

A cena digital em tempos de transformação da vida em trabalho¹

Bruna BELEM²

Jader Lúcio da SILVA JR³

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

Partimos da hipótese de que as imagens produzidas no Brasil demonstram a capacidade das produções midiáticas de construir significados para o cenário digital-nacional. A reflexão sobre as práticas de influenciadores digitais e a transformação da vida destes em trabalho compõem o objetivo deste artigo, ampliando as teorias sobre profissão e “homem cordial” (Holanda, 1995). A metodologia envolve a revisão bibliográfica de textos focados na interação entre imagem, cultura e política no Brasil. Contudo, a conclusão nos direciona a crer que é fundamental promover uma educação midiática para compreender a cena digital como reflexo do contexto social e político deste país.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia; Cultura; Desinformação; Política; Influenciadores digitais.

CORPO DO TEXTO

Diante de uma cultura visual, onde todos tornaram-se potenciais produtores de imagens e podem compartilhar uma variedade de conteúdos de forma instantânea nas redes sociais, a busca pelo engajamento, ou seja, por “interações frequentes que intensificam as conexões emocionais, psicológicas ou físicas entre o consumidor e a marca” (Toaldo & Rodrigues, 2015, p. 5) tornou-se uma realidade incontornável. No entanto, nesta perspectiva “a noção de engajamento tem o sentido político esvaziado” (Grohmann, 2017, p. 11), já que o modelo de negócio do atual capitalismo de

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Trabalho, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano/ UFF. Pesquisadora Bolsista CAPES no PPGMC/ UFF; integrante do Grupo de Pesquisa Multis -Estudos e Experimentações do Audiovisual e Multimídia/ UFF e do Grupo de Extensão LIEX - Laboratório de Imagens Expandidas/ UFF. Contato: belembruna@id.uff.br

³ Professor de Comunicação Social – UFF. Doutorando e Mestre em Mídia e Cotidiano – PPGMC/UFF. Especialista em Pedagogia. Pesquisador Bolsista CAPES no PPGMC/UFF; integrante do Grupo de Pesquisa educ@mídias.com: dgp.cnpq.br/dgp/espelnhogrupo/2059206105821797. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5961-614X>. Contato: jaderljr@gmail.com

vigilância⁴, possui também a característica de exploração do trabalho como fonte de acumulação do capital.

A dinâmica contemporânea, permeada pela busca por interação e reconhecimento, contrasta com um episódio histórico notável. Ao descrever o julgamento do revolucionário Auguste Blanqui em 1832, Jacques Rancière (1996, p. 49) oferece uma interessante perspectiva sobre a luta pelos direitos dos trabalhadores na sociedade da época e sobre o significado da palavra "profissão," destacando uma tensão entre a política e a polícia.

Enquanto o presidente do tribunal entendia que a palavra "profissão" representava apenas um ofício convencional, ao declarar "proletário" como sua profissão, Blanqui não apenas respondia ao tribunal, mas como um ato de resistência política representava a condição de milhares de trabalhadores que, embora fossem a força de trabalho da sociedade, eram privados de seus direitos políticos. O fato de o presidente do tribunal permitir que "proletário" fosse registrado como uma nova profissão representa uma pequena vitória na busca por igualdade e justiça social.

Da mesma forma que o uso do termo "proletário" desafiou a definição convencional de profissão e representou uma resistência política diante da falta de regulamentação dos direitos dos trabalhadores, os novos profissionais liberais, como os influenciadores digitais, enfrentam uma falta de regulamentação de sua atividade profissional e a natureza descentralizada da internet contribui para essa situação. Frequentemente, os influenciadores digitais produzem conteúdos não tanto com o intuito de promover a consciência política ou influenciar eleições (embora isso também ocorra), mas sim visando sua própria subsistência, ou seja, em busca de monetizar suas ações.

Com o surgimento das redes sociais, a promoção das ideias de democratização da informação e direito à liberdade de expressão ganharam força e contribuíram para segregar a sociedade em bolhas ideológicas e, conseqüentemente, para um processo de "fascismo à brasileira" (Almeida, Feix, 2022, p. 131). Ao propagar a ideia de que

⁴ Capitalismo de vigilância é um modelo econômico que se baseia na extração e análise de dados dos usuários para criar produtos e serviços personalizados e direcionados a eles, visando a maximização dos lucros das empresas de tecnologia. O termo foi criado pela professora Shoshana Zuboff em seu livro "A Era do Capitalismo de Vigilância: A Luta por um Futuro Humano na Nova Fronteira do Poder". Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

qualquer indivíduo pode se tornar um influenciador digital e compartilhar sua perspectiva, as plataformas digitais supostamente ampliam e diversificam as vozes na esfera pública- digital. No entanto, os algoritmos de recomendação de conteúdo em plataformas frequentemente privilegiam conteúdo sensacionalista, contribuindo para a polarização e criando um ambiente propício à ascensão de ideologias⁵ extremistas, reforçando bolhas com desinformação e disseminação de informações falsas (fake news), o que mina a ideia de democratização da informação através da internet.

Segundo Sodré (2006, p. 29), o contexto digital onde os "fluxos informativos se entrelaçam, reorganizam e até mesmo criam rotinas inseridas no espaço-tempo da existência" vem sendo chamado por muitos pesquisadores de "mídiatização". Nesse contexto digital, as plataformas digitais nos convocam a pensar sobre como o campo da comunicação e da desinformação vem se constituindo por influenciadores digitais, que desempenham o papel de "produtores ativos de cultura" (Poell, Nieborg, Van Dijck, 2020, p. 3).

Desde o surgimento das plataformas digitais, a sociedade tem experienciado uma contínua transformação na maneira como compreende a política e a história. A intensidade do uso das redes sociais e o modo como vem sendo utilizada pelos seus usuários nos convoca a pensar como o campo da comunicação vem contribuindo para a polarização e para o engajamento no sentido político. Mas, apesar do fenômeno do uso das plataformas digitais abraçar e envolver vários setores do saber, o ponto de partida da busca pela atenção do usuário reside no impacto que a imagem digital publicada provocano espectador. Nesse contexto, a relação entre imagem e política exige uma observação atenta por tratar-se de uma relação complexa em meio às milhares de imagens que circulam ininterruptamente todos os dias pelas plataformas digitais.

Tendo em vista que a imagem desempenha um papel fundamental na construção de significados numa sociedade permeada pela cultura visual, Esther

⁵ A ideologia pressupõe que "eu sou a norma" que todos são como eu, que qualquer coisa diferente ou outra não é normal. Para a ideologia, porém, o "eu", a posição da qual a ideologia fala, é (geralmente) a do branco masculino, ocidental, de classe média ou superior; são posições que vêem raças, classes, grupos e sexos diferentes dos seus como secundários, derivativos, inferiores e subservientes. A ideologia, portanto, diferencia e separa grupos em dominantes/dominados e superiores/inferiores, produzindo hierarquias e classificações que servem aos interesses das forças e das elites do poder (Kellner, 2001, p. 83).

Hamburger (2022, p. 99) enfatiza a presença constante e a influência das imagens sonoras, ressaltando sua capacidade de mediar relações e enriquecer nossa compreensão do mundo, sem que isso signifique a perda de relevância dos referentes a que se relacionam, ou seja, “que as imagens tenham perdido sua condição de evidência”. A visualidade, assim, transcende os confins tradicionais da cultura visual, estendendo-se a múltiplos âmbitos do cotidiano, da mídia de massa às tecnologias digitais, do urbanismo à esfera política. Os estudos visuais, nesse sentido, convidam à investigação não somente das próprias imagens, mas também das práticas visuais que as circundam, incorporando as camadas históricas, políticas, sociais e tecnológicas que moldam nossa interação com o mundo visual cotidiano. (Mirzoeff, 1990; Mitchell, 1994).

Ademais, a visão não consiste meramente em capturar e processar informações dentro de um contexto enunciativo, mas também é moldada por essas vivências, valores culturais e convicções. Além disso, no contexto digital, a forma como observamos e interpretamos as imagens sofre influência da formação cultural que nos envolve, especialmente porque as imagens digitais refletem o potencial transformador da tecnologia na capacidade de desafiar nossa perspectiva convencional entre o que é realidade e o que é representação visual.

Ao evocarmos a potência da formação cultural, partimos do visual, porém ancoramo-nos nas reflexões apresentadas no livro “Raízes do Brasil” de Sérgio Buarque de Holanda (1995) para considerar que nossa visão de mundo é profundamente influenciada por nossa bagagem histórica e cultural. Holanda (1995) destaca uma forma de comportamento peculiar que ele conceituou como “homem cordial”, identificada em diversos aspectos da cultura brasileira, caracterizada por relações interpessoais de informalidade e cordialidade baseadas em emoções e afeto, ao invés de racionalidade. O autor também critica a busca de saber aparente por intelectuais e a valorização de profissões liberais que permitem exibir conhecimento superficial sem aplicação prática, apenas por satisfação pessoal, levando a uma mudança constante de atividades.

Dadas as reflexões acerca da obra “Raízes do Brasil” - originalmente publicada em 1936 - sobre a cultura brasileira, especialmente sobre o conceito de “homem cordial”, torna-se evidente que essas ideias transcenderam o tempo e agora

lançam luz sobre a contemporaneidade refletindo como a influência digital e a formação sociopolítica estão intrinsecamente conectadas. Nesse contexto, os influenciadores digitais desempenham um papel significativo na formação da visão de mundo de milhões de seguidores ao produzirem conteúdo em busca de engajamento, muitas vezes, recorrem a estratégias que visam estabelecer uma conexão emocional com seus seguidores, o que reforça a ideia de cordialidade. Além disso, a valorização de profissões liberais que permitem exibir conhecimento superficial, criticadas por Holanda (1995), também encontra um eco nas práticas de influenciadores, que frequentemente não são especialistas nas áreas sobre as quais produzem conteúdos, mas se beneficiam da capacidade de cativar e influenciar um público amplo.

Ao examinarmos a influência na dimensão afetiva e cordial na construção de significados, reconhecemos a importância de considerar as implicações culturais e experienciais que emergem da interseção entre práticas históricas e tecnologias contemporâneas. Ao mesmo tempo, ao abraçarmos a estética e a sua capacidade de provocar respostas emocionais e reflexivas, reforçamos a relevância de uma consciência midiática que transcenda as fronteiras tradicionais da cultura visual refletindo sobre o perigo da criação de bolhas ideológicas.

No contexto digital, este artigo aborda diversos desafios, incluindo a noção equivocada de democratização da informação ao percebermos a predominância de algoritmos de recomendação de conteúdo, a criação de bolhas ideológicas, a atuação constante dos influenciadores digitais, a disseminação de desinformação e a remuneração desses influenciadores pelas plataformas digitais. Para enfrentar esse fenômeno, consideramos fundamental promover uma educação midiática “como uma forma de iniciação às práticas democráticas, um estímulo para o questionamento de valores dominantes, para o acesso ao saber e ao exercício da cidadania por meio de um domínio relativo das tecnologias de comunicação (Becker, 2012, p. 235). Somente abordando essas questões de maneira abrangente, poderemos superar a crise da democracia e, possivelmente, conter o avanço do fascismo no Brasil.

Por fim, concluímos que diante de um cotidiano mediado por influenciadores como poder de disseminar informações falsas e fomentar ideologias extremistas, é

fundamental manter uma visão atenta ao risco iminente de perpetuar desigualdades sociais baseadas em interesses econômicos.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, G. F. .; FEIX, D. R. **Fascismo à brasileira em O som ao redor e O animal cordial: desestabilização e autoritarismo no cinema brasileiro pré-Bolsonaro.** *Mídia e Cotidiano*, v. 16, n. 2, p. 129-150, 27 maio 2022.
- BECKER, B. **Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais.** *MATRIZES*, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 231-250, 2012. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v5i2p231-250. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizEs/article/view/38335> Acesso em: 30 abr. 2024.
- GROHMANN, R. **A noção de engajamento: sentidos e armadilhas para a pesquisa em comunicação.** *Revista FAMECOS*, [S. l.], v. 25, n. 3, p. ID29387, 2018. DOI: 10.15448/1980-3729.2018.3.29387. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/29387>. Acesso em: 25 abr. 2024.
- HAMBURGER, E. **Desigualdades sociais, a crise da democracia e o audiovisual.** *Ñawi*, [S. l.], v. 6, n. 2, p. 85–102, 2022. Disponível em: <https://nawi.espol.edu.ec/index.php/nawi/article/view/977>. Acesso em: 23 oct. 2023.
- HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995. KELLNER, Douglas. **Cultura da Mídia.** Bauru: EDUSC, 2001.
- MIRZOEFF, Nicholas. **An Introduction to Visual Culture.** 1. ed., New York: Routledge, 1990.
- MITCHELL, William John Thomas. **Picture theory.** Chicago: The University of Chicago press, 1994.
- POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos.** 22(1):2-10 janeiro/abril 2020. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/19838/0>. Acesso em: 23 de abr. de 2024.
- RANCIÈRE, Jacques. **O desentendimento - política e filosofia.** São Paulo: Ed. 34, 1996.
- SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis- afeto, mídia e política.** Petrópolis: Vozes, 2006.
- TOALDO, M. M, & Rodrigues, A. I. **Interação e engajamento entre marcas e consumidores/usuários no Facebook.** Trabalho apresentado no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro: Intercom, 2015. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3205-1.pdf> . Acesso em: 25 abr. 2024.
- ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano** **nanova fronteira do poder.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.