

Professores/as de espanhol no Instagram: incursões sobre um novo tipo social ¹

Claudia PACHECO ²

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

RESUMO

Este artigo busca aprofundar a compreensão do tipo social "professor/a de espanhol no Instagram" a partir da autorrepresentação desses indivíduos, continuando uma investigação anterior (PACHECO, 2023). A hipótese central é que a autorrepresentação desses sujeitos combina elementos do papel de "professor/a" com atributos típicos de *influencers*/trabalhadores de plataformas digitais. A análise focaliza regularidades presentes nas bios e destaques de 10 perfis do Instagram e fundamenta-se em autores que discutem plataformização (VAN DIJCK et al., 2018; SRNICEK, 2017) e trabalhadores de plataforma/influenciadores (KARHAWI; PRAZERES, 2022; KARHAWI, 2017).

PALAVRAS-CHAVE: ensino de espanhol; plataformização; trabalho; comunicação.

CORPO DO TEXTO

Na atualidade, paralelamente à oferta de ensino formal da língua espanhola em nosso país, observamos, em uma abordagem informal inicial, um fenômeno relativo ao ensino/aprendizagem de espanhol por brasileiros em outro espaço: em mídias sociais, principalmente no Instagram, em que pessoas se apresentam como professores/as de espanhol. Chamou-nos a atenção o fato de que o “local” de trabalho desses sujeitos não serem escolas, IESs ou escolas de idiomas, mas as “aulas”, em formato de pílulas, davam-se na própria plataforma do Instagram.

Em trabalho anterior realizado por nós (PACHECO, 2023), em que fizemos uma pesquisa exploratória na bio e nos destaques de 10 perfis desse tipo no Instagram, buscamos identificar como tais indivíduos construam a representação sobre si a partir de informações que eles/elas mesmos/as ofereciam a seu respeito, com o intuito de explorar os traços constitutivos desse *ethos* “professor/a de espanhol no Instagram”. O que encontramos foi uma tipificação (HALL, 2016, p. 429) mista que parece, em sua maioria,

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa - Comunicação e Trabalho do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 5 a 6 de setembro de 2024.

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

implicar apenas alguns dos traços semânticos relativos a “o que sabemos” em nossa cultura sobre o papel de “professor/a”, ao destacar atributos como “aquele que ensina”, ou “quem o faz porque domina o assunto”, em detrimento de outros relativos a “quem ministra disciplinas em instituições educacionais” e/ou “quem tem formação para ensinar”. Nesse ambiente midiático, o exercício da profissão de professor/a, além de desconsiderar a relação com o ensino e/ou educação formal, parece estar composto por características de outros tipos sociais próprios de ambientes midiáticos plataformizados, tais como *digital influencers* e trabalhadores/as de plataforma.

Interessa-nos, no presente trabalho, avançar na discussão do artigo anteriormente mencionado, agora, no entanto, a partir de um recorte que posiciona a discussão sobre como tal *ethos* híbrido é modulado pela lógica das plataformas, produzindo a tipificação social “professor/a de espanhol no Instagram”. Nossa hipótese é de que o referido *locus* midiático, atravessado por o que Dardot e Laval (2017) definem como racionalidade neoliberal, produz sujeitos “empreendedores de si”, os quais se veem como totalmente livres para o exercício da profissão de professor/a de espanhol de maneira independente e individualizada, desde que componham sua *persona* com traços de sujeitos cujo trabalho se dá de forma mediada pelas plataformas.

Com o intuito de avançar na discussão anteriormente mencionada a respeito da construção do *ethos* “professor/a de espanhol no Instagram” partindo de informações que esses sujeitos ofereciam sobre si mesmos/as, voltamos aos dados coletados para o artigo de 2023 (PACHECO, 2023) em que identificamos alguns dos atributos relativos a “o que sabemos” em nossa cultura sobre o papel de professor/a em sua representação de si.

Neste artigo, nosso objetivo é o de investigar que outros atributos coexistem com alguns dos tradicionalmente atribuídos ao papel de professor/a no papel de “professor/a de espanhol no Instagram”, dentre os quais estão atributos demandados por atividades laborais mediadas por plataformas digitais.

Movendo-nos por esse objetivo, seguimos utilizando dispositivos metodológicos dos Estudos Culturais, buscando identificar tendências na representação sobre si que pareciam afiliar-se ao âmbito das competências necessárias ao trabalho plataformizado.

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.

A partir da análise dos dados percebemos que o mecanismo de reputação também “mantém de pé” a aparente contradição entre ser professor/a e a ausência de vínculo com o ensino formal/formação específica: por meio das avaliações de seus/suas usuários/as entre si, a reputação desses profissionais se constrói e ganha valor, gerando credibilidade para trocas comerciais entre usuários.

Se por um lado, como seguem os autores acima, as plataformas possibilitam que usuários individuais comercializem de maneira *online* seus bens ou experiências pessoais, tornando-os empreendedores independentes, por outro, também exploram o trabalho imaterial dos usuários e incrementam processos de precarização dos trabalhadores de serviços sob demanda.

Nesse sentido, o uso que os/as “professores/as de espanhol no Instagram” fazem dessa plataforma se assemelha às características que Srnicek (2017) atribui às plataformas “Enxutas”, as quais são o “espaço” no qual usuários, clientes e funcionários podem se encontrar. Assim, as plataformas lucram gerando dados com as atividades de ‘professores/as de espanhol no Instagram’ e aprendizes, mas terceirizam os custos com o trabalho desses sujeitos para eles mesmos. No contexto dos países em desenvolvimento, onde as taxas de trabalho informal são mais altas, segue o autor canadense, tal dinâmica parece ser ainda mais lucrativa para as plataformas, pois parcelas consideráveis de suas populações dependem de trabalhos informais.

Para a discussão do eixo temático “d”, faz-se relevante explorar as auras de “empreendedorismo de si” e de atuação supostamente mais livre e flexível que circundam as narrativas sobre o trabalho tanto de influenciadores/as digitais quanto de trabalhadores de plataforma (KARHAWI; PRAZERES, 2022), as quais parecem estar presentes também no exercício da atividade de “professores/as de espanhol no Instagram”. Tais narrativas, atravessadas por valores de uma racionalidade neoliberal (Dardot e Laval, 2016), também mantêm “de pé” a contradição entre uma visão otimista e a realidade do trabalho informal nessas plataformas.

O raciocínio supra citado poderia se aplicar também a um subgrupo dos sujeitos que são nosso objeto de estudo; neste caso, trata-se de “sujeitos-empresas transnacionais”: em cinco dos dez perfis levantados, seus proprietários estão em situação de migração, o

que nos leva à realidade do transnacionalismo migrante. Somado a outros fatores, tais como dificuldades para o reconhecimento de diplomas, a regularização jurídica, o domínio do idioma local, o “empreendedorismo” do trabalho plataformizado se apresenta como uma opção para a subsistência. Podemos supor que, assim como para influenciadores/as e trabalhadores/as de plataforma, o trabalho migrante plataformizado também pode conduzir esses sujeitos à precarização, sujeitando-os à governança das plataformas.

Vê-se, tanto no caso dos sujeitos migrantes quanto dos nacionais relegados à informalidade em seus próprios países, a situação crítica sobre a qual Canclini (2016, p. 14-15) alerta: como fatores tecnológicos podem – associados a outros elementos de ordem política - distanciar os cidadãos e as cidadãs dos processos políticos tradicionais na atualidade. Ao invés das consequências estruturais do capitalismo, tais como o desemprego e a precarização, serem questionados de forma coletiva, o contexto neoliberal compele os cidadãos e às cidadãs a individualizar os problemas sociais (e suas soluções) e à necessidade de mitigar a própria insegurança por meio do trabalho plataformizado (também este, individualizado).

Neste trabalho, conforme o exposto, buscamos ampliar a investigação sobre a composição do *ethos* “professor/professora de espanhol no Instagram”, compondo análises realizadas por nós anteriormente (PACHECO, 2023), mais centrada na compreensão das semelhanças e diferenças entre o tipo social “professor/a” e os sujeitos que são nosso objeto de estudo, com uma investigação sobre possíveis atributos de trabalhadores plataformizados – especialmente *influencers* e trabalhadores/as de plataformas – que constituiriam as competências profissionais de “professore/professoras de espanhol no Instagram”.

Ao longo deste estudo, identificamos a influência de competências próprias de *influencers*, tais como a importância fazer-se visível estando presente em diversas plataformas, bem como alcançar valor por meio de reputação fruto de avaliações de outros/as usuários/as. Além disso, ambos tipos sociais atuam como a fonte de dados que são o principal produto das plataformas.

Outra característica própria tanto dos *influencers* quanto de trabalhadores de plataformas que parece compor a “profissão” por nós estudada é a contradição entre a expectativa de trabalho mais livre e flexível, em que o sujeito se vê como “empreendedor de si”, e a realidade de precarização desses/as trabalhadores/as, os quais exercem sua

atividade laboral sem nenhum tipo vínculo empregatício formal com as plataformas. Uma mentalidade baseada na racionalidade neoliberal conferiria coerência ao descompasso entre expectativa e realidade.

Esta investigação também nos proporcionou indícios que nos levaram a uma hipótese a respeito de um subgrupo dentro do universo de sujeitos que investigamos, os quais parecem acumular camadas extras de precarização sob o véu do empreendedorismo. A mobilidade que as redes propiciam parece induzir ainda mais pessoas em situação de migração a aderir a trabalhos plataformizados como o de “professores/as de espanhol no Instagram”.

REFERÊNCIAS

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Ciudadanos Reemplazados Por Algoritmos**. Bielefeld University Press, 2020.

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. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tes/a/VtzqRPRb5LJWGwScR8ZfGvC/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 14 jun. 2023.

KARHAWI, I. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. *Communicare*, vol. 17, Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, 2017, p. 46-61. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/341983923_Influenciadores_digitais_conceitos_e_praticas_em_discussao. Acesso em: 9 abr. 2024.

KARHAWI, I.; PRAZERES, Michelle. Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, [S. l.], v. 16, n. 4, p. 800–819, 2022. DOI: 10.29397/reciis.v16i4.3378. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/3378>. Acesso em: 7 abr. 2024.

PACHECO, C. *¿A qué te dedicas?* A representação de si por influencers do Instagram que ensinam espanhol e a renormalização da atividade de professor/a”, *Intercom 2023*, https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202315275064dd15267b5d4.pdf

SRNICEK, N. Platform capitalism. In: SRNICEK, Nick. **Platform Capitalism**. Cambridge: Polity Press, 2017, p. 22-52.

VAN DIJCK, José et al. Platform mechanisms. In: VAN DIJCK, José et al. **The Platform Society: Public Values in a Connective World**. Oxford: Oxford University Press, 2018, p. 31-48.

ZUBOFF, S. BIG OTHER: Capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação. (trad. De Cruz e Cardoso) In: BRUNO, F. et.al. (Orgs.) **Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem**. São Paulo: Boitempo, p.17-67, 2018.