

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

LISLY MOREIRA LUCAS FRANCO

HÁBITOS NA SEMIOSFERA VIRTUAL

Porto Alegre

2024

LISLY MOREIRA LUCAS FRANCO

HÁBITOS NA SEMIOSFERA VIRTUAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Felipe Moura de Oliveira

Porto Alegre
2024

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu espelho por ser a janela mais importante. Agradeço à abnegar. Agradeço ao rato que mora no meu fogão. Agradeço ao preto e branco. Agradeço a mim mesma por ser jovem e tudo ser novidade. Agradeço à gentileza do mundo com a tolice. Agradeço à falsidade da geléia. Agradeço ao 8 ou pro 80. Agradeço ao que vai demorar pra voltar. Agradeço ao que esqueci que está vindo. Agradeço à frustração que ensina admiração. Agradeço a contrariar. Agradeço a todo relógio que não funciona. Agradeço a todo caminho que aparecer na minha frente. Agradeço por não ter que escolher meu nome. Agradeço ao que é engraçado. Agradeço a ser favorita. Agradeço ao que se perde da impressão. Agradeço a todas as palavras por me deixarem viver através da verossimilhança. Agradeço à internet por não existir.

Obrigada no silêncio absoluto.

Só há o verbo.

RESUMO

Este trabalho de conclusão é uma contribuição à exploração de possíveis soluções para a crise sistêmica do jornalismo na área da Filosofia do Jornalismo. Este estudo se justifica em identificar e analisar os principais fatores de mediação na semiosfera virtual que influenciam a produção de sentido. A partir de hábitos de atores individuais (como influencers digitais) e de coletivos (usuários que se identificam com um mesmo sistema de códigos culturais online), a intenção autoral deste trabalho é expor as variáveis que atravessam a produção de sentido a que os (ciber)acontecimentos estão sujeitos em plataformas online de alta interatividade e volatilidade. Empregando a etnografia virtual de Christine Hine para encontrar possibilidades de posturas que contribuam para atualizar o *ethos* do jornalismo dentro de um ambiente que defino como Faroeste Digital, foi mapeado um modelo de *ethos influencer*, a partir do perfil do influencer Casimiro Miguel. Diante da disputa de produção de sentidos é possível apresentar o território virtual de hábitos de mediação e interpretar as subjetividades da experiência do usuário da internet e de influencers ao mobilizar métodos de Análise Semiótica, aplicando as teorias da semiótica cultural de Iúri Lotman e da Teoria Geral dos Signos de Charles Peirce para considerar os processos de produção de sentido da linguagem.

Palavras-chave: influencer, mediação, semiótica, redes sociais, ciberjornalismo

ABSTRACT

This monograph contributes to the exploration of possible solutions to the systemic crisis of journalism in the area of Philosophy of Journalism. This study aims to identify and analyze the main mediation factors in the virtual semiosphere that influence the production of meaning. Based on the habits of individual actors (such as digital influencers) and collectives (online users who identify with and share the same system of cultural codes), the author's intent is to expose the variables that affect such production of meaning to which (cyber)events are subject on highly interactive and volatile online platforms. Employing Christine Hine's virtual ethnography to explore possible approaches that could help update journalism's ethos within an environment defined as the Digital Western, a model of *influencer ethos* was mapped out, based on the profile of the influencer Casimiro Miguel. Faced with the competition over the production of meaning, it is possible to present the virtual territory of mediation habits and interpret the subjectivities of the online user and influencer experience by further exerting methods of Semiotic Analysis, applying Yuri Lotman's cultural semiotics and Charles Peirce's General Theory of Signs to consider the processes of meaning-making in language.

Key-Words: influencer, mediation, semiotics, social media, cyberevents

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	1
2 TEORIA SEMIÓTICA DA CRISE.....	5
2.1 Queria que tudo fosse (ciber)acontecimento.....	9
2.2 Elogio da loucura da opinião.....	15
2.3 Vamos morar dentro da nossa cabeça.....	20
2.4 O mapa do espelho mágico: Rolnik e Guattari.....	26
2.5 Influência de Ícones.....	29
2.6 Perspectiva Etnográfica.....	32
3 O FAROESTE DIGITAL.....	35
3.1 O influencer.....	40
3.2 Somos todos influencers.....	42
3.3 A moral do consumo.....	46
4 ANÁLISE DE HÁBITOS CRONICAMENTE ONLINE.....	53
4.1 Meu reflexo de um desconhecido.....	54
4.2 Mapa de hábitos do Cazé.....	55
4.4 Proposta para Prometeu.....	59
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	64
REFERÊNCIAS.....	68

1 INTRODUÇÃO

Os influencers digitais e os jornalistas coexistem em plataformas online de alta interatividade e volatilidade. Quando trata-se do mapeamento de hábitos, a intenção autoral deste trabalho é mapear a diversidade de interatividade — no que diz respeito às manifestações sociolinguísticas da semiosfera no ambiente virtual — e como essas diferentes manifestações de mediações da informação são pertinentes para potenciais alternativas à crise do jornalismo. A crise a que me refiro é de disputa de sentido no espaço público. A mediação da influência significa que não apenas importa *o que* ou *como* um tema é debatido, mas especialmente *quem* debate. O problema se expressa na seguinte pergunta: quais são os principais fatores de mediação na semiosfera virtual que influenciam a produção de sentido?

Utilizando principalmente da semiótica cultural de Iúri Lotman e das classificações de signo de Charles Peirce para considerar os processos de produção de sentido, é essencial mapear a fantasia da experiência individual do usuário da internet com a etnografia virtual dos ambientes. No meu uso da semiótica cultural de Iuri Lotman, e sua herança da escola de Tártu Moscou, a interação das diferentes tensões de uma semiosfera abrange uma variedade de considerações, uso do conceito de sistemas modelizantes para tratar das disputas de sentido no sistema vivo da semiosfera. O acontecer simultâneo de uma semiosfera globalizada que se manifesta como uma janela para uma realidade alternativa na ponta dos dedos ao utilizar um smartphone, mesmo que a promessa de globalização seja uma miragem dos privilegiados, o recorte de “alcance global” que faço é o de pessoas com acesso.

Foge ao escopo desta tese inicial considerar as partes — devo frisar que são sim significativas — de pessoas sem acesso ou com acesso limitado às redes sociais, seja do Brasil ou do mundo, sejam essas limitações por questões econômicas, políticas, geográficas ou de letramento digital. Esse estudo introdutório está ciente de sua parcialidade, não é com intenção de alienar o leitor com uma apresentação falsa do ambiente, mas existem limitações da própria estrutura e abrangência no trabalho de conclusão de curso. Não compete ao meu movimento inicial de mapeamento de comportamento linguístico no faroeste digital explorar a magnitude da convergência de todos veículos de comunicação que atravessam a realidade e posteriormente vão mediar o indivíduo que acessa a internet.

Seria necessário empregar extensa interdisciplinaridade, a própria semiótica cultural entende a linguagem e sua manifestação como um processo amplo de toda manifestação de cultura — língua, gestos, interjeições, expressões faciais, linguagem corporal, gostos e

desgostos — que estão ligados a história, política, geografia, religião, mitos, e principalmente memória. É uma possibilidade fascinante que esse estudo possa continuar sendo expandido, com especificidade de recortes que rastreiem a veracidade dos perfis digitais com verificação dos lastros da “vida online” com a “vida real”, para compreender em diferentes perspectivas as pessoas que são mediadas. Há a possibilidade de mapear como a construção de sentido no mundo atravessa primariamente a materialidade de um indivíduo, que então habita o campo metafísico do ambiente virtual para ser atravessado por outros tipos de estruturas e influências. Há o potencial de estudar o tipo exato de usuário que é influenciado, e mapear esse perfil sociológico de um tipo de ator é um estudo em que o objeto é o indivíduo, não necessariamente um estudo de recepção pois ele é participante e agente, mas neste trabalho trato de uma massa online despatriada, quase anônima. “O internauta é um indivíduo que quer sair do espaço tempo.” (WOLTON, 2010)

O perfil do usuário que observo não está pendente de saber primariamente quem é a pessoa da vida real; se é um usuário rico ou pobre, branco, negro, indígena, se o gênero construído é uma performance de homem ou mulher, ou qual a identificação política, sexual. Meu estudo desse “usuário global”, entende que eles encontram a definição de um perfil em aspectos da simbolização identitária em estéticas do mundo virtual compartilhado. A conexão é estar compartilhando um espaço, fazer parte de um espaço coabitado, transformar esse espaço de identificação em uma semiosfera.

Ao escolher um avatar, um emoji, uma imagem, uma palavra, um grupo, uma bolha, qualquer rastro de interatividade desse usuário global generalizado, demonstra seu processo de criação de uma identidade, de uma busca de pertencimento a uma semiosfera que se consolida ao ser percebida e mimetizada por outros usuários, forma-se um coletivo. Quando percebe-se qualquer fator que caracteriza um perfil de usuário, invariavelmente se está percebendo um padrão, um sintoma, um código cultural de um coletivo. Friso que ao buscar representação para sua própria existência, o usuário representará existência para outros.

É um rastro de uma identidade que não será verificada e atestada. Vide que os exageros da linguagem virtual são de excesso; verborrágicos, redundantes, hiperbólicos. Os marcos de um ambiente que é metafísico, ficcional, subjetivo. Em anos recentes, usuários em destaque por popularidade e principalmente aqueles que dependem do vínculo com seus dados verdadeiros, na legitimação de ser uma pessoa física para fins comerciais, podem até ser casos de identidades com maior sensação de materialidade, e ainda sim são uma fantasia. Não há garantia que aquele indivíduo performe igualmente no mundo real e no mundo virtual. O espaço imaterial da internet permite o manifestar psicológico, por vezes uma maneira de ser

que é limitada pela carne ou oprimida pela realidade material particular encontrará liberdade, extravasamento e possibilidade na projeção virtual.

Em meu trabalho, o objeto de estudo é a semiosfera virtual, que se refere ao espaço cultural online onde os significados são produzidos, negociados e transformados através de hábitos de mediação. Esse processo é contínuo, assim como a semiose — uma série de interpretantes que se desdobram *ad infinitum*. O problema se expressa na seguinte pergunta: quais são os principais fatores de mediação na semiosfera virtual que influenciam a produção de sentido? Busco descobrir, no mapeamento do Faroeste Digital que é a semiosfera virtual, quais são os fatores de mediação mais fortes e quais atitudes se sobrepõem para formar uma influência dominante na produção de sentido de uma pessoa. Em suma, a mediação dentro da semiosfera virtual não apenas gera sucessivas interpretações, mas também estabelece hábitos, vícios e noções de legitimidade que moldam a produção de sentido popularizada nesse espaço. Neste contexto, o objetivo geral é: compreender como esses principais fatores de mediação na semiosfera virtual incidem na relação de produção de sentido a partir de uma análise do influenciador Casimiro Miguel - ou Cazé. Os objetivos específicos são: a) delimitar a semiosfera virtual contemporânea; b) comparar perspectivas de mediação para (ciber)acontecimentos; c) descrever os hábitos de produção de sentido de usuários de redes sociais; d) identificar as formas de dominação carismática entre influencers e seus públicos (o ethos).

Esse exercício de contemplação e mapeamento da construção de legitimidade em propósito de solucionar a disputa por mediação da crise do jornalismo se motivou a partir da pesquisa *“Jornalismo e desinformação: o agir cartográfico como proposta teórico-metodológica”* (UFRGS/CNPq) realizada pelo professor Felipe Moura de Oliveira. A ideia de mapear, inspirou-se, por sua vez, no livro de *Cartografia Sentimental* de Suely Rolnik (2014), e não apenas considera esse monitoramento do ambiente em que as disputas acontecem, mas propõe o acompanhamento da transformação do (ciber)acontecimento. Em meus estudos esse referencial teórico enriqueceu meu contato com a ideia de *Faroeste Digital* da obra *Informar Não é Comunicar* de Dominique Wolton (2010), a partir do qual comecei a elaborar uma analogia desse faroeste, como um imagético do que é navegar a internet, uma “terra sem lei”, em que os usuários estão todos juntos, influenciando a navegação uns dos outros em uma névoa ilusória de individualidade, a fantasia de uma experiência individual.

A estruturação do trabalho se divide em cinco capítulos. Após a introdução, o capítulo dois faz uma recapitulação teórica da crise, apresenta embasamento semiótico para todo o trabalho, e com a noção do que compõe produção de sentido e mediação da realidade

expandimos definições de (ciber)acontecimento e construção social da realidade objetiva. Há em seguida referenciais históricos do acesso e manuseio público das informações, Erasmo de Rotterdam para defesa da realidade subjetiva. No próximo subtítulo, Georg Simmel é utilizado para introduzir o processo de virtualidade mental que o homem consegue acessar. Então, finalmente o embasamento teórico de Suely Rolnik e Guattari, para explorar a potência do estado mental do usuário do mundo virtual, e como a linguagem é manifestação da vida e do desejo, a mediação da língua é um privilégio e é um fenômeno de formação de identidade e identificação. De como a crise de credibilidade ao competir com o fluxo do ambiente virtual é acentuada por ignorância e que a rigidez do exercício do jornalismo objetivo imparcial está dificultando as novas configurações de credibilidade e legitimidade, enquanto que as pessoas descobrem autonomia de mediação ou estão expressando uma produção criativa da semiosfera.

O capítulo três explora o que é o Faroeste Digital e o influencer, analogia de um faroeste em que todos são forasteiros que podem pertencer a todos lugares e lugar nenhum, como preferirem, as dinâmicas de poder são baseadas na popularidade; capacidade de cativar, conquistar, inspirar, participar. A netnografia serve para observar a volatilidade da cultura da internet e também descrever fenômenos linguísticos do ponto de vista semiótico, em nome da pertinência de saber como falar com a população da “terra sem lei” e o que se caracteriza como influencer, a existência de uma técnica, postura, dominação influencer. Essa elaboração comparativa das forças e faltas do indivíduo jornalista e do indivíduo influencer exemplifica que tipo de indutores despertam mais reação no ambiente virtual e podem ser utilizados no mapear da produção de sentido de um acontecimento, possibilidades de *ethos* para o jornalismo .

O capítulo quatro aplica a metodologia de mapeamento cartográfico dos desejos com a construção de realidade da etnografia virtual de Hine (2000) que busca a autenticidade e o holismo¹, listando e exemplificando os *ethos* descobertos em relação a um influencer da semiosfera brasileira, o Cazé, e identificando posteriormente possibilidades de parceria para a postura de mediação do jornalismo. O capítulo final expõe uma síntese das reflexões, com ponderações das faltas e sobre os caminhos futuros da pesquisa.

¹ De acordo com a aplicação de Hine na etnografia tradicional, o holismo envolve o estudo de uma cultura como um todo integrado, considerando suas múltiplas facetas e interconexões. Na etnografia virtual, Hine adapta essa ideia para o contexto online, sugerindo que, em vez de buscar um "todo" fixo, o pesquisador deve entender as práticas e significados em redes distribuídas, onde o "todo" emerge das conexões e interações entre diversos espaços e plataformas digitais. Para mim é favorável por se encaixar com o fluxo expansivo da teoria da cartografia do desejo. Isso significa que o pesquisador não se limita a um único site ou plataforma, mas explora como as práticas e identidades são construídas através de múltiplos tipos de interações.

2 TEORIA SEMIÓTICA DA CRISE

Na tese de doutorado do professor Felipe Moura de Oliveira, *A semiose da notícia em ambiente de crise: movimentos em rede e mediação na semiosfera contemporânea*, a crise é explicada principalmente pelos conceitos de Iúri Lotman de sistemas modelizantes e semiosfera, e também através da teoria geral dos signos de Charles Peirce. Ao ser descrita como uma crise de natureza sistêmica, o sistema modelizante afetado é o jornalismo. Sabendo que o jornalismo se materializa pela linguagem, é na mediação que está seu mérito para a esfera pública. Se há crise na mediação, isso ameaça a utilidade do jornalismo para a semiosfera. Pode-se interpretar os (ciber)acontecimentos sem a mediação do jornalismo?

A fronteira está em qualquer ponto que converge, que também é um ponto que pontua a distinção. A fronteira é imaginária e abstrata, existe em relação a semiosfera, divide o mundo entre o que é “nosso” e o que é “alheio”. Segundo Lotman; “se o espaço culturalizado da semiosfera é percebido por ela como ordenado, organizado e seguro, o espaço externo é visto como desorganizado e caótico, podendo ser definido até como uma não-cultura. O curioso é que as diferenças entre o “nosso” e o “alheio” costumam ser constituídas de forma espelhada: aquilo que é proibido em um espaço é permitido em outro.” (apud AMÉRICO, 2017, tradução dele)

Um sistema modelizante é qualquer sistema semiótico que organiza códigos e significados em uma cultura. Por exemplo, toda linguagem é um sistema modelizante, pois define signos e modos de representá-los — em consenso com a sociedade — e essa percepção do indivíduo, ter consciência de estruturas, de regras, de acordos, isto é, só o fato da estrutura poder ser percebida e reproduzida vai gerar códigos culturais, como a criação de textos. Para a semiótica cultural um texto não é apenas uma produção escrita, texto é qualquer pulso de cultura. Texto pode ser uma escultura, um prato típico, um gesto, um comportamento, um ritual, um livro de fato, uma música, um cheiro. Texto é qualquer manifestação antropológica que transmita qualquer tipo de informação a ser recebida por qualquer um dos cinco sentidos do corpo humano.

Na teoria geral dos signos de Charles Peirce, a tríade de primeiridade, secundidade e terceiridade representa os três modos fundamentais de experiência e pensamento que formam a base do processo de recebimento e interpretação desses estímulos da realidade. A primeiridade refere-se à qualidade inicial de uma experiência, a sensação pura e imediata que

é percebida antes de qualquer análise ou reflexão racional. A secundidade diz respeito à reação diante da primeira impressão, envolvendo a experiência de resistência ou confronto com algo fora de nós, como a consciência de que o calor provém do sol ou a percepção de que algo é quente ao toque. Já a terceiridade é o estágio da mediação, onde as relações entre as primeiras duas categorias são sintetizadas em um conceito, uma imagem, um arquétipo, um signo. A terceiridade é a etapa de interpretação mais complexa, e é *ad infinitum*. É impossível parar de pensar, é impossível parar de receber estímulos, é impossível parar de interpretar.

O processo triádico reflete como os sentidos humanos captam estímulos da realidade e os transformam em informações que compõem os signos, é o processo de interpretação contínuo do que chamamos de realidade. Um signo, ou representação, aponta para um objeto, mas essa relação só pode ser compreendida através de um terceiro elemento, o interpretante, que é ele próprio um novo signo. Esse novo interpretante, ao clarificar o significado do primeiro signo, remete a outro objeto e gera um novo interpretante, e assim por diante, em uma cadeia sem fim. Isso ilustra como o significado nunca é completamente fixo ou esgotado. A língua é viva na medida em que a interpretação é viva, o homem é um ser vivo.

A primeiridade está associada ao representamen, que é a qualidade pura e potencial do signo, ainda não mediada por qualquer interpretação. A secundidade corresponde ao objeto, que é o referente real ou existente com o qual o signo se relaciona de maneira concreta e imediata. A terceiridade está relacionada ao interpretante, que é a mediação interpretativa que sintetiza a relação entre o representamen e o objeto, criando um novo signo e impulsionando a continuidade — *ad infinitum* — do processo semiótico.

Outra tríade pertinente da teoria de Charles Peirce é a tríade das manifestações do signo. Quando se atinge o signo em um processo de semiose, esse signo que é nosso entendimento de uma informação, mesmo que seja o resultado de uma interpretação individual, o signo existe por ser uma convenção no processo de comunicação de um grupo. Uma sociedade consegue se comunicar por partilharem de signos. As noções de “construção social” e do processo de ser socializado, como na alfabetização, são o ato de aprender as convenções de ler o mundo, as interpretações e traduções do mundo ao redor dos que vieram antes serão utilizadas para que um novo membro da sociedade possa integrar-se, ter um processo de semiose que não o distancie totalmente de seus pares, para que entenda aos outros e para que se faça entender.

A definição de Peirce de semiose em seu manuscrito original de 1907², é da ação do signo de representar seu objeto.³

It is important to understand what I mean by semiosis. All dynamical action, or action of brute force, physical or psychical, either takes place between two subjects, - whether they react equally upon each other, or one is agent and the other patient, entirely or partially, - or at any rate is a resultant of such actions between pairs. But by “semiosis” I mean, on the contrary, an action, or influence, which is, or involves, a cooperation of three subjects, such as a sign, its object, and its interpretant, this tri-relative influence not being in any way resolvable into actions between pairs. Σημείωσις in Greek of the Roman period, as early as Cicero’s time, if I remember rightly, meant the action of almost any kind of sign; and my definition confers on anything that so acts the title of a “sign”. (Peirce, 1998, p.411)

O consenso do significado do conceito de palavras em dicionários é um exemplo da qualidade de legisigno de um signo. O qualisigno refere-se à qualidade sensível que pode ser percebida, mas que ainda não é um signo por si só até que seja colocado em um contexto para que seja interpretada com aplicação para algo específico. O sinsigno é a manifestação concreta e particular de um signo. A palavra de fato escrita no dicionário é um sinsigno, enquanto que o consenso que temos de seu conceito é o legisigno.

A semiosfera de Lotman é o espaço em que essa semiose está acontecendo. Semiosfera é um termo que pode ser visualizado de diferentes maneiras, essas esferas de sentido em comum, são esferas de consenso que podem existir separadas, podem coexistir, podem se atravessar, se tensionar e gerar conflitos. Há esferas de sentido dentro uma das outras. A aplicação de semiosfera pode ser para um país inteiro como pode ser para um núcleo familiar. A semiosfera de um grupo de amigos na faculdade coexiste com a semiosfera de outros grupos de amigos na mesma faculdade, e todos juntos estão na semiosfera de alunos da faculdade, e adiante estão todos juntos na semiosfera da mesma cidade, e adiante estão também juntos na semiosfera do mesmo país. Simultaneamente, enquanto essa sucessão de semiosferas ilustra pouco ou nenhum tensionamento, alunos de distintos perfis socioeconômicos, raciais, ou de gênero estão habitando distintas semiosferas.

² PEIRCE, Charles S. **The Essential Peirce**: Selected philosophical writings, vols. 1 e 2. Bloomington: Indiana University Press, 1992-1998.

³ Exposição e elaboração do estudo com base em LAFUENTE, Luis Antonio Mopi. **Semiose**: o interpretante e a inferência de Charles Sanders Peirce. 2016. 152 f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2016.

O consenso que permite que uma sociedade crie signos, herança, hábitos é o consenso de um sistema que produziu códigos culturais. A cultura é identificação, é repetição, é memória, são rastros de intimidade. Membros da mesma sociedade, da mesma cultura, dos mesmos marcos identitários, da mesma semiosfera; falam e interpretam a mesma língua mas para muito além disso interpretam tudo que é texto de maneira similar. Tensionamento é quando há distinção de interpretação. Não se trata de uma interpretação prevalecer sobre a outra, a tensão é um processo positivo, gera o novo, o original. A tensão pode ser tão forte, por semiosferas carregarem interpretações tão distintas, que é o que exemplificam com a expressão de “barreiras culturais”. A língua portuguesa pode ter similaridades — pontos de identificação — com outras línguas românicas, há para isso o termo “família linguística”, mas não compartilha nenhuma similaridade com as línguas japônicas. O resultado dessa tensão é que se um falante de português e um falante de japonês se encontram para conversar não vão emitir sons que entendam, não aprenderam a interpretar os códigos um do outro, estão em semiosferas diferentes. Apesar disso, como seres humanos compartilham de uma semiosfera cultural maior, vão identificar um beijo, um suspiro, uma risada, um tom de voz agressivo, um franzir de sobrancelhas, etc.

Por mais similar que seja a semiosfera de duas pessoas, mesmo que sejam gêmeas, partilhando desde a semiosfera micro da cultura familiar até a semiosfera macro do ocidente, não há garantia de falta de tensionamento. Cultura não é cópia. Cultura compartilha, não simplesmente repete. O processo de semiose é absolutamente individual, ao ler a palavra maçã, cada um imagina sua própria maçã. Duas pessoas jamais geram exatamente o mesmo signo. Em algum nível sempre há tensão, sempre há criação do original, as próprias pessoas mudam a cada dia por seus pensamentos serem eternamente interpretados. A tensão do Meu sentido em relação ao Seu sentido é infinita como a própria semiose é *ad infinitum*.

Esse esclarecimento da interação da teoria de Lotman com a de Peirce, procede para a próxima etapa de relacionar estruturas de manifestação da linguagem que mediam a realidade. Ao falar do sistema modelizante que é o jornalismo, isso significa que o jornalismo cria hábitos de interpretação, as codificações e estruturas usadas para comunicar informações são exemplos de como a linguagem modela a percepção da realidade. (HENN, 2011)

No entanto, essas codificações jornalísticas estão sendo desafiadas e tensionadas, essa é a crise. Apesar do jornalismo atuar participando ativamente na construção e modificação dos sentidos e significados que circulam na sociedade, mediando a maneira como as pessoas percebem e interpretam o mundo, ele disputa espaço e influência com outros habitantes da semiosfera, que seriam minha interpretação de tudo que se classificaria como *influencers*. No

capítulo seguinte trataremos do sistema modelizante desses outros habitantes, pois é preciso antes delimitar a história dos hábitos do jornalismo.

2.1 Queria que tudo fosse (ciber)acontecimento

Finalmente, esclarecerei a distinção do uso dos termos acontecimento e ciberacontecimento, imprescindíveis para discussão e acompanhamento do processo de produção de sentido que se seguirá ao longo do trabalho. Na organização de textos *Jornalismo e Acontecimento: Mapeamentos críticos* (2010) realizada por Marcia Benetti e Virginia Fonseca, reviso três perspectivas sobre a relação do jornalismo com o acontecimento.

Em minha interpretação abrangente, primeiro acontece algo que perturba a rotina da realidade, rompe com o usual fluxo de sentidos de uma comunidade. Há uma manifestação de código cultural no tempo presente, nem todos estão olhando ou entendendo, e por sorte há agentes que testemunham ou buscam o testemunho daquela ruptura. É algo digno de ser relatado, que precisa ser percebido, registrado, mediado e comunicado. Pode ser em nome da importância do acesso à informação, pode ser pelo impulso da fofoca, pode ser por entretenimento, pode ser pelo ato inevitável de conversar, o que importa é que as pessoas querem compartilhar umas às outras o que acontece na passagem do tempo. O jornalismo está com uma sociedade na esfera pública, na mediação entre o estado e a particularidade do indivíduo (que é uma representação de um todo). Cíveis também podem mediar a realidade, apenas por muito tempo não tiveram meios de manifestar com alcance e técnica.

Prosseguindo na definição do processo acontecimental, o consenso interpretativo é gerado na semiosfera de códigos culturais pré estabelecidos, novos fenômenos geram novos consensos, novas imagens, novos signos. Imagine se memórias solitárias — e exclusivas — fossem criadas extensivamente por todos participantes de uma semiosfera, cada um em processo sozinho não compartilhado, significaria que produções de sentido seriam feitas isoladas da comunhão dos sentidos de uma cultura que provém identidade. É absurdo porque até se um indivíduo extremista quisesse fazer isso, a formação cultural disposta de anos de socialização e hábitos, faria com que levasse muito tempo para que as construções sociais e discursivas deixassem de dominar o processo de semiose da pessoa.

Se cada um vivesse calado sem comunicação não haveria troca no processo de semiose, as interpretações individualistas iriam distanciar as pessoas. A distância e o isolamento de sistemas modelizantes seriam o caos. A longo prazo, ainda exagerando esse

fenômeno hipotético, traria um cenário de um tipo de alienação que impediria que pessoas se entendessem quando quisessem conversar. Seria perdido o vínculo de tradução mútua com o outro. Cada um tão rígido em seu signo de interpretação de um acontecimento particular que não entenderia o signo do outro.

A importância da interpretação mediada de um ciberacontecimento para manutenção da semiosfera de uma sociedade é similar com a do acontecimento. Para a perpetuação de um sistema modelizante, para se conectar com o outro, ou até para gerar o usufruto de interesses dominantes daqueles em vantagem nas relações de poder de uma sociedade, a mediação dos acontecimentos hoje precisa ser levada para as plataformas virtuais para que seja vista. Nem sempre o ciberacontecimento foi um acontecimento traduzido ao rastro digital, o ciberacontecimento pode ser nativo digital.⁴ Isto significa que um acontecimento hoje pode se originar na esfera de tela led e ser mediada, pois o ambiente da internet é um lugar frequentado pela maioria de usuários com assiduidade que beira à dependência.

A vantagem do ciberacontecimento, como vejo a vantagem do ambiente em que ele acontece ou é mediado, é que independe se é próximo da realidade material do usuário. É a noção de uma conexão “global”. A produção de sentido acontece em um espaço tão grande e diverso, as produções de sentido são tão variáveis e sujeitas a tantas camadas de interpretação e identificação, há tanta novidade em códigos culturais e memória coletiva acontecendo simultaneamente. A crise independe de um cenário grande, pois essa grande semiosfera digital está tão cheia de atores e produções de sentido — principalmente agora que a população possui meios e técnicas para produzir sentidos que vão inferir credibilidade, que o jornalismo se tornou apenas mais um ator.

Na semiosfera há consensos gerados por estruturas de interpretação que são dominantes, e nem todo ator é tão livre para produzir ou aceitar o sentido que quiser. Para tratar do processo de construção social que a produção de sentido corrobora, Meditsch (2010) escreve que o acontecimento é o que será percebido para gerar sentido e contribuir para *A construção social da realidade (1985)*, no modo estudado pela obra dos autores Peter L. Berger e Thomas Luckmann.

O homem não tem ambiente próprio, fabricam-se espaços, o indivíduo se relaciona com o que há de externo como um organismo vivo com quem ele interage. Essa existência *sui*

⁴ No LIC (Laboratório de Investigação do Ciberacontecimento), Unisinos/CNPq, com a participação do professor Felipe Moura de Oliveira, Ronaldo Henn define os ciberacontecimentos especificamente como acontecimentos digitais que, por sua relevância e caráter midiático, ganham visibilidade ao serem compartilhados em redes públicas. Elaboro adicionalmente a discussão de que ciberacontecimentos podem ser nativos-digitais ou podem ser acontecimentos que foram interpretados a partir de semioses que só puderam ocorrer na semiosfera digital.

generis pode gerar uma constante busca por caracterização — de si próprio ou da realidade — que explica como as atividades humanas são todas manifestações de hábitos. Uma significação é produzida na capacidade de reflexão do homem, a capacidade de semiose é a capacidade de lembrar — sem impedir o fluxo eterno, *ad infinitum*, de interpretação da consciência — para gerar reconhecimento. Ao invés de utilizar do termo instituição dos autores desse livro, vou seguir com a ideia de um sistema modelizante da linguagem. Um sistema modelizante implica, na construção social da realidade, historicidade. Imitar a padronização de registros, habitando ao longo do tempo, acatando códigos culturais, um indivíduo torna-se parte do organismo. Ser um ator do organismo é reproduzir o sistema modelizante, um sistema modelizante é produto de uma história, não quer dizer que deve se enrijecer e padronizar, conforme o tempo passa mais história pode ser feita. A segurança de pertencer é perder certo controle da interpretação dos sentidos, assim como um ator tem um papel para interpretar, mas se for sempre o mesmo papel deixa de ser atuação. A segurança do pertencimento deveria deixar espaço para que na partilha de um modo de interpretar da realidade, a realidade fosse mais um lugar para expressão — e alteração da realidade — e não um cerco de monitoramento.

No texto de Berger e Luckmann (1985) os autores trazem outro paradoxo, a objetividade do mundo institucional — ou do sistema modelizante da cultura — por mais maciça que pareça ao homem, que precisa sair de dentro de si para apreender os códigos culturais, é uma realidade de objetividade produzida — acrescento que também reproduzida — e construída pelo homem.

“As tipificações das ações habituais que constituem as instituições são sempre partilhadas. São acessíveis a todos os membros do grupo social particular em questão, e a própria instituição tipifica os atores individuais assim como as ações individuais. As instituições pressupõem que as ações do tipo X serão executadas por atores do tipo X.” (Berger e Luckmann, 1985, p. 77).

No texto de Marcia Benetti, *O jornalismo como acontecimento (2010)*, ela diferencia o acontecimento jornalístico do acontecimento discursivo, é um trabalho que conclui o que legitima o jornalismo como um acontecimento em si só. Há também nesse texto a menção estruturalista do atravessamento institucional, que exerce mais controle sobre as

possibilidades de interpretação da realidade. Há menção de Stuart Hall (1993)⁵ no argumento de que a produção da notícia é a produção do discurso do jornalismo; e isso compete identificar e contextualizar o acontecimento de um ambiente. Ao exercer sua função pública de informar, o jornalismo mapeia e torna inteligível o fenômeno escolhido, que serão fatos sujeitos a uma percepção. O jornalista é sensível a mecanismos de funcionamento social, identificando aspectos sociolinguísticos dos sistemas culturais em interação com sistemas modelizantes — ou institucionais — de ambientes no mundo real. A significação do jornalista irá mediar e produzir sentido através do entendimento de percepções consensuais sobre a sociedade.

Para mim é adequado concordar que a definição do jornalismo como ecossistema é como dizer que o jornalismo é um sistema modelizante, é uma esfera de sentidos produzidos, é acontecimento porque é percebido na realidade através da padronização de seus conceitos, a reprodução sistemática de temas é a reprodução sistemática de interpretações, de signos. O que compreendo é que o mundo a ser observado e ter um acontecimento traduzido é padronizado pelo alçó de um sistema discursivo que tenta atingir uma (re)produção de sentido de consenso amigável com o senso comum, a neutralidade do status quo que aquiesce ao preceito de imparcialidade para atingir o máximo de identificações culturais. Ao informar assim, há uma possibilidade que a mediação falha perante o olhar dos indivíduos, que são habitantes críticos da semiosfera e da esfera pública. Posteriormente a autora explica que os grandes fenômenos sociais como fome, desigualdade, e outras injustiças são percebidos como parte do sistema, logo, ao buscar uma interpretação de consenso, o jornalismo acaba caindo na armadilha de reproduzir sentidos de interesses de sistemas modelizantes hostis, de grupos que dominam a semiosfera, o discurso, a percepção, o registro de memória.

Se o discurso do jornalismo não resulta em mediação dos acontecimentos que o público *quer*, mas sim infere em uma auto proclamação de sensibilidade a decisão da mediação do acontecimento que o público *precisa* — sabendo das limitações de um regime discursivo dependente de um equilíbrio que essencialmente é a perpetuação de opressões sistêmicas — não seria tão absurdo que na era das redes sociais, em que vários tipos de discursos de outros agentes auto proclamados acessam plataformas para disputar a qualidade de oferta de diferentes acontecimentos e diferentes quantidades de mediações para os variados acontecimentos, o público escolhesse principalmente o que se distancia ao máximo do regime

⁵ HALL, Stuart *et al.* **A produção social das notícias:** o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (org.) *Jornalismo: questões, teorias e estórias.* Lisboa: Vega, 1993.

discursivo do jornalismo dirigido por capital privado vigente anteriormente? A mídia não apenas relata acontecimentos, mas os molda ao construir uma realidade compartilhada. Esse processo é influenciado por estruturas de poder que determinam quais narrativas se tornam dominantes e quais são marginalizadas.

Em suma, aprendo com essa divergência de posicionamento teórico para as minhas propostas de mapeamento das interações de disputa de sentido na semiosfera. Considerar que a própria interpretação do jornalismo é um acontecimento não altera a incidência da crise, nem era o alvo do estudo de Benetti, porém é caricaturesco a necessidade do jornalismo de absorver a si mesmo, de considerar o ponto de partida de seu olhar como uma carga simbólica que irá se explicar melhor em sua caridade de legitimar a realidade, como se olhando o resto do mundo por detrás de uma redoma. No próximo capítulo explorarei as produções de sentido do ator influencer. É preciso explicitar a possibilidade de novas interações que surgem de um indivíduo que é comum, mediador e mediado.

Discordo da noção de obrigatoriedade de que um fenômeno a ser interpretado só pode vir a existir como acontecimento, ou seja só consegue produzir sentido, ser interpretado para as pessoas quando inscrito em regime discursivo. Por um lado é verdade, tudo permeia um regime discursivo, uma modelização de cultura, a todo momento habita-se uma semiosfera. Mas a mensagem é de que o regime discursivo apropriado — e aliás de autoridade, legítimo, e de credibilidade — é o do jornalismo.

Como se ao fazer registros midiáticos de uma realidade, o acontecimento surge de a) modificar a realidade, algo fora da norma; b) o pretexto de sujeito com sensibilidade compreensiva, quando os jornalistas são fantoches presos em inércia vendendo interpretações hegemônicas; c) que esse sujeito sensível confira significação a essa nova pulsão da realidade. A realidade como algo que se transforma através da percepção. Quando algo é percebido já seria um acontecimento, porque já está inevitavelmente em produção de sentido na semiose. Já não estaria em produção avançada os inconscientes de interpretação? Ao perceber uma perturbação na realidade e em alguns milésimos a primeiridade já passou.

Há consenso de autoridade só porque esses registros da realidade são padronizados de um jeito específico. O estilo do jornalismo pode até ser mimetizado ou percebido como um gênero, e alegam a condecoração do jornalismo como mediador da esfera pública por atender a ideais de uma especialização — discursiva e técnica — que foram preceitos de agir e interferir na realidade fabricadas pelo próprio campo do jornalismo para se distanciar e se diferenciar de sua própria humanidade.

Falharam em proteger a qualificação daquele que quis se distinguir como um agente jornalista, ao invés de se perceber sujeito subjetivo e parcial, o jornalismo hoje perde espaço na semiosfera para indivíduos; pessoas influencers e celebridades. Agora a percepção de todos usuários — e consumidores — tem potencial mediador, todos têm acesso a equipamentos, todos interpretam as perturbações diversas e atribuem significado com estilos próprios, todos compartilham do momento histórico e todos manipulam a organização do tempo. Vence a interpretação mais aderida.

O texto *O acontecimento em sua dimensão semiótica* de Ronaldo Henn (2010) é o terceiro dessa organização, que apresento para falar da compreensão do imediato do acontecimento. O acontecimento é imediato e inevitável como a primeiridade. Imagine selecionar um acontecimento que parece adequado a ser interpretado, essa alienação é impossível, o processo de interpretação da realidade não pode ser barrado ou atrasado porque não atendeu a um capricho ou não é a pauta desejada. Os símbolos do mundo são como um destino. Tem um trecho que diz que esse ato da espécie humana de estar testemunhando os acontecimentos é um acontecimento tramado nas “cascatas de acontecimento”.

O acontecimento não semiotizado, em estado cru, pré-semiótico, é uma virtualidade como a imaginação, como as possibilidades do mundo das ideias. Deixa de ser ideal quando o indivíduo começa a apreender a realidade. Novamente temos a oportunidade de lamentar a rapidez com que a primeiridade do processo semiótico passa, o acontecimento pré-semiotizado está livre de interpretação racional e os humanos estão livres para o apontar agudo e fugaz de sensações primeiras que logo concretizarão na secundidade o início da interpretação, a descontinuidade das possibilidades, seguirá para infinitude das interpretações.

Ao atingir a terceiridade, ou seja, o fenômeno chegou ao mundo dos homens, tudo é signo, e é uma simples tradução de uma experiência sonhadora. Achei pertinente a apresentação de que mediar é o movimento de quem está no futuro, decodificando dentro de si aquele sentido. Mediar é sonhar, é interagir, o signo é o nomeamento de uma existência validada por ser observada. O acontecimento é o resultado de um reconhecimento que todos podem fazer de si mesmos como integrantes de uma semiosfera, é o destino de aplicar o código cultural em relação a impulsos primeiros. Essa experiência da produção de sentido de um acontecimento é extremamente subjetiva e particular, mesmo que aconteça com várias pessoas, ou mesmo que aconteça simultaneamente com um grupo, é de uma natureza de expressão de singularidade, individualidade, fantasia — que precisa ser atenuada pelo jornalismo, que buscará diminuir a exclusividade, a individualidade. Gerar um signo através

do acontecimento é para o jornalismo tentar incluir a novidade na memória, a nova perspectiva e significação na herança do código cultural.

2.2 Elogio da loucura da opinião

A contextualização da revisão histórica do uso — e perspectivas de mediação — dos meios de comunicação será feita a partir de *Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet*, de Peter Burke e Asa Briggs de 2016. Para localizar ideias de legitimidade e autoridade que cerceia o uso de tecnologias, e como elas flutuam ao longo do tempo refletindo a participação da população na esfera pública. Enquanto a história do jornalismo apresenta crises marcadas pelo avanço tecnológico, a perspectiva semiótica indica que diante da nova tecnologia da internet, a crise é de natureza sistêmica, que se apresenta na interação dos agentes e disputas de sentido na semiosfera.

O verbo “informar” é derivado do latim, e já era empregado como termo de “formar a mente”. O referencial mais importante desse livro para mim é quando trata-se da influência da comunicação oral. Ao lembrar o altar e púlpito das igrejas que os governos monárquicos valorizavam por seu potencial de disseminar informação e controlar a impressão pública, havia também a arte da retórica nas academias intelectuais. O cativar com técnicas de gestos e articulações da fala. Para o lazer haviam clubes e cafés que inspiraram a formação de grupos que se reuniam por interesses em comum para conversar. Com as grandes navegações e o fluxo de pessoas no porto, o “boca a boca” resultava em boatos na comunidade e manipulações para mexer nos preços dos produtos e dos mercados. As praças eram esferas públicas onde havia debates e discursos. Algo tão natural como a fala movia cidades, moveu o rumo da história, move a opinião pública até hoje.

A alfabetização e publicação de livros na Europa se desenvolve já desde o século XVI, um frenesi de publicações que nem acompanhavam a quantidade de leitores. Antes disso, porém, a escrita e leitura já modelavam a sociedade; assuntos de livros tornavam-se pauta da população, em tavernas escrevia-se nas paredes para todos saberem a letra de uma canção. E mais reservados, a produção escrita elite tinham um traço interessante; além de servir para evitar censura, a produção de escritas era destinada para trocas íntimas com intuito de socialização e priorizavam escrita manual, que quando era transcrevida tornava-se um meio interativo pois a pessoa tinha liberdade de alterar o texto, acrescentar e editar para melhor lhe servir. Na Itália em específico, o livro relata que havia uma certa fórmula sendo empregada a textos, sempre sugerindo que o personagem, a voz, falava com a audiência, ou falando para

deus, pedindo atenção. Pedia-se atenção e no fim gastava-se palavras pedindo que houvessem gostado. Outro ponto é que obviamente, a história registra que a censura ou a desprezo de conteúdos aumentavam o interesse na leitura.

Reflito com esse apanhado de reflexões da história que o comportamento da sociedade em contraposição a poderes vigentes, instituições, se destaca para mim na forma como o povo cria sua própria semiosfera, e por mais que as informações e mediações dominantes formalizadas atuassem e causassem efeitos sobre a realidade, não deixa de existir uma suspensão da realidade. Há sempre sussurros de clandestinidade, um pedaço da consciência coletiva reservado a uma “verdade”, que é a verdade de uma vontade caracterizada como tão informal que é denominada irrelevante.

A esfera privada é tão individual e subjetiva, caracteriza tantas variáveis, é uma riqueza de dados e de segredos tão assustadores que é melhor deixá-los emaranhados e rotulados de inclassificáveis pelo cientificismo. É medo da imensidão dos elementos que atribuem profundidade e dinamismo ao objeto de estudo, mascarado pelo bem de facilitar o estudo da Humanidade e de simplificar os significados da esfera pública. Eu preciso conceder, por incrível que pareça, que a civilidade organizacional de fingirem todos ao mesmo tempo que o ser humano é capaz de camuflar e abdicar de seus caprichos e tendências fruto de sua formação e desenvolvimento particulares em prol de uma performance simultânea de cegueira dos sentidos para agilizar debates filosóficos ou consagrar eficiência burocrática demonstra, de fato, uma grande civilidade. É de fato um nível de auto-controle que significa níveis elevados de controle racional. Igualmente poderia ser uma loucura. A distância de ser uma autoridade objetiva quer ser entendida como um sacrifício. A autoridade faz o favor de se distanciar em prol da capacidade de compreensão, equilíbrio, de ser inabalável por favoritismos e ranços para que assim seja crível. Ao não se demonstrar afetada a autoridade pode performar como imparcial, pensa ela, é um paradoxo sensível de uma vivência completa de ubiquidade de alteridade. É como um deus, está em todo lugar e ao mesmo tempo, um deus que é um outro tão intangível que se coloca no lugar de todos estando ausente. Não faria mais sentido para um comunicador praticar o local de todos de fato experimentando ser afetado e atravessado pelos sentidos de todos? No mesmo nível de todos? E então, após o debate profissional sobre pessoas hipotéticas, vão todos teóricos ao bar falar o que realmente pensam, que é diferente do que dá pra classificar em categorias de escopo delimitado.

Acreditar que a felicidade do homem consiste nas coisas mesmas é levar a extravagância ao excesso. Somente a opinião nos faz felizes.

Tudo, no mundo, é tão obscuro e variável que é impossível saber alguma coisa ao certo, como assinalaram muito bem meus bons amigos acadêmicos, os menos impertinentes de todos os filósofos; ou, se alguém consegue saber alguma coisa, é quase sempre em detrimento da felicidade da vida. Enfim, o homem é feito de maneira que as ficções lhe causam muito mais impressão que a verdade. [...] (Rotterdam, 2010, p. 69)

O livro *Elogio da Loucura* é de grande inspiração, Erasmo de Rotterdam escreveu em torno de 1510, mas considero aplicável até os dias de hoje. No livro é a Loucura como voz que argumenta, é um livro bem humorado por ser satírico, já que Erasmo estava frustrado com a postura da igreja. Considerando a influência da instituição religiosa no controle social, político, cultural, educacional e moral, eu consegui traçar um paralelo de suas pontuações com o papel executado pelo jornalismo como mediador formal da realidade. Isto é, instituições que idealmente deveriam direcionar seu conhecimento qualificado e interpretações da realidade para a emancipação do espírito mas que com a pretensão de superioridade do racionalismo leva à hipocrisia, ao dogmatismo e à alienação. A Loucura sugere que a vida humana, na verdade, depende tanto da irracionalidade quanto da razão, e que os maiores prazeres e conquistas da humanidade frequentemente derivam de paixões e impulsos irracionais.

O autor prossegue o sentido da explicação com a Loucura oferecendo um trecho com um exemplo de um orador da igreja; se o orador trata de algum assunto sério, as pessoas se aborrecem, bocejam e dormem; mas se ele muda de tom e começa a falar de uma história popular a audiência se desperta, se apruma, escutam. E depois a Loucura apresenta um exemplo das pessoas preferindo santos populares e envolvidos nas histórias do dia a dia: *“Celebra-se algum santo fabuloso e poético, como São Jorge, São Cristóvão ou Santa Bárbara? O povo terá bem mais respeito e devoção do que se lhe falassem de São Pedro, de São Paulo ou do próprio Jesus”* (ROTTERDAM, 2010).

Pondero o equilíbrio que deve existir, Erasmo que elabora com sua obra como a irracionalidade pode ser vista não como uma fraqueza ou incompetência, e sim como um milagre que potencializa a experiência humana. Sua conclusão é que a vida, segundo essa visão, é inerentemente paradoxal: ao mesmo tempo que buscamos a razão e a ordem, dependemos da irracionalidade para nos conectar com as dimensões mais profundas da experiência humana. Eu, paradoxalmente, quando busco os argumentos da subjetividade e parcialidade é tentando tornar o jornalismo mais tangível e aplicável a realidade material e factual. Erasmo conclui que a relação da verdadeira sabedoria reside na humildade e na

consciência das próprias limitações. Ao aceitar as paixões e aspectos da vida privada que vão interferir na visão do jornalista, ele vai parar de tentar interpretar um papel que é o eco de preceitos dos anos 1950.

Houveram mudanças no jornalismo, ou ao longo do tempo para explorar a possibilidade das tecnologias — flexibilização de autoridade das fontes, o uso de multimídia e hipertexto — ou por coerção de grupos econômicos, como linguagens sensacionalistas e exploração de pessoas em vulnerabilidade em telejornais de crime da Rede Record. É uma pena quando mudanças ocorrem de maneira irresponsável devido a dependência econômica do exercer jornalismo, quando os repórteres precisam aderir a medidas extremamente anti-éticas pois ficaram sem opção.

O que eu consigo enxergar com a exposição que farei do ambiente digital e a interação de seus atores no capítulo seguinte é a necessidade do jornalismo de flexibilizar sua vaidade estética de forma e conteúdo com a ilusão de imparcialidade e objetividade. É a principal fonte dos empecilhos de se manter relevante no fluxo de mediações das redes sociais. Era uma ideia que fazia sentido no século passado considerando a falta de possibilidade de domínio técnico da população. A distância entre jornalista e público também era uma distância de acesso e maquinário, mas hoje em dia todos podem gravar e assistir aos acontecimentos, todos podem interferir na esfera pública com popularidade e não com autoridade, isso precisa ser estudado com cautela. O indivíduo pode decidir imitar ou superar o discurso do jornalismo para produzir seu próprio sentido.

A vida interessante é a vida do povo, a vida do dia a dia, a vida do outro, a vida opinativa. Opinativa porque expõe, é um risco, um voto de confiança, quem fala dispõe de estender sua própria mão, não uma mão representativa ou simbólica, e quem escuta tem a oportunidade de decidir engajar com uma pessoa, os sentidos influidos por terem sensação de igualdade ou simplesmente uma genuidade, uma busca por um conteúdo, por sentidos que sejam mediados diante dos próprios olhos, que sejam feitos “ali na hora”.

A população me aparece como uma criança que finge se comportar e aderir as mediações da mídia — e poderes de sistemas modelizantes — tradicional, enquanto está apenas esperando uma brecha, uma alternativa, um suspiro de liberdade, para fazer sua própria mediação da realidade. Logo, tenho que crer que o futuro que sobraria para o jornalismo seria organizacional, perdendo tanto espaço para a auto-estima da população que quer conversar entre si, que restará ao jornalista ajudar no direcionamento de fluxo das novas produções de sentido ou em um serviço de assistência para verificação de informação. Se bem

que, até para isso, é possível ver avanços para uma possível independência de intervenção, os usuários vão começar a se qualificar para conseguir habitar o espaço.

Em 2021, o X, antigo *Twitter*, anunciou a nova funcionalidade de *Notas da Comunidade*. Essa funcionalidade permite que usuários colaborem para avaliar e adicionar contexto a tweets, ajudando a identificar informações errôneas ou enganosas. Ou seja, tweets que são feitos divulgando algum tipo de informação (mediação de um acontecimento) podem ser monitorados pelos próprios usuários: se algum deles perceber incoerência, souber da informação verdadeira ou desconfiar da fonte pode enviar uma nota da comunidade, e assim o post é revisado e editado pela própria moderação do aplicativo, independentemente da vontade do autor do tweet mentiroso.

A memória do público se lembra do impacto de uma sequência de eventos, camadas de sentido foram produzidas em períodos de frenesi de *Fake News* das eleições ou da pandemia de COVID-19. Foi um período de desconfiança generalizada que afeta não só a esfera brasileira mas a esfera internacional da internet, visto que aconteceram problemas semelhantes nos Estados Unidos, União Europeia, Inglaterra, Ucrânia, Myanmar, etc. Principalmente no que diz respeito a conteúdos de eixos políticos, está se construindo um hábito entre as próprias pessoas civis de monitorar e auxiliar na fiscalização. Ademais, um movimento comum de mediação de sentido do Twitter entre usuários é o uso do recurso “*Quote Tweet*”, em que é possível fazer um comentário por cima do post do usuário selecionado, é utilizado para iniciar “*Threads*” explicativas, ou responder perguntas em forma de corrente, e às vezes só para discutir com o usuário.

Quando correntes de mensagem de texto no WhatsApp ou *tweets* de 140 caracteres começaram a prevalecer como fonte favorita da informação para um cidadão comum, eu me perguntei que tipo de buraco uma mensagem tosca, não verificada, não atrelada a nome que se responsabilize, alarmante, opinativa e alheia de factuais, poderia estar preenchendo. Que lacuna na mediação da realidade o agente da democracia, o jornalista, estava falhando em ocupar. Um dos pontos mais importantes de reflexão sobre o tema da crise de mediação do jornalismo, e das dificuldades que ele enfrenta nas disputas de sentido é a conclusão de que a crise é sobre o cativar. Poderes vigentes compram ou forçam a influência, a alteridade de um influencer como parte do coletivo não garante soberania, não garante nem segurança, mas com influência pelo menos há participação, há inclusão. A crise é de participação. Na fala ou na escrita, a diversão da intimidade está na participação. Quando o público se sente participante, ele sente mais valor do que todos valores-notícia combinados. A recepção é parte da hermenêutica da produção de acontecimentos. Os leitores ou espectadores reinterpretam,

discutem e, muitas vezes, reconstróem os acontecimentos com base em suas próprias experiências e contextos, o que reflete o caráter dinâmico e interativo da comunicação na contemporaneidade.

Esse participar na internet é uma ironia muito grande. Talvez toda legitimidade e autoridade que o jornalista conquista em sua intenção de ser um mártir que irá servir a realidade para sempre, traduzindo-a em nome da lucidez, como um Prometeu, só que na verdade soa como um mortal que tenta de tudo para se afastar de nós e ir ao Olimpo sozinho. O jornalista não aprende a participar nem a cativar, ele se estabelece como uma necessidade e faz seu trabalho. Ninguém questionou. O serviço era bem feito, distribuir e mediar informação é algo que uma sociedade precisa fazer, nem que a nível organizacional da vida em coletivo. Por muitas décadas funcionou porque no dia a dia a sociedade não tinha tempo e aparato. Possivelmente pela primeira vez na história, desde que surgiu a internet, o jornalismo enfrenta um desconforto diferente. Ele não é mais percebido como *necessário*. Se o jornalismo morre ele não leva nada consigo. Ele pode ser copiado e pode ser substituído, é uma questão de adaptação, os preceitos jornalísticos não são leis da física, não levam consigo a luz do sol. Houveram milênios de vida humana sem sua existência. Como o jornalismo pode possivelmente cativar seu direito de exercer seu ofício de mediação? Por que imitar um robô ou uma autoridade formal que o torna o Outro? Como ele pode participar de todas mediações da realidade, até daquela suspensa e secreta que o particular do indivíduo cidadão guarda para exercer ele mesmo para si? Como o jornalista pode solucionar a crise de lembrar que ele mesmo é um indivíduo — ousar dizer; com desejos, subjetividades e parcialidades?

2.3 Vamos morar dentro da nossa cabeça

Georg Simmel é um sociólogo alemão que pode ser citado como um antecessor de Marx Weber. Seu texto, *Metrópole e a vida mental* (1967) foi publicado originalmente em 1902, mas traduzido e organizado em uma edição da editora Zahar em 1967. Desde o início do meu percurso acadêmico esse texto me guiou acerca de ideias de ambientes da pós-modernidade. Ele trata do êxodo rural para falar da formação da identidade de um homem da metrópole. São observações do que é inevitável a um caráter metropolitano. Ele mapeia tipos de relação e interações com o espaço para explicar que tipo de experiência da realidade o caráter de um cidadão urbano pode experimentar. Para mim, é também um retrato da vida mental do tempo digital. Empresto o percurso dele para explicar minha teoria de um espaço virtual baseado em uma percepção de moralidade do consumo — e retomo o tópico paradoxal

de tentativa de criação de identidade individual que só se manifesta ao buscar pertencer em um coletivo que um usuário carrega em sua mentalidade na semiosfera das redes.

Antes de toda World Wide Web, em tempos mais simples, o homem estava preso a vínculos de caráter público, o coletivo inevitável. Simmel (1967) elabora que quanto menor um círculo que forma o meio, e quanto mais restritas as relações com os que dissolvem os limites do individual, tanto mais ansiosamente se envolvem todos em realizações, conduta e perspectiva de vida. Como se o movimento diário de percepção de um indivíduo fosse sempre um movimento coletivo, imagine que até pensamentos egoístas ou originais eram difíceis de conceber. Diante da vida de cão, os camponeses lutam por igualdade e liberdade, a autonomia é ir para a metrópole.

Não havia qualquer mérito na identidade, a globalização de multidões é a dissociação que permite a liberdade da anonimidade. As pessoas nivelam todas as diferenças e qualidades com a universalidade vazia do dinheiro. A pergunta do *Quanto?* impera um modelo de socialização de vida quantitativa. Ele discorre muito sobre a postura blasé, uma possível saturação da superficialidade, a teoria dele é que a indiferença surge para proteger a sensibilidade que não tem espaço no ritmo da cidade.

Mais importante, é o traçamento de dicotomias. O pertencer de um coletivo na ruralidade era uma ampliação sufocante de sua existência individual, pesava ser um indivíduo. Depois de ficar sozinho na cidade sem vínculo histórico ou comunitário que garante caracterização ou pertencimento, o homem da metrópole quer se diferenciar. É como se o passo natural da postura blasé fosse o desenvolvimento sucessivo de caprichos e vaidades. O homem da metrópole buscava se diferenciar em sua competência de ofício para não ser descartado, e buscava se diferenciar em noções cada vez mais pessoais de seu mundo interno; a vida extremamente quantitativa elevou o valor do cultivo de um caráter qualitativo.

“A característica mais significativa da metrópole é essa extensão funcional para além de suas fronteiras físicas. E essa eficácia reage por seu turno e dá peso, importância e responsabilidade à vida metropolitana. O homem não termina com os limites de seu corpo ou a área que compreende sua atividade imediata. O âmbito da pessoa é antes constituído pela soma de efeitos que emana dela temporal e espacialmente. Da mesma maneira, uma cidade consiste em seus efeitos totais, que se estendem para além de seus limites imediatos.”
(Simmel, 1967. p. 21)

Essa definição de uma vida além da materialidade é o paralelo que busco traçar. Por mais que 1902 fosse um período de surgimento de expressões tecnológicas e criativas,

principalmente na Europa, o primeiro cinema estava em desenvolvimento acelerado por exemplo, meu pertencimento ao meu próprio tempo de quase um século depois não permite que eu me coloque em posição de julgar que tipo de impacto as inovações da época estavam trazendo para a mediação da realidade de Simmel ou de seu homem metropolitano teórico. Não me interessa descobrir se o fluxo de interação e informação da era da internet é muito mais intenso, mas vale notar que era um tempo que estava a sua maneira experimentando um novo tipo de fluxo de estímulos interacionais, um novo tipo de contato com imagens e símbolos, noções de instantaneidade, imediatismo com cinema, fonógrafo, telefone, por exemplo.

O que pode ser dito é que a nova potência de subjetivação de um homem metropolitano que começa a gerar essa noção de uma segunda vida, o capricho metafísico de existir além da materialidade do próprio corpo ou dos entornos urbanos em que as memórias são feitas, são questões aplicáveis às novas subjetivações de ambientes virtuais, de celulares ao alcance da mão, de uma percepção aguçada para uma esfera de sentido além da vida real e carnal. A geração de um novo tipo de aplicação da imaginação, novos tipos de manifestações comunicacionais — e linguísticas — na produção de novos sentidos, com a formação de novos códigos culturais, memórias que são atravessadas por aparelhos eletrônicos, me levou a concluir a explícita qualidade de imagem das plataformas online.

As redes sociais são baseadas em imagens. A vida além do corpo e da metrópole é uma virtualidade da imagem. Não só imagem no sentido de performance de uma representação de projeção imagética, ou imagem no sentido semiótico de ícone: a imagem na literalidade do vício aos estímulos visuais como formas de experienciar possivelmente a semiose de experiências corpóreas impossíveis. Ainda em comparação com o homem metropolitano de Simmel, a forma de viver e de encontrar identidade no pertencimento do coletivo a partir da expansão de segurança de si próprio na individualidade, expandindo sensibilidades em significados de uma comunidade, participando de processos de troca de produtos culturais, enriquecendo as interpretações da semiose e consequentemente enriquecendo a memória e a semiosfera.

Gostar de imagens não é analisado com julgamento de moral, não há noção de futilidade, a base imagética que defino generosamente se aplica a todas principais redes sociais. Pode-se argumentar que Twitter, Facebook ou WhatsApp não são plataformas de imagem, mas acabam sendo, é inevitável pois a base da experiência além do corpo é a fantasia, a metafísica de ser um observador, de ser alguém que assiste, a projeção dessa

virtualidade ficcional das pessoas depende de imagens que representem símbolos, que fabricam experiências e induzam semioses preteridas.

O retorno de formações identitárias em um ambiente virtual, trouxe esse traço de supervalorização de indicadores qualitativos, Simmel conseguiu prever que na internet uma personalidade distinta, autêntica e carismática — ou a apresentação desse tipo de personalidade — é mais relevante para a participação no discurso público do que uma personalidade profissional, neutra, superficial. É um rastreo antropológico de caracterização da maneira distinta de socialização em um ambiente ficcional, o “cômodo” de cada rede social e as diferentes possibilidades de experiência de usuário na navegação de cada uma das plataformas, não negam a importância primária da imagem (fotos de perfil). Para além da performance de um código cultural, há a possibilidade de afetividade com estranhos, de visitar lugares sem sair de casa, de experiências da materialidade do mundo através da projeção desses desejos na imagem, na simultaneidade da imagem. Um monumento que só existe em Paris pode ser vista do meu celular. Sabendo que *isto não é um cachimbo*, não há problema na ilusão. Pode ser uma foto antiga e não ao vivo, uma foto de uma década distante, uma foto manipulada e alterada sem fidelidade com a realidade, ou uma produção artística que simula a existência de uma paisagem que não é real — o que é importante é a produção de sentido e as sensações ilusórias da ficcionalização do existir além dos limites do corpo. Não é à toa que uma crítica genérica ao uso dos jovens nas redes como dissociativo e de fuga mental.

Para tratar especificamente da ideia de que uma sala de bate papo pode ser como estar imaginando estar conversando em uma sala com alguém, essa brincadeira de faz de conta para a vida adulta pode também se manifestar com linguagem verbal ou textual. Ler um livro estimula a imaginação e a projeção de imagens para um habitar mental também. É interessante relacionar que Bachelard (1993)⁶ sugere que “ler” uma casa ou um cômodo é um ato de envolvimento profundo com a imaginação e a memória; o espaço doméstico vai além da materialidade, tornando-se um símbolo da psique, um ícone que contém primeiridades intraduzíveis, uma experiência carregada de afetividade.

“Ser um texto poético pressupõe, portanto, constituir-se de estratégias que visam a primeiridades. O prazer do texto poético advém daí, dessas primeiridades intraduzíveis, sem significado (isto é, sem ainda transformar-se em signo), que marcam profundamente, muitas vezes

⁶ BACHELARD, G. A poética do espaço. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

inconscientemente, aquele que lê”. (Feres, Beatriz dos Santos. 2006, p.2)⁷

Essa leitura é um processo poético que ressoa com a teoria semiótica de Charles Peirce sobre os signos estéticos, que se manifestam como uma “totalidade do sentimento” e exigem do leitor uma competência frutiva. Peirce destaca a *primeiridade* como a máxima expressão da originalidade poética, que se manifesta como potencialidade pura, liberdade criativa, e a essência do novo.

A *primeiridade* é a qualidade que define a natureza do signo poético, pois é marcada por uma sensação imediata e não mediada, que não é ainda traduzida em um signo convencional. Esse estado inicial é o que confere ao texto poético sua singularidade, pois ele provoca uma resposta estética que ressoa na sensibilidade do leitor antes mesmo de ser interpretada intelectualmente. A poesia, assim, transcende o significado comum e opera no nível da sensação, criando um impacto que é primeiramente emocional e intuitivo, antes de ser cognitivo ou simbólico. Essa abordagem ressalta a capacidade do texto poético de capturar e transmitir experiências sensoriais e emotivas em sua forma mais pura, antes de serem filtradas pelo entendimento racional, permitindo ao leitor vivenciar o que Peirce descreve como uma forma de originalidade que é única à poesia.

Se o caráter qualitativo da expressão de identidade na semiosfera valoriza afetividade e poética, O texto poético traz em si um componente “extra” em relação aos “textos comuns”: ele é basicamente original (no sentido dado por Peirce), feito de primeiridades, de qualisignos; se há uma função para o texto poético é a de ser sentido, provocar sentimento: “É o sentimento não é senão mônada ressoante nos influxos das similitudes” (Santaella, 2000, p. 98).⁸

Bachelard propõe que o espaço doméstico vai além da materialidade, tornando-se um símbolo da nossa psique, um ícone que contém primeiridades intraduzíveis, similares às qualidades dos signos poéticos descritos por Peirce. Esses espaços evocam sentimentos e lembranças que são capturados, não de maneira objetiva, mas através de uma sensibilidade que toca a essência da experiência humana. Assim como o texto poético exige do leitor uma abordagem sensível e original, a leitura de um espaço, segundo Bachelard, também exige uma

⁷ FERES, Beatriz dos Santos. **De Peirce a Charaudeau**: as qualidades do poético ilustradas por Ziraldo. CASA (Araraquara), v. 4, p. 2, 2006.

⁸ SANTAELLA, Lúcia. **A teoria geral dos signos**: como as linguagens significam as coisas. São Paulo: Editora Pioneira, 2000.

abertura para o novo, para a liberdade e para as experiências simples e completas em si mesmas, que são intrínsecas à nossa vivência do espaço íntimo.

A casa, portanto, não é apenas habitada fisicamente, mas também emocional e simbolicamente, abrigando o que Peirce chamaria de qualisignos — sensações puras que são sentidas antes mesmo de serem transformadas em signos compreensíveis. Por fim, a autenticidade da expressão imagética e simbólica na semiosfera é ótima pois é favorável a sinceridade e autenticidade — mesmo que seja uma autenticidade performática, a mentira não importa, desde que a máscara não caia. É um ambiente de performance, e muitas imagens podem estar na moda. Está na moda a performance da imagem de autenticidade.

Com essas reflexões introduzo o que chamo de *moralidade de consumo* no ambiente digital. É minha teoria de que a expressão identitária se manifesta através das associações visuais e simbólicas nas quais os internautas se engajam, especialmente em ambientes digitais mas não limitado a ele. As redes sociais funcionam como plataformas onde a imagem e o consumo, seja ele material ou imaterial, torna-se representações do "eu". Essas representações são interpretadas como declarações de alinhamento moral, transformando o ato de consumir ou jeito de reagir, comentar, deixar qualquer tipo de afiliação comunicacional em uma métrica de valores pessoais e sociais.

Este fenômeno é particularmente evidente em práticas como a cultura do cancelamento, onde o consumo de determinados produtos culturais, sejam eles filmes, livros, música ou qualquer outro tipo de conteúdo, é lido como uma afirmação, posicionamento e até imposição de valores. Assim, o que se assiste, ouve, lê ou compra é interpretado como um rastro de sentido que pode ser julgado pela comunidade digital, muitas vezes resultando em exclusão social ou estigmatização. Essa dinâmica reflete uma fragmentação identitária, onde o consumo é visto como um elemento central na construção da subjetividade e na definição do lugar do indivíduo na cibercultura.

A ausência de fronteiras semióticas claras nas interações digitais facilita uma interpretação livre e subjetiva, ampliando os conflitos e tensões nos espaços online. A internet, como uma experiência coletiva, busca criar uma semiosfera onde moralidade e identidade são constantemente negociadas e redefinidas, mas essa tentativa frequentemente resulta em polarizações e novos desafios para a comunicação e o entendimento mútuo.

Aqui o espaço é tudo, porque o tempo não mais anima a memória. A memória — coisa estranha! — não registra a duração concreta, a duração no sentido bergsoniano. Não se podem reviver as durações abolidas. Só se pode pensá-las na linha de um tempo abstrato privado

de toda densidade. É pelo espaço, é no espaço que encontramos os belos fósseis de uma duração concretizados em longos estágios. O inconsciente estagia. As lembranças são imóveis e tanto mais sólidas quanto mais bem espacializadas. Localizar uma lembrança no tempo não é uma preocupação de biógrafo e quase corresponde exclusivamente a uma espécie de história externa, a uma história para uso externo, para comunicar aos outros. (Bachelard, 1993)

2.4 O mapa do espelho mágico: Rolnik e Guattari

Anterior a *Cartografia Sentimental* (2014), Suely Rolnik escreveu com Félix Guattari em *Micropolítica: Cartografias do Desejo* em 1986. Embora eu utilize a referência bibliográfica da versão revisada de 2010, acredito que no escopo do estudo da comunicação da humanidade para esse ser humano que utiliza das redes sociais, este referencial teórico traduz movimentos sociopolíticos do cenário atual da internet. Ao contrário de uma cartografia tradicional, que mapeia espaços físicos, uma cartografia sentimental mapeia dinâmicas invisíveis, os acordos silenciosos ou subconscientes que compõe a interpretação da realidade e moldam as experiências e percepções dos sujeitos; especialmente no que diz respeito à maneira como o desejo, o afeto e a subjetividade são modulados por forças sociais, políticas e econômicas.

Ao tratar da subjetividade da percepção humana, penso além do próprio pensar teórico do historiador ou dos registros jornalísticos da atualidade. Na memória coletiva que um indivíduo carrega, há essa polaridade no próprio ato de *ser*; de ser singular através de uma identificação com um todo. Constroem-se referências de um mundo interno e particular assistindo o mundo externo e coletivo. Esse exemplo de paradoxo é o tipo de flexibilidade que emprego ao ponto de vista de um usuário da cosmologia digital, é um usuário genérico, mas baseio a efetividade da análise no entendimento ao que é próximo de universalidade quando tratamos da psique humana dos habitantes heterogêneos nacionais e internacionais do território.

Os influencers digitais, ao mediar suas comunidades, operam dentro dessa cartografia sentimental. Eles utilizam sua própria persona e linguagem — os elementos particulares da imagem do influencer e seu uso de linguagem variam como toda e qualquer expressão de individualidade humana — para capturar e direcionar os afetos de seus seguidores. Através de frequência da presença geram familiaridade, apego, afetividade. Essa conexão é, por sua vez, um mecanismo poderoso de influência. A cartografia sentimental é especialmente relevante no ambiente digital, onde as interações são frequentemente baseadas

em reações instantâneas e emocionais. Likes, comentários e compartilhamentos são formas de expressão afetiva que os influencers monitoram e utilizam para ajustar suas estratégias de conteúdo.

Ao mapear a recepção nesses fluxos emocionais, eles conseguem entender melhor o estado emocional de suas comunidades e direcionar seus conteúdos para maximizar o impacto emocional e, conseqüentemente, a influência. Por fim, a natureza fluida e efêmera das interações online faz com que tudo o que surge, se estabelece, é registrado e, muitas vezes, rapidamente substituído. É uma semiosfera onde a comunicação e a construção de sentido são redefinidas constantemente, é preciso estar sempre atento ao território. Um xerife nem sempre sabe tudo que acontece no faroeste, nem o banqueiro – força e controle de recursos criam limitações de desconfiança – mas o membro mais popular da comunidade, não importa quão desorganizada essa seja, é o melhor informado. O espaço é tudo. (Bachelard, 1993).

Na cartografia de pulsos sentimentais, os elementos conscientes e inconscientes de dinâmicas sociolinguísticas, ou seja, as formas como a linguagem e as interações sociais se desenvolvem com o sujeito, estão profundamente interconectadas e atravessadas por afetos e subjetividades que não respeitam limites rígidos. A tensão entre as fronteiras das semiosferas não é o problema, o caos é muito mais pelo excesso de produções de sentido e porque é um espaço carregado de carga emocional — excesso em ofensividade ou em demonstrações de afeto, é um território em que fala-se palavras para desconhecidos e também fala-se “te amo”. A falta de etiqueta social é o outro lado da moeda da falta de amarras sociais. Se um indivíduo se liberta da forma física para representar na virtualidade de um mundo sem coerção que o force a papéis pré estabelecidos, a decisão de fazer o transporte de seus fluxos de produção de sentido entre as duas semiosferas — mundo real e mundo virtual — e apenas repeti-los, isso é, espelhar as duas semiosferas, é uma escolha. Salvo na ocasião que os perfis dos usuários são profissionais ou monitorados por algum aspecto da materialidade, não há porque o usuário se comprometer com qualquer civilidade que sua imagem de civil com registro de CPF o instituiu.

Não há problema em usar a rede online para um reflexo direto da comunidade presencial, é um uso utilitário e óbvio, a internet é muito eficaz para funções organizacionais, para que a comunidade tenha uma “praça pública” em comum, e que possam manter contato uns com os outros com esse atalho; onde criarão uma extensão de sua corporeidade ao invés de superá-la. O resultado disso é que esse tipo semiosfera não recebe muitas perturbações, uma comunidade menor significa menos trocas culturais. Uma comunidade com semiosfera de participantes e sistemas modelizantes já estabelecidos que não são perturbados demora a

trocar a estabilidade da familiaridade, é um usufruto mais organizacional da presença em redes, signos e outros códigos culturais reconhecíveis apenas se repetem, o ritmo de produção de novas produções de sentido é mais lento, pois é um meio digital tentando acompanhar quase que educadamente semiose da realidade. É um espaço de uma bolha específica, ou que reflete um grupo social de uma semiosfera municipal ou de um bairro, idade, pode até ser um grupo de trabalho online compartilhado por uma equipe de uma empresa.

Agora, para quem não vai para o meio digital para viver a mesma modulação de socialização da carne, é possível experimentar com a semiosfera sem pressão psicológica de restrição, estimula criatividade e expressão pessoal de uma maneira que é específica por se fazer valer ao máximo das qualidades técnicas e visuais exclusivas das redes sociais e daquela forma diferente de existência. E com a diversidade de um espaço generalizado e desconhecido, repleto de indivíduos que querem viver outros processos de semiose do que os usuais da materialidade, há muita tensão entre as fronteiras, mais sobreposição de camadas de sentido, ritmo mais acelerado.

A internet é um espaço representado por muitas minorias que criam comunidades de destaque e seus comportamentos próprios, como um roleplay, não é sobre interpretar uma mentira necessariamente pois falsidade ideológica não está em questão em um espaço que não é para ser levado tão a sério, é um espaço de experimentação com a linguagem e com os sentidos, as pessoas buscam identificação às vezes sem perceber que estão buscando se expressar através de romper os limites que elas mesmas têm com a linguagem.

Guattari propõe um mapear de como o desejo circula, como ele se conecta a diferentes elementos da realidade, e como ele pode ser reorganizado para criar novas formas de vida. A cartografia do desejo foi importante para ressaltar a validade da força do desejo subjetiva do individual em uma “terra sem lei” como a internet, pois uma mediação competente na nova era de fronteiras virtuais não pode possivelmente estar esperando que a qualidade de *Instituição* seja capaz de tomar decisões em torno de um ambiente de disputas de sentido de desejos. Não é “servir ao interesse do público”, é seguir a lógica sentimental de como a própria linguagem está se desenvolvendo, linguagem é manifestação de desejo, é sobre como o desejo está produzindo.

Isso porque em outros trabalhos com o teórico Gilles Deleuze,⁹ e há diferenciação teórica de subjetividades moldadas por forças externas — principalmente as institucionais — e subjetividades dos indivíduos. As subjetividades do interesse capital geram desejos que

⁹ DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Tradução de Sônia Rosado. 14. ed. São Paulo: Editora 34, 2019.

satisfazem aos interesses do lucro do regime capitalista, como desejos estéticos moldados pela publicidade para vender cosméticos. As pessoas estão inevitavelmente dispostas a alguma configuração, algum sistema de código cultural, e vão querer extravasar em identidades e papéis fixos — como cidadão, trabalhador, membro de uma família, etc—. Por outro lado, há uma constante fuga ou desvio, onde o desejo busca escapar dessas codificações rígidas.

Esse é o escape, a *linha de fuga*¹⁰ manifestada no ambiente virtual é através de experimentos de semiose. A linguagem, o processo semiótico, como já detalhado no início do trabalho, é um processo altamente pessoal e simultaneamente uma expressão de uma linha sucessiva de coletivos, esferas de sistemas modelizantes que vieram antes e que ainda estão; ao representar um representa-se ao grupo também, e é interessante que editam centenas de imagens gratuitamente por diversão e para se comunicar melhor. Mais especificamente se tomado de maneira sensível como uma pessoa pega hábitos de simbolismo, há palavras que representam a mesma imagem, sons que evocam as mesmas memórias, que tristeza uma primeiridade ser previsível, o indivíduo possui signos que através da terceiridade já se habituaram a um processo, arquétipos estagnados há tempos. Que bela emancipação é um espaço para usar palavras particulares, ou inventadas ou oprimidas pelo espaço material. A expansão de uso e descoberta de traduções e novas mediações de sentido estão transformando o próprio indivíduo e seus sentimentos. A internet é tão pessoal por ser tão cheia de imagens, é inevitável não ser um constante exercício de projeção, é um espelho convidativo. É um espelho mágico, é uma janela para outro mundo que permite uma revisão e reformulação constante de si — a autonomia de criar e compartilhar — e do outro. Para quem olha o outro, olha também para si.

2.5 Influência de Ícones

Pode ser difícil de observar o ambiente online mas é excepcional de participar, um fenômeno de milhões de atores em um sistema de trocas e inferências, e todos buscando traduzir em um campo virtual a própria conexão com a realidade. Indivíduos que explora

¹⁰ Linha de fuga é um termo específico de Deleuze e Guattari sobre desafiar os desejos dos sistemas institucionais (molares) em que grandes blocos de poder e identidade são rígidos e difíceis de transformar, é uma subjetividade rígida que busca perpetuar estruturas. O sistema livre e particular, (molecular) flui fora de classificações da construção social e o desejo do indivíduo não é padronizável ou reconhecível, escapando às tentativas de serem completamente codificados ou controlados, é uma subjetividade livre. A linha de fuga é para experimentar a realidade fora das lentes institucionais e produzir mais desejo, explorar possibilidades alternativas de ser, movendo-se continuamente para além do que é familiar e estabelecido, a busca de novos desejos redefinindo constantemente as fronteiras da subjetividade com a realidade.

como os afetos e subjetividades se movem e se transformam dentro dessas dinâmicas de revirar sentidos, todos influenciando e sendo influenciados, em uma relação fluida e contínua de usuários que são pessoas com humanidade em comum.

Um exemplo são comunidades de pessoas LGBTQIA+ online que usam linguagem icônica queer para fazer memes e edições de baixa resolução, geralmente de imagens estáticas, que são um código cultural e produção de sentido. O artigo de 2009 "*In Defense of the Poor Image*," Hito Steyerl¹¹ defende o uso de imagens de baixa qualidade, argumentando que elas representam um novo paradigma na circulação cultural. Essas imagens são escolhidas por sua acessibilidade e capacidade de disseminação rápida, tornando-se símbolos de resistência à estética dominante e ao controle comercial.

Acrescento que é de relevância simbólica as escolhas de personagens para os estáticos; exemplos como Agatha Nunes, Andressa Urach, Gretchen, Tulla Luana que são consideradas subcelebridades ou “famosas só na internet”. Não são acompanhadas ironicamente pelas comunidades, há verdadeira admiração e relação de fã ao usá-las como um ícone semiótico em forma de uma foto que traduzir imediatamente uma sensação, uma reação, um estado de consciência.

Apesar da viralização e de serem amplamente propagadas, tal como o próprio território virtual informal, não são mulheres levadas a sério pela mídia tradicional, e a fama de meme não dá dinheiro ou patrocínio. Há a exceção de Andressa Urach e Gretchen, que já estiveram na televisão, como em reality shows, e ambas são símbolos sexuais de décadas passadas. O símbolo de resistência de liberdade sexual ou de expressão autêntica, mesmo que incoerente ou caótica, pois Tulla Luana é uma pessoa sob acompanhamento por transtorno de humor bipolar e depressão que compartilhou momentos de alta vulnerabilidade e manifestação de seus sintomas, ou Agatha é uma performer transexual que canta e dança sem precisar de convite e que não procura seguir ordem lógica no que diz.

O processo de interpretação dessas imagens envolve uma leitura crítica que reconhece seu valor não pela qualidade técnica, são imagens vistas como resíduos da produção audiovisual, marginalizadas pelo capitalismo digital em oposição à alta definição dos produtos de elite do cinema. Essas imagens circulam amplamente, carregando narrativas diversas, desde conspirações até resistência. Na semiose de expressão queer, resistem à

¹¹ KRAUSS, Rosalind E. **In Defense of the Poor Image**. e-flux, 2010. Disponível em: <<https://www.e-flux.com/journal/10/61362/in-defense-of-the-poor-image/>>. Acesso em: 2 ago. 2024.

hierarquia estética dominante, desafiando normas de representação e criando espaços de identidade e visibilidade para comunidades marginalizadas que terão seu próprio sistema.

Diante de um moralismo cristão tradicional ou de etiquetas comedidas da sociedade brasileira que as exclui na vida real, elas se manifestam e são recepcionadas na internet. Será assim que os internautas se sentem? As torna ícone para comentários dos membros da comunidade LGBTQIA+ comentando sobre suas vidas pessoais. Elas são um corpo e um rosto para a conversa sem face das redes sociais. São escolhidas para representar o indivíduo em uma conversa como se fossem um avatar, vestem não apenas o ícone escolhido daquela reação específica por um momento, vestem todas camadas de sentido que elas já produziram na semiosfera. São um espelho, carregar o estático borrado de suas faces é carregar o símbolo de seus nomes.

Não está restrito a isso, em geral figuras de mulheres que viralizam em contextos variados tornam-se modelo para fotos estáticas. As citadas acima se destacam pela quantidade de fotografias e camadas de sentido que suas imagens produziram. Acabam “furando a bolha” e sendo conhecidas e utilizadas como meme por vários grupos, atravessam fronteiras, o que significa que suas imagens estáticas em baixa qualidade ou gifs foram assimilados por centenas de sistemas culturais. Ou seja, sistemas de códigos culturais que consentiram ao uso delas como esse salto da semiose de sentir uma emoção diante de uma frase e invocar o rosto de Andressa Urach fazendo uma pose antes de seguir o *ad infinitum* da semiose particular.

Com a plataforma das imagens, em chats particulares também, é quase como se por terem entrado em consenso sobre uma imagem e uma produção de sentido, não precisassem mais conhecer outras. Ficamos acostumados com certos memes e os usamos pra tudo, por exemplo, e há esse fenômeno de uma padronização em uma etapa da semiose. Ao poder enviar um meme, um emoji, a representação explícita de um objeto, parte da conversa online é reconhecer e aceitar um estímulo imposto durante a tradução, é uma conversa multimídia. Um diálogo multimídia. Troca de todos os códigos, na internet simultaneamente linguagem verbal, não verbal, código visual, social, cultural — o código profissional nem sempre — aspecto de comunicação direta e até altamente direcionada.

A fala no dia a dia é intermediada pela sugestão abstrata dos outros sentidos, na internet você pode até tocar o computador, ouvir o som do vídeo, mas está recebendo a tradução padronizada de uma imagem, o ícone é padronizado para todos. Quando alguém fala uma palavra, cada um imagina a sua. Quando alguém escreve uma palavra cada um lê a sua. Quando um artista produz uma pintura, é uma tradução da visão de mundo do artista. Quando

um fotógrafo tira uma foto, é uma decisão de *mis en scène*¹² que determina a seleção daquele cenário e ângulo específico como representação de algo.

Um meme ou um emoji, que é uma imagem, um ícone, que é repetido milhares de vezes em um sentido em determinados contextos por determinados grupos, é uma imagem pronta de ícone que o indivíduo agora carrega consigo. O ponto central é que, mídias visuais sempre poderiam ter sugerido uma tendência de codificação, mas ainda deixaria espaço para interpretação. O meme ou emoji parecem ser usados em sentido direto de maneira que ao tentar expressar uma profunda particularidade com mensagens para o outro interpretar e fazer sua própria produção de sentido, eu lhe entrego minha visão pronta. Lhe imponho meu meme ou meu emoji de escolha, é assim que me sinto e me represento, expresso menos código, expresso um código viral ou já conhecido talvez, e com menos espaço para que ele faça sua própria semiose.

A imposição de uma imagem é inevitável para o outro, uma vez que ele cruze o sentido com minha literalidade, ele produzirá sentido só a partir daquele ícone que eu pré determinei. Isso é um tipo novo de influência nos diálogos virtuais, acontece o tempo todo e muito rapidamente. Menos se sugere, menos se interpreta de um referencial privado, se cria mais de um coletivo generalizado, a criatividade é expressada tentando criar um sentido e camada sobre aquela camada imposta, cria-se adaptação e improviso, menos gênese. Possivelmente explica porque memes saturam, alguns mais rápido que outros a depender de quem utiliza, a quem tenta influenciar a produção de sentido de um acontecimento com um ícone padronizado.

2.6 Perspectiva Etnográfica

Nos debates que contemplam a internet e as adaptações do estudo de campo antropológico para o território virtual, há possibilidade de considerar a dimensão cultural ou técnica. É mais pertinente de meus esforços aproveitar a relação da semiótica cultural com a perspectiva de um recorte da dimensão sociolinguística do ambiente. O ambiente digital é definido como analogia porque interessa mais definir o território a partir do entendimento do surgimento psicológico afetivo desse espaço alternativo para a materialidade, semiosferas e questões da filosofia da linguagem podem ser vistas sob uma luz hermenêutica quando nos

¹² Artigo que inspirou exemplo de *mis en scène*: TERRA, Marcia Figueiredo de Assis; REBELLO, Ilana da Silva. **Emojis como nova estratégia de captação no discurso publicitário**. Revista Linguagem em Foco, v.12, n.2, 2020. p. 333 - 354. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/linguagememfoco/article/view/4022>.

concentramos na interpretação e na construção de significado, ou metafísica quando investigamos a ontologia dos processos de disputa de sentido.

A netnografia dessa proposição metafísica tem um longo desenvolvimento teórico por se tratar de uma etnografia da formação de significados, é uma aplicação de interpretações teóricas no percurso da construção de uma realidade apresentada na metáfora de um Faroeste Digital. Essa realidade é descrita com o mapeamento das manifestações do carisma e da moralidade na formação de sistemas culturais próprio do Faroeste Digital. Torna-se inevitável a observação participante, que conta com a semiose do pesquisador, pois o ambiente digital se forma a partir de consolidações identitárias de semioses.

Além disso, a fluidez caótica descompromissada do Faroeste é uma consideração relevante da minha percepção científica, não é um ambiente que busca ser estruturado, pois é maleável as vontades e criações independentes dos internautas. A estrutura que delimitar uma plataforma específica, delimitando o espaço de análise para estruturas do *Instagram* por exemplo — em que a criatividade e maleabilidade dos internautas reagem a rotas pré determinadas de uso de um espaço particular — necessitaria de análise da dimensão técnica, pois criaria uma especificidade anterior ao processo de interpretação dos sentidos produzidos e suas disputas, a análise das disputas deixaria de ser sobre o mapeamento das manifestações da semiose humana em sua totalidade e se tornaria análise do fluxo específico de comunicação daquela plataforma. Para essa pesquisa em específico, inauguro meus estudos do Faroeste Digital com uma visão ampla e holística da dimensão cultural. O holismo da etnografia inspirada pelas reflexões de Hine (2004) permite que eu estude as interconexões de hábitos linguísticos particulares, que eu capture aspectos dinâmicos entre as relações dos internautas, afetação da relação com o jornalista entre as intenções e a execução da mediação qualificada, etc.

Para as análises do Faroeste Digital e seus forasteiros sem rosto, majoritariamente me refiro a eles como *o jornalista*, *o influencer* ou *o usuário*; e o todo de seus hábitos — a semiosfera que produzem é maior que a soma de todas as partes. A postura principal de acompanhar os sistemas culturais e as produções de sentido com as contribuições deles no ambiente é saber que eu habito nas mesmas contribuições da participação em fenômenos de interpretação, surgimento de lógicas de comportamento, e percepção de valores particulares à semioses que surgem dentro de sistemas modelizantes diversos do Faroeste Digital. Os outros habitantes não precisam ser distintos para que eu faça minha análise de hábitos de mediação e do que atravessa o processo de semiose nas disputas de sentido. Nesse plano imaginário de

uma cidade sem lei, considero a factualidade da minha individualidade, e que a etnografia é sempre um olhar participante que só pode tentar apreender a cosmologia do outro.

Chegando a este ponto, pode-se perceber que ainda há muitos pontos a serem esclarecidos e estudos a serem realizados no que se refere às possibilidades de aplicação da netnografia ou etnografia virtual enquanto metodologia de pesquisa. É preciso questionar: até que ponto a técnica tem sido de fato aplicada? Até que ponto alguns trabalhos não estariam utilizando apenas a observação participante e julgando-a netnografia? Quais os limites éticos entre as informações “públicas” disponibilizadas na rede e vida de diversos usuários que compartilham desejos, problemas, experiências e atitudes virtualmente? (Martins dos Santos, Flávia; Gomes, Suely; 2013).

O artigo “Etnografia virtual na prática: análise dos procedimentos metodológicos observados em estudos empíricos em cibercultura.” Reflete não apenas sobre a obra de Hine (2004) do fazer etnográfico digital, mas de outros textos de reflexão metodológica da etnografia no ambiente digital. A perspectiva das autoras parte das incertezas acerca das possibilidades e limites da aplicação ética e científica de um estudo de campo em um ambiente tão abstrato, tão novo e com participação tão direta dos usuários. Não compartilho das mesmas inseguranças pois interpreto que a mesma inevitabilidade da subjetividade – a parcialidade de um olhar de observação participante – compõe a etnografia tradicional no campo material. Os questionamentos da ética de estudar, observar, monitorar e ousar traduzir não apenas comportamento, mas a presença e os desejos de outros seres humanos, também questionam a validade do observador no campo tradicional da etnografia.

É preciso aceitar as limitações de presumir a tradução de outros sistemas culturais - de outros indivíduos. Eu conclui que os questionamentos finais que as autoras levantam acerca da metodologia netnográfica apenas refletem que diante de um cenário inédito e metodologias sem tradição o pesquisador pode sentir-se desvalidado, como se na falta de uma fórmula para aplicar, ou se o ambiente envolvesse variáveis volúveis, informais, sempre em transformação, que isso impossibilitaria o olhar do etnógrafo. Em outra entrevista da própria Christine Hine¹³, ela fala sobre as adaptações espontâneas do método em relação a contextos, sobre a

¹³ CAMPANELLA, Bruno. **Por uma etnografia para a internet: transformações e novos desafios.** Entrevista com CHRISTINE HINE. Matrizes, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 167-173, jul./dez. 2015. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v9.i2p.167-173.

criatividade que envolve o fazer etnográfico como um todo, e que por isso, cada estudo etnográfico se torna único.

3 O FAROESTE DIGITAL

O tempo todo falamos de atores, agentes, participantes, membros, usuários, indivíduos, comunidade... Surge essa analogia para acomodar o estudo de um objeto em um território. A analogia de Faroeste Digital foi usada por Wolton (2010), quando ele fala da falta de regulamentação política para brincar com a ideia de uma “terra sem lei.” E como já referi muito à poética da imaginação desse espaço subjetivo, parece adequada a metáfora para ilustrar a semiosfera em termos mais concretos. O texto de Wolton habilita outras discussões do ofício de comunicar na era digital, mas faço minha própria definição e aplicação. Na dramatização de um cenário como de cinema *western*, *é possível imaginar* melhor como enxergo a aplicação do acompanhamento etnográfico das influências nesse território imaginário, nessa viagem que se faz a um campo das ideias quando se está conectado a um ambiente virtual.

O Faroeste Digital representa um ambiente de estímulos contraditórios, onde ocorre a troca cultural, discursiva e simbólica, operando como um espaço autônomo, interativo e repleto de imaginação. Navegar o faroeste é uma atitude etnográfica holista. Esse espaço, que antes dependia de experiências materiais, agora se traduz em vivências sensoriais e subjetivas. No contexto da semiosfera, o jornalismo tradicional enfrenta desafios de mediação qualificada, muitas vezes mostrando-se incompatível com o modelo atual de comunicação, seja na cobertura de acontecimentos ou ciberacontecimentos. Os usuários se dedicam à autoexpressão emocional e intelectual, cientes de que são observados e de que suas ações geram impressões. Nesse espaço, os indivíduos acreditam ter controle sobre a construção de suas próprias auto-narrativas, mas, na verdade, estão imersos em uma ilusão similar à de Dom Quixote. Assim como o personagem que luta contra moinhos de vento acreditando serem gigantes, os usuários enfrentam batalhas no campo das ideias, movidos pela externalização de seus desejos e aspirações, por vezes manifestações subconscientes. Essa auto expressão, frequentemente, recorre a produtos e imagens não autorais, escolhidos por associação, proximidade, cumplicidade e, por fim, alinhamento moral. Nesse sentido, a identidade digital é construída a partir de fragmentos de cultura compartilhada, refletindo tanto as conexões

sociais quanto os valores pessoais que guiam cada indivíduo nessa paisagem simbólica e semântica. (FRANCO, 2023)¹⁴

O Faroeste é uma experiência individual e coletiva ao mesmo tempo. A experiência da internet é customizável. A sensação de autonomia é a de uma agência de identidade, é o Eu de cada um que opera na realidade virtual buscando por sinais que comprovem o próprio eu. A interação é também identificação. Há para se considerar diversos fatores; a efemeridade dos estímulos, a ciclagem rápida da informação, a ilusão de multidão oferecida pela globalização capitalista, a fragmentação de valores. Para um usuário esses elementos servem à flexibilização dos símbolos pessoais, busca-se consenso nas imagens compartilhadas, os algoritmos aprendem com os hábitos que são essencialmente caprichos indulgentes. É sendo visto, é participando, reagindo e interagindo que muito além de socializar, tem-se a sensação de estar tomando decisões, de estar se afirmando ou se distanciando — dependendo de como o Eu pensa que detém a autonomia de escolher curar seus perfis, bolhas, likes e bloqueios — constroi-se moralidade, constroi-se experiência, constroi-se representação.

Esse espaço online é um espaço alternativo à realidade material, é a possibilidade imaginativa de navegar, habitar, explorar, fugir, espiar, ou se posicionar. Além de aplicações literais, como quando plataformas oferecem customização de avatares antropomórficos, esse salto poético de que uma consciência está em comunhão com outras consciências cria o senso de pertencimento de comunidades, pessoas que se representam pelos mesmos símbolos. Mesmo que distantes em métricas terrenas, ainda estão passando pelo mesmo processo de semiose, e há a possibilidade milagrosa de ser um processo próximo do simultâneo. É eficiente para a comunicação, mas eficiência em nome de que? de um discurso? de uma subcultura? de um produto? de um efeito humorístico? de um efeito afetivo?

As convenções no modo de se comunicar virtualmente são adaptações fugazes de pessoas que vão aderir a sistemas modelizantes, nichos e subculturas criam códigos culturais e linguajares próprios, adaptam suas próprias piadas e expressões poéticas para ilustrar a realidade que querem sob medida. Na pátria virtual seus interesses são sua bandeira, por isso lembro do que pontuei anteriormente com essa aplicação de moralidade ao que se consome, não tanto para estimular variedades de interpretações, pois há um efeito de padronização do signo quando se torna identificável devido a viralização. Nem tudo que viraliza é um

¹⁴ FRANCO, L.M.L. **Faroeste digital**: a semiosfera virtual. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 46., 2023, Belo Horizonte. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2023. Trabalho apresentado. O artigo foi apresentado em 2023, mas posteriormente eu decidi evitar o uso do termo Semiosfera Virtual, a palavra virtual não é exclusiva a aplicação da virtualidade da internet. Outra interpretação possível é que semiosferas são em geral uma virtualidade do plano de códigos culturais.

consenso, mas tudo que é um consenso, viraliza. Há também um efeito nessa etnografia do uso da linguagem que acho importante notar, por vezes um usuário pode ter que reproduzir consensos mesmo que ele particularmente não goste, sob penalidade de não se fazer entender, ou receio do tensionamento ou qualquer sensação que seja considerada empecilho da rapidez, ou que leve perturbação dos sentidos que afirmam uma identidade para outros.

Enquanto que na vida real uma pessoa sabe que deve falar em português (hipotética língua materna desse exemplo) com sua família para que respondam na mesma língua e se compreendam, mais agudo que isso é saber que se deve usar ou evitar certos verbos, adjetivos ou substantivos, por não serem usuais do vocabulário daquele núcleo familiar e podem dificultar a fluidez do diálogo nessa micro semiosfera. Outra alternativa é que também se usa um ditado regularmente nessa casa, como um jargão para determinada reação padronizada, usam há tanto tempo que as pessoas envolvidas já tem dezenas de memórias dessa sequência de produção de sentido sem nem se darem conta conscientemente, uma rota de semiose confortável, é um código tão firme e estabelecido entre os participantes — família — que parece acelerar o entendimento. Com um ditado entendem não apenas o tom humorístico ou de desaprovação, entendem que tipo de reação foi, que tipo de efeito a história teve sobre o falante que reagiu e provavelmente que tipo de resposta devem emitir posteriormente. Isso é possível porque o ditado além de ser um código cultural dotado de certos sentidos consentidos de uma semiosfera macro dos falantes daquela língua, para uma semiosfera micro particular como a da família hipotética tem um código da cultura afetiva daquele pertencimento daquelas pessoas.

Um usuário na internet, um morador do faroeste, pode ser *cronicamente online*, expressão usada popularmente para designar pessoas com muito tempo de presença no Faroeste. É interessante para mim que esse comportamento é duplo, ser cronicamente online pode ser interpretado como uma pessoa que passa muitas horas ao dia na internet, como também pode ser alguém que usa poucas horas por dia, mas usa todo dia, e usou com tanta consistência ao longo de anos que também acumula excesso de referências.

Falo em “excesso” de referências porque ser um ator nesse espaço compete trocar sempre de papel, trocar de identidade, navegar entre semiosferas é navegar entre diferentes produções de sentido da realidade. É um comportamento coerente de alguém que encontra dezenas de possibilidades de visão de mundo, que experimenta visões de mundo. A flexibilidade de ser um Dom Quixote perdido em uma loja de doces que busca qualidades ao seu caráter. Mas além disso, da multiplicidade de perspectivas, uma pessoa cronicamente online consumiu tantas referências, passou por tantas semioses, foi socializado por tantas

produções de sentido de sistemas modelizantes que não apenas pode se comunicar com diversos grupos na internet com hábitos distintos como também produzem sentidos excessivos.

Camadas de sentido que surgem e se acumulam no ambiente digital, são sentidos que são produzidos usando como base um sentido criado anteriormente em um contexto, espaço ou tempo que só aqueles que testemunharam, assimilaram ou foram integrados naquela semiose vão compreender as próximas camadas. É por isso que grupos específicos de pessoas têm piadas internas, basta pouco para se referenciar a muito. É uma piada comum na internet, dizer que certos comentários ou *memes* são tão cronicamente online que dependem de uma explicação de diversas camadas de sentido. E saber essas camadas de sentido denota uma honraria, ao cowboy — ou cavaleiro — que estava presente para testemunhar a história e agora explica a relação entre as partes que formam o todo de um sentido.

Além do uso para o humor, camadas de sentido vão acontecer na transformação da passagem do tempo. Algo ter vindo antes do agora já implica uma camada de sentido que foi produzida antes ser um contexto para uma nova camada ainda a ser interpretada. A mutação da linguagem e hábitos de comunicação é um fenômeno linguístico por si só. Palavras que entram e saem de moda, palavras que são usadas com sentidos totalmente diferentes da definição formal no dicionário, palavras que são usadas ironicamente, palavras que são usadas como onomatopeias para referenciar uma construção de sentido inteira oriunda de um vídeo, filme, áudio, e até texto verbal. Há também o fenômeno de discussões ou debates em andamento que só existem na cabeça usuários das redes sociais que estão sendo plataforma para aquele assunto. Ou seja, para as consciências que frequentam os ambientes do faroeste, permeiam questionamentos de ordem estética, ideológica ou comportamental que são específicos, isto é, não são debates acontecendo na esfera pública material. Seria a esfera de sentidos do Faroeste um outro espaço de esfera pública? Ou apenas a projeção imaginária, quase um *roleplaying game* da esfera pública “verdadeira”? Há expressões de praxe que criticam que assuntos de internet não contam como debates reais, uma noção de que a validade e utilidade de uma discussão encontra sua legitimação em ser transportada do plano das ideias para conversas face a face. A face é um fator de legitimidade?

Outro fenômeno é quando camadas de sentido do Faroeste Digital irrompem na realidade material e podem gerar constrangimento por resultarem em tensão em semiosferas. No encontro de uma semiosfera de identidade calcada em produções de sentido hipertextuais, pluri perspectivistas, de referências à ciberacontecimentos exclusivos do plano virtual, duas pessoas podem não se entender mesmo compartilhando de diversos sistemas modelizantes em

suas vidas materiais. Duas pessoas que moram na mesma casa, na mesma cidade e país, que são da mesma família, que falam a mesma língua e partilharam de diversas experiências que produziram diversas memórias e sentidos — essas duas pessoas podem ter dificuldade de se entender. Com sistemas modelizantes que se tensionam. É o encontro da fronteira de um usuário do universo virtual (uma esfera pública que não é levada a sério) que habita a semiosfera de sentidos produzidos no Faroeste com a fronteira de uma pessoa comum com a semiosfera da esfera pública material.

Não é surpresa que um ambiente não regulamentado não seja levado tão a sério. Mas como espaço para comércio e geração de lucros a internet é bastante utilizada. Além de autoridades e instituições terem perfis nas redes sociais e plataformas do Faroeste. Não significa que todo ser humano na face da terra tenha, mas milhões de pessoas acessam o Faroeste. A presença de milhões de faces não legitima o faroeste como uma esfera pública formal? Só porque as faces estão escondidas atrás da tela? Não é absurdo ignorar as contribuições de manifestações linguísticas que essa esfera pública — de projeção — da realidade produz, só porque são manifestações em ritmo de transformação acelerados? Mesmo que não atualizem o dicionário semanalmente, a história ainda vai registrar o lastro do uso das novas expressões criadas, as pessoas ainda vão usar os signos forjados na terra sem lei, e a operação de produção de sentido dessa esfera virtual continuará influenciando o raciocínio, referencial e manifestação cultural de milhares de pessoas.

Por último, um usuário do faroeste divide sua existência com as duas esferas de manifestação de semiosfera sem nenhum esforço. Pelo caráter de experiência individual do usuário, o indivíduo tem a impressão de fazer a própria jornada, de ser o cowboy protagonista. Por fazer esse câmbio de referências e sentidos apreendidos no campo virtual para a realidade material com facilidade, a conectividade pode ser notada como uma postura contínua. Mesmo após desligar o aparelho e “deslogar”, o indivíduo ainda está no Faroeste, assim como o Faroeste está nele.

Um Faroeste é “terra sem lei” mas é possível analisar a presença de autoridades. As figuras de poder são figuras de influência eleitas pela popularidade. No comunicar das redes, embora todos tenham a liberdade de expressão para se manifestar, trata-se de quem vai querer ouvir. Toda interação humana é uma interação de disputa por influência, disputar a prevalência de um sentido, ser referenciado e compreendido, é o que exploraremos no caráter do *ser influencer*.

3.1 O influencer

A internet, com suas redes sociais e fóruns, cria um espaço descentralizado e democratizado onde as discussões ocorrem de maneira muito mais ampla e acessível do que na esfera pública tradicional. No entanto, essa expansão vem acompanhada de novas dinâmicas de poder e influência, onde as vozes mais visíveis ou carismáticas — frequentemente os influencers digitais — têm uma capacidade desproporcional de moldar o discurso público. O influenciador digital, ou influencer, é um indivíduo que utiliza plataformas de redes sociais para criar e compartilhar conteúdo, reunindo um público fiel que se identifica com seus valores, experiências e uma cosmologia específica de ser e de consumir. *Ser* na internet é consumir, sua presença só é apreendida por representação dos seus consumos. Esses criadores de conteúdo destacam-se pela habilidade de expressar vulnerabilidade, o que lhes permite estabelecer uma relação de confiança com suas audiências e atuar como mediadores em comunidades virtuais. A extensão do prestígio do influencer está em poder flexibilizar sua postura sem perder a confiança dos habitantes do Faroeste Digital. Ressalto que nessa visualização ampla de um influencer, eu trato de um influencer competente, que não rompe com a imagem que representa. Se houver perturbação na imagem da identidade do influencer e ele romper com seu público, ele deixa de ser influencer. Existem centenas de milhares, é um mercado competitivo e saturado, eles estão se tornando mais especializados no viés comercial que geralmente está envolvido na sua carreira de criação de vídeos e imagens - patrocínios e parcerias de propaganda.

Como a origem do influencer no início da internet foi orgânica, o vínculo comercial só surgiu e se popularizou anos depois, a reação de pessoas comuns – que não eram chamadas nem de criadoras de conteúdo, nem de influencers, nem de *youtubers* ainda — era genuinamente de estranhamento e adaptação aos poucos com aquela representação de formalidade ao ter uma marca de um produto falar com você. E até hoje quando um usuário faz a transição de crescimento do canal e começa a fazer parcerias pagas, é um momento que é compartilhado com os seguidores; *o que será que faço?, vou segurar assim? ou assim? vou fazer propaganda agora.* influencers, afinal, não costumavam ter media training nem foram escolhidos previamente pela plataforma midiática.

A autoridade conferida pela posição do sujeito na estrutura social não seria algo válido, indiscriminadamente, em qualquer situação de comunicação e nem legitimaria qualquer projeto de fala. O prestígio profissional de um sujeito, por exemplo, pode lhe conferir autoridade

para atuar dentro de um contrato de comunicação definido como uma conferência e, no interior desse, lhe autorizar a dar seu parecer sobre os assuntos de sua competência. Esse mesmo prestígio profissional não o legitima, no entanto, para atuar em outros contratos de comunicação e nem o autoriza a realizar outros projetos de fala. (Nogueira, 2004)

A construção de autoridade desses influencers frequentemente está ancorada em seu carisma, que os posiciona como figuras centrais no fenômeno do infoentretenimento e na promoção de cibercontecimentos. Eles podem amplificar ou silenciar a percepção do impacto de um acontecimento. Suas narrativas de produção de sentido da realidade podem manifestar-se de diversas maneiras: desde declarações pessoais até o uso de humor, sarcasmo, endosso de posicionamentos específicos, plataforma para debates da esfera do Faroeste Digital ou da esfera pública, podem fazer abordagens didáticas voltadas para engajar e contextualizar o público e auxiliar no processo de semiotização independente da audiência, as possibilidades são tão extensas quanto são as possibilidades de futuro após uma interação humana. Há tipos de influencers nas distinções de representação estética, linguística ou humorística. Há os influencers sérios e politizados, há os que fazem rir, há os que dão conselhos. Também dá pra distinguir o tipo de influencer de acordo com o uso plataforma, isto é, na estilística de usar as ferramentas e possibilidades da plataforma, ou de qual das principais plataformas de conteúdo se usa: TikTok, Instagram, Youtube, Twitter, etc.

Outra distinção está nos níveis de credibilidade, nem o influencer escapa da prestação de contas do questionamento de sua posição enquanto porta voz. Há influencers que são sempre transformados em memes enquanto outros são levados a sério e defendidos. Há influencers que se tornam figuras públicas da indústria de entretenimento, há influencers com empreendimentos, e finalmente: há influencers sem nome. Com a saturação de conteúdo em todas plataformas, é tão normalizado que todos gravem vídeos ou publiquem textos. É muito fácil ter seguidores e likes e mesmo assim não saberem seu nome e seu *username*. É mais fácil memorizar o avatar do perfil e procurar intuitivamente pela lista de *Seguindo*. Em plataformas como Twitter e Tiktok isso é comum, redes notoriamente conhecidas por serem ambientes onde pessoas não se apresentam em sua melhor forma. Nem todo *tiktoker* faz vídeos do tiktok para influenciar, pode ser pra si mesmo, ou pra extravasar, uso pessoal, de qualquer maneira é um experimento com a imagem como foi o primeiro cinema.

Diferente do influencer, o jornalista não se preocupa em cativar, embora deveria. Mobilizar a subjetividade — algo que pertence ao

indivíduo — é atuar para não reproduzir e sim produzir e transformar antes de transmitir, por isso os influencers podem ser considerados *produtores de conteúdo*, estão se destacando pelo domínio do sequestro cognitivo, atentos à nichos, à novos públicos e novos hábitos cognitivos. O influencer participa organicamente do discurso do usuário do Faroeste Digital, é afinal um usuário que acabou ganhando fama, mas que mantém a fantasia da identificação porque é, acima de tudo, um usuário. O influencer é, acima de tudo, uma pessoa. Ao distanciar-se, assumir uma postura como extensão da entidade corporativa do jornalismo, a tentativa de se aproximar é vista como superficial, é tal qual assumir a postura de uma empresa que opta por marketing *memetizado*. Se um meme fura a bolha e começa a ser utilizado por marcas e bots, é um indício de que está saturado e que o sentido atribuído à piada vai acompanhar as consequências dos sentidos em que for utilizada. (Franco, 2023)

Os influencers desempenham um papel significativo na formação de opiniões, na promoção de produtos e na definição de tendências culturais. No entanto, o carisma, os vínculos publicitários e as relações para-sociais que estabelecem podem ser vistos com desconfiança por veículos de comunicação tradicionais, que possuem uma longa trajetória histórica e normas rígidas de mediação. Nesse sentido, os influencers podem ser percebidos como agentes que operam fora dos controles científicos e normativos esperados de mediadores da esfera pública, ocupando um espaço onde as normas tradicionais são frequentemente desafiadas. O desafio do jornalismo é que na disputa por audiência, a necessidade de atrair o público levou a concessões que minam a autoridade tradicional do jornalismo. Não há barganha porque ele está sem sucesso em adaptar-se ao novo ambiente. Assemelhar-se a um agente informal de uma esfera informal é a última postura que o jornalismo espera assumir para ser preferido na mediação da realidade.

Portanto, embora os influencers digitais tenham o poder de moldar atitudes e influenciar comportamentos, a mediação que promovem precisa ser analisada com mais profundidade, especialmente no que diz respeito à responsabilidade pela informação que compartilham com suas audiências e pelo efeito psicológico de sua presença no ambiente. (FRANCO, 2022).¹⁵

3.2 Somos todos influencers

¹⁵ FRANCO, L. M. L. **Jornalismo e influenciadores**: as disputas de construção de sentido nas redes sociais digitais. Apresentação de trabalho no Simpósio Nacional da ABCiber, 15., 2022, online.

Como teórica eu estendo o título de influencer para todos usuários da internet, pois em um nível macro ou micro são agentes da produção de sentido, possuem os mesmos espaços públicos online e a mesma capacidade de opinar, porém um influencer famoso se difere no reconhecimento e difusão acelerada de sua interpretação. Não devemos esquecer da promessa de igualdade, a promessa – ou ameaça – de possibilidade futura em todas as plataformas, elas são palcos e a qualquer momento um indivíduo pode viralizar.

O investimento particular para manipulação de presença – tentativa de forjar influência – não é utilizado para legitimidade, para impor mediação ou para tornar-se influencer. Uso de “impulsioneamento” de publicação no Instagram ou a compra de recursos como uso ilimitado de caracteres, o símbolo de “verificado” no Twitter é algo que demonstra um interesse de forçar uma posição com ajuda de máquinas em uma esfera de interações que é baseada em escolha popular. No aplicativo todos partilham das mesmas ferramentas – com ritmos e lógicas de uso das ferramentas no sistema cultural de habitar aquele espaço – estão em comunhão de eleger uma posição a determinada postagem ou pessoa, usar uma ferramenta paga para forçar presença repentina gera perturbação no fluxo de trocas de significados, na autonomia do habitante, que pode só decidir sair. Entretanto, para uso de divulgação pessoal-comercial, de serviço ou produto, a impressão não é de um ataque à soberania do orgânico; há uma certa dissociação identitária do uso das redes sociais para o uso rentável. Postagens de indivíduos que estejam promovendo sua fonte de renda são apenas impessoais, como são todos anúncios, não são ataques de interferência, como quando a transmissão de televisão é cortada para uma propaganda seja exibida.

Só a Web 1.0 foi inteiramente informativa, noção que ainda permanece no cerne da imagem – pode ser ilusória – da internet; grande biblioteca, acesso democrático livre, contato com qualquer parte do mundo, baú portátil e invisível de todo conhecimento que precisamos. A camada que foi adicionada foram as noções da Web 2.0 de uma internet de contribuição coletiva, anárquica, para entretenimento e expressão mas principalmente interação; ver e ser visto. Essas duas camadas de sentido resultantes da passagem do tempo – e as respectivas memórias, registros e mediações de ciberacontecimentos que aconteceram nesse tempo – são a base de seu uso humano¹⁶. Durante os anos da Web 2.0 foi introduzido também a noção da internet como plataforma de anúncio, mas a presença de interesse publicitário, propagandas

¹⁶ Mesmo sem contextualização formal da história das Web ou sem crítica das motivações da internet para ser o que é, se sabe o que ela é: É espaço para muitas informações guardadas e possibilidade de interação com pessoas que estão longe. Mesmo sem saber para que serve o “https” muitas pessoas fazem uso ritualístico, aceitando que era uma característica da barra de busca.

que cercam o horizonte e monetização do conteúdo, eram só uma repetição burocrática do que já acontecia na vida real.

Se o Faroeste é um território de despatriados, cada um com as bandeiras dos próprios interesses, há ainda sim uma compreensão mútua de como usar o ambiente, acessar informações e poder se comunicar (interagir) é o que o ser humano busca indo para internet. Ver e ser visto é a barganha dessa fuga da realidade, a internet dispõe de estímulos em troca de sua atenção, a simples presença já é participante porque o que havia lá até então era informações e a possibilidade humana de reagir, se ver reagindo – na internet olhamos nosso próprio perfil e rastro digital em terceira pessoa – e ver o outro reagir. No Faroeste Digital o dinheiro não pode mandar abertamente, a percepção de liberdade e autonomia está na justiça popular, no eterno debate, na lei da opinião popular e seus pêndulos.

No ambiente digital contemporâneo todos os usuários da internet desempenham, em alguma medida, o papel de influencers. Mesmo aqueles que não possuem grandes audiências ou que não se veem como figuras públicas estão, de fato, participando ativamente da mediação dos acontecimentos e da construção de sentido no espaço virtual. A internet é um espaço de interação constante, onde cada postagem, comentário ou compartilhamento tem o potencial de influenciar outras pessoas, seja de forma direta ou indireta. Na teoria do espaço público de Habermas, ele sugere que a comunicação interpessoal é fundamental para a formação de opinião pública. Cada interação online — seja um simples like, um comentário ou a criação de um meme — contribui para a disseminação e consolidação de significados na semiosfera virtual.

Na visão de Berger e Luckmann, a realidade é constantemente (re)construída através da interação social. No ambiente digital, essa interação é facilitada pela arquitetura das plataformas, que incentiva a participação contínua e a co-criação de conteúdo. As dinâmicas de microinfluência destacam como até mesmo interações aparentemente insignificantes podem ter impactos amplos, moldando as percepções de realidade dentro de subcomunidades online. O fenômeno semiótico de que quando o indivíduo A curtir uma foto de uma bolsa que o indivíduo B postou, no aperto do ícone do coração, envia-se uma mensagem de “curtir”, e essa micro-interação pode gerar uma cadeia de pensamento fazer com que o indivíduo B conclua que aquela bolsa está na moda. Ou então, para uma produção de opinião de interesse social, a pessoa X ao falar: “Bom dia!” estava usando um emoji com a bandeira da Palestina no perfil da rede social, e a partir disso a pessoa Y pode ir pesquisar sobre as últimas notícias do genocídio palestino ou pensar que a militância virtual é importante para a moral pública e

colocar o emoji também. O contrário também pode acontecer, e a pessoa Y pode inferir a ineficácia de usar o emoji.

Essa participação coletiva na construção da realidade digital reflete a fantasia de um faroeste sem lei de que a internet é um espaço democrático e colaborativo em que a realidade é moldada pelas interações diárias de milhões de usuários. A noção de que “todo usuário é um influenciador” se sustenta nesse contexto, pois cada indivíduo contribui para o processo de criação e disseminação de significados que, em última instância, formam a realidade percebida na semiosfera digital. Por mais que a realidade seja continuamente negociada, nossa própria semiose particular é infinitamente negociada com nós mesmos e com os estímulos externos. Digo fantasias pois há ressalvas de um ambiente dividido com grandes conglomerados fazendo propaganda, formatação de aplicativos — e da jornada do usuário — controlada por big techs, algoritmos monitorados e informações pessoais vendidas. O caráter dialógico da internet significa que a comunicação é uma via de mão dupla, onde o feedback constante molda tanto a produção quanto a recepção de conteúdo. Isso cria um ambiente onde o poder de influenciar está distribuído de forma muito mais ampla do que em modelos tradicionais de comunicação, e onde a mediação dos sentidos é um processo coletivo e contínuo. Portanto, podemos afirmar que, no contexto digital, todos os usuários são, em algum nível, influencers, contribuindo para a construção e difusão de significados que moldam a percepção coletiva da realidade. Essa influência pode ser sutil ou explícita, mas está presente em todas as interações que compõem o tecido da comunicação online.

Além disso, a própria arquitetura das plataformas de mídia social incentiva essa dinâmica. O algoritmo das redes sociais privilegia conteúdos que geram engajamento, o que significa que postagens que provocam reações, sejam elas positivas ou negativas, têm maior chance de serem vistas por um público mais amplo. Esse mecanismo cria um ciclo no qual a interação, por menor que seja, contribui para a propagação de ideias e narrativas, transformando cada usuário em um agente potencial de influência.

É importante reconhecer que essa dinâmica de microinfluência não é neutra. Cada interação, cada partilha de conteúdo, cada opinião expressa, contribui para a formação de narrativas coletivas e pode ter consequências tangíveis na forma como eventos são interpretados e entendidos. Na internet, a linha entre consumidor de informação e produtor de conteúdo é tênue, e todos, em maior ou menor grau, participam da mediação dos acontecimentos.

3.3 A moral do consumo

Por Max Weber, a noção de *dominação carismática* é a que mais se encaixa no sorriso e bom humor do influencer, misturo seu referencial desenvolvido em “Economia e Sociedade: Fundamentos da Sociologia Compreensível” de (1922), com a "Teoria dos Sentimentos Morais" de Adam Smith (1759). Weber identificou três formas de dominação legítima: a *dominação legal-racional*, baseada em regras que são tão impessoais quanto burocracia; a *dominação tradicional*, que se sustenta repetir costumes e tradições estabelecidas; e a *dominação carismática*, que depende das qualidades excepcionais de uma pessoa e da devoção a essas qualidades por parte de seus seguidores.

No caso dos influencers digitais, o carisma se manifesta através da sua capacidade de se conectar emocionalmente com o público, a “qualidade” a ser admirada de cada influencer poderia depender do tipo de conteúdo, mas essencialmente todos influencers mantêm devoção através da manutenção da representação de sua imagem, eles são assistidos como uma imagem do que é ser humano, não precisa ser um ideal de performance de padrões da sociedade, mas a profissão influencer é a profissão de representar imagens. Não precisa ser só uma imagem, o influencer é um ser humano com multitudes, não precisa ser um arquétipo, não é uma acusação de atuação, mas são conjuntos de representação de imagens. Ao ser o influencer, está *influenciando*, criando parâmetros, sendo pioneiro, dando exemplos, sendo um modelo.

As teorias do sentimento de Adam Smith são para entender a manutenção de estruturas de poder e influência através da motivação de moralidade. Adam Smith argumenta que a moralidade emerge da empatia, é o que motiva ações em uma sociedade e garante o exercer da autoridade e legitimidade. Quando Smith falou de influência como mais forte que a coerção desses elementos institucionais e legislativos, ele define que a verdadeira influência manipula e guia as ações e desejos das pessoas, isso acontece porque ele especifica que é uma relação de inspiração e emulação da moral do influenciador. No contexto do autor, um influenciador inspirava cidadania, ações pela comunidade; o influenciador mobilizaria pessoas que o imitariam na construção voluntária de uma escola para as crianças da região, por exemplo. A moral de Smith é idealista de sempre supor a busca por esse bem coletivo, e de que esse é o interesse óbvio de todos, pois todos querem a harmonia máxima da vida em sociedade. Mesmo assim, a aplicação de influencer é totalmente viável. O autor argumenta que manter autoridade e legitimidade — assim como conquistar a verdadeira influência — exigem constante negociação com o olhar do público, uma provação moral. Para ele, esses

poderes de autoridade e legitimidade do estado estavam separados do poder da influência, e são poderes que só existem enquanto forem reconhecidos pela percepção do povo. Os critérios do povo são o alinhamento e compatibilidade moral do líder – e a extensão e aplicação efetiva dessa moral nas ações e instituições de seu governo.

O detalhe é que o público de Smith precisa sempre ser cativado, convencido de tempos em tempos, e por isso verificariam com frequência se estavam sendo aplicadas as morais e ações de bem-estar. Como se para que a população tivesse empatia com o poder do governo, para que fosse obediente, era preciso monitorar a legitimidade na esfera da moralidade continuamente. Faria sentido se isso fosse em relação aos veículos de jornalismo, mas o autor escrevia isso estando em um estado monárquico da Inglaterra, cercado de fronteiras absolutistas, em uma Inglaterra envolvida da Guerra dos 7 anos, em um momento efervescente de revolução industrial, em um processo intenso de urbanização, com homens, mulheres e crianças trabalhando, e um mercado bem abastecido e dinâmico com bens primários advindos das colônias. Imagino que esse cenário das novas cidades lhe deu sentidos de independência sem perturbação da coroa, e ademais o mercado livre estava em desenvolvimento intenso, o que lhe interessava bem mais, e lhe dava esse vislumbre de liberdade no horizonte. De qualquer modo, o influenciador seria alguém com o alinhamento moral ideal, que o próprio povo usaria para se inspirar. "Aqueles a quem respeitamos ou admiramos sempre têm uma certa autoridade sobre nós e, assim, uma influência considerável sobre nossas opiniões e ações." (SMITH, 2003).

O verdadeiro poder do influencer é moral. Se baseia na habilidade em inspirar e engajar os outros, manter o *hype*, antecipando tendências, acompanhando o ritmo de manifestações externas do ambiente a serem interpretadas. Não apenas para torná-las inteligíveis, mas sim estilizar o significado da manifestação como um símbolo de manifestação de identidade. Ou seja, ao representar algo, há consciência de que é uma representação, se quero representar aquela escolha é porque estou representando a manifestação identitária de escolhê-la.

A dominação carismática no ambiente digital supera as formas tradicionais de autoridade, como aquelas exercidas por instituições de mídia estabelecidas. Em parte, isso se deve à crise de confiança enfrentada por essas instituições, que muitas vezes são vistas como distantes, elitistas ou comprometidas por interesses corporativos. Os influencers digitais, por outro lado, se apresentam como uma pessoa próxima, ou alguém de quem os usuários queiram conquistar a proximidade, e pode-se desenvolver relações parassociais.

A relação parassocial entre um indivíduo e o influenciador é frequentemente motivada por um sentimento de proximidade tecnicamente unilateral. O fenômeno das relações parassociais em geral se estende também para celebridades ou personagens ficticiais, mas o caso do influencer como objeto de admiração é diferente. A ideia de proximidade é também expectativa, esperança, coragem; tudo em nome de uma sensação de identificação, idealização, projeção; mesmo que essa proximidade seja uma construção artificial. É um dilema da significação, quando o objeto de todas interpretações era apenas uma sombra. De maneira casual, seguidores desenvolvem uma conexão emocional com o influenciador, acreditando que o conhece pessoalmente — ou esquecendo que não se conhecem pessoalmente. Essas relações para-sociais são alimentadas pela constante exposição à vida pessoal do influenciador, criando um senso de intimidade que é essencial para a construção de confiança e lealdade. Mas, em minha observação deste carisma, para não elogiar o influencer e suas intenções o texto todo, estamos em pé de igualdade no Faroeste Digital e o influencer sabe oferecer a sensação de acessibilidade.

O fenômeno poético das relações para-sociais também se aplica a esses microinfluencers, em que seus seguidores, mesmo que não sejam amigos ou conhecidos, vão desenvolver impressões sobre sua produção de sentido, e a partir disso, absorver uma conclusão, fazer uma interpretação sentimental como se seus sistemas de códigos culturais tivessem interagido e vocês houvessem gerando memória. Na troca de duas cosmologias – de dois sistemas de códigos culturais, de duas semiosferas — há originalidade, há trocas que se bem sucedidas motivam confiança e credibilidade.

Pessoas que te admiram confiam em suas opiniões devido à percepção de autenticidade e proximidade. A influência não se dá apenas pela quantidade de seguidores, mas pela qualidade das relações que esses indivíduos conseguem manter e pelo grau de confiança que suas opiniões, consumos e posturas suscitam. A relação parassocial é de idealização mas é sincera porque é uma interpretação das imagens dispostas. Imagens transmitidas simbolicamente por todo rastro virtual que a pessoa deixar. Nas redes virtuais a distância da falta corpórea significa que se projeta intenções de si mesmo, o influencer que aparece está propondo uma leitura de possibilidades, e a audiência parassocial interpretando com a expectativa da possibilidade que lhes agrada mais. Não é parassocial por ser indesejado, é parassocial por ser limitado a um jogo de adivinhação de símbolos que nunca irá nem ser confirmado. Nesse caso de inalcançável, o outro da internet passa a ser uma janela

que se está condenado a assistir de fora. Poder ter o outro como um espelho ou janela depende da percepção de poder em relação ao objeto de anseio.

O sistema modelizante de Lotman retorna de maneira mais intensa neste capítulo para explicar o percurso do domínio criado pelos influencers. Não é apenas uma coleção de códigos e normas culturais, mas um complexo sistema de jogos de interpretação. Eles modelam a realidade de suas comunidades não apenas através de normas culturais, mas também através da orientação de desejos e emoções, com hábitos que inspiram ou que acostumam os usuários a tê-los como referência. É sempre uma relação parassocial estimulada, não a níveis criminais, mas a bolha da fantasia geralmente não estoura, até porque o influencer depende de atenção para manter o reconhecimento social de sua existência. Há um contrato silencioso de suspensão de regras da realidade em muitos aspectos da virtualidade, como o que foi citado anteriormente, do excesso fácil de afetividade e obscenas demonstrações de grosseria.

Eles podem ser a difusão de ideias políticas, morais, estéticas; eles podem ser propaganda. Sua existência de constante representação de imagem, que sempre que consumida ou testemunhada satisfaz a identidade dos usuários e influência não apenas comportamentos, mas também visões de mundo, a vida do influencer é uma narrativa como a de um personagem pois é sempre relatada e sua distância física o mistifica. Até em sua ausência o influencer pode ser reproduzido – com o consumo de suas indicações, copiando os hábitos diários ou seguindo conselhos de vida, um hábito de se alinhar um viés moral hipotético do influencer faria ou pensaria em determinada situação.

O carisma dos influencers é mantido através de um contínuo processo de curadoria de suas próprias vidas, que é compartilhado publicamente de maneira mais ou menos controlada e estilizada, a depender de qual influencer. Eles transmitem uma imagem de autenticidade, mesmo que essa autenticidade seja cuidadosamente fabricada para atrair e manter seguidores. A autoridade que os influencers exercem, portanto, não está enraizada em uma posição formal ou em uma base institucional, mas sim foi eleita na percepção de que são figuras autênticas, acessíveis e, sobretudo, capazes de entender e representar as aspirações e desejos¹⁷ de seu público; foram eleitos para representar. A influência moral na semiosfera virtual é profundamente enraizada em processos identificação emocional. Os influencers digitais, ao se tornarem figuras de autoridade legitimadas pela aceitação emocional de seus seguidores,

¹⁷ Por ser, intrinsecamente, um ser humano comum, o influencer assim como seu público carrega a dualidade de desejos de subjetividade institucional e de subjetividade individual, explorados no subcapítulo 2.4

operam dentro de um sistema modelizante que é constantemente moldado e reconfigurado pelos sentimentos morais da comunidade digital.

Podemos ver por toda essa lógica cíclica – influencer expressa desejos do público e também reflete seus próprios desejos, criando desejos nos usuários que irão expressá-los — como os influencers utilizam os sentimentos morais para construir códigos culturais que são amplamente aceitos e replicados. A legitimidade desses códigos, assim como a autoridade do influencer, é mantida através dessa empatia — os seguidores adotam esses códigos porque sentem que estão alinhados com suas próprias emoções e valores, é a mágica de olhar para o que desejo; é um espelho. Esse sistema é ao mesmo tempo cultural, emocional e desejante (Rolnik, 2014), e é central para entender a extensão subconsciente que pode ter o papel dos influencers na semiosfera digital contemporânea. Ao moldar desejos e afetos, os influencers estão, de fato, participando ativamente na construção social da realidade. Influencers podem essencialmente ser algo novo para assistir, como quando filmes de propaganda surgiram pela primeira vez, as imagens dos influencers poderiam ser um tipo de *soft power*.¹⁸

Pierre Bourdieu define *capital social*¹⁹ como a soma dos recursos reais ou potenciais que um indivíduo – ou grupo – pode acessar em virtude de ser reconhecido por seus valores e por suas conexões sociais. No contexto dos influencers digitais, o capital social se manifesta através de conexão com a comunidade de seguidores, colaborações com outras figuras públicas, prestígio atribuído a sua presença, imagens representadas ou palavras dentro de suas comunidades online. O influencer surge e se solidifica quando se torna um símbolo da estima de um coletivo.

Retomando o fenômeno de moralidade do consumo, relação complexa de planejamento de auto-imagem. Um indivíduo se representa do que consome, e se consome o que é. A expressão identitária na internet é tão altamente estética, não performática como imaginam, apenas intensamente estética, pois se atribui muito significado às conexões histórico-sociais de uma subcultura ou período político. Faz sentido a ansiedade diante da imensidade de opções e consequências de representação, a socialização virtual é de imagens e representações simbólicas, a internet é uma enciclopédia de quase tudo que já existiu de que se tem registro ou especulação para se estabelecer identidade do eu, ou identidade do outro. É preciso ser altamente consciente de todas imagens e referências. Até uma expressão de fala

¹⁸ Termo cunhado pelo cientista político americano Joseph S. Nye em 1990, no livro *O futuro do poder*. "Soft power" envolve a disseminação de cultura, valores políticos, influência sem uso da força ou coerção, apenas com atração e persuasão. Mesmo que seja para uso de relações entre países, os países representam agentes de um território, então acho aplicável a extensão do termo.

¹⁹ BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

pode ser mediada e transformada em um acessório para a performance da identidade social; um bordão é associado à imagem do significado e contexto do bordão e também dos que usam aquele bordão. Estar ciente da herança cultural das referências estéticas, poder misturá-las e sobrepor as possibilidades á perder de vista a quantidade de imagens que consigo emular para um Eu.

A distinção da decisão que um influencer toma em sua autoridade ao eleger e traduzir um (ciber)acontecimento é a de considerar pertencimento, não consenso. Considera a extensão da produção de sentido na sua imagem e presença. Essa coragem é ordem hermenêutica, onde o significado não é dado, mas produzido por meio da interpretação que será subjetiva. A parcialidade de produção de sentido é impossível na hermenêutica e na metafísica. Por que temer a troca de referências? Por que temer a existência de contrariedades?

Baseado nas teorias exploradas e na exposição do ambiente da semiosfera do Faroeste Virtual, separo indícios de um *ethos* do influencer, que traduzo para *ethos* da popularidade na internet. Mapeável e replicável, quase como um plano de relações públicas, há oito categorias que descrevem manifestações do comportamento influencer, essas categorizações são para estabelecer a composição da presença que exercita o domínio carismático, a construção constante de capital social e manipulação moral da empatia.

- A. **Construção de Redes de Relacionamentos:** Criação e manutenção de uma rede de seguidores que compartilham e validam as visões, comportamentos e valores do Influencer.
- B. **Confiança e Reconhecimento:** Influencer começa a se legitimar pela constância de sua presença e cultivo dessa confiança — seja através da autenticidade, transparência ou da habilidade de representar os desejos e aspirações de seus seguidores com novos conteúdos.
- C. **Amplificação através de Colaborações:** Quando influencers colaboram – associam sua imagem representada — com outros influencers, marcas populares ou (ciber)acontecimentos eles ampliam seu alcance e associam-se às camadas de sentido — e moralidade — de outras figuras ou entidades.
- D. **Narrativas Pessoais e Vulnerabilidade:** Influencers que compartilham histórias pessoais de superação, desafios ou vulnerabilidade conseguem criar laços mais fortes com seus seguidores. A representação de imagem de pessoa que o influencer faz é

assistida pela audiência como uma narrativa, esse afeto em torno do personagem é parassocial, é a dualidade de ser humanizado e idealizado. O influencer é humano mas a identidade é fisicamente distante. Para audiência é como acompanhar um produto cultural e ter a possibilidade de projetar sentidos pessoais de sua vida particular, criando paralelos e se envolvendo nos próprios códigos culturais espelhados em um desconhecido. O usuário torna-se ele mesmo vulnerável ao influencer dentro de sua subjetividade.

- E. **Criação e Participação em Comunidades Online:** Influencers que criam ou participam ativamente de comunidades online (como grupos no Facebook, Discord ou fóruns específicos) expandem e reforçam a impressão de sua autoridade, é visto como um líder dentro dessas comunidades e os usuários se sentem pertencentes. Além disso, um ambiente conjunto como um chat de comunidade, dá sensação de presença contínua – sem aspectos de vigia por ser assíncrona – do líder influencer.
- F. **Curadoria de Conteúdo e Credibilidade De Nicho:** Influencers que se especializam em curar e recomendar conteúdos específicos – em nichos de livros, filmes, música ou produtos em geral– se posicionaram como autoridade e alinham suas impressões e sentidos ao objeto que estão promovendo, é um benefício mútuo pois os valores gerados sobre o objeto refletem de volta no influencer. A audiência pode criar o hábito de antecipar a associação da imagem do influencer a suas escolhas de consumo.
- G. **Mobilização de Seguidores para Ações Coletivas:** Influencers que conseguem mobilizar seus seguidores para ações coletivas, como campanhas de arrecadação de fundos, petições ou protestos, mostram que controlam um impacto real e tangível em seu público, fruto de sua liderança e mediação social. É também um meio de ser reconhecido por fontes oficiais, por figuras do poder público e veículos tradicionais de comunicação.

4 ANÁLISE DE HÁBITOS CRONICAMENTE ONLINE

Utilizando de netnografia e do agir cartográfico, com minha posição observadora participante de indivíduo cronicamente online do Faroeste Digital, mapeei o perfil de influência do influencer brasileiro Casimiro Miguel (Cazé). Com as métricas do *ethos* influencer, exemplifiquei casos da carreira de ambos para provar que esses dois casos extremamente bem sucedidos de agentes no imaginário coletivo da semiosfera da internet nos últimos anos cumprem similaridades na maneira que se representam como agentes do ambiente. O mapeamento dos sentidos criados por eles também significa passar por um processo em que crio sentidos sobre mim.

Casimiro Miguel Vieira da Silva Ferreira, mais conhecido como Casimiro ou "Cazé", é um influenciador digital e streamer brasileiro que ganhou grande popularidade nos últimos anos. Cursou parte de um ensino superior em jornalismo mas não se graduou. Inicialmente trabalhou no programa *EI Games*, um segmento do canal fechado *TNT Sports* para videogames e *e-sports*. Começou a fazer lives de *react* a vídeos relacionados a esportes em 2020 na plataforma da Twitch, e como uma live dura horas, editava cortes de melhores momentos para seu canal do Youtube – um método comum entre *streamers* para sintetizar o que seria mais engraçado ou interessante. Com o tempo expandiu os tipos de vídeo a que reagiria e a fazer parcerias com conteúdos que seriam transmitidos - e mediados simultaneamente - em sua livestream.

Casimiro é conhecido por seu humor e bons conselhos, com a capacidade de se conectar com seu público de maneira autêntica e descontraída. Além de seu sucesso no mundo dos esportes, Casimiro é também uma figura influente nas redes sociais, com milhões de seguidores em plataformas como Instagram, Twitter e YouTube. Seu conteúdo não se limita ao esporte; ele aborda cultura pop, *games* e questões sociais, depende do que seu público pede para que ele fale sobre. Casimiro representa um novo modelo de influencer popularizado pela ascensão de livestreams que combinam entretenimento, interatividade e autenticidade com um contato direto e ininterrupto. As pessoas passam em média de 8 horas seguidas na companhia da representação de Casimiro, e com a filmagem de seu rosto e da tela de seu computador. Assistem ele e ao que ele assiste, ou ao que mediou que representaria ao assistir, e passam por estados do humor, fome, sede, riem e discutem pelo chat da plataforma ao longo de horas, várias vezes por semana, ao longo de meses que tornam—se memórias de anos. As conversas do chat podem até ser em grupo, mas só Casimiro tem voz e imagem, centralizando o ambiente gerado pela livestream.

Para explicitar a amplitude caótica das sensibilidades da percepção na semiosfera, que me coloco no papel de usuário habitante do Faroeste Digital e aplico uma narração que é um relato descritivo de um ponto de vista de um *Eu*, sujeito subjetivo na linguagem para demonstrar na prática a coexistência das lógicas descritas no capítulo anterior atravessando minha interpretação da realidade. Os hábitos do sistema modelizante do mundo virtual são os pesos e medidas de minha semiose ao longo dos estímulos do mapeamento netnográfico do ambiente. É demonstrado como a presença desse influencer escolhido é um estímulo para minha percepção que começa a produzir sentidos. Conviver com influencers é, por incrível que pareça, influenciável.

Descrevo o relato etnográfico desse campo imaginário com a melhor capacidade de interpretar o papel do usuário que é fã, ou seguidor, ou apenas entra em contato no ambiente digital e se torna observador e julgador. Nem todos esses processos são conscientes para as pessoas no dia a dia, e além disso, nem todos os códigos culturais devem ser tão profundamente interpretados, uma pessoa pode ter um hábito maior de ser influenciado pela produção de sentido da relação para-social.

4.1 Meu reflexo de um desconhecido

Percebo que a experiência de ser mediada pela presença de um influencer envolve submetê-los ficcionalmente também às lógicas de socialização dos códigos culturais do ambiente virtual, mas pode ser simplesmente uma manifestação da relação para-social. Por ter consumido conteúdo desses influencers parece que os conheço...Ao menos a nível de ter a segurança interpretativa de confiar no que imagino que o Cazé pensa sobre a sua própria representação — já que ele expõe tanto de sua vida e pensamentos — imagino-o inferindo sentidos sobre a própria presença.

Preciso imaginar que ele mesmo se lembra e imagina tudo que já representou antes de decidir o veredicto. Como se ele pudesse saber que qualquer gesto ou fala geram memória e um código cultural. Ele deve se lembrar dos jargões mais usuais ou de tiques mais repetidos em live, e eu imagino que baseado nisso ele produz o sentido de que ele é um carioca estereotipado divertido com a sorte de ganhar dinheiro fazendo lives na Twitch. Essa interpretação é minha, uma projeção imaginária minha. Creio estar certa com base em evidências da realidade: os vídeos em seu canal, em que ao longo de vários, é possível juntar momentos que traduzem tudo o que eu imaginei. Há de ter um vídeo dele comentando como

se sente sortudo com sua carreira. Pode ser uma mentira, eu não o conheço, mas eu acredito que é verdade.

É um exercício gritante de projeção, a falsa noção de intimidade que temos é uma ilusão e a todo momento que imagino a produção de sentido dele, estou na verdade apenas fazendo minha própria produção de sentido. Porque um influencer está em minha produção de sentido? E porque acredito minha produção de sentido a ele? Só porque aquela opinião se parece com ele ou por ser algo que ele já falou parecido? Eu carrego ele em minha memória e em meu imaginário? Diante de acontecimentos e ciberacontecimentos irei pensar em uma produção de sentido modulada pela influência dele? Diante do perfil do Casimiro e sua imagem atrelada ao futebol, é provável que ele medie minhas impressões em relação a esportes.

Em seguida, há a moralidade do consumo, por exemplo, faz com que eu considere o que significa para minha imagem — minha identidade — consumir o canal dele. Por ter se popularizado e furado a bolha de esportes na pandemia de Covid-19, em que estavam todos grupos de usuários da internet em casa, Casimiro tem um público diverso no que diz respeito a julgamentos identitários. O marcador de geração, embora majoritariamente jovem adulto, é o mesmo marcador da maioria dos espaços virtuais. Justamente por ser uma caricatura do carioca hétero do futebol, talvez no início precoce de seu canal a imagem dele e do quarto decorado com várias camisetas de time tenham gerado uma barreira, mas logo se quebrou e se espalhou por meio de postagens que ele não era um influencer que só falava de futebol, que não era como outros da Twitch que oprimiam a presença de minorias no território de games. Casimiro teve mérito da surpresa das pessoas com sua boa companhia, trazia referências, conversava e era muito carismático como um amigo de longa data, fazia rir. Quando seus bordões; “Tá achando que a vida é um morango?” começaram a viralizar, levavam junto vídeos de trechos de sua live, demonstrando sua capacidade de contar histórias e ser carismático com uma sequência simples de orações. Se qualquer moral era associada a ele, era de extrema amabilidade, de ambiente de conforto, poder decidir assistir a live do Casimiro e essa ser considerada uma escolha de pessoa tão tranquila e bem-humorada quanto ele, é claro que eu ia querer ficar perto dele e ser vista como alguém que me identificava com ele.

4.2 Mapa de hábitos do Cazé

Interessante notar como as qualidades influência se sobrepõem inevitavelmente nos exemplos de vida real, mas é possível notar como Casimiro não colabora de maneira direta

com ninguém, como trazer alguém para sua sala física onde grava as lives, ou ir até algum lugar. Também já expressou ignorar dar entrevistas ou ir a podcasts, pois qualquer informação sobre si são faladas nas livestreams. São as pessoas, e até profissionais mais qualificados que vão até o canal dele ou ao evento dele, como visitantes, mas também autoridades (como no caso da cobertura da Olimpíadas) e ao cumprir seu propósito vão embora. Como quando convida um de seus amigos para a live para reagirem juntos a um conteúdo específico, e depois podem se dissociar. Não é visto como uma pessoa de atitude grossa, talvez por ser carioca, mas o influencer já expressou vontade de crescer seu projeto de CazéTV para algo similar com um canal de televisão, ou como uma plataforma para várias produções, e não apenas reagir. Casimiro no nome CazéTV também indica o futuro de seus planejamentos, e embora sua presença não precise estar na frente, seu nome e imagem sim.

A. Construção de Redes de Relacionamentos: Casimiro construiu uma vasta rede de seguidores ao longo dos últimos anos, inicialmente através de transmissões esportivas e, mais tarde, expandindo para conteúdo mais variado em plataformas como Twitch e YouTube. Nos primeiros anos fazia lives que duravam a noite toda, com mais de oito horas de duração, até o sol nascer, e expressava o carinho de acompanhar o *chat* – como se refere ao coletivo assistindo e comentando– pois sabia da importância da companhia já que ele mesmo sofria de insônia. Recentemente prefere fazer lives mais curtas ou com intervalos, para proteger sua saúde. Fixamente grava às quartas-feiras, quintas-feiras e domingos. Também faz transmissões específicas para jogos de futebol ao vivo. Joga videogames enquanto transmite e pede sugestões ao público, abre espaço para que as pessoas enviem perguntas, relatem da rotina, peçam conselhos. Normalmente assiste conteúdos gratuitos diversos no Youtube, mas com crescimento do canal negociou para poder transmitir conteúdos pagos e exclusivos de televisão fechada e serviços de streaming, além de já ter conseguido direitos de transmissão para filmes populares de grandes estúdios que lhe renderam picos de audiência como *Duna*, dirigido por Denis Villeneuve (2021) e *Homem-Aranha no Aranhaverso*, dirigido por B. Persichetti, P. Ramsey e R. Rothman (2018). Casimiro tem o costume de pausar o vídeo para falar e para ler interações do *chat*, e recebeu reclamações pontuais que respondeu ao vivo, defendendo que não está com pressa e que o momento da live é da presença dele, pois para assistir o conteúdo original sem interrupções não precisariam dele. Ademais, ele mesmo compartilha momentos

pessoais; come durante a live, conta histórias de sua família, liga para amigos e colaboradores.

- B. Confiança e Reconhecimento:** Um momento significativo que exemplifica a confiança que Casimiro conquistou foi quando ele permitiu que seus seguidores acompanhassem de perto o processo de seu casamento. Ele compartilhou detalhes íntimos e emocionantes dessa fase de sua vida, não com fotos ou filmagens mas relatando em bate-papo, desde o planejamento, testes e degustações, divergências de planejamento até o dia da cerimônia, reflexões da vida de casado, ponderações de seu passado e futuro. Essa abertura não só reforçou sua autenticidade, mas também criou um vínculo ainda mais forte com seus seguidores, muitos enviaram mensagens de apoio e dinheiro como presente, celebrando junto com ele.
- C. Amplificação através de Colaborações:** Quebrou vários recordes como streamer brasileiro com a maior quantidade de espectadores simultâneos, em diferentes plataformas. Em agosto de 2021, ele alcançou cerca de 600 mil espectadores durante uma transmissão ao vivo na Twitch Brasil reagindo a série documental sobre o Neymar. E no dia 24 de novembro 2022, em uma transmissão no Youtube, atingiu 3,47 milhões de aparelhos conectados ao mesmo tempo na transmissão, a mais vista da história no país até então, para logo em seguida, na transmissão do dia 12 de dezembro de 2022 quebrar seu próprio recorde e atingir 6 milhões de acessos simultâneos; e foi a primeira vez que a Copa FIFA estava sendo transmitida na internet. Além de ter adquirido os direitos de todos os 22 jogos da Copa FIFA de 2022, ele adquiriu em parceria com a Produtora LiveMode — com quem trabalha até hoje — os direitos para a Copa do Mundo Feminina de Futebol em 2023 e contratou a jornalista Fernanda Gentil, que costumava comentar as copas na Rede Globo, marcando o início da parceria do canal com jornalistas profissionais. Também negociou com o Comitê Olímpico Brasileiro para exibir os jogos pan-americanos no fim de 2023 e as Olimpíadas de Paris em 2024, consolidando a CazéTV como primeiro a transmitir o evento todo por meios digitais, para isso contratou repórteres e comentaristas especialistas em cada um dos esportes.
- D. Narrativas pessoais e Vulnerabilidade:** Casimiro Miguel ganhou o prêmio de "Streamer do Ano" no "Prêmio eSports Brasil" em 2022. Durante a cerimônia de premiação, ele fez um discurso memorável, mas ficou muito conhecido pelo fato de que o terno que havia alugado para o evento não servia adequadamente. A situação gerou um momento cômico que viralizou nas redes sociais. Posteriormente, em uma

livestream casual, Casimiro falou do incidente com postura descontraída e seguiu o fluxo do diálogo com anedotas da jornada da viagem até o evento, o *backstage*, hotel e refeições que fez. Os assuntos surgiram por associação espontânea do fluxo de mensagens e conversas no chat.

- E. **Criação e Participação em Comunidades Online:** Em caso de canais e influencers tão famosos seria difícil sustentar uma comunidade no Discord ou no Telegram que suportasse dezenas de milhares em um chat, mais difícil ainda moderá-los e responder de volta.
- F. **Curadoria de Conteúdo e Credibilidade de Nicho:** Além de seu conteúdo esportivo, Casimiro diz amar televisão, e que preferia assistir qualquer coisa na tevê; para remediar isso frequentemente começa séries de conteúdo reagindo a episódios de programas de televisão na livestream, como programas de culinária e reality shows: *MasterChef Brasil* e *Pesadelo na Cozinha* do canal Band, *The Circle Brasil* da Netflix, *Túnel do amor* e *Muquiranas* do canal Multishow são alguns que assistiu por completo. Geralmente pode ver – e exibir simultaneamente — alguns episódios, mas nem sempre pode assistir programas na íntegra devido às negociações com as emissoras. Em alguns casos, após sua fama, recebeu a liberação para reagir a programas inteiros, como *Shark Tank Brasil*, *Big Brother Brasil 23*, *Operação Fronteira*. Em alguns casos é autorizado a assistir temporadas antigas, e isso causa um efeito dominó da popularização daquele conteúdo, demanda por mais, e finalmente uma revitalização como foi no caso de *Vai dar Namoro*. Cenas antigas eram referenciadas como meme, Cazé assistiu episódios antigos e as gerações mais novas viralizaram o pedido para Rodrigo Faro, e com o reboot do quadro na Hora do Faro na Record, Casimiro passou a assistir toda semana e como Rodrigo Faro estava ciente da sequência de eventos, fazia referências a CazéTV, comentários e piadas que seriam direcionadas ao público assistindo na companhia de Casimiro. Casimiro também recomenda canais específicos, às vezes canais tão pequenos que enviam mensagens de agradecimento ao Casimiro pela oportunidade indireta. Pode ser qualquer tipo de conteúdo, tour por casas de luxo, organização de lancheiras, pegadinhas feitas em público, preparação de hambúrgueres, sustos de moto, etc. Seu canal conta com mais 50 playlists de séries de conteúdos específicos.
- G. **Mobilização de Seguidores para Ações Coletivas:** Casimiro já usou sua plataforma para apoiar causas sociais mas também mostrou seu alinhamento político em relação aos valores de sua audiência, incentivando pessoas a votarem no então candidato Luiz

Inácio Lula da Silva, e explicou porque não concordava com votos em branco ou nulos durante as eleições para presidência em 2022. Em 27 de maio de 2024, após as enchentes que devastaram o estado do Rio Grande do Sul, Casimiro realizou uma livestream na Twitch para arrecadar fundos para as vítimas do desastre. Em menos de 24 horas de transmissão, Casimiro conseguiu mobilizar uma vasta audiência, e arrecadou mais de R\$1 milhão em doações.

4.4 Proposta para Prometeu

Ao longo desta pesquisa, emergiu uma perspectiva que vai além do papel tradicional do jornalismo. A programação pode fazer o trabalho organizacional de elencar informações; o jornalismo teria um futuro ativo de formação de **precisar** participar, para ter a chance de cativar o público pela primeira vez em sua história. Cativar o público ou exercer jornalismo gratuitamente como serviço voluntário em protesto para incompreensivos ingratos que não leem agora e não lerão quando for em nome da honra. Descobrimos *ethos* que jamais seriam do jornalista, *ethos* de popularidade são dos influencers, e foge aos preceitos do que é o jornalista estar preocupado com a mimetização do influencer. Não funcionaria na prática como maneira de retomar credibilidade. Não é o momento de imitar alguém, ficam parecendo influencers comuns que por acaso tem graduação em comunicação social. *Ethos* de falar e trocar experiências subjetivas com os outros usuários é do influencer, pois o influencer está habitando ali, é uma dualidade de trabalho no modo de ser.

Ainda cumpro com a proposta de atualizar o *ethos* do jornalismo. Para fazer papel de comunicador e mediador de democracia ele poderia diretamente formar comunicadores. A ideia de que os jornalistas poderiam assumir a responsabilidade de capacitar o público, oferecendo ferramentas para que as pessoas desenvolvam maior autonomia na interpretação das notícias e na construção de sentido, revela uma transformação necessária no ambiente informacional contemporâneo. A formação qualificada do público não é apenas uma resposta à crise de credibilidade e distanciamento do jornalista como um representante das amarras institucionais, mas também uma maneira de expandir a própria semiosfera. Na medida em que a população se torna mais habilitada para interpretar, filtrar e até mesmo produzir informações, ela também se torna menos suscetível às manipulações de sentido, especialmente com a propagação desenfreada de fake news e imagens geradas artificialmente.

Ao explorar a relação entre semiótica e a influência digital, percebo que a autonomia na produção de sentido — algo que tem sido reivindicado pelos influencers — pode e deve ser estendida ao público em geral. Essa autonomia não apenas fortalece o papel dos indivíduos como agentes de sentido, mas também propicia um ambiente mais rico de interação entre os diferentes sistemas de significação que coexistem na semiosfera virtual. Os primeiros influencers foram pessoas que não queriam mais ficar de lado esperando sentidos e sim queriam participar e ceder os próprios sentidos que lhe passavam pela cabeça; quanto mais tempo passa, mais o espaço fica “saturado” de influencers, pois todos se inspiram a querer ver e serem vistos. E mesmo para aqueles que nunca tiveram pretensão de postar ou produzir nada, ainda conseguem participar em produções de sentido, só por curtir, comentar ou ver. É uma igualdade de ver cada vez mais como a mente humana compartilha de trajetórias semelhantes e espelhadas. Em qualquer interior somos únicos e no exterior estamos sozinhos, é confortante poder ver milhares de espelhos.

Integrar o público nos processos de mediação jornalística significa, em essência, transformar o jornalista em parte desse público. É reconhecer que, ao aproximar o público da compreensão das intenções institucionais do jornalismo — dentro da lógica do que chamei de “nem organizacional” — há uma troca constante de influências e uma construção colaborativa de sentido. O jornalista, nesse contexto, deixa de ser apenas um mediador externo e se torna um participante ativo da esfera pública, contribuindo para a formação de uma comunidade mais consciente e engajada. As redes sociais e o ambiente digital não são apenas plataformas de disseminação, mas também espaços onde significados são continuamente negociados e reconfigurados, são oficinas, são ferramentas.

Ao adotar uma postura mais participativa, o jornalismo não só responde às novas demandas desse ambiente, como também se reposiciona como um ator relevante — e necessário — na produção de sentido. Esse movimento não é apenas desejável, é uma necessidade emergente para a sustentabilidade do jornalismo como prática e como extensão de servidor da linguagem. A participação ativa e crítica do público na mediação dos acontecimentos pode ser o caminho para revitalizar o papel do jornalismo na era digital, mas para isso acontecer o jornalismo precisa compartilhar de suas sabedorias e das dos outros.

A parceria de mediação do desejo trata de ao invés de se tornar um influencer, o jornalismo pode usar o manequim do influencer. Como um agente de notícias que precisa de um rosto representante, influencers podem ser adaptados como vitrines, como colaboradores de todas as sabedorias éticas do conhecimento formal do jornalismo. Não há razão para que o influencer colabore apenas com a publicidade, influencers ainda são em sua maioria

manifestações antropomórficas de plataformas em branco — seus nomes em geral estão atrelados publicamente ao projeto pessoal de si mesmos — vivendo em um estado livre de interesses particulares, e no início da década de 2010 foram percebidos como uma versão mais barata e acessível de celebridades e atores, o marketing explorou o potencial comunicativo e afetivo de usar a imagem deles.

Essa adaptação comercial não apenas reforça a relevância dos influencers no cenário midiático – pessoas estimuladas pela moralidade de consumo — contemporâneo, mas também sugere uma fusão inovadora. Na medida em que o jornalismo integra a figura do influenciador em suas estratégias de comunicação, ele pode descobrir novas e eficazes formas de alcançar públicos diversificados, ampliando seu alcance para além dos consumidores tradicionais de notícias e engajando grupos que, de outra forma, poderiam permanecer alheios ao conteúdo informativo, como os adolescentes.

O uso estratégico de influencers permite ao jornalismo se apropriar da espontaneidade e proximidade que caracterizam essas figuras, estabelecendo uma conexão mais direta e emocional com o público. Essa proximidade, muitas vezes cultivada por meio de interações autênticas nas redes sociais, permite que os influencers atuem como pontes entre a informação jornalística e o público, traduzindo conteúdos complexos em narrativas acessíveis e envolventes. Dessa forma, o influenciador se transforma em um canal de comunicação que vai além da simples transmissão de informações; ele participa ativamente da construção de sentidos e na orientação das percepções e desejos do público.

Ao se tornar um mediador de sentidos, o influenciador adquire um papel que transcende o mero impulso comercial. Ele se posiciona como um agente capaz de moldar narrativas sociais e culturais, influenciando debates públicos e promovendo uma compreensão mais profunda e crítica dos acontecimentos. Essa capacidade de orientação do desejo e da percepção não é apenas uma extensão de sua influência comercial, mas uma evolução de sua função na sociedade. O influenciador, então, deixa de ser apenas uma vitrine para objetos de consumo e se torna uma vitrine de mediação de valores, ideias e conhecimentos, integrando-se ao tecido da comunicação social de forma mais substancial e significativa.

Neste contexto, um próximo passo seria o jornalismo explorar o potencial dos influencers para atuar como embaixadores de causas sociais, defensores de direitos humanos, ou até mesmo educadores em questões complexas, como saúde pública, justiça social ou sustentabilidade ambiental. Essa aliança simbiótica entre jornalismo e influencers redefine os limites de ambos os campos, assim o jornalista vai poder apurar, engajar, pesquisar, e aprofundar os acontecimentos sociológicos, econômicos, históricos, etc.

Em último suspiro, a colaboração entre jornalistas e influencers pode gerar uma nova dinâmica de poder no ecossistema midiático, onde a credibilidade e a expertise do jornalismo se fundem com a autenticidade e a proximidade dos influencers, criando uma força comunicativa poderosa e adaptada às exigências e sensibilidades do público contemporâneo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A disputa de sentido é um processo complexo e repleto de manifestações genuínas, que poderia até ser considerado um esporte semiótico, dada a riqueza de suas dinâmicas. No entanto, a solução dessa crise passa inevitavelmente pela resolução da crise econômica que afeta a classe dos jornalistas. É imperativo continuar investigando a abrangência da crise do jornalismo, especialmente no que tange ao próprio jornalista e sua concepção sobre o exercício da profissão. A proposta de parceria com o influencer é a única inferência possível do que compreendo como uma negação em flexibilizar a vaidade estética de forma e conteúdo com a ilusão de imparcialidade e objetividade que o jornalismo expressa.

Muitas profissões começaram a passar pelo que recebe o nome de “Uberização”²⁰ do trabalho, sem empregos, garantias ou contratos as pessoas precisam se promover pessoalmente, como se fossem influencers, precisam fazer marketing, tentar fazer conteúdo viral, participar de trends virtuais, ou começar a produzir conteúdo online como vídeos para demonstrar o que sabem fazer. É uma precarização e não é uma situação que simbolize criatividade e superação, as pessoas não queriam ter que “imitar influencers”. Me era particular que a única profissão com vínculos tão próximos do influencer tinha profissionais que não aderiram nem um pouco à “uberização”. Pois, o jornalismo está em crise, não há muitos empregos ou assinantes de jornal e mais do que isso, há um grande público que ativamente, especificamente, nitidamente procura se informar por fontes informais de influencers. O jornalista não quer sacrificar sua individualidade, e tudo bem, mas o jornalismo não quer flexibilizar sua linguagem, técnica, preceitos de parcialidade, engajamento, pesquisa. Isso por querer preservar uma imagem do passado, uma imagem tradicional e fantasiosa de um jornalismo que nem existe mais. Em termos palpáveis, da realidade do exercer da profissão, não há imparcialidade, no máximo a tentativa de representar, e tentativa só torna a parcialidade mais sórdida.

A solução é que o jornalista continue com seu controle hipotético por detrás das cortinas, enquanto se utiliza do alcance do carisma para que a população volte a firmar vínculos de confiança com o jornal. Mesmo diante de todos critérios do que constrói hábitos de influência na produção de sentido de uma pessoa carismática — antes de envolver o indivíduo jornalista — só a execução de seu trabalho, a simples adaptação linguística e de

²⁰ O termo "Uberização do trabalho" ou foi cunhado por Bernard E. Harcourt em 2014, ele é professor de direito na Universidade de Columbia. Acho mais adequado o termo “Tiktokzação do trabalho”, que remete a ter seu trabalho compartimentado em um modelo de vídeo caricato de entretenimento, mas é pouco referenciado em relação a uberização e não há criador a ser referenciado.

formato que o texto do jornalismo tradicional teria que fazer para se adequar a cada uma das plataformas nas redes sociais é um passo que ameaçaria a imagem de olho que tudo vê. Tornar-se acessível, buscar técnicas de cativar a atenção, dinamismo do que novas gerações estão trazendo de novo para a comunicação; tudo isso é dar o braço a torcer para uma imagem de agente democrático institucional que espera que em sua resolução de não mudar vão aceitá-lo, deve ser questão de tempo, mas o tempo também acostuma a população a ausência da mediação qualificada.

Para não ter que abrir mão de si e do nome do Jornalismo, proponho esse emprego do influencer como ferramenta, porta-voz, marionete, e assim o jornalismo não estará diretamente se comprometendo a incluir risada, sotaque, expressões coloquiais e interativismo em seu *ethos* profissional.

O exercício total dessa tese inicia de um entendimento sobre os processos que atravessam a semiosfera virtual e oferece uma base importante para futuras investigações, mas reconhece as suas limitações e a vastidão do tema. A minha pesquisa explorou dinâmicas de produção de sentido dentro de uma semiosfera que simboliza a fantasia de fugirmos para a vida atrás da tela; precisava comprovar teoricamente essa fuga para um reino alternativo, para em seguida explorar a presença virtual. As motivações e percursos semióticos das inovações interpretativas da linguagem no Faroeste Digital são para mim um exemplo de fenômeno antropológico da busca de fabricação de um sistema de códigos culturais próprios, em busca de remediar a experiência da vida material, por exemplo.

Ainda há muitos caminhos a serem explorados. Há um produtor de sentidos disfarçado no Faroeste Digital; a publicidade chegou no ambiente digital tão cedo quanto o interacionismo, mas eu não considerava analisar sua atuação como reforço de discurso dominante. Produções publicitárias seriam apenas comprovações da fabricação daqueles desejos, e essa influência prévia de discursos estruturais já estaria sendo considerada como parte da existência dos usuários (todos indivíduos que carregam em si subjetividades institucionais em seus códigos culturais). Porém, ao longo da elaboração do texto, tive receios que a propaganda está começando a conquistar espaço como uma mediação ativa, que disputa sentidos com os outros habitantes, através de um mimetismo além da linguagem, está tentando ser vista como indivíduo participante. Para os perfis publicitários, como se ao tornar-se consciente de que sabem que a publicidade tem interesses de um produto, parece que a auto-referência de ser intrusa, quando referencia sua própria falta de legitimidade diante dos usuários por ser uma marca, seguida de comportamento humano (há uma pessoa trabalhando para aquele perfil publicitário) isso pode permitir com que a publicidade seja sim reconhecida

e que se manifeste na disputa de sentido. Ao prestar atenção em uma manifestação linguística, um humor, um relato, o ser humano irá interpretar, é inevitável. É uma ramificação do estudo de hábitos na semiosfera, precisa ser explorado na teoria publicitária e na teoria político-econômica de um capitalismo que emula qualquer tendência ou comportamento para ser assimilado pelos sentidos e assimilar de volta a suas reproduções de poder até mesmo movimentos de resistência e subversão. (JAMESON, 1997)²¹.

Um aspecto que pode ser aprofundado em estudos futuros é o papel dos algoritmos e a análise de dados na mediação do conteúdo online. Essas métricas tecnológicas exercem uma influência significativa sobre o que é visto, compartilhado e, eventualmente, considerado importante pelas comunidades digitais. A compreensão de como os algoritmos moldam a percepção do público e direcionam as interações indiretamente é crucial para uma visão mais completa da semiosfera virtual. Como quando ao acompanhar trends de pesquisas e de consumo há maneiras factuais de antecipar diálogos — e produções de sentido — na esfera virtual.

Além disso, há um campo promissor para a pesquisa em comunidades específicas, como produção de sentido sobre leitura e influência da leitura em comunidades de *#Skincare* ou *#Booktok*. utilizando métodos de análise de conteúdo para entender como os significados são negociados e transformados dentro desses grupos. Cada comunidade digital possui sua própria literacia e microcosmos, que contribuem de maneira única para a formação de sentido. A análise detalhada dessas redes sociais pode revelar como as identidades e as manifestações interpretadas de desejos se desenvolvem e se mantêm a partir de um tema ou produto de consumo. Este trabalho não aborda descrição e análise das redes sociais como *Instagram*, *Tiktok*, *Twitter* ou *X*, *Reddit*, *Discord*, *Youtube*, etc. Cada uma das quais representa uma plataforma com sua própria dinâmica, navegação do usuário e características de oportunidades de semiotização únicas. Compreender essas variações é essencial para uma análise mais completa da formação de sentido no ambiente online, os detalhes do percurso da influência se manifestam diferentemente. Cada rede social oferece uma experiência distinta, com regras de engajamento, algoritmos e espaços de manifestação de subculturas variado dentro da semiosfera virtual.

Há como expandir a análise do que é levado como referência da mediação do mundo material para a semiosfera virtual pelo viés de interação com outras mídias de comunicação como rádio e televisão. Embora este trabalho tenha focado principalmente no sistema cultural online, é importante reconhecer que a esfera pública é multifacetada — e a interação entre as

²¹ JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 1997

diferentes mídias pode ter um impacto significativo na produção e disseminação de significados que transcendem o digital — eu pontuei no texto que o indivíduo é capaz de fazer esse trajeto, levando referências de uma semiosfera para outra, mesmo que nem sempre a realidade receba com total capacidade um signo criado no meio virtual.

Para futuras pesquisas, usar métodos como entrevistas e grupos focais pode ser uma ótima maneira de entender melhor essas comunidades. Entrevistas individuais com influencers específicos podem dar uma visão mais clara das motivações, percepções e experiências dos membros de uma comunidade ou nicho de conteúdo, buscando como eles criam e negociam suas identidades em relação aos sistemas modelizantes que seguem. Grupos focais podem ser úteis para observar como essas comunidades funcionam coletivamente como organismo vivo, ao reunir membros de uma mesma comunidade digital e os observando em reprodução de seus maneirismos e signos próprios, seria mapeável como as interações entre eles reforçam ou desafiam os valores e narrativas que adotam. Essas discussões em grupo também servem para mostrar as sutilezas das influências internas e externas que moldam as identidades coletivas e as práticas de significação..

A dicotomia final é que o formato caótico da comunicação na internet; com a falta de corpo físico, registros que somem, território do Faroeste se alterando todo dia, (ciber)acontecimentos de mediação extremamente volátil dificultam os fenômenos de linguística da semiose serem levados a sério — tanto quanto os fenômenos emocionais, culturais, e filosóficos. E é a falta de observação, falta de organização, falta de compromisso com a realidade, falta de monitoramento; são elementos que compõem os crescentes experimentalismos, que permitem e inspiram experimentar. É um ambiente de efervescência criativa, sequências absurdas de piadas e trocadilhos, e muitas vezes é inútil. Alguns memes são editados usando coleção de camadas de sentido de anos sendo cronicamente online, e a maior aplicação e usufruto será o humor ou passagem desvalorizada do tempo. É a *linha de fuga* de Guattari e Deleuze, penso, e torço para que continue sem ser levada a sério. Mas percebo em seguida que ao escrever sobre ela aqui, acabo de perdê-la por um momento; algumas coisas não devem ser traduzidas ao mundo da carne, quem dirá ao mundo formal.

REFERÊNCIAS

AMÉRICO, E. V. **O conceito de fronteira na semiótica de Iúri Lotman.** Bakhtiniana. Revista de Estudos do Discurso, [S. l.], v. 12, n. 1, p. Port. 5–20 / Eng. 6, 2017. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/bakhtiniana/article/view/26361>. Acesso em: 16 jun. 2024.

BACHELARD, G. **A poética do espaço.** São Paulo: Martins Fontes, 1993.

BENETTI, Marcia. **O Jornalismo como acontecimento.** In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virgínia (Org.) 1ed. Florianópolis: Insular, 2010., v. 1, p. 143-164.

BERGER, Christa. **O conhecimento do jornalismo no círculo hermenêutico.** Brazilian Journalism Research, Brasília, v. 6, n. 2, p. 17-25, 2010

BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade:** tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1985.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. Trad. Maria Carmleita Pádua Dias. **Uma história social da mídia:** de Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2016

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2006.

CONTRERA, Malena Segura. **Mediosfera:** meios, imaginário e desencantamento do mundo. 2ed. Porto Alegre: Ed. Imaginalis, 2017.

ENO, Brian. **A year with swollen appendices.** Faber and Faber. 1996.

FERES, Beatriz dos Santos. **De Peirce a Charaudeau:** as qualidades do poético ilustradas por Ziraldo. CASA (Araraquara), v. 4, p. 2, 2006.

FRANCO, Augusto de. **Capital Social:** leituras. Instituto de Política: Millennium, Brasília. 2001.

GIDDENS, Anthony. **A constituição da sociedade.** São Paulo: Martins Fontes, 1984.

GONZATTI, Christian. **Pode um LGBTQIA+ ser super-herói no Brasil?** 1º . ed. Brasil: Editora Devires, 2022. 338 p. ISBN 978-65-86481-72-3.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica:** cartografias do desejo. Petrópolis: Vozes, 2010.

HENN, R. C.. **O acontecimento em sua dimensão semiótica.** In: Marica Benetti; Virgínia Fonseca. (Org.). Jornalismo e acontecimento, mapeamentos críticos. 1ed. Florianópolis: Insular, 2010, v. 1, p. 77-93.

HENN, Ronaldo Cesar; OLIVEIRA, Felipe Moura de. **Jornalismo e movimentos em rede: a emergência de uma crise sistêmica**. Revista FAMECOS, [S. l.], v. 22, n. 3, p. 77–95, 2015. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/20560>. Acesso em: 25 abr. 2024.

HINE, C.. **Virtual ethnography**. London: Sage, 2000.

KARHAWI, I. S. **Crises geradas por influenciadores digitais: propostas para prevenção e gestão de crises**. Anais da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp). São Paulo: Cásper Líbero, 2019. p. 1-15.

KARHAWI, I. **Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão**. . EDIPUCRS, 2017. v. 1. p. 1-15.

KARHAWI, I. S.. **Autenticidade, intimidade e construção: mapeamento das características da produção de conteúdo dos influenciadores digitais**. Anais do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2022. v. 4

KOZINETS, Robert. **Netnografia: Realizando Pesquisa Etnográfica Online**. Penso, 2014.

LAFUENTE, Luis Antonio Mopi. **Semiose: o interpretante e a inferência de Charles Sanders Peirce**. 2016. 152 f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2016.

MACHADO, Irene. **Escola de semiótica: A Experiência de Tártu-Moscou para o Estudo da Cultura**. São Paulo: Atelie Editorial, 2003.

MEDITSCH, E.B.V. **Jornalismo e construção social do acontecimento**. In BENETTI, Marcia.;Virgínia Fonseca. (Org.) 1ed. Florianópolis: Insular, 2010., v. 1, p. 19-42.

MARTINS DOS SANTOS, Flávia; GOMES, Suely Henrique de Aquino. **Etnografia virtual na prática: análise dos procedimentos metodológicos observados em estudos empíricos em cibercultura**. In: Simpósio da ABCiber, 2013, Curitiba, PR. ISSN 2175-2389. Disponível em: <https://abciber.org.br/simposio2013/anais/>. Acesso em: 23 jun. 2024.

NOGUEIRA, C. M. M.. **Considerações sobre o modelo de análise do discurso de Patrick Chradeau**. Ensaio Pesquisa em Educação em Ciências (Belo Horizonte), v. 6, n. 1, p. 66–71, jan. 2004.

OLIVEIRA, F. M. ; HENN, R. C. . **Jornalismo e mobilizações em rede: a emergência de uma crise sistêmica**. Belém: UFPA, 2014. v. 1.

OLIVEIRA, Felipe Moura de. **A Semiose Da Notícia Em Ambiente De Crise: Movimentos em rede e mediação na semiosfera contemporânea**. 2016. 206 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo. 2016.

OLIVEIRA, Felipe Moura de; OSÓRIO, M. C. HENN, R. **Agir cartográfico: proposta teórico metodológica para compreensão e exercício do jornalismo em rede**. Trabalho apresentado em Anais do 28º Encontro Anual da COMPÓS, PUCRS, 2019.

PAUL, D.; CHRISTOFOLETTI, R. **Valores morais em disputa entre jornalistas e não-jornalistas**. E-Compós, [S. l.], v. 24, 2021. DOI: 10.30962/ec.2220.

RECUERO, R.; BASTOS, M. T.; ZAGO, G. **Análise de Redes para Mídia Social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

ROLNIK, S. **Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo**. Porto Alegre: Sulina; Editora da UFRGS, 2014.

ROTTERDAM, Erasmo de. **Elogio da loucura**. Tradução de Renato Janine Ribeiro. Porto Alegre: LPM, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. **A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas**. São Paulo: Editora Pioneira, 2000.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010. 137 p. (Coleção Comunicação). São Paulo: Annablume, 2010.

SILVA, Maria Gorete da. **As performances de si nas redes como cibercontecimento: análise da hashtag ten years challenge**. 2020. 180 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2020.

SIMMEL, Georg. **Metrópole e a vida mental**. Tradução: Sérgio Marques dos Reis. In: VELHO, Otávio Guilherme (Org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

SIMÕES, P.G.;FRANÇA,V.R.V.**Celebridades, acontecimentos e valores na sociedade contemporânea**. E-Compós, [S. l.], v. 23, 2020. DOI: 10.30962/ec.1910.

SMITH, Adam. **Teoria dos sentimentos morais**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

TOLENTINO, Jia. **Falso Espelho: Reflexões sobre a autoilusão**. São Paulo: Todavia, 2019.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade: Fundamentos da Sociologia Compreensiva**. 4. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004. 2 v.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010