989, p. 7).

Destarte, estamos sujeitos a um poder que constrói a realidade através de um sistema de símbolos, como a língua, a arte e a religião, é nisso que ele se consolida – e aqui destacamos as redes sociais, especialmente o Instagram, como uma ferramenta que exerce controle por meio de um poder simbólico. O poder simbólico, através dos símbolos e do consenso de um grupo, adquire sentidos e representações que contribuem para a reafirmação e propagação de paradigmas, de conceitos e de uma ordem social (BOURDIEU, 1989, p. 10). É por meio deles, por exemplo, que o uso do Instagram tem remodelado cada vez mais o cotidiano.

Para Paula Sibilia e Manuela Arruda Galindo, vivemos em uma época totalmente permeada pelo digital e essa digitalização da vida tem causado uma espécie de ansiedade no modo de lidar com o tempo diante de uma cultura que tem tentado praticar o autocontrole em relação ao uso digital, mas sofre pelo conflito gerado pelo “medo de ficar por fora” (SIBILIA, GALINDO, 2021). Impulsionados principalmente pelo fato de que “Hoje não somos mais destinatários e consumidores passivos de informação, mas sim remetentes e produtores ativos” (HAN, 2018, p. 36).

A ‘digitalização’ ou os avanços tecnológicos das telecomunicações, como é o caso da rede social Instagram, possibilitou a dissociação do espaço e do tempo na comunicação. Para Stig Hjarvard (2014), a mídia tem se tornado um agente de mudança social e cultural, por meio de seu atravessamento nas instituições da sociedade, como a ciência, a política e a religião, sendo ela : “[...] ao mesmo tempo, parte do tecido da sociedade e da cultura e uma instituição independente que se interpõe entre outras instituições culturais e sociais e coordena sua interação mútua” (HJARVARD, 2014, p. 55). Coordenando e se infiltrando nessas instituições, Han, argumenta:

No começo da digitalização se sonhava que ela substituiria o trabalho pelo jogo. Na verdade, o capitalismo digital explora impiedosamente a pulsão humana pelo jogo. Pense nas redes sociais, que incorporam elementos lúdicos para provocar o vício nos usuários. (HAN, 2021)

No universo das ferramentas digitais, o Instagram desponta como uma plataforma culturalmente relevante e amplamente preferida pelos brasileiros. Segundo dados da Comscore de 2023, o Brasil é o 3º maior consumidor de redes sociais, com um gasto médio por usuário de 46 horas por mês, o que equivale, segundo o levantamento realizado com base no mês de dezembro de 2022, a cerca de 356 bilhões de minutos consumindo redes sociais. Esta mesma pesquisa mostra que entre as redes sociais mencionadas, o Instagram é a com maior número de usuários.

Com sua abordagem visual e recursos multimídia, ela não só possibilita a comunicação, mas também estimula a criação de conteúdos, estabelecendo vínculos significativos em um ambiente predominantemente visual. Entretanto, por trás da aparente simplicidade e interatividade do Instagram e que, segundo a plataforma, “Estamos empenhados em promover uma comunidade segura e solidária para todos” (INSTAGRAM, 2023), desvela-se um modelo de negócios desenvolvido a partir da captura do tempo de atenção dos usuários, negligenciando os impactos gerados, principalmente no que se refere à saúde mental, em prol de seus ganhos financeiros. A arquitetura e a interface cuidadosamente elaboradas do Instagram operam como um "caça-níqueis" digital, proporcionando satisfação instantânea e

criando um ciclo vicioso, em busca desse estímulo novamente.

Em 2018, Cristiano Nabuco, psicólogo e Coordenador do Grupo de Dependências Tecnológicas do Instituto de Psiquiatria (IPQ) da Universidade de São Paulo, declarou em uma entrevista à BBC que a sensação de recompensa gerada por essa novidade encontrada em se deparar com uma nova curtida ou atualização nas redes sociais, estimula a liberação da dopamina, um hormônio do prazer associado pelo nosso cérebro como algo bom e que precisa ser repetido, para que a sensação aconteça possa novamente, “É praticamente a mesma sensação de quem frequenta cassinos e joga em máquinas caça-níquel” (NABUCO, 2018).

Em consonância com o que especialistas da saúde vem alertado, em meados de outubro de 2021, foram expostos pela ex-funcionária do Facebook, Frances Haugen, documentos chamados Facebook Papers que denunciavam “[...] como a Meta lida com assuntos como desinformação, discurso de ódio, interferência política, saúde mental de jovens e crianças, entre outros” (TILT UOL, 2021).

A relação da saúde mental e tecnologia, ou redes sociais, tem se manifestado praticamente em todo o mundo. O relatório global anual *The Mental State of The World in 2022* analisou 64 países, mais de 407 mil entrevistados e declarou que a internet tem piorado a saúde mental, sobretudo dos jovens, prejudicando inclusive seus vínculos sociais com a família e a comunidade. Nesta pesquisa, o Brasil é o 3º país com a pior saúde mental.

Dada a importância de se falar sobre saúde mental, essa análise transcende a mera observação de uma plataforma de mídia social e reitera a importância de frequentes estudos sobre os impactos e consumo da plataforma. Mais do que uma ferramenta de comunicação, o Instagram se revela como um reflexo da sociedade de controle (DELEUZE, 1990), onde as mensagens, tanto positivas quanto negativas, reverberam e ganham significados nas vidas dos usuários, sobretudo no aspecto da saúde mental.

Portanto, esse texto visa contribuir para que sejam observadas as manifestações de controle simbólico e psíquico que têm se instalado sobre os usuários das redes sociais, tornando-os cada vez mais sujeitos à ansiedade, depressão, dependência tecnológica,

transtornos de imagem e até alimentares. Deste modo, propomos contribuir para o diálogo acadêmico sobre esses impactos do Instagram para a saúde mental, mas também para evocar uma nova perspectiva sobre o seu modo de uso, enxergando a possibilidade de usá-lo como uma ferramenta de disseminação de conhecimentos sobre saúde mental e sobre a responsabilidade e riscos da criação e consumo de conteúdos.

Em consonância com o que acreditamos ser um dos caminhos para transformar a vida dos usuários de dentro para fora da plataforma, disseminando conteúdos de impacto positivo, o Informe Mundial de Salud Mental da OMS – Organização Mundial de Saúde, divulgado em 2022, aponta que as redes podem ser usadas para ajudar essa transformação:

Actualmente, los problemas y las experiencias en el ámbito de la salud mental se analizan y difunden con mayor frecuencia en los medios y las redes sociales, particularmente después de la pandemia de COVID-19, especialmente en la población joven. Dicha cobertura no solo ayuda a evitar la estigmatización de los problemas de salud mental, sino que también aumenta el valor que se otorga a la voz, las prioridades y el conocimiento de las personas con experiencia propia. (OMS, 2022)

Considerações finais

Diante das pesquisas sobre a vida digitalizada e dataficada, destacadas pelos autores, entendemos que a ascensão da era digital, impulsionada pela digitalização e dataficação da vida, tem configurado uma redefinição profunda na forma como a sociedade atual vive, trabalha e se relaciona. Este processo transformador, desencadeado pela conversão das informações analógicas para o formato digital, trouxe consigo amplas vantagens, mas também introduziu desafios éticos e sociais de imensa magnitude.

O impacto das redes sociais na comunicação e compartilhamento de informações é irrefreável, todavia, suscita questionamentos sobre a autenticidade das interações virtuais, além de expor a sociedade a complexidades relacionadas à saúde mental. A cultura de comparação e ansiedade resultante da incessante exposição nas redes, demanda contante reflexão sobre a abordagem para a preservação do bem-estar coletivo. O cenário também

mostra significativas implicações políticas, uma vez que a análise de dados tem direcionado estratégias de campanhas eleitorais e influenciado os processos democráticos. A integridade desses processos está intrinsecamente ligada à garantia de práticas éticas e transparentes no manejo de dados.

Apesar dos desafios prementes, as oportunidades para inovação e aprimoramento são extensas. É de suma importância encontrar caminhos para que o avanço tecnológico não ultrapasse os valores humanos fundamentais. Destacamos que a busca incessante por soluções éticas e transparentes requer a participação ativa de pesquisadores, legisladores, empresas e, fundamentalmente, da sociedade em geral.

A reflexão proposta pelos autores enfatiza a importância da busca por novas abordagens diante da digitalização da vida, sendo o diálogo contínuo, a pedra angular para assegurar que a era digital seja uma força propulsora para o progresso responsável.

Em última análise, uma vez que a digitalização da vida humana é um fenômeno incontestável, ressaltamos que o desafio reside na constante observação dos fenômenos digitais, de forma a se forjar um caminho que promova a prosperidade, a inclusão e a preservação dos princípios éticos fundamentais para a humanidade.

Referências

- BBC. Dos pés à cabeça, os problemas de saúde que a tecnologia pode causar de 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-46559922>>. Acesso em 06/01/2024.
- BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1998.
- CESARINO, Leticia. O Mundo do Averso – Verdade e Política na Era Digital. 1ª edição. São Paulo: Ubu Editora, 2022.
- COHN, Gabriel. “O meio é a mensagem: análise de McLuhan”. In: Comunicação e indústria cultural. São Paulo: Companhia Editora Nacional; pág. 363-371; 1987. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3363408/mod_resource/content/2/Meio_Mensagem_GCohn.docx>. Acesso em 29/07/2023.
- COMSCORE. Tendências de Social Media 2023. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2023/03/Tendencias-de-Social-Media-2023-1.pdf>. Acesso em: 10/11/2023.
- DELEUZE, Gilles. Pourparlers. Paris: Les Éditions de Minuit, 1990.
- EL PAÍS. Byung-Chul Han: “O celular é um instrumento de dominação. Age como um rosário”. 2021.

- Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/cultura/2021-10-09/byung-chul-han-o-celular-e-um-instrumento-de-dominacao-age-como-um-rosario.html>>. Acesso em 06/01/2024.
- EVANGELISTA, R.; BRUNO, F. “WhatsApp and political instability in Brazil: targeted messages and political radicalization”. *Internet Policy Review*, v. 8, n. 4, 2019. Disponível em: <<https://policyreview.info/articles/analysis/whatsapp-and-political-instability-brazil-targeted-messages-and-political>>. Acesso em 21/07/2023.
- FARIAS, Michele. Rico Melquíades faz cirurgias no rosto e desabafa: 'Não aguentava mais ser chamado de feio. G1 Alagoas. Disponível em <<https://g1.globo.com/al/alagoas/noticia/2023/10/18/rico-melquiades-faz-cirurgias-no-rosto-e-desabafa-nao-aguentava-mais-ser-chamado-de-feio.ghtml>>.. Última visita, 29 jan 2024.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: Nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- _____. *O governo de si e dos outros*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- _____. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal, 2000.
- GLOBAL MIND PROJECT 2022. *The Mental State of the World in 2022 Repport for Lab Sapien*. Disponível em: <https://mentalstateoftheworld.report/>. Acesso em: 10/11/2023.
- G,Xehli. Disponível em: https://www.instagram.com/reel/Crw_7pPJNo/?utm_source=ig_web_copy_link , 2023. Última visita 29 jan 2024.
- HAN, Byung-Chul. *No Enxame: Perspectivas do Digital*. Tradução de Lucas Machado. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018a.
- HJARVARD, Stig. *A midiatização da cultura e da sociedade*. 1ª edição. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2014.
- INSTAGRAM. *Página About*. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br>. Acesso em: 10/11/2023.
- LAW, John. *Teoria ator-rede e semiótica material*. in ALZAMORA, Geane et al Orgs. *Debates contemporâneos collection*. Edição Kindle, 2021. p. 437-825.
- LEÃO, Lucia. *O labirinto da hipermídia. Arquitetura e navegação no ciberespaço*. São Paulo: Iluminuras, 1999.
- MELLO, Patrícia Campos. *A máquina do ódio – notas de uma repórter sobre fake news e violência digital*. 1ª edição. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2020.
- OMS. *Informe mundial sobre salud mental: transformar la salud mental para todos. Panorama general [World mental health report: transforming mental health for all. Executive summary]*. Ginebra: Organización Mundial de la Salud; 2022. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO
- PAIVA, Fernando. *Panorama Mobile Time/ Opinion Box – Mensageria no Brasil – Janeiro de 2023*. Mobile Time, 30/01/2023. Disponível em: <<https://www.mobiletime.com.br/pesquisas/mensageria-no-brasil-fevereiro-de-2023/>>. Acesso em 13/07/2023.
- PAULA, Claudio; ARAUJO, Eliane; SARAIVA, Priscila. “Comunicação, Informação e Imaginário no processo eleitoral brasileiro: o ‘Messias’ Bolsonaro e o mito do rei pela graça de Deus”. *Prisma*, n. 41, p. 100-122, 2020. Disponível em: <<http://aleph.letras.up.pt/index.php/prismacom/article/view/6442>>. Acesso em 31/08/2023.
- RESENDE, Gustavo et al. “(Mis)Information Dissemination in WhatsApp: Gathering, Analyzing and Countermeasures”. In: *WWW’19: The World Wide Web Conference*, São Francisco (EUA), Anais, p. 818-828. Disponível em: <<https://doi.org/10.1145/3308558.3313688>>. Acesso em 22/07/2023.

SANTOS, João Guilherme et al. “WhatsApp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018”. *Comunicação & Sociedade*, v. 41, n. 2, p. 307-334, 2019. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/9410/6962>>.

Acesso em 19/08/2023.

SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. *História da Beleza no Brasil*. São Paulo: ed.

Contexto, 2014.

SANTAELLA, Lucia. *Linguagens Líquidas da era da modernidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

_____; NOTH. Representações da alteridade nas mídias. *Líbero – São Paulo*, v. 12, n. 24, p. 33-40, dez. 2009.

_____. *Neo-humano: a sétima revolução cognitiva do Sapiens*. São Paulo: Paulus, 2022.

SIBILIA, Paula.; GALINDO, Manuela. Correndo para não perder nada: Temporalidade ansiosa e a frustração do (i)limitado. 2021. *Civitas: Revista De Ciências Sociais*, 21(2), 203–213. 2021.

<https://doi.org/10.15448/1984-7289.2021.2.39950>

TILT UOL. Perdido com o Facebook Papers? Entenda as denúncias contra a rede social. 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2021/11/10/facebook-papers-as-principais-polemicas-envolvendo-a-empresa-de-zuckerberg.htm>>. Acesso em: 21/11/2023.

WOLF, Naomi. *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Tradução de Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

ZUBOFF, Shoshana. *The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. London: Profile Books, 2019.