

No início dos anos 2000 quando surgiu a internet e ela foi popularizada, havia um ideal de liberdade e democracia nas redes e fóruns. Era possível trocar informações de forma concreta com diversos indivíduos ao redor do mundo. A perspectiva era de que cada vez mais materiais e informações seriam produzidas e difundidas. Logo após esse período as empresas começaram a criar seus monopólios digitais concentrando a internet em poucas plataformas, concentrando também as informações e interações.

Atualmente a internet e os aparelhos são uma extensão do ser humano onde tudo sobre ele é armazenado. É através das interações humanas nas redes que as plataformas armazenam os dados para seu próprio uso: propagandas, aperfeiçoamento de IAs, engajamentos. Tudo pode ser usado como material para que elas “alimentem” a si mesmas e suas IAs, gerando mais engajamentos, assim como afirma Deborah Lupton (2015).

A sociologia digital ao estudar esses ambientes tenta analisar a forma como essas plataformas engajam os seres humanos a atuar ativamente sem remuneração no aprimoramento digital das plataformas através de suas atividades em rede. Em rede, pois segundo essa linha de pesquisa, a internet é um emaranhado digital de redes entre humanos e não humanos que se comunicam através de publicações, comentários, reações, lembretes, datas, reações, discussões entre outras formas de complexificação de relações.

Pensando neste sentido, uma forma que as plataformas encontraram para fomentar largamente e gerar essas atividades é através da mobilização de emoções, muito estudadas pela sociologia das emoções e extremamente necessárias para o entendimento da relação emoção-plataforma amplamente utilizada para manter os usuários conectados.

A escritora Ann Stoler (2018) nesse sentido, a partir de sua crítica à visão psicológica de Strongman de que as emoções são individuais e centradas nos sentimentos subjetivos, circulando a partir da integralidade de cada um, a autora aponta que as emoções sentidas pelos seres humanos são práticas sociais, ou seja, são do mundo exterior ao indivíduo para dentro do indivíduo. As emoções sentidas e construídas pelas interações sociais constroem em seguida posições de sujeito que por sua vez transmitem essas posições aos outros indivíduos perpetuando essas visões na sociedade.

Os algoritmos das plataformas, utilizando IAs, são programados para gerar essas reações emotivas nos indivíduos, sejam elas positivas ou negativas. É através delas que há as interações, entre humanos e não humanos em rede, nas diversas possibilidades de uso da internet. A postagem, por exemplo, como é tratado pelos autores Steffen e Dennis (2022), necessita gerar emoções e esta reação é construída a partir das postagens, comentários, fotos, vídeos e reações que os indivíduos vêem e fazem. Cria-se um imperativo de ações (Steffen e

Dennis, 2022) onde o indivíduo sente a necessidade de agir sobre algo a partir de uma revolta ao ver algo. Para o indivíduo, algo deve ser feito contra isso e uma dessas possibilidades é o compartilhamento; o comentário raivoso. É motivado a emoção da revolta, assim como raiva, tristeza, impotência, entre outros. Não importa a emoção que seja motivada, o importante para as plataformas permanecerem ativas são os engajamentos produzidos pelas reações às emoções sentidas.

Um conceito importante trabalho, nesse sentido, por Jair de Souza Ramos para compreender essa relação entre humano, algoritmos e engajamentos são os empreendedores digitais onde o autor elabora que

(...) os ciberativistas aqui estudados como empreendedores digitais que acumulam um capital de reputação e audiência através das lutas online por atenção. O estilo sensacionalista e insultuoso é, literalmente, uma tática de captura da atenção tanto naquelas redes a que se opõe quanto naquelas de que faz parte, operando através da captura de afetos como a indignação e o senso de ridículo. (Ramos, 2023, p.25)

Com o tempo, não só as plataformas aperfeiçoaram seus métodos para gerar reações de emoções de seus usuários, os próprios usuários consciente ou inconscientemente também se apropriaram dessa relação em suas próprias publicações para benefício próprio. A política atual, e pensando principalmente na política brasileira atual e o extremismo de direita, é interessante para pensar essa questão.

Políticos, militantes e partidários utilizam dessa ferramenta para propagar suas opiniões, dividir opiniões e impulsionar principalmente emoções do restante dos usuários. É necessário para eles produzirem conteúdos dos mais diversos, nem a preocupação muitas vezes da veracidade das informações. O importante é produzir uma emoção que choque os diversos lados políticos, fazendo com que o que foi publicado aumente as visualizações e chegue a cada vez mais usuários e leve eles a reagir apoiando o que foi dito ou reagir contra o que foi dito e gere discussão de ambos os lados. Levantando de novo o pensamento de Steffen e Dennis (2022), o essencial é a publicação continuar circulando.

Para Ramos, “de fato, as plataformas digitais oferecem elementos dos espaços anti-estruturais, ao menos para aqueles agentes que operam aí como empreendedores digitais construindo identidade e reputação em meio a disputas por atenção e validação em redes humanas e algorítmicas.” (RAMOS, 2023, p.31) Ou seja, para o autor, a arquitetura das redes sociais no mundo digital possui características, como mencionados por Steffen e Dennis

(2022), affordances que viabilizam ações ciberativistas de extrema direita, as propulsionando, e impactando diretamente num contexto sociopolítico brasileiro atravessado pelo digital.

Além disso, é possível pensar nos discursos trazidos pela extrema direita, fonte ampla de amplificador político e engajador online. Discursos de ódio centrados na esquerda, no feminismo, no racismo, na xenofobia, nas mulheres, nos LGBTQ+ e em todos que apresentam uma opinião ou uma característica diferente daquela tradicional aceita por eles.

A partir disso, é possível pensar na pesquisa sobre discursos de ódio contra mulheres e políticas na rede social X (antigo Twitter) realizada por Ignacio Blanco-Afonso, Leticia Rodríguez-Fernández e Sergio Arce-García que aponta que as mulheres recebem significativamente mais violências verbais em redes sociais pelo fato que apresentarem a condição de serem mulheres. O machismo e feminismo tem crescido nas redes ao passo que o extremismo de direita também tem crescido (além do racismo e outras discriminações).

De aquí se puede concluir que las mujeres reciben un importante volumen de insultos por su condición de mujeres más que por su condición de políticas, como se ha observado también en estudios cuantitativos realizados en otros países (The Economist Intelligence Unit, 2020). La descalificación permanente de la mujer con palabras sexistas y misóginas acaba creando una ontología de significados que permea poco a poco en la esfera pública hasta convertirla en un espacio tóxico carente de las más elementales reglas de civismo y convivencia. (ALFONSO;FERNANDEZ;GARCIA, 2022, p.46)

É trazido também a noção de impunidade desta situação pelas plataformas que os autores afirmam que

La misma responsabilidad cabe solicitar a los propietarios de las plataformas que sustentan redes sociales como Twitter. El hecho de que ciertos perfiles promotores de mensajes de odio misóginos y sexistas sigan operativos meses después de ser denunciados (Spring, 2021), alimenta la impunidad de los agresores y deja la vía expedita para la propagación de conductas antidemocráticas y de discursos de odio que merman la convivencia y la paz social.

Assim, trazendo novamente os autores Steffen e Dennis (2022), é possível afirmar que essa impunidade nas redes não é fácil de mudar quando se analisa a necessidade delas de gerar engajamento constante independente da informação trazida. Para elas o que se é transmitido precisa necessariamente gerar reações emotivas dos usuários, não importa se há um detrimento da veracidade, moral e ética muitas vezes.

É possível trazer como exemplo atual pensando nesta questão, o banimento temporário do X, antigo Twitter, onde a pesquisa de Afonso, Fernández e García foi feita. Na ocasião, a plataforma foi banida no país por não respeitar as leis brasileiras e promover além de outras

coisas, a livre propagação do discurso de ódio. Apesar do banimento e desbanimento nada foi feito sobre os discursos e eles são cada vez mais fomentados.

Outra questão também ocorrida no X foi a mudança feita na IA da plataforma que através do aglutinamento de opiniões dos usuários começou a dar respostas neonazistas aos usuários. Isto ocorreu a partir do momento que o CEO Elon Musk, decidiu mudar a forma da IA que processa as informações quando começou a receber comentários de usuários afirmando que sua plataforma trazia comentários ditos esquerdistas e contra o machismo, sexismo, etc.

É interessante a partir disso, fazer uma análise da virilidade extremista de direita, que nas suas publicações aponta e divulga constantemente a necessidade do homem se reafirmar homem em detrimento da mulher, do negro, do LGBT. Nesse sentido Ramos afirma através da citação de Neagle que

(...) as disputas em torno da virilidade e o anti-feminismo como valor, presentes nestas comunidades online, e, ainda, os termos e as táticas criadas nesses espaços, como as práticas de ciberassédio, foram transpostos para a luta política mainstream (Nagle, 2017, apud, Ramos, p.6).

É perceptível a partir das análises da sociologia digital e das emoções que as emoções como arma de disseminação de informações e engajamento são extremamente necessárias no digital atualmente. As plataformas digitais através de seus algoritmos e treinamento de IA constantemente estão fazendo com que seus usuários reajam à publicação não importando a veracidade a fim de manter as plataformas povoadas e em rede cada vez mais complexas. Somando a isso, essas mesmas emoções e engajamentos são amplamente utilizados na política hoje no Brasil como uma forma eficiente da extrema direita de propagar seus ideais.

Referências bibliográficas

BLANCO-ALFONSO, I.; RODRIGUEZ-FERNANDEZ, L.; ARCE-GARCIA, S.. Polarización y discurso de odio con resgo de género asociado a la política: análisis de las interacciones en Twitter. *Revista de Comunicación, Piura* , v. 21, n. 2, p. 33-50, sept. 2022 .

LUPTON, D. *Digital Sociology*. Routledge, 2015

RAMOS, J. DE S.. Frouxonauro e cornoservadores: metáforas de virilidade masculina no ativismo digital da extrema direita brasileira. *Sexualidad, Salud y Sociedad (Rio de Janeiro)*, n. 39, p. e22309, 2023.

STOLER, Ann Laura, 'Interior Frontiers', *Interior Frontiers: Essays on the Entrails of Inequality*. (New York, 2022; online edn, Oxford Academic, 18 Aug. 2022).

STOLER, Ann Laura. “Affective States.” In *A Companion to the Anthropology of Politics*, edited by D. Nugent and J Vincent, 4–20. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Ltd, 2008.

STEINERT, Steffen & DENNIS, Matthew. (2022). Emotions and Digital Well-Being: on Social Media’s Emotional Affordances. *Philosophy & Technology*. 35. 10.1007/s13347-022-00530-6.