
A Mandala Lunar nas redes: sociabilidades digitais, objetos e subjetividades¹

Luísa SALLES²

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

Realizamos neste trabalho um exercício analítico de caráter qualitativo, partindo especialmente de referenciais teórico-metodológicos da Antropologia Digital, para propor reflexões sobre as relações entre cultura material e subjetividades em ambientes digitais. A partir de publicações de mulheres sobre um determinado objeto – um livro/diário chamado Mandala Lunar – numa rede social de grande popularidade – o Instagram, nos dedicamos a observar os formatos das publicações e compará-los com dados de um breve questionário e entrevistas com algumas interlocutoras, buscando analisar dinâmicas de produção de subjetividades no contexto das culturas digitais.

PALAVRAS-CHAVE: sociabilidades digitais; cultura material; subjetividades; feminismo; antropologia digital.

INTRODUÇÃO

Partindo de perspectivas transdisciplinares, situadas entre os campos da Comunicação, da Antropologia Digital e da Psicologia Social, propomos neste trabalho uma reflexão sobre sociabilidades digitais, objetos e produção de subjetividades, por meio da análise de publicações sobre um objeto específico – a Mandala Lunar – no Instagram. Buscamos compreender, através de um exercício multimetodológico de caráter qualitativo, de que maneiras as subjetividades podem ser produzidas nas mídias digitais, considerando-se a gama de agenciamentos heterogêneos (Deleuze; Guattari, 1995) envolvidos nos processos comunicativos online. Nesse sentido, nossa análise se baseia no cruzamento de dados produzidos por três diferentes vias: a) um pequeno questionário sobre hábitos e usos de redes sociais, b) observações de publicações de *stories* no Instagram da Mandala Lunar e c) breves entrevistas com algumas interlocutoras.

Primeiramente, situamos os principais conceitos que embasam nossa reflexão teórica, mais especificamente no que se refere às sociabilidades digitais, às subjetividades e à lógica dos objetos como mediadores sociais. Na sequência, trazemos um maior

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social da UFRJ. Mestra em Comunicação Social pela PUC-Rio. Bacharel em Comunicação Social pela ECO/UFRJ. Integrante do Grupo de Pesquisa Mediatio – Núcleo Interdisciplinar de Mediações, Humanidades e Subjetividades, email: luisa.salles.cunha@gmail.com

detalhamento sobre a Mandala Lunar e sobre o percurso metodológico para seguirmos, por fim, para a apresentação e análise dos dados.

REDES E SOCIABILIDADES DIGITAIS

À medida que as tecnologias digitais avançam, fica cada vez mais difícil discernir o que é parte do universo online ou offline. Nossas experiências estão ininterruptamente imersas no digital (Hine, 2015), permanecemos conectados a múltiplas redes através de diferentes dispositivos eletrônicos e, com isso, as dimensões online e offline se misturam. Jose Maria Van Dijck (2013), em seus estudos sobre a cultura da conectividade, demonstra como determinadas barreiras foram se dissolvendo a partir de novas formas de interação social, que permitem o compartilhamento de textos, vídeos, imagens, áudios, prescindindo da necessidade da presença física. Já Horst e Miller (2012) tratam das particularidades das interações mediadas pelo digital sem, contudo, atribuir qualquer caráter desumanizado a essas experiências; pelo contrário, os autores defendem que as mediações digitais compõem a experiência humana tanto quanto qualquer outra forma de interação.

Na perspectiva de Daniel Miller *et. al.* (2016), experienciamos boa parte de nossas vidas nas mídias sociais digitais – socializamos, nos expomos, construímos a nós mesmos. É natural, nesse sentido, que elas se tornem extremamente relevantes para refletirmos sobre processos de subjetivação, especialmente por serem espaços de produção de sociabilidades e pelas inúmeras particularidades comunicativas propiciadas pelo digital. No entanto, ainda segundo os autores, os aparatos tecnológicos das plataformas são comparativamente menos importantes do que os tipos de conteúdo publicados nas redes sociais – que seriam a verdadeira essência de cada mídia. O conceito de polymedia, tal como proposto por Madianou e Miller (2013), é significativamente relevante para pensarmos sobre as motivações das pessoas para escolherem determinadas plataformas e ferramentas na hora de publicar e interagir. Há uma gama de atravessamentos simbólicos, afetivos e semióticos nessas escolhas, que interessam a estudos aprofundados sobre produção de subjetividades em ambientes digitais.

Dessa forma, entendendo os múltiplos agenciamentos envolvidos nas práticas de sociabilidade em contextos digitais, buscamos mergulhar nessa teia complexa para entender de que maneira os sentidos são produzidos em uma mídia específica como o Instagram, nos deixando afetar pela retórica das imagens (Barthes, 1990) a partir de uma

dimensão cultural. Nos inspiramos especialmente em trabalhos do campo da Antropologia Digital de tradição inglesa, como os de Hine (2015), Horst e Miller (2012) dentre outros, que conjugam diferentes ferramentas metodológicas para colocar contextos online e offline em perspectiva.

CONSUMO SIMBÓLICO, SUBJETIVIDADES E A MEDIAÇÃO DOS OBJETOS

A Mandala Lunar é um livro/diário físico, consumido anualmente por milhares de mulheres (desde 2016), que tem como foco o processo de autoconhecimento a partir de observações e registros sobre o próprio corpo em relação aos ciclos da lua e da natureza. Um dos fatores que mobilizou essa investigação foi a observação de publicações recorrentes nas mídias sociais da Mandala Lunar – mais especificamente no Instagram, tendo como foco imagens do diário ao lado de múltiplos objetos.

Partimos de uma perspectiva que entende o consumo e a cultura material em suas dimensões simbólicas, como fenômenos essencialmente coletivos e relacionais. A partir de um pensamento antropológico sobre os bens, nos distanciamos de um olhar meramente utilitarista para os objetos e buscamos compreender seus contornos culturais e os percursos que os conduzem a tornarem-se signos, relacionando-se com outros bens a partir de uma lógica sistêmica (Baudrillard, 1993).

Nesse pensamento, as coisas não têm sentidos independentes; pelo contrário, passam a fazer sentido quando colocadas em relação umas com as outras, assim como as notas de uma pauta musical, que só fazem sentido quando lidas em conjunto (Douglas; Isherwood, 2013). O sistema dos objetos (Baudrillard, 1993) opera, portanto, como uma linguagem, como uma forma de comunicação – muitas vezes sutil, mas amplamente compreendida em cada contexto cultural. Os bens, nessa lógica, são capazes de construir universos inteligíveis a partir dos significados a eles atribuídos culturalmente, tornando-se agentes classificatórios dentro de um jogo social simbólico.

Tendo essas concepções em vista, será possível olharmos para os elementos presentes nas publicações sobre a Mandala Lunar a partir de uma perspectiva cultural, buscando compreender as conexões estabelecidas e quais sentidos são por eles produzidos, entendendo que a produção de subjetividades se efetiva por meio de agenciamentos complexos e heterogêneos (Deleuze; Guattari, 1995). Assim, ao detalharmos as motivações e escolhas de objetos e de outros elementos para a elaboração

de publicações numa mídia social, poderemos entrar em contato com dimensões subjetivas mais profundas, como veremos no decorrer da análise.

O DIÁRIO NAS REDES: OBJETOS E SUBJETIVIDADES EM CONTEXTO DIGITAL

Nos dedicamos nesta seção a realizar uma análise sobre publicações de usuárias da Mandala Lunar que têm como tema central o próprio diário. Buscamos observar de que maneira essas publicações são construídas, se há recorrências entre elas, que tipos de elementos aparecem nas imagens, quais recursos (dentre os disponibilizados pelo Instagram) são mais utilizados, entre outras questões relacionadas aos usos das redes digitais. Combinando essas observações com dados de um breve questionário realizado e com a escuta de algumas interlocutoras responsáveis pelos *posts*, procuramos encontrar pistas sobre os tipos de conteúdo e principais formatos escolhidos pelas usuárias, clareando a compreensão das subjetividades produzidas a partir da exposição da Mandala Lunar em mídias sociais.

Ao acompanharmos o perfil da Mandala Lunar no Instagram, especialmente os *stories*³, é possível perceber inúmeras publicações de usuárias repostadas⁴ pela página. Em muitas delas, o diário aparece ao lado de objetos variados, acompanhado por alguma legenda, música, filtro, dentre outros recursos. Nesse sentido, as principais questões que nortearam nossa reflexão foram: 1) De que maneira as publicações em mídias digitais podem produzir subjetividades? 2) Existem recorrências – de qualquer tipo – entre as publicações observadas? 3) Quais ferramentas e recursos são mais utilizados pelas usuárias na hora de postar? 4) Que tipos de conteúdo são publicados? 5) Que tipos de objetos aparecem com mais frequência e de que maneiras? 6) Quais são as possíveis motivações para a elaboração desses *posts*?

É interessante observar que alguns objetos aparecem de forma muito frequente: cristais, plantas e ervas, chás, incensos, velas, lápis de cor. Há diferentes publicações que parecem idênticas, tanto pelos objetos em si quanto pela disposição dos elementos na cena enquadrada. Além disso, é notório como determinadas estéticas vão sendo formatadas e

³ Ferramenta do Instagram, em que os conteúdos postados ficam disponíveis por apenas 24h.

⁴ O Instagram permite e estimula que *stories* que mencionem um outro perfil, através do recurso de marcação do nome precedido por @, sejam republicados pelo perfil mencionado.

replicadas, produzindo uma espécie de construção narrativa coletiva que aciona simbolismos similares – nesse caso, produzindo um imaginário mágico e ritualístico a partir do uso de certos objetos. Exemplos diferentes demonstram que, na hora de elaborar um *post*, determinadas escolhas podem ser feitas com o objetivo de expressar o “não dito” de outras maneiras, através de códigos que complementem sutilmente a mensagem, como sugere Sarah Pink (2013) em seu estudo sobre etnografias visuais. Assim, determinadas subjetividades vão sendo produzidas nos *stories* através de composições de elementos heterogêneos (objetos, imagens, textos, filtros, músicas etc).

Sobre o uso das mídias digitais, o Instagram foi citado como a rede social mais utilizada, sendo *stories* a ferramenta usada com maior frequência, seguida do *feed* e dos *reels*. Na perspectiva das interlocutoras, os *stories* se destacam especialmente pela informalidade permitida pela proposta da ferramenta (em que o conteúdo fica apenas 24h disponível), não demandando grande elaboração do *post*, já que rapidamente desaparecem. Isso produz uma sensação de liberdade no ato de postar, as preocupações estéticas se tornam menores, segundo as interlocutoras. Já para o *feed* ou para os *reels* as publicações precisam ser planejadas e mais elaboradas, porque os conteúdos ficariam “eternizados”.

Ao serem questionadas sobre as motivações de postarem sobre a Mandala Lunar nos próprios *stories*, os relatos giram em torno da necessidade de conexão com outras mulheres que estejam vivenciando processos semelhantes. Uma das interlocutoras relatou que postar sobre esse processo a faz sentir parte de uma coletividade feminina, o que gera sensações de acolhimento e pertencimento. O aconchego, o autocuidado, o conforto, a pausa e o ritual são alguns dos principais sentidos acionados pelas publicações, muitas vezes verbalizados em legendas que acompanham fotos e vídeos. Assim, através de estéticas que evocam beleza, paz, tranquilidade, parece haver uma tentativa de ressignificar a relação com o corpo feminino, que ainda está inserido em contextos de opressão e desvalorização no cenário contemporâneo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebemos, nesse breve exercício analítico, a multiplicidade de agenciamentos propiciados pelo uso de uma única mídia digital com a finalidade de retratar um determinado objeto. São inúmeros os processos de subjetivação possibilitados pelas

interações digitais, tendo em vista que os atravessamentos acontecem desde os aparatos tecnológicos e ferramentas da plataforma até a escolha de objetos físicos e de outros recursos que ajudam a compor mensagens e sentidos.

A recorrência de determinados formatos e elementos configura uma prática narrativa que parece reforçar, aos poucos, esse imaginário mágico/místico, assim como as músicas utilizadas, filtros e legendas. Parece haver uma estética que vai se perpetuando e se cristalizando por meio de republicações de diferentes usuárias nos *stories* da Mandala Lunar, colaborando para a produção de determinadas subjetividades em torno desse objeto e dos processos vivenciados por essas mulheres. A atitude das usuárias de trazer esse tipo de conteúdo para as redes permite, ainda, que pessoas que não têm contato com essa temática ou com esse tipo de vivência possam também vir a ser afetadas pelos *posts*, ampliando o olhar para as questões femininas por meio das mídias sociais. Dessa forma, acreditamos estar diante de um campo profícuo para seguir aprofundando nossas investigações sobre as relações entre mídias digitais, cultura material e subjetividades.

REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. “A retórica da imagem”. In: BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso: ensaios sobre fotografia, cinema, teatro e música**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1993.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil Platôs - capitalismo e esquizofrenia**. Vol. 1. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.
- HINE, Christine. **Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday**. London: Bloomsbury Academic, 2015.
- HORST, Heather; MILLER, Daniel. **Digital Anthropology**. Londres: Bloomsbury Academic, 2012.
- MILLER, Daniel. et al. **How the world changed social media**. Londres: UCL Press, 2016.
- PINK, Sarah. **Doing visual ethnography**. 3rd. ed. London: Sage Publications, 2013.
- VAN DIJCK, José Maria. **The culture of connectivity: a critical history of social media**. Oxford, Oxford University Press, 2013.