

¿A qué te dedicas? A representação de si por influencers do Instagram que ensinam espanhol e a renormalização da atividade de professor/a ¹

Claudia PACHECO ²

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

RESUMO

Neste artigo, buscamos compreender a representação sobre si construída por sujeitos que se apresentam, no Instagram, como professores/as de espanhol, embora não declarem possuir formação específica para exercer tal atividade. Partimos da hipótese de que a representação de si desses indivíduos é composta por uma tipificação mista que conjuga o papel de “professor/a” a atributos esperados de um/a *influencer*/trabalhador de plataforma, produzindo um *ethos* de sujeito profissional híbrido “professor/*influencer*”. Analisamos algumas das regularidades de sequências discursivas coletadas em perfis do Instagram apoiando-nos nas noções de diferença (SAUSSURE, 2002; BAKHTIN, 2016; HALL, 2016) e de representação (HALL, 2016), para, em seguida, abordá-las à luz do que FIGARO (2008, p. 9) define como renormalização no âmbito da atividade laboral.

PALAVRAS-CHAVE: ensino de espanhol; mídias digitais; renormalização do trabalho.

INTRODUÇÃO

O interesse pela aprendizagem de uma língua estrangeira em um país tende a apresentar maior intensidade em momentos em que acontecimentos político-sociais colocam em evidência a importância do domínio desse idioma. Esse mesmo fenômeno se observa no Brasil em relação à língua espanhola como língua estrangeira em vários momentos de nossa história, em especial a partir de 1991, com a assinatura do Tratado de Assunção e a consequente criação do Mercosul. A intensificação das relações econômicas entre os países-membros renovou também o interesse pela aprendizagem do espanhol por brasileiros por várias razões, especialmente pelas oportunidades profissionais e

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa - Comunicação e Trabalho, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do curso de graduação de Relações Internacionais da Escola Superior de Propaganda e Marketing. Doutoranda no programa de Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), email: claudia.pacheco@espm.br.

comerciais que o domínio desse idioma proporcionaria no mercado de trabalho latino-americano.

Na atualidade, temos uma conjuntura - com o início do terceiro governo de Luís Inácio Lula da Silva no Brasil - em que o presidente procura, como atestam seus discursos de vitória e da cerimônia de diplomação, retomar os esforços para uma maior integração Sul-Sul e para fazer do país uma liderança regional na América do Sul, bem como dar continuidade às tratativas relativas ao acordo comercial entre Mercosul e União Europeia.³ Pode-se supor que tal conjuntura político-econômica tende a intensificar novamente a busca pelo domínio do idioma por brasileiros.

Mesmo antes da eleição de Luís Inácio Lula da Silva em 2022, durante o governo de Jair Bolsonaro, o grande interesse pelo idioma hispânico em nosso país seguia robusto, como atestam dados do relatório “El español: Una lengua viva – Informe 2022”, do Instituto Cervantes⁴, no qual o Brasil aparece como o segundo país com maior número de estudantes de espanhol no mundo - 5.234.160 -, atrás apenas dos Estados Unidos, que tem 8.077.923 de aprendizes do idioma. Esses dados coletados pelo governo espanhol contemplam o ensino formal, ou seja, o ensino do idioma no ensino fundamental, médio (técnico ou não), superior e cursos livres do Instituto Cervantes, em seus centros ou por sua plataforma de ensino a distância, a AVE.

Paralelamente à oferta de ensino formal do idioma em nosso país, em uma abordagem exploratória inicial, observamos um fenômeno relativo ao ensino/aprendizagem de espanhol por brasileiros em mídias sociais, principalmente no Instagram, em que pessoas se apresentam como professores/as de espanhol, embora não se encontre, na bio e nos destaques de seus perfis, quaisquer referências a formação para exercer tal atividade.

Em nossa pesquisa de doutorado que acabamos de iniciar, propomo-nos entender melhor tal fenômeno, focando-nos no discurso sobre a aprendizagem da língua espanhola no Brasil em perfis do Instagram de sujeitos que ensinam espanhol para brasileiros. Neste

³ MILANI, C.; IVES, D. (2023). Disponível em: <https://cebri-revista.emnuvens.com.br/revista/article/view/106>. Acesso em: 12 jun. 2023.

⁴ O Instituto Cervantes é “la institución pública creada por España en 1991 para la promoción y la enseñanza de la lengua española y de las lenguas cooficiales y para la difusión de la cultura española e hispano-americana”. Disponível em: < <https://exámenes.cervantes.es/es/acerca-de/quienes-somos>>.

artigo, buscamos compreender a representação sobre si construída por tais indivíduos e os mecanismos de coesão interna desse *ethos* que conjuga o exercício da atividade de professor/a de espanhol e a ausência de formação específica profissional para tal.

Nossa hipótese é de que a representação de si desses sujeitos é composta por uma tipificação mista que conjuga “o que sabemos” em nossa cultura sobre o papel de “professor/a” a atributos esperados da personalidade de um/a *influencer*/trabalhador de plataforma, produzindo um *ethos* de um sujeito profissional híbrido “professor/*influencer*”.

Para analisar as regularidades das sequências discursivas coletadas, apoiamo-nos nos desenvolvimentos a respeito das noções de diferença (SAUSSURE, 2002; BAKHTIN, 2016; HALL, 2016) e de representação (HALL, 2016). Buscamos, em seguida, entender a tendência detectada de um *ethos*⁵ de sujeito profissional híbrido “professor/*influencer*” por meio do que Figaro (2008, p. 9) define como abordagem ergológica, pois nos permite tratar o trabalho à luz da dialética entre os saberes normalizados e o inédito da atividade.

LINGUAGEM, FORMAÇÃO DE SENTIDO E CULTURA

Um dos pontos de vista teóricos em que nos apoiaremos para este trabalho é o debate que Hall (2016, p. 419-445) promove sobre a diferença e o outro no âmbito dos estudos culturais. Dentre os níveis de análise que o autor propõe, consideraremos três: linguístico, social e cultural.

No nível linguístico, abordado pelo autor a partir das ideias de Saussure (2002), a diferença é tida como essencial para a significação, já que esta se dá no jogo relacional dos signos. Um signo é o que os outros não são dentro do sistema linguístico. Embora o estudo das oposições binárias sejam produtivas e tenham seu valor nos estudos culturais, já que permitem capturar a diversidade do mundo dentro de extremos, o pesquisador jamaicano não deixa de ponderar que o espectro da significação é mais amplo do que a categorização dual.

Já no nível linguístico/social, Hall (id.ibid.) dialoga com Bakhtin (2006), quem vê a diferença na linguagem em termos do diálogo com o “Outro”, entendido como um ou mais interlocutores. Assim, a linguagem não seria um sistema objetivo – como concebia

⁵ Baseamo-nos aqui na noção proposta por MAINGUENEAU, 2008.

Saussure -, mas um sistema ideológico em que a significação se constrói na interlocução. Tudo o que dizemos e queremos dizer se modifica pela interação e pelo interjogo com outra(s) pessoa(s), em uma dinâmica constante de negociação ideológica, a qual se materializa no signo linguístico.

Dessa maneira, a linguagem é o suporte em que a ideologia se materializa, atravessando-nos como indivíduos e produzindo o que o autor denomina de consciência. Esta, no entanto, não é tida como a fonte absoluta de nosso dizer, mas é atravessada pelas significações consagradas nas altas esferas ideológicas. Como fenômeno social que é, a ideologia é constituída por determinações do conjunto de leis sociais e econômicas, ou seja, é “uma superestrutura situada imediatamente acima da base econômica” (BAKHTIN, 2006, p. 34).

O terceiro nível em que consideraremos a “diferença” e o “Outro”, apoiando-nos em Hall (id.ibid.), é o antropológico. Nesta perspectiva, a classificação das coisas e a atribuição de diferentes posições a elas dentro de um sistema classificatório explica como a cultura atribui significação. O autor cita as ideias de Mary Douglas (1966 apud HALL, 2016, p. 421) para tratar da diferenciação como base da ordem simbólica que chamamos cultura:

“Mary Douglas (1966) [...] argumenta que los grupos sociales imponen significado a su mundo ordenando y organizando las cosas en sistemas clasificatorios. Las oposiciones binarias son cruciales para toda clasificación porque uno debe establecer una diferencia clara entre las cosas para clasificarlas.” (HALL, 2016, p. 421).

Hall (2016, p. 429) reflete sobre como a tipificação funciona produzindo representações, apoiando-se para isso nas ideias de Richard Dyer (1977), quem afirma que, sem o uso de tipos, seria muito difícil que o mundo tivesse sentido. Compreendemos o mundo ao relacionarmos objetos, pessoas ou eventos individuais com os esquemas gerais de classificação em que se encaixam, de acordo com nossa cultura. Temos um conceito geral ou categoria em nossa cabeça sobre as coisas do mundo, no qual acomodamos os objetos particulares que encontramos. Entendemos o particular em termos de seu tipo. Logo, formamos uma imagem sobre indivíduos particulares encaixando-os em uma taxonomia de papéis que esse indivíduo executa - pai, criança, trabalhador, amante, chefe, etc.

Esse processo de ordenação e categorizações, portanto, leva-nos a uma das principais instâncias que participam da produção e circulação de valores simbólicos que

regem as significações de uma cultura: a representação. Para Hall (2016, p. 208), “hombres y mujeres utilizan una variedad de sistemas de representación para experimentar, interpretar y “dar sentido a” las condiciones de su existencia”.

Partindo da noção althusseriana de ideologias como sistemas de representação materializados práticas sociais, Hall chama a atenção para a pluralidade de sistemas de representação que operam em uma formação social para produzir ideologias – estas funcionam por meio de cadeias discursivas, em campos semânticos, em formações discursivas. Assim, ao entrar em um campo ideológico – ou seja, em um campo simbólico de um grupo social –, o indivíduo “escoge cualquier representación o idea e inmediatamente activa toda una cadena de asociaciones conotativas. Las representaciones ideológicas se connotan —se convocan— unas a otras” (id.ibid.).

Para o teórico jamaicano, a significação, em qualquer sociedade desenvolvida moderna, ocorre por meio de um complexo jogo entre diferentes discursos e diferentes formações ideológicas. Assim, uma variedade de diferentes sistemas ou lógicas ideológicas estão em ação em qualquer formação social. A ideologia, portanto, não está constituída por um campo de cadeias discursivas mutuamente excludentes, que se sustentam internamente. Ao contrário: desafiam-se umas às outras, frequentemente utilizando um repertório comum e compartilhado de conceitos, rearticulando-os e desarticulando-os dentro de diferentes sistemas de diferença ou equivalência.

METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS DE COLETA

Com base em dispositivos metodológicos dos Estudos Culturais, faremos uma análise preliminar da etapa de produção do texto em foco, buscando identificar tendências na representação sobre si que esses sujeitos constroem.

Para a coleta de dados, fizemos uma pesquisa exploratória em perfis do Instagram a partir da #espanholparabrasileiros, em 20/05/2023. Dentre os resultados encontrados - seis perfis classificados como de “maior relevância” pelo Instagram -, selecionamos os perfis de indivíduos, descartando os de escolas ou aplicativos de ensino de línguas. Em seguida, na referida data, fizemos outra busca com a mesma #, agora via celular, cujos resultados encontrados foram maiores: repetiram-se os 6 perfis da busca pelo computador e outros 16 novos surgiram, sob a classificação de “mais relevantes” pela plataforma. Nesse universo, selecionamos outros 4 perfis (com os mesmos critérios definidos na 1ª busca) para compor o *corpus* desta observação sistemática.

Em seguida, procedemos à coleta de sequências discursivas em que esses sujeitos apresentassem informações sobre si mesmos na bio e nos destaques, com o intuito de identificar regularidades, focando em: i. que informações sobre si divulgam; ii. como esses elementos operam a construção de uma imagem sobre esses sujeitos e em que narrativas primeiras tal visão se ancora.

DADOS DA PESQUISA EXPLORATÓRIA

Quadro 1 – Apresentação dos perfis

Perfil	Seguidores	País de origem	País de residência	Idiomas utilizados (bio e destaques)	Auto-identificação	Outras informações relevantes
6 perfis encontrados no Instagram - na pesquisa via computador:						
1. spanishlessonwithus	100 mil	Espanha	Espanha	Espanhol e Inglês	Professoras	É o perfil de duas professoras espanholas. Uma delas já morou na Argentina.
2. flora_tutora	14,9 mil	Colômbia	Colômbia	Espanhol e Inglês	Professora e guia turística	Tem também canal no Youtube, TikTok
3. espanholcomvoce	67,8 mil	N/I ⁶	N/I	Espanhol e Português	Professora nativa	Tem um site próprio
4. spanish_to_the_moon	101 mil	Espanha	Espanha	Espanhol	Professor de espanhol	Tem também canal no Youtube
5. pilardelespanol	10,4 mil	Chile	Brasil	Português e Espanhol	Professora de espanhol	Veio para o Brasil com 5 anos. Tem canal no Youtube e site próprio
6. analexicanabr	20,1 mil	México	Brasil	Espanhol	Professora de espanhol	Tem um podcast no Spotify, um canal no Youtube, perfil no Italki, perfil no Patreon (plataforma financiamento coletivo)
4 perfis selecionados da segunda busca, via celular:						
7. learnspanishwithblanca	62,3 mil	Espanha	Espanha/Reino Unido	Inglês/Espanhol	Professora de espanhol	Fez Filologia na Universidad Complutense de Madrid, Mestre em Filosofia pela University of Cambridge e candidata a doutorado na University College of London

⁶ Não identificado.

8. espanolconcalidad	10,2 mil	Brasil	Irlanda	Inglês, Espanhol e Português	Professora de espanhol	Formada em Letras e tem Mestrado em Estudos Linguísticos. Tem canal no Youtube e no Telegram e site próprio.
9. aldrina.candido	516	Brasil	N/I	Português e Espanhol	Ajuda profissionais de #saúde a se comunicarem em #espanhol.	Habilitada pelo CCAA e proficiência em espanhol pela Universidad Nacional de Rosario. Tem um site próprio e podcast no Spotify.
10. vocefalandoespanhol	79,4 mil	Brasil	Itália	Português e espanhol	N/I.	Aprendeu espanhol morando com um argentino e um uruguaio, quando foi jogar futebol profissionalmente na Itália. Tem um canal no Youtube e um site próprio.

ANÁLISE PRELIMINAR DOS DADOS

Embora tenhamos utilizado a #espanholparabrasileiros, metade dos perfis do nosso *corpus* parece não estar especificamente pensado para lusofalantes, pois não há informações em português⁷.

A maioria (8) tem perfis em outras plataformas, mas o impacto maior está no Instagram (maior número de seguidores nesta plataforma). Dentre os 10 sujeitos analisados, 5 não residem em seu país de origem e utilizam a plataforma para divulgar seus serviços como professores de espanhol. A maioria (7) não menciona nenhuma formação específica⁸ para ensinar a língua, dos quais 5 são falantes nativos de espanhol. Apenas duas pessoas mencionam formação universitárias e uma menciona formação em um curso livre de espanhol e declara ter sido aprovada em um exame de proficiência.

Quanto à denominação que utilizam para se definir, os/as proprietários/as dos perfis se definem como “professoras” (2) , “professora nativa” (1), “professor/a de espanhol” (5); há os que não se autodefinem como professor/a ou os que acrescentam a essa designação alguma outra (2): “ajudo profissionais de #saúde a se comunicarem em #espanhol”; “guia turística”.

⁷ Por essa razão, as tendências que vamos identificar nesta análise preliminar podem ser válidas para perfis de sujeitos que ensinam espanhol não só para brasileiros, mas também para aprendizes que falem outros idiomas como língua materna.

⁸ Consideramos formação específica ter, ao menos, graduação em Letras ou Filologia.

Podemos dizer que há alguns eixos temáticos recorrentes na maioria dos perfis no que tange à autodefinição: a. classificar a si mesmo como “professor/a”; b. ausência de formação específica desses sujeitos; c. mobilidade (física) fazer parte da vida desses indivíduos; d. possuir perfis em diversas plataformas.

Vejam os tais elementos se articulam e produzem representações sobre esses sujeitos. Começamos com uma análise preliminar das palavras “professor/a”, explorando a diferença no nível linguístico e cultural. Os valores potenciais desses vocábulos⁹, a nível sistêmico, giram em torno de: aquele que ensina; quem ministra disciplinas em instituições educacionais; quem tem formação para ensinar; quem sabe muito sobre um assunto. Ao classificar-se como “professor/a”, o discurso sobre si de tais indivíduos ativa o que Hall (2016, p. 208) chama de cadeia de associações conotativas, ancorando a representação de si a um conceito geral dos valores semânticos que esse papel/tipo evoca em nossa cultura.

No entanto, no discurso que é nosso objeto, esse tipo social é desestabilizado por outros discursos que falam nessas enunciações e lhes impõem restrições. Se considerarmos o nível linguístico/social, é possível notar a dinâmica constante de negociação ideológica (HALL, 2016, p. 419-445) que entra em jogo em tais enunciações, já que “ser professor/a” parece deixar em segundo plano os traços semânticos relativos a “quem ministra disciplinas em instituições educacionais” e, principalmente, “quem tem formação para ensinar”. Dentre as acepções possíveis para esses vocábulos, as que parecem se sobressair na construção do *ethos* são as relacionadas a “aquele que ensina”, ou “quem o faz porque domina o assunto”, já que, nesse contexto, não há incompatibilidade em nomear-se como “professor/a” apesar da ausência de instrução formal.

Ademais desses valores, outros traços, vinculados à exposição de suas trajetórias de vida em plataformas digitais, parecem compor a representação desses sujeitos, tais como ser falante nativo da língua ensinada – muitos deles, vivendo em outros países –, o que lhes dá o status de “gringo”; ter vivido em países hispanofalantes; possuir perfis em

⁹ Acepções da palavra professor no dicionário Aurélio: Aquele que ensina, que passa o conhecimento que possui acerca de um determinado assunto; docente. Quem ministra disciplinas, matérias, numa escola ou universidade; adoro meu professor de geografia. Aquele cuja especialização ou formação acadêmica é ensinar; mestre. [Figurado] Quem sabe muito sobre um assunto ou coisa; perito. [Religião] Quem professa uma crença ou religião. Adjetivo Que possui título de professor ou se especializou na área do ensino. Etimologia (origem da palavra *professor*). A palavra professor deriva do latim "professor, oris", que significa quem ensina. Disponível em : <https://www.dicio.com.br/professor/>. Acesso em 16 jun. 2023.

diversas plataformas. A que outros discursos esses elementos divergentes remetem? Por um lado, a figura do *digital influencer*¹⁰ parece falar na representação desses sujeitos, já que esses usuários passam a ser “parceiros” de desenvolvimento de conteúdo para as plataformas, cuja capacidade de criação e conteúdo “é sistematicamente capturada pelo mercado, que incentiva como nunca essas forças de produtividade e inovação enquanto, ao mesmo tempo, não pára de tratá-las como mercadorias (SIBILIA, 2008, p. 10 apud AZZARI & MAYER, 2022, p. 4).

Por outro lado, elementos da figura do trabalhador de plataforma também parecem compor a construção da representação de tais sujeitos, dentre as quais, um tipo de relação com plataformas digitais que, embora seja de natureza laboral, caracteriza-se pela ausência de vínculo empregatício – da qual decorre a inobservância de direitos trabalhistas, tais como limitação de jornada de trabalho – e pelo exercício da profissão de professor de forma alheia à regulamentação a que estão submetidos os profissionais da educação em qualquer país.

A representação desses sujeitos híbridos, portanto, parece estar integrada por traços do que sabemos em nossa cultura sobre três tipos sociais: o/a “professor/a”, o/a *digital influencer* e o trabalhador/a de plataforma.

O *ethos* do professor/*influencer* evidencia a interface comunicação/trabalho que perpassa as relações sociais na contemporaneidade. Atentar para o estudo da comunicação no mundo do trabalho nos permite, como afirma Roseli Figaro (2008, p. 14), “a análise da relação do sujeito com sua atividade e com o cosmo social que é o lugar de trabalho” (id. *ibid.*). Este contexto de intersecção entre comunicação e trabalho, segue a autora, é a “a mola central do capitalismo financeiro plataformizado” (id., 2022, p. 77).

Ainda apoiando-nos em Figaro (id., p. 14), podemos supor que o trabalho do corpo-si “professor/*influencer*” parece evidenciar o jogo dialético entre tradição e o novo que a autora considera característico da atividade do trabalho de maneira geral. Para a pesquisadora, “a dialética entre os saberes normalizados e o inédito da atividade é capaz de renormalizar a norma antecedente e com isso torna possível trabalhar” (id. *ibid.*, p. 9-10), resultando, no caso a que nos dedicamos, no deslocamento do que é ser professor em nossa cultura.

¹⁰ Embora haja outros traços que conectam esses sujeitos à figura de *digital influencer*, em função das limitações de espaço do gênero textual artigo acadêmico, iremos nos limitar a apontar apenas alguns aspectos.

Tal embate entre o estabelecido e novo demanda dos “professores de Instagram” saberes de diversas ordens, dentre os quais os da ordem da tecnicidade relativos às mídias sociais, os quais derivam em “práticas produtoras de inovações discursivas, dos modos de percepção social” (LOPES, 2018, p. 57-58). Manejar e gerir um ecossistema variado de plataformas e ferramentas informáticas é tão ou mais relevante que os conhecimentos específicos sobre a língua espanhola e sobre seu processo de ensino/aprendizagem.

Além desses conhecimentos, os indivíduos também precisam estar imbuídos de uma maneira de perceber o mundo e a si mesmos, de uma “racionalidade”. A nosso ver, o que Dardot e Laval (2017) definem como racionalidade neoliberal se faz notar na atuação e no *ethos* dos professores de Instagram. Uma das lógicas que atravessa a fala desses indivíduos é a do sujeito empresarial (id. *ibid.*, p. 350): o homem deixa de ser um homem para se reduzir a um sujeito “ativo” que deve participar inteiramente, engajar-se plenamente, entregar-se por completo à sua vida profissional. O “eu” não possui outras dimensões que não a profissional: no lazer, nos relacionamentos amorosos, na vida em família, nos temas pelos quais se interessa e o levam a estudar, o fio condutor é o ser profissional. A “onipresença” dos indivíduos que são nosso objeto de estudo em diversas plataformas deixa patente o esforço, o trabalho que não cessa e invade os mais variados âmbitos de suas vidas. Para muitos, abrir a sua vida privada é uma forma de suprir a necessidade constante de criar conteúdo e de se manter interagindo com seus seguidores, resultando na não separação da vida privada e da vida profissional.

Outro ponto de convergência com tal racionalidade (id. *ibid.*, p. 147-155) é a ideia de que o sucesso – visto exclusivamente como sucesso profissional e financeiro - depende unicamente da vontade e dos esforços do indivíduo. Assim, o indivíduo se encarrega do interminável processo de valorização do eu, pelo qual ele é inteiramente responsável – em contraposição a um Estado que interfere nas decisões individuais. Além disso, “todo indivíduo tem algo de empreendedorístico dentro dele”, e é característica da economia de mercado liberar e estimular esse empreendedorismo humano. A partir dessa lógica, os *influencers*/professores assemelham-se a outros trabalhadores de plataforma, como os da empresa Uber, a qual exorta, em seu site, as vantagens de trabalhar para si mesmo, de não ter chefe ou horários definidos por outrem e o poder de decisão do motorista de definir quanto quer ganhar, já que “é você quem está no comando”¹¹.

¹¹ Disponível em: <https://www.uber.com/br/pt-br/s/e/join/>. Acesso em: 17 jun. 2023.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Propusemo-nos, neste artigo, fazer uma observação sistemática exploratória de algumas regularidades presentes na representação sobre si mesmos construída por influencers do Instagram que ensinam espanhol para brasileiros. Tal incursão nos permitiu levantar algumas tendências de significação que constituem esses discursos, bem como interrogá-las a respeito das lógicas em que elas se inscrevem.

Nossa hipótese de que a maneira como esses sujeitos retratam a si mesmos é composta por uma tipificação mista parece se confirmar, pois encontramos elementos de diversas ordens se entrecruzando na maneira como são representados nessa plataforma. Dentre as tipificações que compõem essa “persona”, está a do professor/a – tido como quem tem a habilidade de ensinar uma língua que domina, a língua espanhola –, a do *digital influencer* – a engrenagem que movimenta o modelo de negócio das plataformas gerando conteúdo para o consumo de seus seguidores – e a do trabalhador de plataforma, quem exerce uma atividade laboral de forma alheia a vínculos empregatícios formais e a regulações específicas da atividade docente.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. Estudo das ideologias e filosofia da linguagem. In: _____ **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2006.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**. Ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2017.

FIGARO, R. Atividade de comunicação e de trabalho. **Trabalho, Educação e Saúde**, v. 6, n. 1, p. 107-146, mar. 2008.

HALL, S. El espectáculo del “Otro”. In: HALL, Stuart. **Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales**. Popayán (Colombia), Envion Editores. 2016. p. 419-445.

_____. Significación, representación, ideología: Althusser y los debates postestructuralistas. ”. In: HALL, Stuart. **Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales**. Popayán (Colombia), Envion Editores. 2016. p. 193-220.

LOPES, M. I. V. A teoria barberiana da comunicação. **Matrizes**. v. 12, n. 1, p. 39-63, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/145750>

MAINGUENEAU, D. A propósito do *ethos*. Tradução de Luciana Salgado. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Org.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008, p. 11-29.

MILANI, C.; IVES, D. A política externa brasileira a partir de 2023: a necessidade de uma frente ampla nacional, regional e internacional. **CEBRI-Revista: Brazilian Journal of International Affairs**, [S. l.], n. 5, p. 127–146, 2023. Disponível em: <https://cebri-revista.emnuvens.com.br/revista/article/view/106>. Acesso em: 12 jun. 2023.

NONATO, C.; FIGARO, R.; GROHMANN, R.; LELLO, T. V. Comunicação e Trabalho no Contexto de Plataformização e da Desinformação: Um diálogo com pesquisadores. In: PRATA, Nair et al. (org.). **Comunicação e ciência: reflexões sobre a desinformação**. 1ed. São Paulo: Intercom, 2022, v. 1, p. 51-78.

SAUSSURE, F. **Curso de linguística general**. Madrid: Akal, 2002.

CRUZ, H. M. O show do Eu: a intimidade como espetáculo - Paula Sibilia. **Nova perspect. sist.**, São Paulo, v. 26, n. 57, p. 125-127, abr. 2017. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010478412017000100011&lng=pt&nrm=iso. Acesso em 15 ago. 2023.

INSTITUTO CERVANTES. [Site institucional]. Disponível em: <https://exámenes.cervantes.es/es/acerca-de/quienes-somos>. Acesso em: 15 jul. 2023.

INSTITUTO CERVANTES. **El español: Una lengua viva – Informe 2022**: Espanha. Disponível em: https://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_lengua_viva/pdf/espanol_lengua_viva_2022.pdf. Acesso em: 15 jul. 2023.