

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

**JASMINE MARLENA DE SOUSA NASCIMENTO**

**O ÓDIO NAS REDES SOCIAIS: uma investigação psicossocial à luz da teoria dos  
afetos de Espinosa**

São Luís – MA

2023

**JASMINE MARLENA DE SOUSA NASCIMENTO**

**O ÓDIO NAS REDES SOCIAIS: uma investigação psicossocial à luz da teoria dos afetos de Espinosa**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Psicologia da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), na área de concentração: Psicologia, linha de pesquisa de História, Epistemologia e Fenômenos Psicológicos como requisito para obtenção do grau de mestre em Psicologia.

Orientador: Dr. Marcio José de Araujo Costa

São Luís – MA

2023

**JASMINE MARLENA DE SOUSA NASCIMENTO**

**O ÓDIO NAS REDES SOCIAIS: uma investigação psicossocial à luz da teoria dos afetos de Espinosa**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Psicologia da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), na área de concentração: Psicologia, linha de pesquisa de História, Epistemologia e Fenômenos Psicológicos, como requisito para obtenção do grau de mestre em Psicologia.

Aprovada em: 22/03/2023

**BANCA EXAMINADORA**

---

**ORIENTADOR:**

**Dr. Marcio José de Araujo Costa** (Universidade Federal do Maranhão)

---

**1º EXAMINADOR (A)**

**Dr. Tadeu Gomes Teixeira** (Universidade Federal do Maranhão)

---

**2º EXAMINADOR (A)**

**Dr. Flávio Luiz de Castro Freitas** (Universidade Federal do Maranhão)

---

**3º EXAMINADOR (A)**

**Dra. Monalisa Pontes Xavier** (Universidade Federal do Piauí)

São Luís – MA

2023

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).  
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Nascimento, Jasmine Marlena de Sousa.

O ÓDIO NAS REDES SOCIAIS : uma investigação  
psicossocial à luz da teoria dos afetos de Espinosa /  
Jasmine Marlena de Sousa Nascimento. - 2023.

124 p.

Orientador(a): Marcio José de Araújo Costa.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em  
Psicologia/cch, Universidade Federal do Maranhão, São  
Luís, 2023.

1. Espinosa. 2. Ódio. 3. Redes sociais digitais. 4.  
Teoria dos afetos. I. Costa, Marcio José de Araújo. II.  
Título.

Dedico esta singela obra a toda minha família, amigos e professores que me auxiliaram para a conclusão da mesa.

## AGRADECIMENTOS

Enfim chegou o momento que tanto esperei, que tanto desejei. Momento de agradecer àqueles que de alguma forma contribuíram para que eu chegasse ao fim dessa caminhada tão bela, mas também tão difícil... cheia de intensas e imensas emoções, alegrias e adversidades – mas, que fazem parte da vida, da condição humana, não é mesmo?

Agradeço inicialmente ao meu bom Deus, pelo brilho dentro de mim que me fez forte nos dias de desânimo, pelo dom da vida, por todas as oportunidades a mim concedidas e por ter me dado toda a força necessária para chegar até aqui. Ele sabe como foi difícil, sabe das tentativas, das frustrações, das minhas limitações e dificuldades e mesmo assim não soltou a minha mão, foi meu melhor amigo e maior encorajador, pois eu creio que Ele já havia planejado tudo isso para mim. Sou extremamente grata por sua permissão em poder concluir mais essa etapa da minha vida.

Agradeço a todos os meus familiares que direta ou indiretamente me apoiaram na realização deste ciclo na minha vida, e se comprometeram a vivê-lo comigo, em especial a minha mãe, Zeneide Bandeira de Sousa e meu pai, José de Araújo Nascimento, que sempre acreditaram fielmente em mim e jamais me deixaram fraquejar ou deixar de lutar pelos meus objetivos. Sem dúvidas, são os meus maiores encorajadores, principalmente com relação aos estudos, pois batalharam muito para criar os filhos apenas com esforço de seu trabalho e justamente por isso, sempre incentivaram para que buscássemos nossos objetivos por meio dos estudos para que trilhássemos um caminho diferente.

Aos meus amados irmãos, Vicentina, José Júnior e Cíntia, por estarem sempre ao meu lado, pelas risadas e conversas nos momentos de aflições, por caminharem comigo nos meus projetos de vida, por compartilharem comigo os meus sonhos e objetivos e por ficarem felizes junto a mim pelas minhas conquistas e por cada passo vitorioso que eu dou.

Aos demais familiares que de alguma forma contribuíram para que eu chegasse até aqui, especialmente à minha madrinha, que é como uma segunda mãe para mim, Rosângela Maria. Certamente, foi e é uma das pessoas que mais me impulsiona para os estudos, reforça minha capacidade intelectual e que fica feliz com cada vitória que eu alcanço.

Agradeço ao meu companheiro de vida e meu amor, Antônio Neto, pela compreensão nos momentos de choro, angústias e frustrações, por entender minhas ausências e dispersão nestes instantes finais de escrita deste trabalho, por toda a dedicação e

cuidado que sempre teve comigo, por me tranquilizar e segurar literalmente a minha mão nos episódios de crises de ansiedade e por sempre estar comigo, nos bons e nos maus momentos, me encorajando, me incentivando e me fazendo ver o quão longe eu posso chegar.

Agradeço ainda às demais pessoas que estiveram presentes comigo nesta caminhada, especialmente na reta final: minha grande amiga Carla Nascimento, que sempre compartilhou dos mesmos sonhos e objetivos científico-acadêmicos que eu; à minha prima, Priscilla Natasha, que sempre me deu seu apoio incondicional; e aos meus recentes colegas de trabalho, a quem tive a honra de me aproximar e aprender muito profissionalmente: Josilene Pereira do Nascimento, Felipe João Oliveira Rosal e Edson Mauro Viana de Carvalho, pessoas que entraram na minha vida de forma tão surpreendente e que contribuíram significativamente na finalização desta dissertação, acreditando no meu potencial e na minha capacidade de conquistar o mundo.

O universo acadêmico é um mundo cheio de caminhos e vários desníveis. Àqueles que ousam entrar, esbarram muitas vezes em adversidades, mas também com muitas coisas boas e com a oportunidade de encontrar pessoas nas quais jamais vou esquecer, como o meu professor de graduação Ubiratane de Moraes Rodrigues, que foi quem me apresentou “o maravilhoso mundo de Sofia” ou o mundo da Filosofia, pela qual eu me apaixonei, entrei e nunca mais saí; o professor Francisco Vale Lima, que foi quem potencializou esse grande amor pela Filosofia e quem me apresentou Hannah Arendt, um dos melhores e mais enriquecedores encontros da minha vida; o professor Ramon Luís de Santana Alcântara, pelas lições, aprendizados, por ter sido uma das pessoas desse universo acadêmico que mais acreditou em mim desde o início da graduação e confiou que eu conseguiria chegar aonde eu quisesse e, principalmente, por me encorajar e me incentivar a prestar o seletivo do mestrado em Psicologia; e o professor Flávio Luiz de Castro Freitas, por ser um filósofo por excelência e por me mostrar, através dos seus aprendizados, que a Filosofia é o caminho mais lindo que eu poderia escolher para trilhar a minha trajetória de vida, por sempre ser tão solícito quando pedi sua ajuda ou quando tinha alguma dúvida e por às vezes enxergar um potencial em mim, que nem eu mesma via. Meu muito obrigada a todos vocês! Estarão guardados para sempre em meu coração!

Minha gratidão plena ao meu orientador prof. Dr. Marcio José de Araujo Costa, a quem expresse publicamente meu respeito, admiração e apreço, pela atenção, encaminhamento, e por sua valorosa orientação, que ao conduzir sem impor, orientar sem

determinar, possibilitou, mais do que o desenvolvimento de um trabalho teórico, uma experiência prática, pessoal. Agradeço principalmente pela paciência nos momentos de tribulação ao qual passei no período de escrita teste trabalho e também por ter me apresentado de forma tão profunda Baruch Espinosa, a quem construí uma relação de amor e ódio. A você todo meu respeito, admiração e gratidão!

Agradeço também ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFMA, especialmente no período de recebimento da bolsa fornecida pela FAPEMA e a todos os meus professores do PPGPSI por terem possibilitado através das suas aulas, a ampliação do meu conhecimento e pelo acompanhamento prestado ao longo do curso.

Por fim, agradeço a todos que direta ou indiretamente contribuíram com minha caminhada no mestrado, por meio de algum gesto de apoio, incentivo ou palavra de ânimo. Muito obrigada!

“O amor nada mais é do que a alegria, acompanhada da ideia de uma causa exterior, e o ódio nada mais é do que a tristeza, acompanhada da ideia de uma causa exterior” (ESPINOSA, 2019, p. 108).

## RESUMO

Há alguns anos uma série de autores percebem uma crescente exacerbação do ódio nas redes sociais digitais, manifestada em sujeitos que incitam discursos e práticas de ódio ao outro. A partir da teoria dos afetos de Espinosa, podemos conceber esse ódio ao outro praticado como o afeto da tristeza enquanto somos conscientes disso, gerado por uma compreensão limitada, baseada apenas nos afetos oriundos de signos ou imagens que nos afetam, diminuindo nossa potência de agir e enfraquecendo o nosso *conatus*. Diante disso, questionamos: quais elementos atravessam a produção de subjetividades movidas pelo ódio nas redes sociais digitais? A fim de responder, a metodologia utilizada será a revisão bibliográfica de obras de Espinosa, de seus comentadores, além de estudos psicossociais sobre as redes sociais na contemporaneidade. A análise das subjetividades atravessadas pelo afeto do ódio partiu das redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, YouTube e WhatsApp, onde constatamos que esse movimento na internet, de utilizar as redes sociais para propagar suas subjetividades odiantas, resvala na superficialidade que estes usuários estão imersos, fruto da ignorância oriunda do primeiro gênero do conhecimento e das suas imagens e signos que são elementos falsificadores da imaginação e que atravessam essas subjetividades nessas plataformas, principalmente a partir da eliminação e do afastamento daquilo que diminui a sua potência de agir e existir. As redes sociais dão a estes usuários uma ideia ilusória, que nada mais é do que o algoritmo que controla as informações que essas pessoas recebem. Essa ideia ilusória resulta nestes usuários o afeto da alegria, flutuante e provisória, pois basta que outra imagem que não se componha com sua auto-imagem afete novamente os corpos desses usuários, para que sejam tomados e dominados pelo afeto da tristeza mais uma vez. As postagens analisadas neste trabalho revelam a causa da tristeza dos usuários que fizeram comentários ofensivos, com o objetivo de inferiorizar e reduzir o outro. Os discursos de ódio propalados por esses usuários constituem esse esforço dos mesmos em perseverar no seu próprio ser, realizando o movimento de busca de destruição da causa que os entristecem, e justamente por isso, que o ódio em Espinosa tem utilidade na ligação com o medo, e por se tratar de afetos políticos e sociais, acabam contribuindo como uma forma de governar e manipular as pessoas. E nada mais facilitador e estratégico do que utilizar as redes sociais para potencializar esse movimento, evidenciando o desejo de buscarem ofender e inferiorizar o outro que é diferente de alguma forma ou que não compartilham dos mesmos pensamentos e ideais. Essas subjetividades atravessadas pelo afeto do ódio demonstradas nas postagens analisadas neste trabalho, estão marcadas pelos afetos que derivam da tristeza e, portanto, constituem afetos sociais e políticos que podem ser utilizados para o controle e modulação das sociedades contemporâneas.

**Palavras-chave:** Espinosa. Teoria dos afetos. Ódio. Redes sociais digitais.

## ABSTRACT

A few years ago, a series of authors noticed a growing exacerbation of hatred in digital social networks, manifested in subjects who incite speeches and practices of hatred towards the other. Based on Spinoza's theory of affections, we can conceive this hatred of the other practiced as the affect of sadness while we are aware of it, generated by a limited understanding, based only on the affections arising from signs or images that affect us, reducing our power to act and weakening our conatus. In view of this, we question: what elements cross the production of subjectivities driven by hate in digital social networks? In order to respond, the methodology used will be a bibliographical review of Espinosa's works, of his commentators, as well as psychosocial studies on social networks in contemporary times. The analysis of the subjectivities crossed by the affection of hate started from the social networks Facebook, Instagram, Twitter, YouTube and WhatsApp, where we found that this movement on the internet, of using social networks to propagate their hateful subjectivities, slips in the superficiality that these users are immersed in, the result of ignorance arising from the first kind of knowledge and its images and signs that are elements that falsify the imagination and that cross these subjectivities on these platforms, mainly from the elimination and removal of what diminishes their power to act and exist. Social networks give these users an illusory idea, which is nothing more than the algorithm that controls the information these people receive. This illusory idea results in these users the affect of joy, floating and provisional, as it is enough for another image that does not match their self-image to affect the bodies of these users again, for them to be taken over and dominated by the affect of sadness once again. The posts analyzed in this work reveal the cause of the sadness of users who made offensive comments, with the aim of inferiorizing and reducing the other. The hate speeches propagated by these users constitute their effort to persevere in their own being, carrying out the search movement to destroy the cause that saddens them, and precisely because of this, that hatred in Espinosa is useful in the connection with fear, and because they are political and social affections, they end up contributing as a way of governing and manipulating people. And nothing is more facilitating and strategic than using social networks to enhance this movement, showing the desire to seek to offend and belittle others who are different in some way or who do not share the same thoughts and ideals. These subjectivities crossed by the affect of hate demonstrated in the posts analyzed in this work, are marked by the affects that derive from sadness and, therefore, constitute social and political affects that can be used for the control and modulation of contemporary societies.

**Keywords:** Spinoza. Theory of affections. Hatred. Digital social networks.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Exemplo de rizoma .....	28
Figura 2: Posts 1 e 2.....	91
Figura 3: Posts 3 e 4.....	93
Figura 4: Post 5.....	94
Figura 5: Posts 6 e 7.....	95
Figura 6: Post 8.....	98
Figura 7: Post 9.....	100
Figura 8: Posts 10 e 11 .....	100
Figura 9: Posts 12 e 13.....	101
Figura 10: Post 14.....	105
Figura 11: Posts 15 e 16.....	107
Figura 12: Post 17.....	108

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	14
<b>2. PERCURSO METODOLÓGICO</b> .....	19
<b>2.1 Pós-estruturalismo</b> .....	22
<b>3. UMA INVESTIGAÇÃO PSICOSSOCIAL ACERCA DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS COMO AGENTES DE TRANSFORMAÇÃO DO MUNDO CONTEMPORÂNEO</b> .....	24
<b>3.1 A representação das redes como um rizoma</b> .....	27
<b>3.2 As redes sociais como um grande <i>outdoor</i></b> .....	32
<b>3.3 Características da sociedade em rede</b> .....	35
<b>3.4 Redes sociais e mídias sociais</b> .....	37
<b>4. A TEORIA DOS AFETOS DE ESPINOSA</b> .....	44
<b>4.1 Os afetos primitivos ou primários</b> .....	59
<b>4.2 O ódio como afeto secundário</b> .....	67
<b>5. CARTOGRAFIA DA PRÁTICA DO ÓDIO NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS</b> ...	72
<b>5.1 As cinco grandes redes sociais da atualidade</b> .....	75
5.1.1 <i>Facebook</i> .....	75
5.1.2 <i>YouTube</i> .....	78
5.1.3 <i>WhatsApp Messenger</i> .....	80
5.1.4 <i>Twitter</i> .....	84
5.1.5 <i>Instagram</i> .....	86
<b>5.2 O ódio nas redes sociais: política</b> .....	90
<b>5.3 O ódio nas redes sociais: indústria das <i>fake news</i></b> .....	96
<b>5.4 O ódio nas redes sociais: racismo</b> .....	103
<b>5.5 Analisando as subjetividades atravessadas pelo afeto do ódio</b> .....	109
<b>6. CONCLUSÃO</b> .....	113
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	116

## 1. INTRODUÇÃO

Há alguns anos, especialmente nas primeiras duas décadas do século XXI, uma série de autores<sup>1</sup> têm chamado a atenção para uma crescente exacerbação do ódio nas redes sociais digitais, onde a diminuição do outro impera no mesmo movimento de inflação do eu.

Com apenas uma rápida imersão nessas redes sociais, emergem postagens e comentários com conteúdos agressivos, principalmente direcionado a grupos específicos. Isso porque as plataformas de mídias sociais se tornaram o espaço ideal para a experimentação e desenvolvimento de novas subjetividades e maneiras para as pessoas se relacionarem umas com as outras.

Em 2019 o mundo se deparou com o advento da Covid-19<sup>2</sup>, uma enfermidade que colocou todos em pandemia e, conseqüentemente, em isolamento social, o que contribuiu para um crescimento exorbitante do consumo e do uso das redes sociais digitais, deflagrando em um aumento de 40% durante o quadro pandêmico (MOTA, 2022; JORNAL CONTÁBIL, 2020).

Essa elevação implica em diversos fatores, como por exemplo, a significativa colaboração na economia mundial, sobretudo no período de crise financeira decorrente da pandemia da Covid-19. Todavia, esse índice também acarretou em problemas psicossociais, devido ao uso excessivo dessas mídias sociais (MOTA, 2022).

Do ano de 2012 a 2022, principalmente no ano de 2020, com a pandemia<sup>3</sup> ocasionada pela Covid-19, essas “redes sociais” tais como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Whatsapp* e *Youtube*, se disseminaram e possibilitaram que os sujeitos, mesmo aqueles que quase não possuem interações ou ainda que não mais interagem entre si, mantivessem ligações até que haja uma ação de “desligamento”, o que as difere das redes sociais *off-line* as quais são totalmente dependentes das interações permanentes entre os sujeitos para continuarem existindo (PENACHIONI; GUIORDI; PRADA, 2016).

---

<sup>1</sup> Autores como Paula Sibilia (2016); Manuel Castells (1999); Evgeny Morozov (2018); Jonathan Crary (2016); Rogério da Costa (2004); Raquel Recuero (2006) e (2009); entre outros.

<sup>2</sup> A Covid-19 é provocada pelo vírus SARS-CoV-2, que possui um espectro clínico que vai desde infecções assintomáticas a quadros mais graves da doença. A maioria das pessoas, cerca de 80%, com a enfermidade podem ser assintomáticas ou oligossintomáticas e, em média, 20% dos casos diagnosticados necessitam de atendimento hospitalar por demonstrarem dificuldade respiratória, dos quais 5%, aproximadamente, podem necessitar de suporte ventilatório, de acordo com dados da Organização Mundial de Saúde (BRASIL, 2021).

<sup>3</sup> Em um estudo realizado por Mota (2022, p. 4), foi constatado que a pandemia do Covid-19 fez com que “as pessoas aumentassem a utilização de redes sociais, e que as principais razões para isso ter acontecido foram para estas falarem com amigos e família, para preencherem tempo livre, e para lerem notícias”.

Além desse aumento na utilização das redes sociais, com o avanço e popularidade dessas plataformas digitais e da sua onipresença na vida das pessoas na atualidade, os discursos de ódio acabaram migrando para as redes sociais, crescendo absurdamente de 2012 para 2022. Dados da Safernet de 2015, uma organização não governamental, apontam que entre 2011 e 2014, as situações reportadas de discursos racistas nestas plataformas aumentaram de 2.038 para 11.090, respectivamente (TRINDADE, 2022; SAFERNET, 2015).

Dessa forma, a partir das possibilidades e recursos oferecidos pelos dispositivos digitais para a comunicação e redes de sociabilidades e interatividades, os indivíduos têm encontrado novas formas de ser e estar no mundo. Porém, um dos pontos que têm causado preocupação e gerado consequências, é que a internet e o *cyberespaço* vêm revelando determinados sujeitos que incitam discursos e práticas de ódio ao outro, produzindo uma socialização baseada na polarização política, na identificação moral a traços de personalidade e na recusa da razão, isto é, do esforço de pensar a diferença (SIBILIA, 2016).

Um dos motivos que levam as pessoas a praticarem ações odiantas nas redes sociais digitais, bem como as utilizarem como mecanismos de inflação do eu, é se valerem do esconderijo que essas plataformas permitem, ou seja, tais sujeitos se aproveitam das vantagens e facilidades como os diversos graus de anonimato e recursos que as mídias interativas oferecem para ocultarem-se por meio de perfis falsos, endereços eletrônicos que não existem e principalmente por estarem atrás de uma tela (RECUERO, 2009).

Além disso, muitos desses discursos odiosos disseminados nas redes sociais vêm em forma de piadas, que é um modo de comunicação aceito socialmente, o que confere às pessoas odiantas uma espécie de blindagem e camuflagem, ou seja, usam de piadas depreciativas como recurso conivente para transmitir ideologias intolerantes, racistas, odiosas, misóginas, homofóbicas, xenofóbicas, etc., escondendo-se e esquivando-se do flagrante (TRINDADE, 2022).

Por meio dessas ferramentas, percebemos cada vez mais uma crescente disseminação de discursos de ódio<sup>4</sup>, de preconceito, de racismo, intolerância e diminuição

---

<sup>4</sup> Aqui é interessante expor o que consideraremos como discursos de ódio ao longo deste estudo: “discursos de ódio se caracteriza pelas manifestações de pensamentos, valores e ideologias que visam inferiorizar, desacreditar e humilhar uma pessoa ou grupo social, em função de características como gênero, orientação sexual, filiação religiosa. Raça, lugar de origem ou classe. Tais discursos podem ser manifestados verbalmente ou por escrito, como tem sido cada vez mais frequente nas plataformas de redes sociais” (TRINDADE, 2022, p. 17).

do outro, resultado de ações que ofendem e agridem o próximo nesses espaços de interação social.

Discursos oriundos de usuários que demonstram uma fúria cega contra toda e qualquer opinião divergente, com comportamentos explosivos e com uma visão radical em torno de qualquer assunto (SIBILIA, 2016). Contudo, é importante ressaltar que a intenção aqui não responsabilizar as tecnologias digitais como a causa desse fenômeno, apesar de colocarem o problema em evidência.

Assim, observamos um conseqüente crescimento de uma massa de especialistas em sua própria opinião<sup>5</sup>, que com a replicação de informações em grande quantidade nas redes, torna esses discursos cada vez mais comuns e presentes no ambiente virtual, externando constantes relações de conflitos, especialmente acerca de assuntos que tendem a ser polêmicos nesses espaços, como por exemplo, política, religião, gênero, etnias, etc.

Sendo assim, na perspectiva de entender o porquê de certos indivíduos agirem dessa maneira, muitos estudos e pesquisas de diferentes áreas têm buscado respostas para a compreensão desse problema na atualidade, pois o tema do ódio, além de requerer um recorte específico, também exige um certo diálogo com vários campos do saber, até porque é um assunto atual, delicado e ainda em plena conformação.

Além disso, trata-se de uma questão que envolve discussões que partem de vários pontos vistas, sejam eles morais, éticos, filosóficos, religiosos ou psicossociais.

A partir da teoria dos afetos de Baruch de Espinosa, buscamos entender por que as pessoas proliferam ações de ódio, a exemplo de certas postagens nas redes sociais, que propagam discursos odiosos e de diminuição do outro no mesmo movimento de ampliação exagerada do eu. Pensamos ser possível conceber esse ódio ao outro praticado na internet como o afeto da tristeza enquanto somos conscientes disso, gerado por uma compreensão limitada, baseada apenas nos afetos oriundos de signos ou imagens que nos afetam.

Em razão disso, o presente estudo visa apresentar a teoria dos Afetos de Espinosa, através de uma análise acerca da oscilação entre a alegria e tristeza, bem como a

---

<sup>5</sup> Essa massa que é especialista em sua própria opinião é composta por “eus”, que se colocam como personagens principais nesse espaço virtual. Cada um desses “eus” é um eu “que fala, que se narra e se mostra incansavelmente na Web e que costuma ser tríplice: é ao mesmo tempo autor, narrador e personagem. Mas, além disso, não deixa de ser uma ficção; pois apesar de sua contundente auto evidência, é sempre frágil o estatuto do eu. Embora se apresente como o mais insubstituível dos seres e a mais real, em aparência, das realidades, o eu de cada um de nós é uma entidade complexa e vacilante. Uma unidade ilusória construída na linguagem, a partir do fluxo caótico e múltiplo de cada experiência individual” (SIBILIA, 2016, p. 28).

fixação a certas imagens, como elementos centrais para pensar o gênero de conhecimento denominado por ele de imaginação.

Quando Espinosa desenvolve os três gêneros do conhecimento, denominando-os de gênero, opinião ou imaginação, razão e conhecimento e ciência intuitiva, como primeiro, segundo e terceiro gênero, respectivamente, o autor chama a atenção para o fato de que a única causa de falsidade é o conhecimento advindo do primeiro gênero.

Nesse sentido, o ódio investigado no presente estudo se configura como um tipo de mau, que se insurge da ignorância que é efeito da imaginação e das imagens, elementos falsificadores do primeiro gênero do conhecimento, isto é, do conhecimento imaginativo.

Além disso, como na rede social o corpo é feito de imagem e discurso, buscamos “cancelar” ou apagar o outro virtual, suposta causa de minha tristeza. Tal ação pode ser mais ou menos agressiva, descambando mesmo para a violência ou diminuição sistemática do outro para justamente eliminá-lo moralmente, psicologicamente, chegando mesmo a se promover a ameaça de eliminação física do usuário real que usa perfis nas redes sociais digitais.

Em função do exposto, nos questionamos: quais elementos atravessam a produção de subjetividades movidas<sup>6</sup> pelo ódio nas redes sociais digitais? A fim de responder o problema apresentado, esta pesquisa possui como objetivo geral investigar psicossocialmente, à luz da teoria dos afetos de Espinosa, quais elementos permitem a produção dessas subjetividades.

Como objetivos específicos, pretendemos realizar uma investigação psicossocial acerca das redes sociais digitais, dando ênfase ao identitarismo, a polarização e exacerbação do ódio; apresentar a teoria dos Afetos de Espinosa, com ênfase na oscilação entre a alegria e tristeza; e por fim, cartografar a prática do ódio nas redes sociais digitais utilizando-nos da análise de alguns posts e algumas histórias analisadoras como pistas para mapear essas subjetividades atravessadas pelo afeto do ódio, bem como cartografar possíveis linhas de fuga a essa produção de subjetividades.

Reiteramos que apesar de obviamente Espinosa não ter discorrido diretamente sobre as redes sociais digitais, por ser um autor do século XVIII, ele muito falou sobre as relações entre os corpos na Natureza e sobre as redes de sociabilidade e políticas entre

---

<sup>6</sup> Consideramos aqui essas subjetividades sob o prisma da produção, tendo como referência a obra de Félix Guattari (1988, 1990, 1992, 1993).

indivíduos e seus efeitos complexos, o que nos autoriza e incentiva a sua utilização como autor para pensar o ódio nas redes sociais digitais na contemporaneidade.

Além disso, na Filosofia, Espinosa é um dos poucos a pensar que a essência humana é o desejo, e onde sua teoria dos afetos é central e fundamental para que possamos compreender o pensamento, seus acertos e erros. A verdade em Espinosa é, antes de tudo, um problema de afetos.

Por tudo isso, entendemos ser possível, evitando anacronismos, nos valer da teoria dos afetos do autor para apresentar os elementos que nos permitem compreender a produção dessas subjetividades odiantas nas redes sociais digitais na atualidade.

Diante do exposto, o presente estudo está estruturado da seguinte forma: após a descrição do percurso metodológico, o primeiro capítulo trata da investigação sobre as redes sociais digitais como agentes de transformação do mundo contemporâneo, a representação das redes como um rizoma, as redes como um grande outdoor, as características da sociedade em rede e a distinção entre redes e mídias sociais.

O capítulo seguinte apresenta a teoria dos Afetos de Espinosa, analisando o afeto do ódio a partir do projeto de Espinosa que envolve compreender a natureza dos afetos, com ênfase na oscilação entre a alegria e tristeza, bem como a fixação a certas imagens, como elementos centrais para pensar o gênero de conhecimento denominado por ele de imaginação, que é um tipo de conhecimento inadequado, onde só é possível conhecer os efeitos e não as causas dos acontecimentos e das coisas.

Neste capítulo, há uma ênfase para os afetos primitivos ou primários (alegria, tristeza e desejo) que deles decorrem todos os outros; e para o ódio como afeto secundário, que inclusive trata-se do afeto da tristeza acompanhada da ideia de uma causa exterior, que se constitui como um tipo de mau, que nasce da ignorância advinda do conhecimento imaginativo e das suas imagens e signos, afetando de forma dominadora e controladora estes corpos, diminuindo a sua potência de agir e enfraquecendo o seu *conatus*.

Por fim, o terceiro capítulo, traz uma cartografia, por meio do processo teórico-metodológico de Deleuze e Guattari, da prática do ódio nas redes sociais digitais, utilizando-se da análise de alguns posts e algumas histórias analisadoras das cinco grandes redes sociais da atualidade (*Facebook, Youtube, WhatsApp, Twitter e Instagram*), como pistas para delimitar essas subjetividades movidas pelo ódio no ambiente virtual, bem como mapear possíveis linhas de fuga a essa produção de subjetividades.

## 2. PERCURSO METODOLÓGICO

A metodologia utilizada para a elaboração do presente estudo consiste em uma incursão argumentativa, baseada na revisão bibliográfica de obras de Espinosa, especialmente do livro *Ética*, bem como de seus comentadores. Também utilizamos estudos psicossociais sobre as redes sociais digitais na contemporaneidade, além de dois documentários: *O dilema das redes* (2020) e *Privacidade Hackeada* (2019), ambos distribuídos pela plataforma de *streaming* Netflix.

Além disso, trata-se de uma pesquisa explicativa, ou seja, aquela que tem como objetivo “a compreensão ou explicação, por meio de análises que utiliza as correlações para estudar relações entre dimensões ou características de indivíduos, grupos, situações ou eventos” (CESÁRIO; FLAUZINO; MEJIA, 2020, p. 10).

A pesquisa bibliográfica “é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites” (FONSECA, 2002, p. 32).

Logo, é um tipo de estudo que possibilita o desenvolvimento de qualquer trabalho que tenha natureza científica, visto que permite ao pesquisador ter contato com o que já foi produzido sobre o assunto, pois nesse caso, a leitura apresenta-se como “a principal técnica, já que é através dela que se pode identificar as informações e verificar as relações existentes entre eles de modo a analisar a sua consistência” (LIMA; MIOTO, 2007, p. 41).

Como base da fundamentação do pensamento de Espinosa, a principal bibliografia utilizada é o livro *Ética* (2019), que contempla a teoria geral dos afetos, uma variação contínua no *conatus* do indivíduo, ou seja, na sua essência e no seu potencial do modo finito, resultando numa mudança no grau de perfeição ou realidade da unidade corpo e mente.

Para as citações tanto da *Ética*, como dos demais estudos, é usado o método de citação que segue o sistema autor-data.

No que se refere às obras de Espinosa, estão assinaladas no próprio texto de forma a facilitar a leitura e para o acesso direto ao escrito original, através das abreviaturas a seguir:

*E Ética*, demonstrada segundo a forma geométrica (2019).

*TP Tratado Político* (2009).

Desse modo, seguindo os preceitos de um estudo de caráter bibliográfico qualitativo, é importante destacar os parâmetros cunhados por Lima e Mioto (2007), que permitem visualizar e melhor escolher as bibliografias aqui utilizadas, não somente de Espinosa, como de fontes secundárias de comentadores do filósofo e dos demais estudos psicossociais sobre as redes sociais:

- Parâmetro temático: a proposta que norteia o presente estudo busca investigar psicossocialmente, à luz da teoria dos afetos de Espinosa, quais elementos permitem a produção de subjetividades movidas pelo ódio nas redes sociais digitais.
- Parâmetro linguístico: bibliografias publicadas especialmente em português, mas havendo necessidade, obras publicadas em inglês e espanhol também.
- Parâmetro cronológico: obras de Baruch Spinoza ou Bento de Espinosa, que apresenta a teoria dos afetos do autor, publicações de comentadores a partir de 1995 e trabalhos acadêmicos, como dissertações, artigos científicos e teses de doutoramento dos últimos dezesseis anos (2006-2022).
- Principais fontes: o objeto de estudo aqui investigado possui base em fontes selecionadas, sobretudo nas obras de Espinosa, como o livro *Ética*, além de livros de comentadores e pesquisadores do pensamento do filósofo holandês e artigos, capítulos de livros, dissertações e teses.

Além disso, faremos ainda uma demonstração cartográfica, através do processo teórico-metodológico de Deleuze e Guattari, de postagens e de histórias analisadoras como pistas para delimitar as subjetividades movidas pelo ódio, partindo da perspectiva de que essa abordagem possibilita uma pluralidade e uma flexibilidade, pois como trata-se de um tema que envolve a comunicação social, esse tipo de cartografia permite “a descrição de um estado de fato, o reequilíbrio de correlações intersubjetivas, a exploração de um inconsciente já dado camuflado, nos recantos obscuros da memória e da linguagem” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 20).

Essa apropriação conceitual da cartografia se baseia essencialmente nas obras *Mil platôs* (1995), onde o objetivo não é delinear um caminho desde o início, pelo contrário “de outros métodos que oferecem um modelo orientador, que direcionam o pesquisador a seguir determinado caminho, a cartografia não traça uma técnica padrão que pode ser pré-determinada desde o início da investigação” (AGUIAR, 2010, p. 11).

Importante destacar que o conceito de cartografia aparece pela primeira vez quando apresentam as seis características aproximativas do sistema rizomático, no quinto

princípio descrito por Deleuze e Guattari (1995), ou seja, o rizoma como uma estrutura inventiva e não representacional, que funciona como um tipo de mapa, que permite conectar diversas dimensões:

O mapa não reproduz um inconsciente fechado sobre ele mesmo, ele o constrói (...). O mapa é aberto, é conectável em todas as suas dimensões, desmontável, reversível, suscetível de receber modificações constantemente. Ele pode ser rasgado, revertido, adaptar-se a montagens de qualquer natureza, ser preparado por um indivíduo, um grupo, uma formação social (...). Uma das características mais importantes do rizoma talvez seja a de ter sempre múltiplas entradas. Se é verdade que o mapa ou o rizoma têm essencialmente entradas múltiplas, consideraremos que se pode entrar nelas pelo caminho dos decalques ou pela via das árvores-raízes, observando as precauções necessárias (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 22-23).

Assim, o processo teórico-metodológico proposto pelos autores em sua cartografia é como um mapa, permitindo reverter os sentidos tradicionais das metodologias então utilizadas, por meio dessas entradas múltiplas, que possibilitam uma conexão a partir de várias dimensões e a constante modificação, diferentemente dos métodos enrijecidos e inflexíveis, comumente utilizados nos trabalhos acadêmicos.

Além disso, a escolha por tal processo ocorre também em razão de, recentemente, vir se constituindo como uma forma alternativa para diferentes perspectivas de pesquisas, por ser um pensamento que não se materializa como “histórico, que apenas reproduz os fatos de forma representativa, mas geográfico compreendendo que o método em uma pesquisa é como uma paisagem que muda a cada momento e de forma alguma é estática” (AGUIAR, 2010, p. 1).

Essa concepção do processo teórico-metodológico como uma paisagem permite deslocar o estatuto de pensamento de uma pesquisa qualquer, pois o objeto do estudo cartográfico dissolve a forma e busca instaurar a velocidade, pois um objeto “a ser cartografado não é, assim, algo fixo (um objeto de dado empírico, organizado e fechado segundo as exigências da representação): ele é como alguma coisa que se estende sobre uma superfície, geográfico, geológico, etc.” (OLIVEIRA; PARAÍSO, 2012, p. 165).

Por conseguinte, a utilização da demonstração cartográfica como um recurso para delimitar as subjetividades que apresentam elementos que levam à noção de ódio cunhada por Espinosa (2019), na teoria dos afetos, é essencial, pois trata-se de uma alternativa para as pesquisas que abordam estudos comunicacionais, como é o caso das redes sociais digitais, visto que o método cartográfico reverte com os sentidos tradicionais de

método, não mais caminhando no sentido de alcançar metas e objetivos pré-estabelecidos, possibilitando uma multiplicidade de caminhos e conexões.

Esse mapeamento foi realizado utilizando as cinco grandes redes sociais da atualidade: *Facebook*, *Youtube*, *Whatsapp*, *Twitter* e *Instagram*. Essa escolha se baseia nas seguintes razões: são as plataformas digitais mais utilizadas nos dias atuais, que inclusive tiveram um expressivo crescimento no período da pandemia da Covid-19; cada uma dessas plataformas possui uma finalidade e um público-alvo específicos, o que permite analisar o mesmo fenômeno sob diferentes perspectivas; e porque já existem bastantes estudos e pesquisas que discutem os seus efeitos na produção de subjetividades (algo bastante limitado na rede *Tik tok*, por exemplo, já que a sua popularização é relativamente recente no Brasil).

A seleção destas cinco redes sociais para fazer esse mapeamento consiste justamente nesta ampla capacidade de disseminação e propagação que as mesmas possuem, no qual as postagens foram selecionadas a partir de três grupos categóricos de análise, a saber, a política, a indústrias das *fake news* e o racismo, tendo em vista serem assuntos que geralmente geram grande discussão e discursos odiosos nessas plataformas.

## 2.1 Pós-estruturalismo

Além do método descrito acima, a abordagem epistemológica utilizada nesta dissertação é o pós-estruturalismo, que “parte da perspectiva de que as metodologias devem ser construídas no percurso da investigação, de acordo com o objeto de pesquisa e as questões elaboradas e suscitadas” (TEDESCHI; PAVAN, 2017, p. 2).

Na perspectiva pós-estrutural “não é possível estabelecer antecipadamente os passos ou procedimentos denominados metodológicos e construir caminhos em abstrato ou modelos prévios”, de acordo com Tedeschi e Pavan (2017, p. 2). A epistemologia pós-estruturalista vai pensar em termos de ação, de prática, do sentido dessas ações, ou seja, um saber que está situado entre as relações ético-políticas e de poder, colocando em evidência a discussão direta sobre a ética e sobre a política.

O pós-estruturalismo deleuziano nos ajuda a ver o fenômeno da exacerbação do ódio nas redes sociais digitais através da teoria dos afetos de Espinosa na contemporaneidade a partir de uma perspectiva de compreensão de que essas redes sociais possuem um complexo esquema de saberes, que estruturam os sujeitos, ou seja, a nossa sociedade atual é estruturada nos seus regimes de saberes pelas redes sociais digitais.

Como abordagem epistemológica, o pós-estruturalismo pode ser definido como “um modo de pensamento, um estilo de filosofar e uma forma de escrita, embora o termo não deva ser utilizado para dar qualquer ideia de homogeneidade, singularidade ou unidade”, de acordo com Peters (2000, p. 28) apud Tedeschi e Pavan (2017, p. 4).

Assim sendo, é uma abordagem essencial para entender como ocorre a formação de subjetividades movidas pelo ódio nas redes sociais, já que os sujeitos que circulam na internet e no *cyberespaço* possuem determinada heterogeneidade, seja de interesses, seja de pensamentos, ideais, etc. Pois são sujeitos acoplados através de uma produção de subjetividade que está baseada na estrutura narcísica dentro das redes sociais, que tem a ver com certa identificação com grupos ético-raciais, ideológicos, políticos, etc.

Desse modo, assumir o pós-estruturalismo como perspectiva epistemológica para a compreensão da exacerbação do ódio nas redes sociais, implica a desconstrução de metanarrativas construídas que marcam a produção do conhecimento nessa área.

Além disso, o pós-estruturalismo representa, a partir de abordagem epistemológica, “uma crítica ao humanismo, ao sujeito racional e autônomo, às pretensões universais da razão, ao cientificismo das ciências humanas e por isso, também assume uma epistemologia antifundacionista e perspectivista” (TEDESCHI; PAVAN, 2017, p. 4).

É uma vertente que auxilia na investigação da própria ação humana e, conseqüentemente, seus afetos, uma vez que concebendo uma leitura pós-estrutural do pensamento de Espinosa, é possível pensar sobre a questão da liberdade e da ação humana e de como essa ação pode ser uma ação livre segundo a própria potência singular dos corpos.

A epistemologia pós-estruturalista nos ajuda a enxergar que para investigar o fenômeno da formação dessas subjetividades é necessário buscar outros caminhos e possibilidades não pré-estabelecidas, para compreender que o surgimento de determinados sujeitos que incitam práticas de ódio ao outro na internet é como um rizoma, termo desenvolvido por Deleuze e Guattari (1995) na obra *Mil Platôs*, que possui “nele mesmo formas muito diversas, desde sua extensão superficial ramificada em todos os sentidos até suas concreções em bulbos e tubérculos” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 14).

Assim como o sistema rizomático, não há como delimitar apenas um ponto inicial, que permite identificar a raiz e a origem da formação dessas subjetividades e desses sujeitos marcados pela intolerância, pelo ódio e pelo radicalismo.

### 3. UMA INVESTIGAÇÃO PSICOSSOCIAL ACERCA DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS COMO AGENTES DE TRANSFORMAÇÃO DO MUNDO CONTEMPORÂNEO

Alguns estudos recentes<sup>7</sup> (2012-2022), têm mostrado que as redes sociais tiveram um grande crescimento<sup>8</sup> durante o quadro pandêmico da Covid-19, principalmente em razão do isolamento social provocado pela enfermidade que, devido o grau elevado de contágio, colocou todos em quarentena, fazendo surgir uma dependência cada vez maior da internet, por meio do uso de aplicativos de comida, locomoção, compras em geral e, sobretudo, das redes sociais digitais para continuar a ter algum tipo de interatividade social.

Enfatizamos inicialmente que este estudo não busca questionar ou diminuir a valoração das contribuições, das facilidades e das praticidades que as tecnologias e inovações da *web* trouxeram, sobretudo na pandemia, até porque a internet, como qualquer tecnologia não é, em si, boa ou má, pois depende da maneira como é utilizada. Como preconiza Castells (1999), é evidente que a tecnologia não determina a sociedade, assim como a sociedade não tem como escrever o curso da transformação tecnológica.

A partir dessa exacerbação da utilização dos recursos digitais e tecnológicos durante a pandemia e da aparente necessidade dessa interação social, que deixou de ser possível presencialmente, começou a ficar mais evidente o surgimento de novos sujeitos atravessados a partir de produção de subjetividades baseadas na estrutura dependente das redes sociais, que suscitam determinadas socializações e mobilizações.

Com as evidentes transformações que vêm acontecendo no mundo contemporâneo, sobretudo com a influência das tecnologias da informação, a sociedade vem se reestruturando, provocando mudanças também nas questões identitárias e grupais.

Esses perfis produzidos a partir de subjetividades intolerantes, radicais e odiantas no espaço virtual são resultado justamente dessas “mudanças confusas e

---

<sup>7</sup> Estudos como: Jornal Contábil, 2020; Malavé, 2020; Alves, et al., 2020; Mota, 2022.

<sup>8</sup> Para Jonathan Crary (2016), esse crescimento, mais evidente nas últimas duas ou três décadas (mas acentuado no período da pandemia, ao qual a escrita do livro não presenciou), demonstra como o ritmo “incessante do consumo tecnológico impede que exista um tempo para que nos familiarizemos com um determinado produto, ou uma combinação deles, a ponto de esse produto integrar esse cenário de nossas vidas” (CRARY, 2016, p. 53). Com isso, autor revela como essa atual dependência dos recursos tecnológicos e da tecnologia da informação é subproduto do neoliberalismo, um fenômeno marcado sobretudo, pela aceleração e busca de maior produtividade. Para ele, “os ritmos de consumo tecnológico são inseparáveis das exigências de autoadministração contínua” (CRARY, 2016, p. 54).

incontroladas nesse mundo, onde as pessoas tendem a reagrupar-se em torno de identidades primárias: religiosas, étnicas, territoriais, nacionais” (CASTELLS, 1999, p. 23).

O que explica em parte a revelação de determinados sujeitos que têm incitado discursos e práticas de ódio ao outro na internet e no *cyberespaço*, através das ferramentas das redes de sociabilidade, produzindo uma socialização baseada na polarização política, na identificação moral a traços de personalidade e na recusa da razão, pois “em um mundo de fluxos globais de riqueza, poder e imagens, a busca pela identidade, coletiva ou individual, atribuída ou construída, torna-se a fonte básica de significação social” (CASTELLS, 1999, p. 23).

No intuito de investigar como as redes sociais digitais têm atuado como agentes de transformação na sociedade contemporânea, a análise deste capítulo parte inicialmente de dois documentários: *O dilema das redes* (2020) e *Privacidade Hackeada* (2019), ambos distribuídos pela plataforma de *streaming* Netflix, bem como de outras importantes referências, como Manuel Castells (1999), Michael Hard e Antonio Negri (2003), Eugênio Trivinho (1998), Evgeny Morozov (2018), Paula Sibilia (2016), Jonathan Crary (2016), entre outros.

O documentário *O dilema das redes* (2020) mistura informações reais de diferentes profissionais que já trabalharam em grandes companhias de redes sociais, como o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube*, *Google*, *Pinterest*, etc. com informações fictícias, que retratam o impacto que essas redes têm no mundo contemporâneo e na formação das subjetividades dos indivíduos.

O documentário mostra a perspectiva de vários responsáveis envolvidos na indústria da tecnologia, a partir de dilemas éticos e pessoais próprios, em que há a apresentação das redes sociais digitais como empresas que são produzidas por acionistas com interesses comerciais próprios, muito diferente do que se pensa no senso comum, ainda mais com a crescente utilização dessas ferramentas durante a pandemia, que vem produzindo diversas consequências.

Já o documentário *Privacidade Hackeada* (2019), evidencia o escândalo envolvendo as empresas de consultoria *Cambridge Analytica* e *Facebook* nas eleições americanas de 2016, sendo acusadas de *hackear* dados e informações de milhões de pessoas, criando perfis políticos e influenciando diretamente no resultado eleitoral, o que trouxe à tona o poder de transformação das redes sociais, visto que elas coletam e vendem, as informações digitais das pessoas, na maioria das vezes, sem autorização.

O documentário também chama a atenção para o fato de que geralmente não nos atentamos para as políticas de privacidade dos aplicativos na internet.

Um dos pontos em comum entre os dois documentários é a percepção da forte influência e poder que as redes sociais a partir das mídias sociais possuem no mundo contemporâneo, evidenciando aspectos como o crescimento de problemas psicossociais a partir do uso excessivo e imprudente dessas ferramentas, resultando em uma dependência das interações permanentes entre os sujeitos, o que tem contribuído para a formação de perfis formados a partir de radicalismos, intolerâncias e comportamentos odiosos (SOUZA; CUNHA, 2019; LANDIM, ET AL., 2010; MÔNICA, 2020).

Além disso, essas redes têm produzido relações e limitações que acabam pesando sobre a vida das pessoas, como sobre as suas escolhas, orientações, comportamentos e opiniões. Por isso é importante discutir e analisar quais são as características dessas redes sociais e como elas têm repercutido na modulação da sociedade contemporânea, em especial no Brasil, onde essa cultura se faz cada vez mais presente e mais forte.

Para tanto, utilizaremos da perspectiva apresentada pelos documentários, dialogando com autores que têm se dedicado à investigação das sociedades em rede e das mídias sociais, partindo do ponto que são tecnologias comunicacionais, com grande poder de transformação na atualidade que estão sendo incorporadas pelos mais recentes projetos comerciais que vêm sustentando essa sociedade modulada pelos mecanismos de controle, quais sejam, as redes sociais digitais.

Como ponto de partida, o que aqui denominamos como mundo contemporâneo, se encaixa nas premissas das sociedades moduladas e introduzidas em um padrão de sociabilidade resultante de transformações tecnológicas e econômicas formuladas e mais nitidamente percebidas a partir dos anos 2000.

Embora alguns dos autores aqui utilizados para tratar de sociedades em rede tenham escrito suas obras ainda nos anos 90 (TRIVINHO, 1998; CASTELLS, 1999, por exemplo), suas projeções são certas para as mudanças em relação aos indivíduos e à própria sociedade a partir das inovações técnicas e globalizadas, centradas no uso e aplicação da informação, um recurso que vem remodelando a base material dessa nossa contemporaneidade de forma acelerada.

Assim, alguns pontos merecem destaque, ainda que de forma breve, como a representação das redes como um rizoma de Deleuze e Guattari (1995), as redes como um grande outdoor no *cyberespaço*, as características da sociedade em rede e os impactos que

essas mídias têm causado no mundo contemporâneo, bem como a importante distinção entre redes sociais e mídias sociais.

O conceito de rede social possui diversas abordagens, como uma cadeia conceitual, onde há a interlocução de vários autores acerca da formulação do significado que tal expressão representa hoje (RECUERO, 2006; RECUERO, 2009; SOUZA; CARDOSO, 2011).

A ideia de rede social como uma ferramenta de análise dos relacionamentos entre pessoas não é fruto da contemporaneidade e por representar determinados laços e elos entre os indivíduos, possuiu algumas representações, como por exemplo, as redes como um sistema rizomático.

### 3.1 A representação das redes como um rizoma

A representação das redes a partir do conceito de rizoma, cunhado por Deleuze e Guattari no texto *Mil Platôs* (1995), traz a perspectiva do rizoma como uma raiz, mas não aquela raiz padrão que as crianças aprendem a desenhar na escola, é muito mais complexo, pois o rizoma possui um crescimento diferenciado daquele cunhado na raiz empregada na botânica (DELEUZE; GUATTARI, 1995).

Buscando compreender o rizoma, os autores apresentam seis características aproximativas desse sistema que são chamados de princípios, que permitem visualizar esse conceito na botânica, a partir dos tubérculos, manguezais, etc. para assim perceber a concretude e complexidade desse conceito de rede:

1º e 2º - Princípios de conexão e de heterogeneidade: qualquer ponto de um rizoma pode ser conectado a qualquer outro e deve sê-lo. É muito diferente da árvore ou da raiz que fixam um ponto, uma ordem. [...] 3º - Princípio de multiplicidade: é somente quando o múltiplo é efetivamente tratado como substantivo, multiplicidade, que ele não tem mais nenhuma relação com o uno como sujeito ou como objeto, como realidade natural ou espiritual, como imagem e mundo. 4º - Princípio de ruptura a-significante: contra os cortes demasiado significantes que separam as estruturas, ou que atravessam uma estrutura. [...] 5º e 6º - Princípio de cartografia e de decalcomania: um rizoma não pode ser justificado por nenhum modelo estrutural ou gerativo (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 15-20).

Embora Deleuze e Guattari (1995) tenham buscado esse termo originalmente na botânica, eles aplicaram-no à filosofia, concebendo-o mesmo como uma forma não fechada, composto por linhas de intensidade e não de formas, visto que o pensamento rizomático se

move e se abre, se expandindo em todas as direções, tendo como principal característica a conexão de pontos, tal como as redes sociais.

Os autores definem-no, afirmando que “não existem pontos ou posições num rizoma como se encontra numa estrutura, numa árvore, numa raiz. Existem somente linhas” (DELEUZE e GUATTARI, 1995, p. 16). Linhas conectadas que não possuem formas ou direções fixas, mas sim uma multiplicidade e pluralidade que permite uma constante modificação e transformação das estruturas.

Nesse sentido, é possível pensar na representação das redes como um rizoma, demonstrando como as linhas do rizoma se movem em várias direções, se confundem, se espalham, se alastram, como apontam Souza e Cardoso (2011) em seu texto:

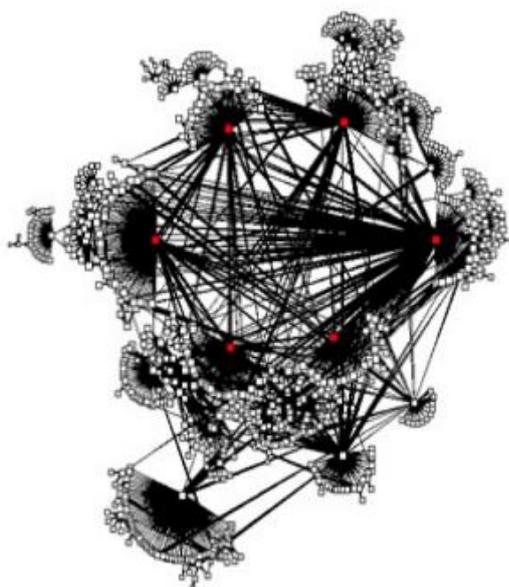


Figura 1: Exemplo de rizoma  
Fonte: (SOUZA; CARDOSO, 2011, p. 69).

A partir da ilustração, percebe-se mais nitidamente o que Deleuze e Guattari (1995, p. 14) querem dizer quando sustentam que “o rizoma nele mesmo tem formas muito diversas, desde sua extensão superficial ramificada em todos os sentidos até suas concreções em bulbos e tubérculos”.

A partir das potencialidades da noção de rizoma, é possível correlacionar algumas ressonâncias com o estudo das redes sociais, principalmente se pensarmos esse fenômeno como agentes de transformação do mundo contemporâneo.

O conceito de rede é muito parecido com o de rizoma, pois a rede é múltipla, formada de linhas e não de formas espaciais, pouco importa o tamanho dessas linhas, pois tanto as diminuindo como as aumentando não deixam de ser uma rede

o que importa são as suas conexões e não os seus limites. As redes neurais e/ou informática ilustram, por exemplo, o conceito de rede, pois não são descritas e pensadas como algo fechado e estático, há nelas movimentos de conexão que nunca cessam e não importa a direção que tomam nunca é um caminho definido ou apenas único, assim como no rizoma ele é múltiplo (AGUIAR, 2010, p. 8).

Tal como o rizoma, as redes sociais não constituem em si uma estrutura vertical e hierarquizada, pelo contrário, é um *lócus* que permite em certo grau de liberdade, porém, uma liberdade orientada por uma lógica associativa e persuasiva com objetivos comerciais bem delimitados.

Assim, pensar as redes sociais a partir do sistema rizomático de Deleuze e Guattari (1995) é desconsiderar uma lógica binária entre duas alternativas fornecidas por uma raiz central, que permite “a fabricação de uma forma estratificada de efetivação dos desejos e de subjetivação” (MELCHIORETTO, 2015, p. 5).

Para representar as redes sociais como linhas de intensidade e não como formas fechadas, é preciso considerar as inúmeras transformações que vêm se configurando – “sobretudo a partir das novas tecnologias multimídias e do alcance das redes de comunicação de massa – e têm produzido formas diferenciadas de subjetivação” (FERREIRA, 2008, p. 31).

Pois assim como o rizoma, as redes sociais podem ser conectadas a qualquer outra e deve sê-lo, pois “é muito diferente da árvore ou da raiz que fixam um ponto, uma ordem” (DELEUZE e GUATTARI, 1995, p. 14) e por isso essas redes se expandem em todas as direções, possibilitando múltiplas conexões.

É importante ressaltar, contudo, que na atualidade existem vários tipos de redes, decorrentes do crescente volume de investimentos e do avanço das inovações tecnológicas nesse ramo:

Existem (a) redes que interligam meios de comunicação a massas de telespectadores e ouvintes no mundo inteiro; (b) redes internas de uma mesma empresa ou instituição (sob a forma de “estações de trabalho”, também conhecidas como “redes sociais”; ou de sistemas fechados de segurança); (c) redes que interligam pessoas, empresas e instituições (como, por exemplo, a internet e outras que conectam computadores pessoais a bancos, para fins de consultas e operações financeiras; universidades a empresas, para fins de desenvolvimento científico; bancos à polícia militar, para fins de segurança; ou os 12 países que compõem a comunidade europeia, para fins políticos, econômicos e sociais); e (d) redes locais que se conectam a outras redes (“estações de trabalho” numa empresa interligadas à bancos de dados de empresas ou instituições nacionais ou internacionais) (TRIVINHO, 1998, p. 22).

Sendo assim, a representação das redes como um sistema rizomático, independe da especificação do tipo de redes, pois o que nos interessa, é a concepção de que são

ferramentas que interligam, conectam, entrelaçam e fluem em diversas direções, assim como acontece com o rizoma.

Essas redes, que tem produzido determinados perfis movidos por subjetivações afetuosas e desejanças, se assemelham à estrutura arbórea rizomática, já que “é sempre por rizoma que o desejo se move e produz” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 22).

A estrutura rizomática que dá forma às redes sociais traz um conjunto de articulações que as tornam tão fluidas e intensas como o próprio rizoma, a exemplo das formas de circulação das informações, da rapidez da replicação e compartilhamento do que está nas redes, das interações e conexões que as mesmas possibilitam, etc. Além disso, o sistema rizomático permite novas formas de se intercambiar e conectar pontos, tal como as redes sociais digitais.

Contudo, pensar nas redes a partir das ressonâncias do rizoma implica justamente em refletir sobre processos descontínuos que fogem às certezas das determinações já estabelecidas, pois as redes, como tecnologias comunicacionais, fazem parte de um sistema midiático e estrutural, que se sobrepõe ao sistema social, como aponta Trivinho (1998, p. 49):

Trata-se de um sistema em que as tecnologias de comunicação, acopladas agora à informática, assumem uma importância absoluta na articulação e modulação da cultura; um sistema em que a produção de informações, de eventos, de imagens alcançou um alto grau de saturação; um sistema em que toda a vida, as mentes e os processos globais da cultura passam a orbitar, de algum modo, em torno dos *media* e das máquinas informáticas; um sistema que, ele mesmo, se inclui na lógica da publicidade e da performatividade. Nele, os *media* produzem a cultura, criam e recriam o cotidiano, definem o atual, estabelecem e espargem os signos indicadores da vivência coletiva.

Assim, esse sistema midiático e suas interfaces, como por exemplo, as redes de interação social, representa a fase mais acabada do desdobramento acelerado da comunicação na cultura, não apenas do ponto de vista da saturação, mas também da capacidade que essas redes possuem de modificar e transformar a própria estrutura social, visto que tal como as conhecemos hoje, são compostas de atores e suas conexões (RECUERO, 2006).

Esses atores e suas conexões são como os bulbos e os tubérculos do rizoma, que compõem a haste subterrânea do mesmo, permitindo uma multiplicidade de possibilidades em todas as direções, pois já que, como não há um ponto de partida delimitado, também não há uma única verdade: as multiplicidades são “rizomáticas e denunciam as

pseudomultiplicidades arborescentes. Inexistência, pois, de unidade que sirva de pivô no objeto ou que se divida no sujeito” (GUATARI; DELEUZE, 1995, p. 15).

A inexistência de uma unidade no sistema rizomático representa a estrutura múltipla das redes sociais, que não se forma a partir de ramificações de conteúdos, “como algo que se origina de uma fonte primordial, uma vez que o sistema orgânico funcional do pensamento não é linear, nem contíguo, não há um ponto de partida” (OLIVEIRA; NASCIMENTO, 2014, p. 65).

Assim, as redes, tal como um sistema orgânico, possuem ramificações que se cruzam, formando os chamados nós, que são pontos de conexões que permite a sociabilidade entre seus atores.

Recuero (2006) sustenta que nas redes, é impossível isolar os atores sociais e suas conexões, já que tem foco na estrutura social, pois “uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores” (RECUERO, 2006, p. 24).

Da mesma forma acontece com a estrutura rizomática, não há como isolar um rizoma, pois “não começa nem conclui, ele se encontra sempre no meio, entre as coisas, inter-ser, *intermezzo*” (GUATARI; DELEUZE, 1995, p. 4).

Um rizoma conecta cadeias semióticas a partir das suas linhas de intersecções e ramificações, assim como fazem as redes, já que como são tecnologias comunicacionais, não possuem uma estrutura fechada ou estática, e por isso, constituem a concreção de fortes laços entre os indivíduos, como uma cadeia que conecta uns aos outros:

Laços fortes são aqueles que se caracterizam pela intimidade, pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Os laços fracos, por outro lado, caracterizam-se por relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade. Laços fortes constituem-se em vias mais amplas e concretas para as trocas sociais, enquanto os fracos possuem trocas mais difusas. Laços fortes e fracos são sempre relacionais pois são consequência da interação que, através do conteúdo e das mensagens, constituem uma conexão entre os atores envolvidos (RECUERO, 2006, p. 41).

Fortes ou fracos, esses laços são sempre relacionais, pois permitem a interação social entre os atores que compõem as redes sociais, a partir das suas multiplicidades, e assim como ocorre com o sistema rizomático, as redes, como pontos de estrutura que interligam, não têm o princípio de sua matéria em um ponto homogêneo, “mas em outro lugar, nas forças que agem nelas, nos fenômenos físicos que as ocupam, precisamente na libido que as

constituem de dentro e que não as constituem sem se dividir em fluxos variáveis e qualitativamente distintos” (GUATARI; DELEUZE, 1995, p. 42).

Essa capacidade de múltiplos fluxos também se aplica às redes sociais, que atuam como um conjunto de nós, permitindo justamente a interligação de relações entre os atores, visto que a estrutura das redes é semelhante ao sistema que compõe o rizoma e assim, para compreender ambos, é preciso pensar em termos “como conexidade, malha estreita e malha frouxa para caracterizar a intensidade dos contatos e influências entre as unidades componentes das redes” (OLIVEIRA; NASCIMENTO, 2014, p. 66).

Corroborando o que foi colocado por Recuero (2006), Paula Sibilia (2016) caminha na mesma direção, quando chama a atenção para o fato de que as redes informáticas relacionais vêm tecendo seus fios ao redor do mundo, tornando evidente que algo está mudando de forma extrema, onde “o futuro promete ainda mais consumações dessa metamorfose, que vêm se gestando num ritmo cada vez mais vertiginoso de atualizações e mudanças” (SIBILIA, 2016, p. 19).

Desse modo, assim como não é possível analisar e compreender as linhas de intensidades do rizoma de forma individual e separadas, visto que não existem pontos ou posições como há em uma estrutura, árvore ou raiz, também não é possível estudar as relações dos indivíduos uns com os outros nas redes de forma independentemente, pois nesse tipo de sistema, embora existam padrões de conexões expressos no ambiente virtual, trata-se também de elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais.

### **3.2 As redes sociais como um grande *outdoor***

A perspectiva de analisar as redes sociais digitais como um grande *outdoor* no espaço virtual ocorre porque os atos individuais são convertidos em informação por meio dos dispositivos tecnológicos. Uma concepção defendida por Crary (2016), visto que na sua visão, essas plataformas servem “ao aprimoramento das tecnologias de controle e se transformando numa forma de mais-valia, em um mercado baseado na acumulação de dados a respeito do comportamento do usuário” (CRARY, 2016, p. 56).

Inclusive o documentário *O dilema das redes* (2020) mostra como os anunciantes utilizam o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube*, *Google*, e outras plataformas digitais para desenvolver propagandas específicas e segmentadas através do comportamento digital dos milhares de indivíduos que utilizam esses veículos,

principalmente porque são mecanismos bastante úteis na comunicação entre as empresas e seus *stakeholders* (públicos), “além de serem ferramentas de rápido acesso, é possível aproveitar esse tipo de mídia como meio de relacionamento com clientes e de captação de sugestões, elogios e críticas” (SANTOS, 2018, p. 14).

Essas plataformas digitais comercializam as informações e a atenção das pessoas por meio da exploração das vulnerabilidades dos seus usuários, onde vai sendo delineado um comportamento digital e previsível, que os anunciantes utilizam para elaborar propagandas e anúncios direcionados para o perfil de cada usuário, inclusive gerando lucro através da propagação de discursos de ódio nas redes sociais (TRINDADE, 2022; LIMA, 2013).

Dessa forma, essas empresas estão se apropriando cada vez mais do “domínio das novas técnicas desenvolvidas para rastrear as mais diversas ações dos indivíduos e, a partir disso, construir padrões de comportamento” (COSTA, 2004, p. 164).

Desse modo, embora se pense que as redes sociais possuam o objetivo simplório de integrar, entreter e conectar pessoas, elas têm um fim muito diferente desse, visto que a otimização do algoritmo está direcionada para um objetivo, que é o sucesso comercial dessas empresas e dos anunciantes que nelas estão inseridos. As publicidades são desenvolvidas em função do comportamento de cada um, algo que vêm se crescendo “graças às possibilidades de comunicação instantânea e à imensa quantidade de dados disponibilizada pelos próprios usuários das redes sociais” (SIBILIA, 2016, p. 35).

Conhecendo os padrões dos perfis digitais existentes nas redes, as empresas desenvolvem anúncios específicos por meio do *marketing* digital, que busca “ajustar a oferta da organização a demandas específicas do mercado, utilizando como ferramenta um conjunto de princípios e técnicas destinadas a cada público” (SANTOS, 2018, p. 16).

Os dados propagados nas redes sociais digitais alimentam essa sociedade de controle, onde os mecanismos de vigilância<sup>9</sup> são as grandes corporações (*Google, Amazon, Apple, Facebook, Twitter, Microsoft*), que rivalizam com os mecanismos de confinamentos

---

<sup>9</sup> De acordo com Crary (2016), esses mecanismos de vigilância são formas estratégicas de análise de dados que se tornaram indispensáveis às estratégias de marketing das grandes companhias e empresas da atualidade. São formas de vigilância “amplamente empregadas, por meio de telas e outros displays, que rastreiam os movimentos oculares, apresentados em sequências ou fluxos de informações gráficas que mostram as durações e os pontos de fixação do interesse visual” (CRARY, 2016, p. 56-57). Ou seja, são mecanismos que passam a delinear um comportamento digital e previsível, facilitando o trabalho dos anunciantes na elaboração de propagandas e anúncios direcionados para o perfil de cada usuário.

(escolas, hospitais, indústrias, prisão), que outrora compunham a chamada sociedade disciplinar, segundo Deleuze (1992).

Inclusive essas grandes corporações já sabem que a própria dinâmica possui suas limitações, por isso utilizam “anunciantes que recorrem à *influencers*<sup>10</sup> em suas estratégias de *marketing* com o fim de construir a credibilidade de uma marca nas redes sociais, parecendo uma conversa entre duas pessoas” (SIBILIA, 2016, p. 44).

A partir do momento em que as redes sociais digitais determinam os padrões de comportamento dos usuários, comercializando as informações e a atenção das pessoas, esses veículos transformam-se em mecanismos de controle, que têm modulado a sociedade contemporânea, transformando-a em uma sociedade de controle (LIMA, 2013).

Assim, “deixamos de olhar para as informações pessoais como associadas a indivíduos, e sim como relacionadas entre si dentro de um quadro maior; é justamente essa amostra ou conjunto de dados que deve ser modulado” (COSTA, 2004, p. 166).

Assim, as plataformas digitais, como o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube* e *WhatsApp*, utilizam o algoritmo para monitorar as diversas ações que fazemos nesses veículos e a partir daí, constroem modelos que preveem as ações e comportamento de cada usuário. Um excelente mecanismo de *marketing*, segundo o próprio fundador e criador do *Facebook*, Mark Zuckerberg, se referindo à influência das decisões e conteúdos desta plataforma, de acordo com a recomendação feita por um “amigo confiável”.

A partir da constatação de que as recomendações feitas pelos “amigos” nas redes são uma excelente estratégia de *marketing* para suscitar demanda, as grandes empresas e companhias passaram a adotar uma nova geração de propagandas e avisos publicitários, procurando acionar esse achado valioso: “os anúncios dirigidos não são intrusivos porque podem se integrar melhor nas conversas que os usuários já mantêm uns com os outros” (SIBILIA, 2016, p. 36).

Assim, a propaganda instalada na conversa de forma aparentemente despreziosa e desinteressada de um amigo, faz despertar o interesse e curiosidade pelo que foi recomendado.

---

<sup>10</sup> Paula Sibilía (2016) afirma que o termo *influencer(s)* ou influenciadores se refere à capacidade que alguns usuários possuem de apresentar as novidades da moda, de algum produto ou serviço na “linguagem cotidiana dos clientes e possíveis consumidores, de um modo que pareça espontâneo e desinteressado. Em termos de mercado, é algo valiosíssimo, mas com uma ressalva: os pactos comerciais devem ser dissimulados para que não percam eficácia” (SIBILIA, 2016, p. 37-38).

### 3.3 Características da sociedade em rede

As redes sociais estão moldando o mundo contemporâneo, determinando algumas características da sociedade em rede, como por exemplo, a disseminação de *fake news*, o ataque de crimes cibernéticos de ódio a minorias identitárias e, conseqüentemente, a exacerbação do ódio e diminuição do outro no ambiente virtual como movimento de inflação do eu, a polarização moral e política e a aceleração e rapidez da sociedade 24/7.

No caso das *fake news*, por exemplo, constitui um sistema propositalmente criado para ser tendencioso à disseminação de informações falsas, devido o potencial de circulação no ambiente virtual que está cada vez mais rápido, principalmente com o crescimento do uso das redes sociais digitais.

São notícias falsas que “podem ser consideradas não apenas em termos da forma ou conteúdo da mensagem, mas também em termos de infraestruturas mediadoras, plataformas e culturas participativas que facilitam a circulação” (DELMAZO; VALENTE, 2018, p. 157).

Nesse sentido, as grandes empresas que dominam o *cyberespaço* se utilizam do recurso de expandir fronteiras e das características comunicacionais das redes sociais para “chegar a países de todo o planeta, difundindo-se através do poder integrado nas redes globais de capital, bens, serviços, comunicação, informação, ciência e tecnologia” (SOUZA; CARDOSO, 2011, p. 73).

Contudo, essas empresas hesitam em controlar seus usuários dessa maneira, por receio de perderem sua clientela – vide o trumpismo ou o bolsonarismo –, que disseminam *fake news* em larga escala com o consentimento dessas companhias, que só tem lucro porque seus usuários as alimentam, sem considerar as conseqüências que podem provocar na esfera social, política, Estatal, etc. Isso ocorre porque essas “redes são sistemas dinâmicos e, como tais, são sujeitos a processos de ordem, caos, agregação, desagregação e ruptura” (RECUERO, 2009, p. 80).

Outra característica das sociedades em rede é que esses mecanismos têm sido utilizados como armas, para fins diversos, sejam eles políticos, religiosos, etc. Essa utilização tem sido aprimorada e estrategicamente empregada devido as cinco principais características das redes sociais apontadas por Trivinho (1998), ou seja, por serem aterritoriais, invisíveis, altamente velozes, interativas e plenamente saturadas, elas permitem

uma “interconexão destes laços que canaliza recursos para localizações específicas na estrutura dos sistemas sociais” (RECUERO, 2006, p. 76).

Tanto no campo político, como em todos os setores da sociedade e do mundo contemporâneo, as redes sociais têm causado uma onda de polarização: ou é 8 ou 80; ou é certo ou errado. De certo, que tudo se equaciona nas redes, “desde as ações cotidianas às grandes decisões políticas na esfera do Estado” (TRIVINHO, 1998, p. 14). Essa recusa da razão no espaço virtual é uma das características da sociedade em rede no século XXI, ou seja, uma virtualização<sup>11</sup> que move todos os setores no modo mais acelerado possível.

É o que Jonathan Crary (2016) chama de sociedade 24/7 (vinte e quatro horas por sete dias da semana), no seu texto sobre o capitalismo tardio. Ou seja, vivemos em uma sociedade que tira a capacidade da visão, através de processos homogêneos, redundantes e acelerados, o que resulta na diminuição das capacidades mentais e perceptivas, no lugar da sua expansão e modulação.

O 24/7 anuncia um tempo sem tempo, um tempo sem demarcação material ou identificável, sem sequencia nem recorrência. Implacavelmente redutor, celebra a alucinação da presença, de uma permanência inalterável, composta de operações incessantes e automáticas. [...] A despeito da sua falta de substância e de sua abstração – afinal é um slogan –, o caráter inexorável do 24/7 repousa em sua temporalidade impossível (CRARY, 2016, p. 39).

A sociedade 24/7 constitui-se assim como um regime de temporalidade onde o capitalismo e as demandas dos últimos anos exigem que tudo seja mais acelerado, conectado, prático e rápido. O regime 24/7 também se configura como reflexo da sociedade de controle, pois as rotinas 24/7 são capazes de neutralizar ou absorver “desnorteadoras experiências de retorno que poderiam virtualmente minar o caráter substantivo, bem como a identidade do presente e sua aparente autossuficiência” (CRARY, 2016, p. 29).

Outra característica da sociedade em rede, que está associada à aceleração e fluidez da sociedade 24/7 e à polarização política, são os efeitos colaterais dos algoritmos que regem as redes sociais para a cultura democrática.

As preocupações voltadas para a sobrevivência da democracia em um mundo imerso pela Inteligência Artificial (IA) são crescentes e embora se reconheça as melhorias e

---

<sup>11</sup> Aqui nos remetemos ao conceito de “virtualização” cunhado por Pierre Lévy (1996), onde ele fala que esse termo pode ser definido como o inverso da atualização, ou seja, o virtual não opõe-se ao real, mas sim ao atual. A virtualização consiste “em uma passagem do atual ao virtual, em uma elevação á potência da entidade considerada” (LÉVY, 1996, p. 17).

inovações proporcionadas pela IA, é justamente nessa regulação algorítmica e simplificação do processo democrático que reside o perigo:

Agora, a regulação algorítmica orientada pela IA procura encurtar esse processo, postulando que as pessoas não dispõem de tempo para isso ou que os vários níveis de causalidade não resultam em programas viáveis. [...] Por mais que os bancos de dados tenham uma capacidade infinitamente maior do que a dos cérebros humanos, eles ainda carecem de um componente crucial: a capacidade de narrar a realidade a partir de determinado ponto de vista histórico e ideológico (MOROZOV, 2018, p. 141-142).

Com a política sendo dominada pela inteligência artificial, a democracia em especial, acaba levando suas operações para um caminho de plena perfeição e racionalidade, o que é extremamente perigoso, pois isso tende a simplificar demais as relações humanas, assim como as suas narrativas, que são complexas por natureza.

A IA transforma essas narrativas em simples regras regidas pelos algoritmos, resultando assim em uma política de gerenciamento dos efeitos, e uma política “preocupada em saber as causas antes de corrigir os efeitos pode eventualmente ser uma política de exageros emotivos, levando ao nacionalismo ou a coisas piores” (MOROZOV, 2018, p. 142).

Assim, para refletir sobre como essas ferramentas funcionam e como regulam os dados e informações dos usuários por meio da dinâmica dos algoritmos, é importante destacar a diferença entre as redes sociais e mídias sociais.

É claro que como locais virtuais onde as possibilidades de interação entre os sujeitos são ampliadas, as redes sociais são veículos que permitem, através das plataformas de mídias sociais, modos de se relacionar, mensurar e monitorar a receptividade da comunicação entre os usuários.

### **3.4 Redes sociais e mídias sociais**

Como já dissertamos o suficiente para entender o que são as redes sociais digitais, para que servem, etc., aqui daremos mais ênfase na descrição das mídias sociais, abordando não somente suas potencialidades de interação e ampliação das sociabilidades, como também explorar a relação que as empresas têm construído com seus consumidores atuais e potenciais, além de outros públicos de interesse, por meio dessas ferramentas, em conjunto com a utilização das mídias tradicionais.

Essa ênfase objetiva justamente compreender melhor como as redes sociais se diferem das mídias sociais, embora estejam intrinsecamente relacionadas. Se relacionam porque as redes sociais estão mais voltadas para veículos que buscam principalmente promover trocas de informações, experiências e conexões, e as mídias sociais são os mecanismos e os locais onde essas trocas de informações e experiências acontecem.

São tecnologias e práticas virtuais, onde os usuários, incluindo as empresas, podem disseminar conteúdos, provocando o compartilhamento de opiniões, ideias, experiências e perspectivas (MADEIRA; GALLUCCI, 2009).

Dessa forma, o *Twitter*, *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram* e *YouTube*, por exemplo, nada mais são do que plataformas de mídias sociais, que possibilitam que as redes de sociabilidades aconteçam, assim como servem para fins diversos:

As mídias sociais vêm crescendo fortemente nos últimos cinco anos e se tornando importantes opções de comunicação entre as empresas e seus públicos-alvo e de interesse, pela soma de benefícios como eficácia, alcance, interatividade (uma vez que proporciona comunicação “em duas mãos” e em tempo real), uso de linguagens tecnológicas de domínio e preferência de seus consumidores (quais sejam, as redes sociais) e custos relativamente mais baixos quando comparados aos das mídias tradicionais (MADEIRA; GALLUCCI, 2009, p. 1).

As características descritas pelos autores acima acerca das plataformas de mídias sociais são semelhantes àquelas descritas por Trivinho (1998) outrora, ou seja, de que são mecanismos que possuem um maior alcance do que as mídias tradicionais justamente por romperem fronteiras geográficas, por serem altamente velozes e por promoverem uma ampla interatividade entre as pessoas.

A partir da capacidade e potencialidade que as redes sociais possuem de fornecer aos usuários formas diversas de se relacionarem, de dividirem tarefas e de coordenarem ações em conjunto por intermédio das plataformas de mídias sociais, isso concretiza aquilo que afirmamos em outro momento, de que são ferramentas que atuam como um *outdoor* no espaço virtual, onde os atos individuais são convertidos em informação por meio desses dispositivos tecnológicos (CRARY, 2016).

O que é algo bastante benéfico, principalmente para o mercado empresarial, que utiliza essas novas tecnologias, “em especial a Internet, buscando contribuir, ampliar e transformar essa estrutura social em um sistema mais capilarizado e complexo” (LOPES, 2019, p. 8).

Com a ramificação e complexidade das redes, as mídias sociais têm se tornado cada vez mais ferramentas estratégicas de *marketing* no ramo das empresas, trazendo novos

modelos de pensar e agir, ultrapassando e superando as mídias tradicionais, principalmente pelo baixo custo e praticidade que as plataformas digitais proporcionam.

Nesse sentido, podemos conceber as mídias sociais mais como recursos digitais que permitem diversas formas de comunicação com o consumidor e suas principais características, por meio da Internet, do que um sistema que estabelece relações entre si formando comunidades ou redes de relacionamentos entre as pessoas, como acontece nas redes sociais.

Por isso que muitos estudiosos acreditam que as redes sociais já existiam muito antes das mídias sociais e da internet (RECUERO, 2006; RECUERO, 2009; MADEIRA; GALLUCCI, 2009; SOTERO, 2009; VERMELHO; VELHO; BERTONCELLO, 2015; SOUZA; CARDOSO, 2011; TRIVINHO, 1998).

Com o impulso e intermédio da internet, passamos a transcrever as relações presenciais que tínhamos antes do surgimento das mídias sociais para o espaço virtual, publicando e registrando tudo aquilo que antes estava restrito à nossa memória e aos encontros físicos (SOTERO, 2009).

Assim, essas duas expressões acabam sendo comumente relacionadas e utilizadas como sinônimos porque nas mídias sociais, os conteúdos são criados, até o presente momento, pelos usuários das redes sociais, ou seja, o controle da mensagem fica nas mãos dessas pessoas (MADEIRA; GALLUCCI, 2009).

Contudo, as redes sociais podem até ser mais antigas que as mídias sociais, mas as redes sociais “digitais”, ou seja, veículos que permitem conectar pessoas e proporcionar formas alternativas de interação e comunicação por meio da internet, são ferramentas que caminham juntas com as plataformas digitais.

Até porque para promover esse tipo de interatividade e conexão entre os usuários, as redes sociais precisam dos *Hubs* por exemplo, que são espécies de conectores potenciais e pontos de contato que são caracterizados por um grande número de conexões (LOPES, 2019).

A *Amazon*, *Ebay*, *Google* e *Yahoo* são grandes portais da internet que são considerados *hubs*<sup>12</sup>, já que recebem e centralizam muitas conexões simultaneamente,

---

<sup>12</sup> De acordo com Lopes (2019, p. 10), “o conceito de *Hubs* foi desenvolvido a partir do modelo de redes sem escalas proposto pelos autores Barabási e Albert em 1999. Esse modelo constatou que as conexões de rede são organizadas por uma lei de potência, relação constituída por dois ou mais termos sendo cada um deles um produto de constantes e potências totalmente variáveis que mostra a propriedade de constância de escala. Um exemplo de lei de potência é o Princípio de Pareto ou a Regra 80-20, onde 80% dos efeitos (consequências) são provenientes de 20% das causas”.

funcionando como uma espécie de peça central, que tem o objetivo de coordenar e distribuir informações para redes conectadas a esses portais. Quando um *site* novo se conecta diretamente ao *Google* e não a um *site* desconhecido, é um exemplo de como os *Hubs* funcionam. Isso resulta numa tendência em que cada vez mais as conexões dos *hubs* aumentem, gerando um ciclo.

Por isso que as redes sociais “digitais” são parte constituinte das plataformas de mídias sociais, ou seja, as primeiras precisam das segundas, porque os *hubs* são necessários para garantir que essas redes estejam altamente conectadas, “já que agregam uma série de pontos de contato (os chamados nós) menores e formam os *clusters*; do contrário, alguns pontos de conexão poderiam ficar isolados na rede” (LOPES, 2019, p. 10).

De maneira simplista, é como se as redes sociais fossem parte das plataformas de mídias sociais, uma vez que estas últimas “são *sites* na Internet construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações de diversos formatos” (MIRANDA, 2010, p. 15). Em outras palavras, as redes sociais digitais estão incluídas dentro das mídias sociais, assim como os *blogs*, os *sites* de conteúdos colaborativos e vários outros que envolvem comunicação, multimídia, relacionamento, entretenimento, etc.

As mídias sociais são mecanismos digitais mais amplos, abrangendo tudo o que é publicado e registrado na internet como, como por exemplo, interações do convívio social, por meio de vídeos, mensagens, fotos, notícias, etc. Enquanto que as redes sociais digitais são os espaços e locais onde acontece a interatividade entre pessoas, isto é, são ferramentas desenvolvidas para que os usuários postem, compartilhem e divulguem dados e informações para os seus seguidores, gerando interação com eles ou outros indivíduos.

Uma exemplificação dessa distinção entre redes e mídias sociais, é que nas primeiras, é possível fazer uma publicação, onde os amigos e seguidores poderão interagir. Assim, a publicação é uma forma de mídia social que promove uma interação, uma conexão, permitindo movimentos em várias direções, se espalhando e se alastrando, formando então uma cadeia, uma rede de sociabilidade (RECUERO, 2009; SOUZA; CARDOSO, 2011; VERMELHO; VELHO; BERTONCELLO, 2015; DELEUZE; GUATTARI, 1995).

Outro ponto importante é que tudo o que é publicado, seja na forma textual, vídeos, animações, áudio ou imagem, são exemplos de mídias, que podem ser inseridas em diversas e diferentes plataformas, não apenas nas redes sociais.

Dessa forma, as plataformas de mídias sociais são veículos para os usuários compartilharem com seus seguidores aquilo que mais lhes convém, seus pontos de vista, opiniões, etc., porém, “não são apenas indivíduos que expressam suas opiniões nessas redes; é crescente a presença de empresas dos mais diferentes setores de atividade” (MADEIRA; GALLUCCI, 2009, p. 2-3).

A semelhança e utilização como expressões sinônimas entre redes sociais e mídias sociais está principalmente na palavra “social”, que em ambas representa os aspectos relacionados à sociabilidade, já que são ferramentas livres e abertas que promovem a interação entre as pessoas.

Assim, no caso das mídias, são os meios de transmissão de informações e conteúdos a serem publicados e compartilhados e no caso das redes, como visto no item 3.1 (sobre o conceito de rede social), são as formas de laços advindas de parentesco e relações de amizade e como as pessoas se comportam a partir desses laços.

A palavra “social” presente nas expressões também indica uma gama de viabilidades “de relacionamento que permitem as pessoas se conhecerem, organizando assim, grupos relacionados com interesses comuns, onde podem ler, ouvir ou ver conteúdos e interagir novamente com as pessoas que o criaram” (MIRANDA, 2010, p. 15).

Por isso que as plataformas de mídias sociais têm sido importantes aliadas no setor empresarial, por exemplo, porque elas ajudam a conhecer melhor o público-alvo, assim como a imagem que ele possui sobre a empresa e suas marcas.

Desse modo, o *marketing* feito por meio das mídias sociais tem se tornado uma ótima escolha para as empresas justamente porque possibilita uma grande visibilidade e promoção de relacionamentos com o público. “As mídias sociais têm enorme visibilidade, uma forte rede de comunicação baseada em relacionamentos, um conteúdo poderoso e em grande volume (TORRES, 2009, p. 116 *apud* MIRANDA, 2010, p. 16).

Essa questão das redes sociais e das mídias sociais e sua utilização por parte do mercado empresarial é abordado aqui porque, como visto no item 3.5 (as redes sociais como um grande *outdoor*), as empresas utilizam essas plataformas, como por exemplo, o *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *YouTube*, para desenvolver propagandas específicas e segmentadas por meio do comportamento digital dos usuários, justamente por serem ferramentas bastante úteis na comunicação com o seu público-alvo, como bem demonstra o documentário *O dilema das redes* (2020).

Desse modo, as redes sociais, ou *sites* de relacionamento, como eram chamadas antigamente, como uma das grandes vertentes das mídias sociais, são locais que objetivam unir e promover interação entre as pessoas.

Apesar de possuírem esse objetivo em comum, cada rede social tem suas próprias regras e fins específicos, moldando o comportamento de seus membros e definindo a maneira de interação mais eficiente de acordo com cada segmento. O detalhamento sobre cada rede social digital, bem como suas finalidades específicas será feito em outro momento deste estudo.

O que nos interessa no presente momento é que por meio das redes sociais, as empresas utilizam as mídias sociais para comercializar as informações e a atenção dos usuários, a partir da exploração de suas vulnerabilidades, ao mesmo tempo em que vão delineando um comportamento digital e previsível dos mesmos (CRARY, 2016).

Os anunciantes tomam posse desses dados para segmentar propagandas e anúncios direcionados especificamente para o perfil de cada pessoa, como uma “rede colaborativa personalizada e em tempo real, que pode ser adaptada ao comportamento de cada usuário (pessoas físicas ou empresas)” (MADEIRA; GALLUCCI, 2009, p. 8).

Essa diferenciação, assim como sua relação e semelhança, entre redes sociais e mídias sociais, é importante para entender a dinâmica de funcionamento desses veículos, pois quando os usuários compartilham com seus seguidores aquilo que mais lhe convém, seu ponto de vista, orientação ou opinião, isso dá margem para a exacerbação de determinados afetos, como por exemplo, publicações odiantas e narcisistas, onde aquele sujeito se identifica com tudo aquilo que é semelhante a ele e passa a odiar e expurgar tudo aquilo que não se identifica ou não se reconhece.

Analisando e estudando a estrutura dessas “teias digitais”, é possível entender (ou pelos menos tentar) o comportamento dos atores envolvidos nelas, assim como os atravessamentos e produção de perfis marcados e movidos pelo afeto do ódio ao outro e outros tipos de afetos depreciativos.

Como locais onde os usuários se agrupam e interagem, transformando suas ações em seus próprios espaços políticos, as redes sociais digitais têm moldado nossa sociedade, produzindo consequências que podem ser notadas fora do ambiente das mídias sociais, como por exemplo, uma crescente disseminação de discursos de ódio ao outro, de preconceitos, racismo, intolerância, radicalismos e, sobretudo, uma onda de polarização moral e política.

Assim, com a ampliação das possibilidades de interação promovidas por essas plataformas, é possível explorar as conexões existentes para além das interações sociais presenciais, pois são veículos que já fazem parte da nossa sociedade, reestruturando também nas questões identitárias e grupais, a partir de uma descentralização onde estamos cada vez mais conectados às pessoas semelhantes a nós, em que nos reconhecemos e que comungam das mesmas percepções, opiniões, ideais e interesses que nós.

As redes sociais, por intermédio das mídias digitais, estão tão arraigadas ao nosso meio social, de forma a fazerem parte do nosso presente e do nosso futuro.

O futuro será das redes sociais de nichos estruturadas em plataformas digitais. Estas plataformas permitirão que os próprios usuários criem das redes sociais de nichos. No futuro cada um de nós participará de múltiplas redes sociais, uma para interagir com os familiares, outra com os colegas de trabalho e clientes da empresa, outra com os colegas da universidade, outra com os amantes do mesmo hobby, outra com profissionais do mesmo ramo, com consumidores de um produto que pretendemos comprar e assim por diante em consonância com as singularidades e múltiplos papéis vividos por cada ser humano (SOTERO, 2009, p. 4):

Dessa forma, seja para qual for o objetivo utilizado, as redes sociais digitais, como parte constituinte das plataformas de mídias, possuem e continuarão possuindo um grande potencial de colaboração usufruído pelos usuários, que tem sido utilizado pelas grandes corporações e seus acionistas para interesses comerciais próprios, por meio da posse dos dados que são propagados nas redes pelas pessoas.

Essa dinâmica alimenta cada vez mais essa sociedade de controle, por meio dos mecanismos de vigilância, que atualmente são guiados pelas cinco grandes empresas de tecnologia do mundo: *Microsoft, Amazon, Apple e Google e Meta (Facebook, Facebook Messenger, WhatsApp, Instagram, etc.)*.

De certo que essas grandes corporações de mídias sociais, através dos meios de comunicação, interação e informação proporcionados pelas redes sociais digitais, controlam certos algoritmos para monitorar os dados e conteúdos que os usuários assistem, levando em consideração os interesses próprios de cada uma dessas empresas. Esse controle e modulação da nossa sociedade produz efeitos, como a proliferação de postagens e publicação que disseminam discursos odiosos e de diminuição do outro.

Daí buscamos entender essa dinâmica a partir da teoria dos afetos de Baruch de Espinosa, tendo em vista que pensamos ser possível conceber esse ódio ao outro praticado na internet como o afeto da tristeza, para assim, identificar os elementos que atravessam essa produção de subjetividades movidas pelo ódio nas redes sociais digitais.

#### 4. A TEORIA DOS AFETOS DE ESPINOSA

As contribuições e o pensamento de Espinosa (1632-1677) são bem vastos e podem ser aplicados a partir de diferentes abordagens e por se tratar de um filósofo moderno, suas doutrinas, bem como de outros pensadores da história da filosofia, necessitam de uma leitura contemporânea, especialmente na Psicologia Social, campo base escolhido para discutir psicossocialmente acerca dos elementos que atravessam a produção de subjetividades movidas pelo ódio nas redes sociais digitais, tendo como alicerce, a sua teoria dos afetos.

Nesse sentido, buscamos apoiar-nos em Espinosa, especialmente no seu projeto sobre a afetividade humana, para entender como ocorre a formação de tais subjetividades, fazendo uso de suas ideias e partindo do ponto de que para chegar a tal compreensão é necessário expulsar de sua teoria a ideia de finalidade, para que então possamos perceber a natureza dos afetos, uma vez que essa realidade é articulada do ponto de vista do desejo enquanto potência de afirmar a vida e conseqüentemente, produzir seus efeitos.

É óbvio que esta é uma tarefa por demais complexa, uma vez que para isso, é preciso saber a razão dessas práticas odiosas no mundo virtual propaladas por sujeitos que nem sempre traduzem sua real identidade. Contudo, a partir da análise dos afetos denominados por Espinosa como primitivos ou primários, especialmente os conceitos fundamentais de alegria e tristeza, é possível pensar nessa produção de subjetividades como uma relação do ente com o *conatus*, ou seja, o esforço que cada ser realiza para perseverar no seu próprio ser<sup>13</sup>.

Para tanto, partimos da prerrogativa de que o terreno das redes sociais digitais se revela hoje, em tempos líquidos, expressão cunhada por Zygmunt Bauman (1925-2017), como palco para supostas autoridades em inúmeros assuntos criarem, modificarem e extinguirem narrativas que encarnam discursos de opressão, ódio, intolerância e até mesmo de extermínio de grupos e identidades pelo simples fato de ostentarem diferenças (e essa diferença é percebida como uma ameaça ao seu *conatus*).

---

<sup>13</sup> O filósofo francês Gilles Deleuze (1925-1995), em seu livro “Espinosa: filosofia prática” (1981) afirma que “como as afecções não são separáveis de um movimento pelo qual nos fazem passar a uma perfeição maior ou menor (alegria e tristeza), conforme a coisa encontrada se compoñha conosco, ou, ao contrário, tenda a decompor-nos, a consciência emerge como o sentimento contínuo de uma tal passagem, do mais ao menos, do menos ao mais, testemunha das variações e determinações do *conatus*, em função dos outros corpos ou outras ideias” (DELEUZE, 2002, p. 27).

Assim, para entender esse ódio disseminado na internet, nos valem do projeto ético de Espinosa, que envolve justamente compreender a natureza dos afetos, pois para entender esse ódio praticado na internet, é preciso antes compreender a origem e a natureza dos afetos primitivos, pois a partir destes, é que todos os outros são derivados.

Os afetos, são compreendidos pelo filósofo (E III d. 3), como “as afecções do corpo, pelas quais sua potência de agir é aumentada ou diminuída, estimulada ou refreada, e, ao mesmo tempo, as ideias dessas afecções” (ESPINOSA, 2019, p. 98).

Nos *Cursos sobre Spinoza* (2012), temos uma leitura deleuziana de Espinosa, onde o filósofo francês faz uma interpretação clara e bastante didática dos pensamentos e dos ensinamentos do mestre holandês, mas com seu próprio estilo. Um dos pontos iniciais desse texto é justamente a distinção entre afeto e ideia, sendo um modo de pensamento não-representativo e um modo de pensamento representativo, respectivamente.

A ideia é um modo de pensar definido por seu caráter representativo. E chama-se afeto a todo modo de pensamento que não representa nada. O que significa isto? Tomemos ao acaso uma esperança, por exemplo, uma angustia, um amor, o que não é representativo. Nisto, há bem uma ideia da coisa amada, há bem uma ideia de alguma coisa prometida, mas a esperança enquanto tal ou o amor enquanto tal não representa nada, estritamente nada (DELEUZE, 2012, p. 35).

Esse modo de pensamento não-representativo ao qual Deleuze se refere como sendo afeto, nada mais é do que a constante modificação da força de agir ou da potência de agir dos seres humanos que Espinosa denomina por afecções: “uma variação contínua sob a forma aumento-diminuição-aumento-diminuição da potência de agir ou da força de existir de acordo com as ideias que se tem” (DELEUZE, 2012, p. 40).

Desse modo, esse ódio descarregado no espaço virtual está atrelado ao afeto da tristeza enquanto somos conscientes disso, um afeto que causa uma diminuição da nossa potência de agir, ou seja, é o efeito de um mau encontro que diminui a potência de agir dos seres. Assim, essa tristeza ou diminuição de potência é o enfraquecimento do *conatus*, ou seja, da capacidade de ser, pensar e agir, e o seu aposto, o aumento e o sentimento de alegria, é o fortalecimento do mesmo (BOVE, 2010).

O afeto da tristeza, por sua vez, pode ser concebido pelo intelecto, como uma compreensão limitada, baseada apenas nos afetos oriundos de signos ou imagens que nos marcam e que afetam nossa força de potência. Esse conhecimento inadequado, baseado em traços que nos afetam, é chamado por Espinosa de imaginação, onde só conhecemos os efeitos e não as causas dos acontecimentos e das coisas. Há ainda dois outros gêneros: a

razão (compreensão das relações reais entre os corpos) e a ciência intuitiva (compreensão das produções singulares dos corpos na Natureza) (ESPINOSA, 2019).

É importante lembrar que na imaginação, algumas imagens nos afetam de alegria, porque se compõem conosco e é por isso, inclusive, que as pessoas usam tanto as redes sociais, pois estas reforçam traços identitários, signos imaginários, fortalecendo o nosso eu ou imagem de quem somos, afetando-nos de alegria e conseqüentemente, fortalecendo nosso *conatus*.

Ou pelo menos, nos excitando, pois como todo os afetos, a alegria é ao mesmo “tempo e indissolúvelmente uma afecção ou modificação do corpo, algo sentido como uma sensação, vivência ou experiência e uma afecção da alma, uma ideia” (BOVE, 2010, p. 29).

Todavia, Espinosa (2019) nos alerta que essa alegria é flutuante, precária, pois basta que outra imagem que não se componha com nossa auto-imagem, nossos traços identitários, nos atinja, para que sejamos tomados e dominados pelo afeto da tristeza ou enfraquecimento de nossa individualidade.

Assim, somos controlados e tomados de ódio, o que nos faz buscar eliminar a causa de nossa tristeza e excluir a existência da ameaça que diminui a minha potência, como coloca sucintamente Espinosa (E III P 13): quando a mente “imagina aquelas coisas que diminuem ou refreiam a potência de agir do corpo, ela se esforça, tanto quanto pode, por se recordar de coisas que excluam a existência das primeiras” (ESPINOSA, 2019, p. 108).

O conhecimento inadequado é chamado por Espinosa de imaginação, onde só se conhece os efeitos e não as causas dos acontecimentos e das coisas, ou seja, aquilo que vem do exterior, mas que de alguma forma nos afeta.

O termo imaginação aqui é concebido num sentido da filosofia da positividade absoluta, ou seja, não quer dizer que não exista, pois, o imaginário tem um “efeito concreto, na medida em que determina a ação, alimenta estratégias, etc. É nesse universo imaginário que vai acontecer a vida dos homens, o seu sentido e o seu valor, e também suas ilusões” (BOVE, 2010, p. 35).

Assim, na medida em que somos conscientes que uma imagem ou um traço do outro nos entristece, porque diminui nossa suposta auto-importância, somos afetados e dominados pelo ódio por aquele que nos enfraquece, desejando afastar aquela imagem do nosso corpo. Aquilo que causa o enfraquecimento ou a diminuição da nossa potência de agir é toda e qualquer paixão, que advém do afeto da tristeza, ao qual Espinosa “não considera

num sentido vago, ele considera a tristeza no sentido rigoroso que ele soube dar-lhe” (DELEUZE, 2012, p. 42).

A partir desse pressuposto, é possível conceber a prática de discursos de ódio nas redes sociais digitais como uma consequência desses signos e imagens que afetam de tristeza os indivíduos usuários do *cyberespaço*, onde a diminuição da sua potência de agir gera uma compreensão superficial dos acontecimentos. Pois são apenas pensados em termos identitários e não sociais ou singulares: “é por isso que os afetos do ódio, da ira, da inveja, etc., considerados em si mesmos, seguem-se da mesma necessidade e da mesma virtude da natureza das quais se seguem as outras coisas singulares” (ESPINOSA, 2019, p. 98).

Apesar de obviamente o ermitão de Haia não ter discorrido diretamente sobre as redes sociais digitais, por ser um autor do século XVIII, ele muito falou sobre as relações entre os corpos na Natureza e sobre as redes de sociabilidade e de política entre indivíduos, bem como os seus efeitos complexos, o que nos autoriza e incentiva a sua utilização como autor para pensar o ódio nas redes sociais digitais na contemporaneidade, pois “quando estudamos os afetos, estudamos simultaneamente o ponto de vista do corpo e o ponto de vista do espírito ou da alma” (BOVE, 2010, p. 29).

Além disso, Espinosa na filosofia é um dos poucos a pensar que a essência humana é o desejo, e onde sua teoria dos afetos é central e fundamental para que possamos compreender o pensamento, seus acertos e erros. A verdade em Espinosa é, antes de tudo, um problema de afetos. Por tudo isso, entendemos ser possível, evitando anacronismos, nos valer da teoria dos afetos do autor para apresentar os elementos que atravessam a produção de subjetividades movidas pelo ódio nas redes sociais digitais da atualidade.

Já que para Espinosa (2019), parece ser possível definir, ou ao menos entender, os termos relacionados ao bem e ao mau, este último revelado aqui através do sentimento de ódio, por meio das proposições suscetíveis de verdade e falsidade, portanto, a origem destas noções está na razão, segundo gênero do conhecimento (ESPINOSA, 2019; JAQUET, 2011).

Segundo o autor, o conhecimento acerca do mau ou nesse caso, do ódio, é inadequado, pois o conhecimento adequado é incompatível com as noções de bem e de mau (E III d. 1): “Chamo de causa adequada aquela cujo efeito pode ser percebido clara e distintamente por ela mesma. Chamo de causa inadequada ou parcial, por outro lado, aquela cujo efeito não pode ser compreendido por ela só” (ESPINOSA, 2019, p. 98).

Isso quer dizer que o modo de pensar inadequado representa uma afecção do corpo, isto é, que pode afetar esse corpo, aumentando ou diminuindo sua força de existir e quando os afetos tristes (ódio, inveja, etc.) modificam esse corpo de forma a abarcar a sua totalidade, todas as partes do corpo e do espírito são tomadas.

O correlato intelectual dos afetos tristes são as ideias chamadas *falsas* ou *inadequadas*, e, se isso chegar a um ponto no qual o afeto triste invade a totalidade do sistema, significa a morte, ou seja, se o desejo está ligado ao esforço para perseverar, para se expandir, aumentar, etc., quando acontece o oposto disso tudo, pode-se atingir um ponto no qual os afetos tristes tomam todas as partes do corpo e do espírito (BOVE, 2010, p. 30).

Entendida a relação do afeto da tristeza com o conhecimento inadequado e a forma como afeta o corpo, ressaltamos que é necessário, para nosso estudo em curso, elencar que a noção de afecção possui pelos menos três sentidos na ética espinosana (FREITAS, 2013). O primeiro sentido possibilita aproximar os termos afecção e modo (E I d. 5): “por modo compreendo as afecções de uma substância, ou seja, aquilo que existe em outra coisa, por meio da qual é também concebido” (ESPINOSA, 2019, p. 13).

O segundo sentido permite compreender as afecções como coisas particulares “as quais resultam, geneticamente, dos atributos da substância, para que a mesma possa exprimir esses atributos de maneira definida e determinada” (FREITAS, 2013, p. 38). E o terceiro sentido de afecção são os efeitos de um modo sobre o outro, ou seja, “os efeitos de algo que não existe em si e nem concebe a si sobre outra coisa portadora do mesmo estatuto, sendo assim afecções classificadas como imagens ou marcas temporais” (FREITAS, 2013, p. 38).

Essas imagens e marcas temporais são descritas por Espinosa (2019), respectivamente, da seguinte forma:

Corolário: A mente poderá considerar como presentes, ainda que não existam nem estejam presentes, aqueles corpos exteriores pelos quais o corpo humano foi uma vez afetado (E II, p. 17). Por imaginarmos que uma coisa semelhante a nós e que não nos provocou nenhum afeto é afetada de algum afeto, seremos, em razão dessa imaginação, afetados de um afeto semelhante (E III P27). (ESPINOSA, 2019, p. 67).

Desse modo, as coisas imagéticas constituem-se como as próprias afecções dos corpos dos entes, das quais as ideias abrangem a natureza desses corpos e, “ao mesmo tempo, a natureza dos corpos exteriores como presentes em nós, sendo que a figura dos mesmos não está presente” (FREITAS, 2013, p. 38).

Assim, a forma como esses afetos oriundos de signos ou imagens afetam e modificam nossos corpos depende das causas exteriores, das situações que vão acontecendo, dependendo daquilo que nós encontramos (bons ou maus encontros) e da maneira como lidamos com essas situações.

Então quando uma imagem ou um traço do outro nos entristece e diminui a nossa suposta auto-importância, desperta um desejo de nos esforçarmos para afastar ou destruir a causa da nossa tristeza, em razão do mau encontro: quando faço “um mau encontro isto quer dizer que o corpo que se mistura com o meu destrói minha relação constituinte; ou tende a destruir uma de minhas relações subordinadas” (DELEUZE, 2012, p. 48).

Assim, reiteramos a importância do *conatus*, ou seja, do esforço que cada ser realiza para perseverar no seu próprio ser, e esse esforço nada mais é do que a sua essência atual (E III P 7):

Demonstração: Da essência dada de uma coisa qualquer seguem-se necessariamente certas consequências (pela prop. 36 da P. 1). Além disso, as coisas não podem fazer senão aquilo que necessariamente se segue de sua natureza determinada (pela prop. 29 da P. 1). Por isso, a potência de uma coisa qualquer, ou seja, o esforço pelo qual, quer sozinha, quer em conjunto com outras, ela age ou se esforça por agir, isto é (pela prop. 6), a potência ou o esforço pela qual ela se esforça por perseverar em seu ser, nada mais é do que sua essência dada ou atual (ESPINOSA, 2019, p. 105).

O desejo de perseverar no seu ser as coisas enquanto estão em si, baseia toda a teoria da afetividade de Espinosa, assim como suas discussões voltadas para a ética e para a política. Esse esforço ao qual tratamos aqui tem suas raízes na ontologia da potência elaborada na primeira parte da ética espinosana, principalmente porque “o *conatus* humano não é apenas um princípio humano de autoconservação, mas também de auto-expansão e realização de tudo o que está contido em sua essência singular” (GLEIZER, 2005, p. 31).

Esse esforço de perseverar se constitui como um ponto chave na teoria da afetividade de Espinosa, especialmente por se tratar de uma manifestação particular da potência global da natureza humana, uma vez que a ética espinosana está intrinsecamente ligada com o entendimento da função social que os afetos exercem sobre o *conatus* humano (JAQUET, 2011).

Isso porque para este autor, a natureza e o que dela é produzido, tanto nos aspectos singulares, quanto em sua totalidade, influenciam nas relações características inerentes aos seres humanos. Contudo, nem a natureza, nem a sua produção impõem uma interrupção ou algum tipo de intermitência entre ambos, isto é, as relações que constituem o

homem e que são formadas entre os homens não se diferenciam das leis universais da natureza, compondo um único plano de imanência (ESPINOSA, 2019; BOVE, 2010).

Assim, a compreensão do *conatus*<sup>14</sup>, ou seja, desse esforço em perseverar em seu ser e da conseqüente modificação na essência dada ou atual, é fundamental para compreendermos os seus efeitos na potência de agir e na forma como ela vai ser afetada (se diminuída ou se aumentada), pela transição ao qual o afeto exprime nessa potência.

Essa transição, por sua vez, acontece de um estado a outro, tanto pelo corpo que foi afetado quando pelo corpo que causou o afeto, porém, damos maior ênfase aqui para o corpo afetado:

Essa transição pode ser benéfica ou maléfica para o corpo afetado, o que se define pelo aumento, no primeiro caso, ou diminuição, no segundo, da potência de agir do corpo. Mas os afetos, apesar de serem ideias – já que as afecções (*affectio*) são modificações que ocorrem no corpo e na mente –, não devem ser entendidos como representações de objeto, pois exprimem as transições de potência entre um estado e outro (PUC-RIO, 2018, p. 15).

As modificações provocadas pelos afetos oriundos de signos ou imagens, tanto no corpo quanto na mente dos seres humanos, e seus conseqüentes efeitos, são decorrentes das causas exteriores, como já exprimido outrora. Por isso que para se entender a teoria dos afetos de Espinosa, é preciso antes de tudo, compreender o princípio dinâmico básico que fundamenta a vida afetiva neste autor, ou seja, o *conatus* humano, descrito por ele na E III P 6:

Proposição 6. Cada coisa esforça-se, tanto quanto está em si, por perseverar em seu ser. Demonstração. Com efeito, as coisas singulares são modos pelos quais os atributos de Deus exprimem-se de uma maneira definida e determinada (pelo corol. da prop. 25 da P.1), isto é (pela prop. 34 da P.1), são coisas que exprimem de uma maneira definida e determinada a potência de Deus, por meio da qual ele existe e age. E nenhuma coisa tem em si algo por meio do qual possa ser destruída, ou seja, que retire a sua existência (pela prop. 4); pelo contrário, ela se opõe a tudo que possa retirar a sua existência (pela prop. prec.). E esforça-se, assim, tanto quanto pode e está em si, por perseverar em seu ser. C.Q.D. (ESPINOSA, 2019, p.105).

Essa busca pelo afinco do seu próprio ser relacionada com a forma definida e determinada pela potência de Deus e com as respectivas coisas singulares que exprimem as

---

<sup>14</sup> Vale destacar que o conceito de *conatus* em Espinosa possui dois nomes distintos, quando é referido apenas à alma ou à alma e o corpo simultaneamente. Quando se trata somente da alma, é denominado de vontade, esta concebida não como uma faculdade de escolha, mas sim como um esforço contido nas ideias que compõem a alma. Já quando se refere à alma e ao corpo de forma simultânea, ou seja, quando se trata do homem, esse conceito é chamado de apetite, que por sua vez, quando vem acompanhado da consciência de si, é chamado de desejo. Dessa forma, segundo Gleizer (2005), o desejo é concebido como a essência do homem em si, que é a responsável pela realização das ações que auxiliam para a sua conservação (GLEIZER, 2005).

causas exteriores, segue a mesma necessidade e a mesma virtude das quais se seguem essas coisas singulares.

É por essa razão, que Espinosa (2019) coloca em evidência que os afetos secundários como o ódio, por exemplo, admitem causas precisas para que seja possível entendê-los em sua singularidade, já que esses afetos possuem propriedades particulares, “tão signas de nosso conhecimento, quanto as propriedades de todas as outras coisas cuja mera contemplação nos causa prazer” (ESPINOSA, 2019, p. 98).

Essas coisas singulares a que Espinosa (2019) se refere na demonstração da proposição 6, passíveis de conhecimento e entendimentos dos afetos secundários se dão porque os afetos apenas podem ser experimentados por um ser que concebe e que é constituído por formas de pensar, até porque decorrem dos afetos primários ou primitivos<sup>15</sup> como a alegria e a tristeza, que por sua vez decorrem de três modos distintos de conhecimento: a opinião, a crença correta e o conhecimento claro.

A opinião (*waan*) repousa sobre uma concepção por ouvir dizer e por experiência. A crença correta (*geloof*), implica uma percepção das coisas e de sua necessidade pelo intermédio da razão sem visão direta. O conhecimento claro (*klaare kennis*) é fundado não sobre uma convicção nascida de raciocínios, mas sobre o sentimento e o gozo da própria coisa (colocar referência breve tratado político).

Espinosa faz essa distinção no livro *Tratado Político* (TP). Chantal Jaquet (2011) explica que é desse primeiro modo de conhecimento que todos os afetos ou paixões nascem, ou seja, da opinião, principalmente quando se trata dos afetos secundários que são contrários à razão, como o ódio, a aversão, a inveja, o medo, etc. (JAQUET, 2011).

Os afetos e paixões considerados bons desejos, por sua vez, têm seu nascimento no segundo modo de conhecimento, ou seja, na crença correta, como por exemplo, a nobreza e a humildade, que abrangem o conhecimento da perfeição de cada um segundo o seu próprio valor. Já do terceiro modo de conhecimento, isto é, do conhecimento claro, nasce o amor de Deus, aquele considerado por Espinosa como o mais puro e verdadeiro amor (JAQUET, 2011).

Aqui vamos nos ater principalmente no entendimento do primeiro modo de conhecimento, a saber, a opinião, que, segundo Espinosa (no livro *Tratado Político*, 2009),

---

<sup>15</sup> De acordo com Jaquet (2011, p. 71), Espinosa no livro *Ética*, evidencia a alegria e a tristeza como “os dois únicos outros afetos primitivos. À parte, o desejo, não são sequer mencionados como exemplos de afetos principais no capítulo 2 da parte II do Breve Tratado e serão analisados somente no capítulo 5”.

trata-se de um conhecimento inadequado, também chamado por ele de imaginação, onde só é possível conhecer os efeitos e consequências, sem conhecer as causas (ESPINOSA, 2009).

Por isso que é possível inferir a partir da teoria dos afetos de Espinosa, que não existe paixão do conhecimento que obrigue os homens a buscarem a verdade de forma involuntária ou automática, muito menos que permita reconhecer o que tem um valor incalculável ou absoluto (BOVE, 2010).

O que existe de fato e antes disso, é um esforço que cada homem realiza para conservar-se no seu próprio ser, isto é, o *conatus*, que se realiza tanto por meio das ideias inadequadas da imaginação quanto por meio das ideias adequadas da razão (MARTINS, 2009).

Inclusive, isso fica bastante evidente na E III P 9: a mente, quer enquanto “tem ideias claras e distintas, quer enquanto tem ideias confusas, esforça-se por perseverar em seu ser por uma duração indefinida, e está consciente desse seu esforço” (ESPINOSA, 2019, p. 105).

O filósofo explica na demonstração dessa proposição que a mente possui uma essência que é composta tanto dessas ideias adequadas quanto das ideias inadequadas, o que resulta em seu esforço em perseverar em seu ser, tanto enquanto tem as primeiras (adequadas), tanto enquanto tem as segundas (inadequadas), o que acontece por uma duração indeterminada.

Contudo, não se pode dizer que um anseio pelo conhecimento, inclusive o conhecimento advindo da razão, não existe na antropologia inserida na teoria dos afetos espinosana, principalmente porque esse anseio, todavia, não é mais importante que a vontade desejante de crer ou de imaginar<sup>16</sup>.

Daí a conseqüente razão pela qual a única causa de falsidade é o conhecimento advindo do primeiro modo do conhecimento, que provoca uma diminuição da potência de

---

<sup>16</sup> Sobre esse desejo de crer ou de imaginar, Espinosa (2009) no Tratado Político discorre mais, relacionando a natureza humana e sua constituição de que os homens possam viver unicamente segundo o princípio da razão: “aqueles desejos que não nascem da razão não são tanto ações como paixões humanas. Mas uma vez que estamos aqui a tratar da potência ou direito universal da natureza, não podemos admitir nenhuma diferença entre os desejos que em nós são gerados pela razão e os que são gerados por outras causas, pois tanto estes como aqueles são efeitos da natureza e explicam a força natural pela qual o homem se esforça por perseverar no seu ser. O homem, com efeito, seja sábio ou ignorante, é parte da natureza e tudo aquilo por que cada um é determinado a agir deve atribuir-se à potência da natureza, na medida em que esta pode definir-se pela natureza deste ou daquele homem. Porque o homem, quer se conduza pela razão ou só pelo desejo, não age senão segundo as leis e as regras da natureza, isto é, por direito de natureza” (ESPINOSA, 2009, p. 13).

agir através de um tipo de mau, que se insurge da ignorância e que é efeito da imaginação e das imagens, elementos falsificadores do primeiro gênero do conhecimento.

Como Espinosa (2019) define os afetos como as ideias das afecções que interagem com os corpos, é certo que essas afecções podem aumentar ou diminuir a potência de agir, dependendo da relação que elas exercem com esses corpos. Porém, quando fala dessas afecções, o filósofo não se refere a toda e qualquer afecção, pois há uma categoria definida por Espinosa muito específica de relação, imagens e imaginação. Isso porque as imagens, ou seja, os elementos falsificadores do primeiro gênero, correspondem às afecções sob as quais esses corpos suportam (JAQUET, 2011; GLEIZER, 2005; MARTINS, 2009).

Por conseguinte, o escólio da E II P 49 cabe aqui ser destacado, a fim de esclarecer a imaginação como a contemplação dessas ideias de afecção, as quais os corpos padecem:

Começo, então, pelo primeiro ponto, advertindo os leitores para que distingam cuidadosamente entre, por um lado, a ideia ou o conceito da mente e, por outro, as imagens das coisas que imaginamos. É preciso também fazer uma cuidadosa distinção entre as ideias e as palavras pelas quais significamos as coisas. Pois muitos confundem inteiramente essas três coisas. Com efeito, aqueles que julgam que as ideias consistem nas imagens que em nós se formam pelo encontro dos corpos estão convencidos de que essas ideias das coisas das quais não podemos formar nenhuma imagem que lhes assemelhe não são ideias, mas apenas ficções que fabricamos pelo livre arbítrio da vontade (ESPINOSA, 2019, p. 90).

Disso decorre que para Espinosa (2019), a essências das palavras e das imagens é formada unicamente de movimentos corporais, os quais não englobam o conceito de pensamento, de forma alguma. Acerca disso, Deleuze (2002) comenta sobre as imagens como as próprias afecções corporais, ou seja, os efeitos e as marcas de um corpo exterior ou de causa exterior sobre o nosso corpo:

As únicas ideias que temos nas condições naturais de nossa percepção são as que representam o que acontece ao nosso corpo, o efeito de outro corpo sobre o nosso, isto é, uma mistura dos dois corpos: elas são necessariamente inadequadas [...]. Tais ideias são imagens. Ou melhor, as imagens são as próprias afecções corporais (*affectio*), as marcas de um corpo exterior sobre o nosso. As nossas ideias são, pois, ideias de imagens ou de afecções que representam um estado de coisas, e pelas quais afirmamos a presença do corpo exterior, enquanto nosso corpo permanece assim marcado (II, 17): 1º) Tais ideias são signos: elas não se explicam pela nossa essência ou potência, mas indicam nosso estado atual, e nossa impotência, para nos subtrair a uma marca; elas não exprimem a essência do corpo exterior, mas indicam a presença desse corpo e seu efeito sobre nós (DELEUZE, 2002, p. 83).

Por isso que é essencial compreender as ideias que representam o que acontece com os nossos corpos quando são afetados pelos corpos exteriores ou causas exteriores,

oriundas do conhecimento inadequado / imaginação, onde os nossos corpos acabam conhecendo apenas os efeitos e não as causas dos acontecimentos e das coisas (MARTINS, 2009; BOVE, 2010).

Daí é possível entender o porquê que, quanto mais o corpo e a mente afetados estão imersos nesse conhecimento inadequado, mais perseveram nele, pois são conscientes de seu esforço e, dessa forma, desejam afirmar sua potência nesse conhecimento inadequado, pois esse corpo e essa mente não conhecem aquilo que está além da imaginação (ESPINOSA, 2019).

Por outro lado, o conhecimento adequado é incompatível com as noções de bem e de mau (E III d. 1). Sendo assim, quanto mais a mente e o corpo estão imersos no conhecimento adequado, tanto mais desejam perseverar nele, pois é um conhecimento necessariamente verdadeiro, justamente por possuir ideias adequadas, o que permite ensinar a diferenciar o bem do mal, assim como o verdadeiro do falso. Esse tipo de conhecimento exclui qualquer tipo de dúvida, já que envolve a certeza.

Dessa forma, o “nosso conhecimento adequado das coisas é ele mesmo apreendido adequadamente como a expressão plena de nossa potência intelectual, e desta apreensão nasce o mais alto contentamento interior que pode haver” (GLEIZER, 2005, p. 58). Esse desejo conhecimento adequado é um desejo que envolve a suma utilidade do conhecimento, pois são ideias adequadas que contêm uma estrutura reflexiva e que possuem, em si próprias, mais perfeição ou realidade do que as ideias advindas dos elementos falsificadores do primeiro gênero.

Isso fica bastante evidente na proposição 26 e na sua demonstração da parte IV da Ética:

Proposição 26: Tudo aquilo pelo qual, em virtude da razão, nós nos esforçamos, não é senão compreender; e a mente, enquanto utiliza a razão, não julga ser-lhe útil senão aquilo que a conduz ao compreender.

Demonstração: O esforço por se conservar nada mais é do que a essência da própria coisa (pela prop. 7 da P. 3), a qual, à medida que existe como tal, é concebida como tendo força para perseverar no existir (pela prop. 6 da P. 3) e para fazer aquilo que se segue, necessariamente, de sua dada natureza. Mas a essência da razão não é senão a nossa mente, à medida que compreende clara e distintamente. Logo, tudo aquilo pelo qual, em virtude da razão, nós nos esforçamos, não é senão compreender [...] (ESPINOSA, 2019, p. 172).

Esse desejo e necessidade do conhecimento adequado explicam esse esforço que a mente e o corpo possuem de perseverar nele, visto que é por meio deste conhecimento

adequado que o corpo e, principalmente, a mente, são fortificados e fortalecidos, tornando-se mais perfeitos.

É da natureza do conhecimento do segundo gênero, ou seja, da razão, contemplar as coisas como fundamentais, sem relação alguma de tempo, sob a espécie da eternidade, e não como causais, além das ideias comuns ou adequadas desse gênero do conhecimento, “que percebem clara e distintamente as propriedades das coisas, propriedades estas que estão igualmente na parte e no todo de qualquer corpo, afetante ou afetado, como condição da própria afecção” (SILVA, 2012, p. 78).

Por isso que nos esforçamos em perseverar no nosso próprio ser, e esse esforço nada mais é do que a nossa essência atual, que vai se desenvolvendo de forma gradativa e espontânea. Esse desejo pelo conhecimento adequado, contudo, não se confunde com um tipo de paixão amorosa no sentido de possuir o conhecimento como objeto, com a intenção de colecionar. Pelo contrário, só podemos possuir o conhecimento adequado, ou seja, aquele racional, senão partilhando o mesmo e, conseqüentemente, aumentando-o (JAQUET, 2011; DELEUZE, 2002; GLEIZER, 2005).

Entender a importância e distinção do conhecimento adequado e do conhecimento inadequado em Espinosa é fundamental para se compreender a afetividade humana neste filósofo e, por conseguinte, os afetos secundários, como por exemplo, o ódio, a partir do projeto de Espinosa que envolve compreender a natureza dos afetos. Conhecimento adequado e do conhecimento inadequado “remetem, portanto, à autossuficiência ou não de um ente finito face aos outros entes finitos na produção e explicação dos seus efeitos” (GLEIZER, 2005, p. 37).

Enquanto que o conhecimento inadequado é baseado em traços que nos afetam, permitindo que só conheçamos os efeitos e não as causas dos acontecimentos e das coisas, o desejo ativo pelo conhecimento adequado, em Espinosa, só pode ser um desejo que compreende a finalidade ética. Assim, não se pode dizer que exista um afeto especial que direcione o esforço humano, isto é, o *conatus*, para o conhecimento adequado já que, seguindo esta linha, a busca pela verdade só possui valor pela sua finalidade ética (ESPINOSA, 2019; BOVE, 2010).

Por este raciocínio, existe, porém, uma implicação de toda a sensibilidade humana no desenvolvimento do conhecimento verdadeiro ou adequado, o que decorre por evidenciar que a essência do corpo humano se concebe pela sua capacidade de ser afetado e de afetar outro corpo.

Até porque, sendo maior essa capacidade afetiva, maior será também a aptidão da mente de refletir sobre diversas coisas ao mesmo tempo, o que contribui na compreensão das relações de conveniência, diferença e oposição (FREITAS, 2013; JAQUET, 2011; DELEUZE, 2002).

Espinosa (2019) intensifica essa discussão numa expressão do escólio da proposição 29 da Parte II da Ética:

Escólio. Afirimo expressamente que a mente não tem, de si própria, nem de seu corpo, nem dos corpos exteriores, um conhecimento adequado, mas apenas um conhecimento confuso, sempre que percebe as coisas segundo a ordem comum da natureza, isto é, sempre que está exteriormente determinada, pelo encontro fortuito com as coisas, a considerar isto ou aquilo. E não quando está interiormente determinada, por considerar muitas coisas ao mesmo tempo, a compreender suas concordâncias, diferenças e oposições. Sempre, com efeito, que está, de uma maneira ou de outra, interiormente arranjada, a mente considera as coisas clara e distintamente [...] (ESPINOSA, 2019, p. 75).

Nesse sentido, presumimos que pelo fato de um possuir essa capacidade de ser afetado e de afetar outro corpo, ou seja, essa aptidão de atividade, não significa, por conseguinte, que esse corpo consiga se tornar insensível ao mundo, ou que poderia chegar a esquivar-se ao determinismo das causas exteriores, pois essa capacidade ativa não surge de um processo de desafeção ou de falta de sensibilidade (ESPINOSA, 2019; DELEUZE, 2002).

Essa potência ativa do corpo humano sofre interferência e não se desenvolve da forma como deveria no primeiro gênero do conhecimento, ou seja, na imaginação. A aptidão, no segundo modo de conhecimento, está mais para passiva do que para ativa, pois “provém das impressões que um corpo recebe de outros corpos. Não conhecemos diretamente os corpos exteriores, somente percebemos as transformações que causam em nosso corpo” (SILVA, 2012, p. 12). Assim, é possível conhecer sua existência, mas não a sua natureza, muito menos a sua essência de forma adequada.

Gleizer (2005) explica essa distinção entre os afetos ativos e os afetos passivos em Espinosa de maneira bem elucidativa, primeiramente porque essa diferenciação indica que a vida afetiva não se esgota na vida passional e, em segundo lugar, porque essa distinção permite compreender como os conceitos de causa adequada, causa inadequada, atividade e passividade se encaixam no projeto ético de Espinosa:

Os afetos ativos, sendo oriundos das ideias adequadas, são aqueles que nascem do exercício adequado de nossa potência intelectual. Isto significa que a razão é dotada de uma afetividade que lhe é peculiar, não havendo, portanto, oposição geral entre razão e afetividade [...]. Assim como há desejos passionais

determinados pelas ideias inadequadas, há desejos racionais determinados pelas ideias adequadas. Ora, uma vez que os afetos ativos se explicam exclusiva mente pela nossa natureza, é fácil mostrar que eles são necessariamente positivos. Com efeito, segundo a doutrina do *conatus*, nada do que se explica apenas pela natureza de uma determinada coisa pode conduzir à sua destruição ou diminuição. Logo, não pode conduzir à tristeza (GLEIZER, 2005, p. 38-39).

Nesse diapasão, ainda segundo Gleizer (2005), a capacidade ativa da afetividade se caracteriza pela alegria e positividade. Todavia, no que se refere aos afetos passionais, eles podem ser tristes ou alegres em razão da compatibilidade ou da incompatibilidade entre essas coisas e os corpos humanos, pelo fato de dependerem do concurso de coisas exteriores aos corpos humanos. Logo, percebemos que o conjunto ativo/passivo<sup>17</sup> não recobre o conjunto positivo/negativo, pois apesar das ações serem impreterivelmente alegres, as paixões não estão destinadas a serem tristes (GLEIZER, 2005).

Isso é bastante evidente na E III P 9, já citada anteriormente. Inclusive, aqui cabe a retomada do que diz o filósofo na demonstração da proposição 9 acerca do esforço que a mente faz em perseverar em seu ser, quer enquanto tem ideias inadequadas, quer enquanto tem ideias adequadas:

Demonstração. A essência da mente é constituída de ideias adequadas e de ideias inadequadas (tal como demonstramos na prop. 3). Ela se esforça, pois (pela prop. 7), por perseverar em seu ser, quer enquanto tem as últimas, quer enquanto tem as primeiras, o que ocorre (pela prop. 8) por uma duração indefinida. Ora, como a mente, por meio das ideias das afecções do corpo, está necessariamente consciente de si mesma (pela prop. 23 da P. 2), ela está consciente, portanto (pela prop. 7), do seu esforço (ESPINOSA, 2019, p. 106).

Dessa forma, pelo viés racionalista absoluto de Espinosa (2019 e 2009), de que tudo o que existe é passível de compreensão, buscamos compreender as consequências das afecções do corpo na mente, sobretudo daquelas afecções que interagem com os corpos, diminuindo a sua potência de agir, como é o caso de determinadas postagens e conteúdos das redes sociais digitais, onde o corpo que é afetado busca “cancelar” ou apagar o outro virtual, suposta causa da sua tristeza.

---

<sup>17</sup> Aqui cabe uma ressalva, tendo em vista que existe uma distinção de importância ética fundamental entre os afetos ativos e os passivos, mesmo quando estes últimos também sejam alegres. Gleizer (2005, p. 39) afirma que “as paixões, ao resultarem naturalmente de nossa interação com causas exteriores sempre variáveis, se caracterizam pela instabilidade e trazem a marca de nossa dependência em relação ao outro, de nossa heteronomia e alienação. Com elas nosso *conatus* se deixa orientar do exterior pelas afecções que nós sofremos, sendo as paixões eventos que nos ocorrem mas que escapam ao nosso poder, colocando-nos à mercê da fortuna. Por outro lado, as ações, ao resultarem exclusivamente de nossa natureza, se caracterizam pela constância e trazem a marca da autonomia e do exercício plenamente eficaz de nosso *conatus*. Por isso, é sobre elas que repousará o projeto de liberação e a experiência da beatitude”.

Segundo Marilena Chauí (2016), essa capacidade de controlar ou ser controlado, de ser ativo ou ser passivo, de afetar ou ser afetado, expressa a indivisibilidade do poder que Espinosa expõe quando fala de “um império num império”<sup>18</sup>.

Para a autora, o filósofo holandês baseia essa expressão a partir de três sentidos: teológico, político e metafísico ou moral. E é nessa terceira definição que se encontra o ponto de partida para que possamos compreender a relação entre os afetos e a liberdade, ou seja, no sentido moral e metafísico. Esse terceiro sentido é empregado “para indicar a soberania da vontade no domínio absoluto sobre todas as paixões e ações” (CHAUI, 2016, p. 287).

Assim, essa classificação de Espinosa em duas formas de afetos, ou seja, em ativos e passivos, nos ajuda na compreensão do aumento e da diminuição da potência de agir, pois para ele, os primeiros são definidos como aumentadores de potência do sujeito, causando em si mesmo esses afetos e no mundo, através do uso racional, enquanto que os segundos são concebidos como diminuidores da potência (JAQUET, 2011; DELEUZE, 2002).

Para Espinosa, os afetos ativos possuem uma natureza que é sempre concebida como causadora do aumento de potência e são definidos como poucos, como fica claro no escólio da E III P 59, quando o filósofo menciona essa categoria de afetos, isto é, os ativos:

Escólio. Todas as ações que se seguem dos afetos que estão relacionados à mente à medida que ela compreende, à fortaleza, que divido em firmeza e generosidade. Por firmeza compreendo o desejo pelo qual cada um se esforça por conservar seu ser, pelo exclusivo ditame da razão. Por generosidade, por sua vez, compreendo o desejo pelo qual cada um se esforça, pelo exclusivo ditame da razão, por ajudar os outros homens e para unir-se a eles pela amizade. Remeto, assim, à firmeza aquelas ações que têm por objetivo a exclusiva vantagem do agente, e à generosidade aquelas que têm por objetivo também a vantagem de um outro. Assim, a temperança, a sobriedade, e a coragem diante do perigo, etc., são espécies de firmeza, enquanto a modéstia, a clemência, etc., são espécies de generosidade. Creio, com isso, ter explicado e mostrado, por suas causas primeiras, os principais afetos e as principais flutuações de ânimo que derivam da composição dos três afetos primitivos, a saber, o desejo, a alegria e a tristeza (ESPINOSA, 2019, p. 139).

Além de classificar os afetos em ativos e passivos, Espinosa determina uma outra divisão dentro desse segundo grupo (passivos), pois para ele, há dois tipos desses afetos, aqueles que aumentam a potência de agir (*Laetitia*) e aqueles que a diminuem (*Tristitia*). Essa divisão se refere a objetos diferentes, tendo em vista a maior potencialidade dos afetos

---

<sup>18</sup> Em latim, *imperium in imperio*. Espinosa (2019, p. 97) traz essa expressão no prefácio da E III, onde ele argumenta sobre “os que já escreveram sobre os afetos e o modo de vida dos homens, que parecem que em sua maioria, ter tratado não de coisas naturais, que seguem as leis comuns da natureza, mas de coisas que estão fora dela. Ou melhor, parecem conceber o homem na natureza como um império num império”.

ativos se comparados com os passivos, do mesmo modo que estes últimos, quando são alegres, são equitativamente mais benéficos que os afetos passivos tristes (CHAUÍ, 2016).

Quando falamos aqui na potência desses afetos, não nos referimos aos afetos em si mesmos, mas nos seus efeitos com o *conatus*, ou seja, do esforço que cada ser faz para perseverar no seu próprio ser. Espinosa comenta sobre isso na E IV P 24: “Agir absolutamente por virtude nada mais é, em nós, do que agir, viver, conservar o seu ser (estas três coisas têm o mesmo significado), sob a condução da razão, e isso de acordo com o princípio de buscar o que é útil para si próprio” (ESPINOSA, 2019, p. 172).

Nesse sentido, a partir do que já foi dito, está mais do que clara a passagem de um ponto de vista teórico da teoria dos afetos de Espinosa para um ponto de vista prático, permitindo assim nossa investigação psicossocial, à luz desta teoria, sobre os elementos que atravessam a produção das subjetividades movidas pelo ódio nas redes sociais digitais, principalmente de um ponto de diminuição da potência de agir e existir.

A partir da percepção de que esse ódio praticado ao outro na internet e no *cyberespaço* é reflexo do afeto da tristeza enquanto somos conscientes disso, gerado por uma compreensão limitada, baseada apenas nos afetos oriundos de signos ou imagens que nos afetam (conhecimento inadequado chamado por Espinosa de imaginação), cabe nos aprofundarmos mais um pouco sobre a categoria dos afetos primitivos descrita por Espinosa, já que a tristeza faz parte desse grupo de afetos.

#### **4.1 Os afetos primitivos ou primários**

Para Espinosa (2019), os afetos primitivos ou primários são três, a saber, o desejo, a alegria e a tristeza. Esses afetos também são chamados de paixões originais<sup>19</sup>, onde todos os outros afetos são afetos secundários, ou seja, derivados desses três (escólio da proposição 11 da parte III): “afora esses três, não reconheço nenhum outro afeto primário” (ESPINOSA, 2019, p. 107).

O desejo seria a força propulsora do Ser em relação e em direção ao mundo; a alegria seria a concordância com nossa natureza e conservação da existência, aumentando a

---

<sup>19</sup> Marilena Chauí (2000, p. 449) descreve essas três são as paixões originais ao qual Espinosa chama de alegria, tristeza e desejo, enfatizando que todas as outras derivam-se destas. Dessa forma, “da alegria nascem o amor, a devoção, a esperança, a segurança, o contentamento, a misericórdia, a glória; da tristeza surgem o ódio, a inveja, o orgulho, o arrependimento, a modéstia, o medo, o desespero, o pudor; do desejo provém a gratidão, a cólera, a crueldade, a ambição, o temor, a ousadia, a luxúria, a avareza. No caso do desejo, podemos ter paixões tristes (como a crueldade, a ambição, a avareza) ou alegres (como a gratidão e a ousadia)”.

ação do sujeito no mundo; e a tristeza lança esse Ser no sofrimento, onde ele perde a autonomia e se torna passivo, controlado, dominado, afetado, etc. pelas causas exteriores (ESPINOSA, 2019).

O filósofo holandês descreve cada um desses três afetos primitivos e a relação destes com os afetos secundários, ou seja, provenientes dos afetos originais, na demonstração da E III P 57:

Todos os afetos estão relacionados ao desejo, à alegria ou à tristeza. Ora, o desejo é a própria natureza ou essência de cada um. Portanto, o desejo de um indivíduo discrepa do desejo de um outro, tanto quanto a natureza ou a essência de um difere da essência do outro. Além disso, a alegria e a tristeza são paixões pelas quais a potência de cada um - ou seja, seu esforço por perseverar no seu ser - é aumentada ou diminuída, estimulada ou refreada. Ora, por esforço por perseverar em seu ser, enquanto esse esforço está referido ao mesmo tempo à mente e ao corpo, compreendemos o apetite e o desejo. Portanto, a alegria e a tristeza são o próprio desejo ou o apetite, enquanto ele é aumentado ou diminuído, estimulado ou refreado por causas exteriores, isto é, é a própria natureza de cada um. Logo, a alegria ou a tristeza de um discrepa da alegria ou da tristeza de outro tanto quanto a natureza ou a essência de um difere da essência do outro e, conseqüentemente, um afeto qualquer de um indivíduo discrepa do afeto de um outro (ESPINOSA, 2019, p. 137-138).

Sobre essas paixões originais, é importante que compreendamos que para Espinosa (2019), elas não são más, mas também não são boas em si mesmas, já que constituem-se como propriedades da natureza.

É por essa razão que esses afetos primitivos ou primários podem nos afetar de diferentes formas, até mesmo por uma só coisa, isso significa que podemos ser afetados de maneiras diversas em relação a uma mesma coisa que nos afeta, uma vez que o que vai determinar se esse afeto é bom ou mal é o processo de apreensão que nós realizamos deste afeto (IMIANOWSKYA; VITÓRIA, 2020).

Por isso que não dividimos os afetos primitivos em bons ou ruins, muito menos associando-os às paixões, como se o oposto disso fosse a razão. Reiteramos aqui que a classificação feita por Espinosa é entre atividade e passividade, tendo em vista que “a razão não (con)vence os afetos em hipótese alguma, por mais que se trate de uma ideia verdadeira” (PUC-RIO, 2018, p. 15).

Segundo Bove (2010), para que não sejamos dominados e controlados pelos afetos passivos, é necessário que constituamos relações de agenciamentos com outras propriedades da natureza, gerando dessa forma, um corpo mais potente, assim como a razão e os afetos são duas expressões particulares da potência da natureza. Assim, nossas ações são conseqüências das nossas causas internas e dos efeitos que produzimos dentro e fora de

nós, da mesma maneira que sofremos quando a causa dos efeitos é exterior a nós (BOVE, 2010).

E embora essas paixões originais não sejam nem boas e nem más em si mesmas, Espinosa (2019) evidencia a relevância dos bons e dos maus encontros que nós temos, onde os bons encontros irão aumentar a nossa força de potência e os maus encontros irão diminuir essa força de potência. Isso porque esses encontros, sejam bons ou maus, eles são historicamente constituídos nas relações entre os corpos e daquilo que os afeta, por meio dos quais, acontecem as afecções que padecemos (CHAUÍ, 2016; DELEUZE, 2002).

A partir disso, notamos que a afetividade para Espinosa “é material elementar para se pensar o ser humano e o processo de construção de sua existência e ação no mundo” (IMIANOWSKYA; VITÓRIA, 2020, p. 8). A partir dessa perspectiva, Espinosa (2019) demarca espaço para a Psicologia Social acerca da complexidade do ser humano por inteiro, que se forma e se transforma, assim como possui o poder de modificar o mundo através dos encontros e das experiências que ele pode provocar nos outros e na vida em geral.

Desse modo, como todos os outros afetos derivam<sup>20</sup> da alegria, da tristeza e do desejo, é importante dissertar sobre os conceitos espinosanos referentes a cada uma dessas três paixões originais.

O filósofo compreende por alegria, uma paixão pela qual a nossa mente passa a uma perfeição maior (definição 2 dos afetos da E III), chamando assim o afeto da alegria, quando está referido simultaneamente à mente e ao corpo, de excitação ou contentamento, além do que, para Espinosa (2019), a alegria pode ser causada por qualquer coisa (E III P 15).

Assim, a alegria é o afeto primitivo responsável por gerar os afetos secundários fortes (as paixões alegres), ou seja, aqueles sentimentos que aumentam e fortalecem o nosso *conatus* “também em decurso de causa externa, porém, sem dominação ou submissão a estas causas, também são tomados como ação quando a causa é interna e sua força de potência depende somente de si” (IMIANOWSKYA; VITÓRIA, 2020, p. 7).

Essa aptidão para o aumento da força de potência, ou seja, quando a variação da potência de existir é positiva, é denominada de alegria, tendo em vista “o poder de afetar e ser afetado dos modos encontra-se, por essa razão, constantemente preenchido por diferentes

---

<sup>20</sup> Espinosa (2019, p. 151) nas definições dos afetos, definição 48, deixa claro que, “pelas definições dos afetos que acabamos de explicar, todos eles provêm do desejo, da alegria ou da tristeza, ou melhor, que não são senão estes três afetos, designados habitualmente por nomes diferentes, em função de suas diferentes relações e denominações extrínsecas”.

afetos, fazendo-o passar, frequentemente, de uma perfeição menor a uma maior” (SILVA, 2012, p. 16).

Gleizer (2005) explica essa ligação do aumento da força de potência de existir causado pelo afeto da alegria e sua relação com o fortalecimento do *conatus*:

O aumento de nossa potência, como já sabemos, é a alegria. Assim, a alma necessariamente se esforça por imaginar as coisas que nos alegram. Essa alegria acompanhada da ideia imaginativa de uma causa exterior é precisamente o que define a essência do amor. Como a atenuação de qualquer afeto favorável contraria o movimento natural de nosso *conatus*, nós tendemos energicamente a reviver o afeto com sua intensidade primeira, esforçando-nos por representar seu objeto exterior como sempre presente (GLEIZER, 2005, p. 40-41).

Esse esforço que nós fazemos para imaginar as coisas que nos alegram, ainda que seja algo bem simples, trata-se de uma passagem de uma menor a uma maior perfeição, ou seja, é afecção corporal e ideia dessa afecção, fazendo-nos reviver energicamente o afeto que causou essa alegria com sua intensidade primeira.

Por isso, para Espinosa (2019), a alegria é para o corpo uma afecção que aumenta ou estimula a nossa força de potência de existir e de agir, assim como é para a mente uma ideia que aumenta ou estimula sua potência de pensar e ser (ESPINOSA, 2019; JAQUET, 2011; BOVE, 2010; DELEUZE, 2002).

Portanto, a alegria é a paixão com a qual nós perseveramos para uma perfeição maior e superior, isto é, trata-se de um afeto concebido pela potência das relações “entre um modo e outro, e cuja concretização se dá mediante um desejo que afirma a própria natureza do indivíduo; e que a tristeza, ao contrário, leva o indivíduo a padecer por causas externas, contrárias ao seu *conatus*” (MELO, 2012, p. 3-4).

Já com relação à tristeza, Espinosa (2019) a compreende como uma paixão pela qual a mente passa a uma perfeição menor (definição dos afetos, E III), chamando o afeto da tristeza, em troca, de dor ou melancolia. Assim, quando diminui a potência de agir, ou seja, quando a variação da potência de agir é negativa, ela é chamada de tristeza (SILVA, 2012).

Espinosa (2019) denomina o afeto da tristeza de dor ou melancolia quando está referido simultaneamente à mente e ao corpo, respectivamente. Por isso, trata-se de um afeto que causa uma diminuição da nossa potência de agir, ou seja, é o efeito de um encontro que diminui a potência de agir dos seres, no qual essa tristeza ou diminuição da nossa força de potência provoca o enfraquecimento do nosso *conatus* (ESPINOSA, 2019; FREITAS, 2013; JAQUET, 2011; DELEUZE, 2002; BOVE, 2010).

Na EIII P 21, o filósofo afirma que quem imagina que aquilo que ama é afetado de tristeza será igualmente afetado de tristeza e esse afeto será menor no amante à medida que for menor na coisa amada. Ele explica o significado dessa proposição na demonstração da mesma:

[...] À medida que uma coisa é afetada de tristeza, ela é destruída, num grau que será tanto maior quanto maior for a tristeza que a afeta (pelo mesmo esc. da prop. 11). Assim (pela prop. 19), quem imagina que aquilo que ama é afetado de tristeza será igualmente afetado de tristeza, a qual será tanto maior quanto maior for esse afeto na coisa amada (ESPINOSA, 2019, p. 113).

Dessa forma, a tristeza é o afeto primário responsável por ocasionar os afetos chamados de fracos, ou seja, as paixões tristes, incluindo a passividade e a submissão às forças externas. Os afetos fracos são aqueles que fazem com que o “ser sinta sua potência diminuída, sem força de ação em sua existência em decurso de uma causa externa” (IMIANOWSKYA; VITÓRIA, 2020, p. 8).

Como já sabemos, a tristeza é a diminuição da nossa força de potência de ser, existir, agir e pensar. Contudo, é importante destacar que para Espinosa (2019), não há afeto perfeito em si (então a alegria não é a própria perfeição), nem existe um afeto imperfeito em si (então a tristeza não é a própria imperfeição). Assim, o afeto da tristeza, bem como o da alegria, constitui-se como o próprio processo de passagem, e não estado de imperfeição menor o qual se poderia atingir (BOVE, 2010; CHAUI, 2016, MELO, 2012).

Sendo assim, um afeto deve ser percebido por um afeto oposto<sup>21</sup>. Por exemplo, a alegria deve ser percebida pela tristeza, assim como a tristeza deve ser percebida pela alegria, etc. Isso fica evidente na explicação da definição 3 dos afetos da E III:

Explicação. Digo passagem porque a alegria não é a própria perfeição. Pois se o homem já nascesse com a perfeição à qual passa, ele a possuiria sem ter sido afetado de alegria, o que se percebe mais claramente no afeto da tristeza, que é o seu contrário. Com efeito, ninguém pode negar que a tristeza consiste na passagem para uma perfeição menor e não na perfeição menor em si, pois o homem, à medida que participa de alguma perfeição, não pode se entristecer. Tampouco podemos dizer que a tristeza consiste na privação de uma perfeição maior, pois a privação nada é. **A tristeza, entretanto, é um ato que, por isso, não pode ser senão o ato de passar para uma perfeição menor, isto é, o ato pelo qual a potência de agir do homem é diminuída ou refreada** (grifo nosso) (ESPINOSA, 2019, p. 141).

---

<sup>21</sup> Contudo, segundo Espinosa (2019), não podemos cair em uma lógica de simples oposição entre os afetos da alegria e da tristeza, pois “embora a tristeza seja o inverso da alegria, ela não é o seu oposto absoluto, pois para Espinosa um afeto pode conviver com o outro sem restrições. Espinosa denomina de **flutuação de ânimo** a convivência entre afetos contrários, sendo esta o mesmo que a dúvida, apenas com uma diferença de grau” (grifo nosso) (PUC-RIO, 2018, p. 37).

Assim, o afeto da tristeza constitui-se da passagem que leva o homem a padecer por causas externas, contrárias ao seu *conatus*, onde a dor e a melancolia afetam uma de suas partes é mais afetada do que as restantes e todas as suas partes de forma igualmente igual, respectivamente (escólio da E III P 11).

Por isso que a tristeza acaba lançando o indivíduo no sofrimento, fazendo com que o mesmo perca a sua autonomia e se torne passivo, dominado e controlado pelas causas exteriores. E essa classificação de Espinosa (2019) dos afetos de tristeza como os afetos passivos, nos ajuda a entender o porquê quando temos um mau encontro, ocorre a diminuição da potência de agir e da força de existir do modo, ou seja, há uma passividade (JAQUET, 2011).

As afecções que nos afetam decorrem no aumento ou diminuição de nossa força de potência, o que a mente experimenta como a alegria ou a tristeza, respectivamente. Porém, nos questionamos como poderia ser dado em nossa própria essência a um o ato que nos passaria para uma perfeição menor, ou seja, a um menor grau de realidade (caso do afeto da tristeza)?

Pois bem, se em nós fosse dado algo que concordasse com a tristeza, traríamos em nós mesmos algo que nos levaria à própria destruição. Mas se trouxéssemos em nós algo que nos destruísse, por que razão nos manteríamos um instante sequer na existência? O que faria prevalecer a causa da nossa existência sobre a causa de nossa inexistência? **Seria preciso, neste caso, talvez, o concurso de algum Deus ou demônio exteriores a nós** (grifo nosso) (SILVA, 2012, p. 81).

O filósofo holandês chama de “patente por si” a proposição na qual nenhuma coisa pode ser destruída senão por uma causa exterior. Isso porque a definição de uma coisa não nega a sua essência, pelo contrário: ela afirma a mesma. Assim, “ela põe a sua essência; ela não a retira, pois à medida que consideramos apenas a própria coisa e não as causas exteriores, não poderemos encontrar nela nada que possa destruí-la” (ESPINOSA, 2019, p. 104).

Portanto, o afeto da tristeza é aquele que remete à ideia de passagem do corpo para uma diminuição ou coibição da sua força de potência e essa diminuição da potência de agir significa diminuir a capacidade mesma de ser, de existir, de realizar-se ou produzir-se. Por isso que basta que uma imagem que não se componha com nossa auto-imagem, nossos traços identitários, nos atinja, para que sejamos dominados e controlados pelo afeto da tristeza, causando por consequência, o enfraquecimento do nosso *conatus* e da nossa individualidade.

E sobre o terceiro afeto primário, o desejo, o filósofo holandês o descreve como a própria natureza ou essência de cada indivíduo possui. Sendo assim, esse afeto em um ser discrepa do desejo de um outro ser, bem como a natureza ou a essência de um indivíduo se distingue da essência do outro. Ainda sobre o conceito espinosado do desejo, o filósofo nos fornece a seguinte definição (escólio da proposição 9 da parte III):

Pode-se fornecer, assim, a seguinte definição: o desejo é o apetite juntamente com a consciência que dele se tem. Toma-se, assim, evidente, por tudo isso, que não é por julgarmos uma coisa boa que nos esforçamos por ela, que a queremos, que a apeteçemos, que a desejamos, mas, ao contrário, é por nos esforçarmos por ela, por querê-la, por apeteçê-la, por desejá-la, que a julgamos boa (ESPINOSA, 2019, p. 106).

A compreensão do afeto primário “desejo” é essencial no projeto ético de Espinosa<sup>22</sup> porque trata-se do esforço pelo qual cada um persevera em seu ser (*conatus*) ou a própria essência do homem, que muito já discorremos aqui. Desse modo, o desejo consiste nesse esforço que fazemos progressivamente e constantemente em buscar a conservação do nosso próprio ser, pois somos determinados a agir em prol de nossa própria conservação (JAQUET, 2011).

Espinosa (2019) trata disto na definição 1 dos afetos, E III: “o desejo é a própria essência do homem, enquanto esta é concebida como determinada, em virtude de uma dada afecção qualquer de si própria, a agir de alguma maneira” (ESPINOSA, 2019, p. 140). Assim, quanto mais o indivíduo se coloca desejoso, mais são os caminhos de afecções, causando mais vias para o *conatus* “aumentar ou diminuir, dependendo da maneira como cada singularidade se relaciona com outras ao efetuar seu trabalho de auto conservação” (CHAUÍ, 2002, p. 9).

Isso porque o *conatus* humanos se constitui de maneira particular como potência em cada ser desejante, mesmo que numa relação contínua com a vida, com o mundo, com a natureza ou com outros *conatus*. “Isso revela a condição imanente da qual a substância do Ser pode aumentar ou reduzir, mostrando como cada um persevera na sua existência, ou seja, no seu *conatus*” (IMIANOWSKYA; VITÓRIA, 2020, p. 6).

---

<sup>22</sup> Além de destrinchar os afetos na Ética, no caso do desejo também, Espinosa fala deste afeto no TP: “os homens são conduzidos mais pelo desejo cego do que pela razão, e por conseguinte a sua potência ou direito natural deve definir-se não pela razão, mas por qualquer apetite pelo qual eles são determinados a agir e com o qual se esforçam por conservar-se. Reconheço, sem dúvida, que aqueles desejos que não nascem da razão não são tanto ações como paixões humanas. Mas uma vez que estamos aqui a tratar da potência ou direito universal da natureza, não podemos admitir nenhuma diferença entre os desejos que em nós são gerados pela razão e os que são gerados por outras causas” (ESPINOSA, 2009, p. 12-13).

Gleizer (2005) coloca como intrínseca a relação entre potência de agir, *conatus* e desejo, até porque o cerne da teoria do *conatus*, que vem do latim e significa esforço, de que toda coisa, enquanto está em si, se esforça por perseverar no seu ser, constitui toda a teoria dos afetos, assim como a ética e a teoria política de Espinosa (2019 3 2009). Essa relação se caracteriza da seguinte forma:

O *conatus* recebe diferentes nomes quando é referido apenas à alma ou à alma e ao corpo simultaneamente. Quando é referido apenas à alma, chama-se vontade. Desse modo, vemos que a vontade não é uma faculdade de escolha, mas o esforço contido nas ideias que constituem a alma. Quando referido à alma e ao corpo, isto é, ao homem, chama-se apetite. Este, por sua vez, quando acompanhado de consciência de si, chama-se desejo (GLEIZER, 2005, p. 31).

Observamos que o desejo se transfigura tanto no esforço que o corpo faz em perseverar no seu ser, quanto no esforço que a mente faz em perseverar no seu ser. No campo da esfera mental, esse esforço equivale ao que chamamos de vontade. Contudo, “quando descrevemos pessoas, damos ênfase ao elemento da consciência que faz com que elas tenham não somente apetites, mas estejam cientes deles. Sendo assim, falamos de desejo” (SILVA, 2012, p. 10).

Daí a importância de compreendermos a relação entre potência de agir, *conatus* e desejo, tendo em vista que

[...] o desejo é definido como a própria essência do homem, enquanto esta é determinada a realizar os atos que servem à sua conservação. Essa definição caracteriza o desejo tomado absolutamente, ou seja, sem referência às excitações que lhe ocorrem nas diversas circunstâncias. Ela caracteriza, portanto, o desejo como um impulso originário que antecede lógica e ontologicamente suas múltiplas manifestações particulares (GLEIZER, 2005, p. 31-32).

Por conseguinte, o desejo nada mais é do que a essência do indivíduo, enquanto ela é definida a fazer algo por uma afecção qualquer verificada nela. Porém, vale ressaltar que esta afecção qualquer principia precisamente a referência “às condições relativas à atualização do desejo situado concretamente no mundo, condições que dão conta da fixação desse impulso primordial que nos constitui sobre os diversos objetos particulares” (GLEIZER, 2005, p. 32).

Nessa perspectiva, o afeto do desejo consiste na manifestação da força recorrente de ser e agir do indivíduo no mundo, pois a própria essência desse indivíduo é o desejo, que o faz buscar impreterivelmente o seu contentamento, perseverando no seu ser ou aumentando a sua força de potência e, conseqüentemente, fortalecendo o seu *conatus*. Porém, para que isso aconteça, é necessário que um corpo entre em contato com outro (BOVE, 2010).

Assim, entendemos o desejo, assim como a alegria e a tristeza, como elementos fundamentais para entender a natureza dos afetos, sobretudo da tristeza, já que é o afeto responsável por gerar o ódio, tema da presente investigação.

#### 4.2 O ódio como afeto secundário

Como dissemos anteriormente, tendo em vista que aqui buscamos compreender os elementos que atravessam a produção de subjetividades movidas pelo ódio nas redes sociais digitais, pensamos ser possível conceber esse ódio ao outro praticado na internet como o afeto da tristeza, decorrente dos signos ou imagens que nos afetam, consequência do conhecimento inadequado, chamado por Espinosa de imaginação.

Assim, como também já foi dito, para Espinosa, todos os afetos derivam dos três afetos originários, a saber, o desejo, a alegria e a tristeza. Essa derivação acontece devido a relação dos afetos primários com as outras formas de afecções, misturando-se com o aspecto temporal (presente, passado e futuro), com o certo e com o incerto, com o exterior ou interior, etc., pois essa relação constitui todos os outros afetos, como por exemplo, o amor, o ódio, a esperança, entre outros.

Para Espinosa (2019), o ódio nada mais é do que a tristeza, acompanhada da ideia de uma causa exterior. Ou seja, o ódio que sentimos, enquanto afeto secundário derivado do afeto primitivo da tristeza, é formado a partir das imagens, isto é, ideias das afecções que afetaram nosso corpo e diminuem nosso *conatus*, por isso que aquilo que odiamos, nós nos esforçamos por afastar e destruir (escólio E III P 13).

O ódio em Espinosa (2019) é o afeto da tristeza junto a uma ideia de causa externa e o amor é o afeto da alegria junto a ideia de uma causa externa:

Ora, as representações imaginativas envolvidas no amor e no ódio são — como todas as ideias imaginativas — inadequadas, confusas e fontes de uma falsa interpretação tanto dos objetos exteriores quanto da própria natureza do sujeito desejante. Elas tendem a tomar a parte pelo todo e a projetar sobre a natureza do objeto exterior seu efeito sobre nós. Assim, na perspectiva invertida da imaginação, o útil que necessariamente desejamos em virtude do *conatus* aparece como livremente escolhido por nós (GLEIZER, 2005, p. 42).

A partir do entendimento de que nos esforçamos por afastar, excluir e destruir as afecções que afetaram nosso corpo e que são responsáveis pela diminuição da nossa força de potência e pelo enfraquecimento do nosso *conatus*, passamos a entender como essas subjetividades movidas pelo ódio nas redes sociais digitais são produzidas e atravessadas.

Contudo, essas afecções que nos afetam diminuindo a nossa potência de agir são decorrentes do primeiro gênero do conhecimento, ou seja, trata-se de um conhecimento inadequado, gerado por uma compreensão limitada e baseado apenas em signos e imagens, pois “o corpo é o meio material através do qual, abre-se a possibilidade para que a mente conheça as coisas do mundo e, assim, através de imagens, possa elaborar conhecimento” (IMIANOWSKYA; VITÓRIA, 2020, p. 5).

Por causa do conhecimento advindo da imaginação, nós não conhecemos as causas dos acontecimentos e das coisas, somente seus efeitos sobre nós, na medida em que somos conscientes que uma imagem ou um traço do outro me entristece, causando a diminuição da nossa suposta auto-importância, então somos tomados e dominados pelo ódio por aquilo que enfraquece o nosso *conatus*, fazendo-nos desejar afastar aquela imagem do nosso corpo.

Inclusive, Espinosa (2019) demonstra isso na E III P 13, quando sustenta que “quando a alma imagina coisas que diminuem ou reduzem a potência de agir do corpo, esforça-se, tanto quanto pode, por se recordar de coisas que excluem a existência delas” (ESPINOSA, 2019, p. 108).

Ele é ainda mais sucinto na demonstração desta proposição:

Demonstração. Durante todo o tempo em que a mente imaginar essas coisas, a potência da mente e a do corpo serão diminuídas ou refreadas (como demonstramos na prop. prec.). Mas continuará a imaginá-las, até que imagine outras coisas que excluam a existência presente das primeiras (pela prop. 17 da P. 2), isto é (como acabamos de demonstrar), a potência da mente e a do corpo serão diminuídas ou refreadas até que a mente imagine outras coisas que excluam a existência das primeiras. A mente se esforçará, portanto (pela prop. 9), tanto quanto pode, por imaginar essas outras coisas ou delas se recordar (ESPINOSA, 2019, p. 108).

Dessa forma, nos esforçamos por imaginar outras coisas que venham a excluir a existência presente das coisas que diminuem ou reduzem a potência de agir do corpo, isto é, enquanto não fizermos isto, a potência da mente e a do corpo serão diminuídas ou refreadas. Assim, o ódio se constitui como um tipo de desejo nascido da tristeza, que domina e controla o corpo afetado, fazendo-o buscar a exclusão das coisas que reduzem e diminuem a sua força de potência de ser e existir na natureza.

Para Espinosa (2019), para que possamos sair do primeiro gênero de conhecimento, ou seja, do conhecimento inadequado, em direção à liberdade, precisamos fazer duas identificações essenciais na teoria dos afetos espinosana: a primeira é a separação

entre os afetos de ódio e de amor, de maneira que possamos associá-los a objetos e a segunda forma em que a identificação acontece situa-se:

[...] num nível mais arcaico, mais primitivo, anterior à polarização do amor e do ódio por figuras específicas, nessa espécie de vínculo osmótico no qual o indivíduo imita o afeto – ou o comportamento – de um outro. Essa dimensão profunda da identificação se encontra aquém ou abaixo da relação objetal (BOVE, 2010, p. 28).

Essa associação do ódio (assim como do amor) a objetos, ou seja, essa relação objetal, é decorrente da atribuição de sentido que a nossa consciência faz aos objetos por meio da experiência que temos tanto de amor quanto de ódio, a partir das afecções que estes afetos despertam e provocam em nós, empregando uma contraversão da própria lógica dos afetos, do desejo e da sua exegese, ou seja, tudo invertido (BOVE, 2010; ESPINOSA, 2019).

Por essa perspectiva, é possível compreender, por conseguinte, que esse dinamismo da lógica desejante ser invertida e revirada, é uma consequência irreal da imaginação, que também se entrepõe na direção de fazer com que a experiência da ausência se constitua como parte da lógica do desejo. Assim existe aqui, destarte, “uma diferença fundamental entre a concepção do desejo como contendo uma falta intrínseca e esta, que atribui a falta a um efeito imaginário” (PUC-RIO, 2018, p. 42).

Desse modo, o ódio em Espinosa (2019), é o afeto da tristeza vinculado à ideia de uma coisa, isto é, se existe a ideia de um corpo exterior que fazemos a representação como sendo a causa do afeto de tristeza que experimentamos, acabamos por imaginar, em vista disso, uma causa exterior ao afeto triste que sentimos e então experimentamos ódio relativamente a essa causa, de forma que, se imaginamos que alguém afeta de tristeza uma coisa que amamos, seremos afetados de ódio para com esse alguém (ESPINOSA, 2019; CHAUI, 2016).

O filósofo holandês demonstra essa relação de causa e efeito na demonstração da E III P 22:

Quem afeta de alegria ou de tristeza a coisa que amamos, afeta-nos igualmente de alegria ou de tristeza, se imaginamos a coisa que amamos afetada dessa alegria ou dessa tristeza. Ora, por hipótese, essa alegria ou essa tristeza se dá, em nós, acompanhada da ideia de uma causa exterior. Logo, se imaginamos que alguém afeta de alegria ou de tristeza a coisa que amamos, seremos afetados de amor para com ele ou de ódio contra ele (ESPINOSA, 2019, p. 114).

Nesta relação, o ódio relaciona-se com a memória, enquanto que o amor, além de se relacionar também com a memória, traz consigo intrinsecamente a possibilidade imaginativa de uma coisa que não está presente realmente, o que podemos constatar apenas

em organismos mais complexos. E por isso que possuímos a tendência de prolongar o máximo possível uma excitação alegre que tenha nos afetado e a partir de então, entendemos facilmente a relação entre o amor e a conservação das imagens (RODRIGUES, 2021).

Espinosa (2019) demonstra isso na E III P 12: “A mente esforça-se, tanto quanto pode, por imaginar aquelas coisas que aumentam ou estimulam a potência de agir do corpo” (ESPINOSA, 2019, p. 108). Assim, isso também se aplica ao seu par, ou seja, ao ódio, pois nossa mente esforça-se do mesmo modo, tanto quanto pode, para imaginar aquelas coisas que excluem e afastam aquilo que diminui ou enfraquece a potência de agir do corpo.

Embora o foco aqui seja o ódio como afeto secundário, não é possível compreendê-lo dissociando-o do amor, pois nisto consiste todo o projeto ético dos afetos de Espinosa (2019 e 2009), inclusive pela flutuação de ânimo.

Por isso precisamos imaginar, de maneira cada vez mais rigorosa, o modelo da natureza da afetividade humana, que o filósofo evidencia principalmente na parte V, ao mesmo tempo que as situações concretas nas quais esse projeto pode nos proporcionar (escólio da E V P 10):

[...] Por exemplo, estabelecemos, entre as regras de vida (vejam-se a prop. 46 da P. 4, juntamente com seu esc.), que o ódio deve ser combatido com o amor ou com a generosidade, em vez de ser retribuído com um ódio recíproco. Entretanto, para que esse preceito da razão esteja sempre à nossa disposição quando dele precisamos, deve-se pensar e refletir sobre as ofensas costumeiras dos homens, bem como sobre a maneira e a via pelas quais elas podem ser mais efetivamente rebatidas por meio da generosidade. Ligaremos, assim, a imagem da ofensa à imaginação dessa regra, e ela estará sempre à nossa disposição (pela prop. 18 da P. 2) quando nos infligirem uma tal ofensa [...] (ESPINOSA, 2019, p. 220).

Contudo, quando uma ofensa ao meu *conatus* se apresenta, dificilmente algum tipo de exercício da imaginação do racional será empreendido, isto é, dificilmente será possível combatê-la da melhor maneira ou da forma mais útil, a menos que já estejamos acostumados a não ser afetado pelo ódio, ou seja, a não dar importância para a tristeza experimentada pelos signos e imagens dessa ou daquela causa externa (BOVE, 2010).

Essa ou aquela causa exterior vai depender dos objetos relacionados com experiência que temos deste com a experimentação que fazemos tanto de amor quanto de ódio, pois a partir das leis que regem o conhecimento advindo da imaginação, é possível deduzir toda a linhagem das paixões objetais decorrentes dos afetos de amor e ódio. Assim, “haverá tantos tipos de afetos quantos forem os tipos de objetos, e, além disso, esses tipos receberão variações em função das idiossincrasias de seus respectivos sujeitos” (GLEIZER, 2005, p. 42-43).

Além disso, essa relação objetal não faz com que estes afetos contrários de amor e ódio se anulem mutuamente, mas sim, coabitarem de forma conflitante em todos nós (flutuação de ânimo). Contudo, existe uma disparidade destes afetos quando relacionados ao *conatus*, tendo em vista que este “sempre resistirá à tristeza, tentando viver ou reviver o maior número possível de imagens alegres, seja de coisas presentes, seja de ausentes” (RODRIGUES, 2021, p. 210).

Assim é o ódio que é disseminado nas redes sociais digitais, que faz produzir uma socialização baseada numa grande polarização, seja política, identitária, na moralidade de traços de personalidade, de intolerância e outros elementos diferenciadores. De certo que essa disseminação desses discursos de preconceito, de racismo, intolerância e diminuição do outro nas redes é fruto desse esforço em afastar e excluir esses traços do outro que nos entristecem e diminuem nossa suposta auto-importância.

Portanto, o ódio como o afeto da tristeza acompanhada da ideia de uma causa exterior se constitui como um tipo de mau, que nasce da ignorância advinda do conhecimento imaginativo e das suas imagens e signos, que são elementos falsificadores do primeiro gênero e que produzem subjetividades movidas pelo ódio nas redes sociais digitais, sobretudo de um ponto de diminuição da potência de agir e existir da mente e do corpo.

## 5. CARTOGRAFIA DA PRÁTICA DO ÓDIO NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

Este capítulo apresenta uma cartografia da prática do ódio nas redes sociais digitais, a partir da análise de algumas postagens e algumas histórias analisadoras como pistas para delimitar essas subjetividades atravessadas pelo afeto do ódio, bem como mapear possíveis linhas de fuga a essa produção de subjetividades, por meio de demonstração cartográfica do processo teórico-metodológico de Deleuze e Guattari (1995).

Para tanto, utilizamos cinco das grandes redes sociais da atualidade: *Facebook*, *Youtube*, *Whatsapp*, *Twitter* e *Instagram*, pelo fato de serem as plataformas digitais mais utilizadas nos dias atuais, que inclusive tiveram um expressivo crescimento no período da pandemia da Covid-19 (MOTA, 2022); devido a cada uma dessas plataformas possuir uma finalidade e um público-alvo específicos, o que permite analisar o mesmo fenômeno sob diferentes perspectivas; e por já existir bastantes estudos e pesquisas que discutem os seus efeitos na produção de subjetividades nestas ferramentas.

O intuito aqui é cartografar os elementos que atravessam a produção dessas subjetividades a partir das características aproximativas do sistema rizomático de Deleuze e Guattari (1995), ou seja, como uma estrutura inventiva e não representacional, que funciona como um tipo de mapa, que permite conectar diversas dimensões, onde podemos realizar aberturas, conexões com todas as suas dimensões, montando e desmontando, além de poder fazer modificações constantemente (DELEUZE; GUATTARI, 1995).

Assim, buscando investigar psicossocialmente os elementos que atravessam a produção dessas subjetividades, dando ênfase ao identitarismo, a polarização moral, a exacerbação do ódio e a diminuição do outro, tendo como base a teoria dos afetos espinosana, utilizamo-nos da proposta rizomática de Deleuze e Guattari (1995), tendo em vista que uma das características mais importantes do rizoma é justamente a de ter sempre múltiplas entradas, onde podemos entrar nelas pelo caminho dos decalques ou pela via das árvores-raízes, observando as precauções necessárias.

Dessa forma, procuramos analisar a recorrente prática de discursos de ódio nas plataformas de mídias sociais digitais, uma vez que se tornaram o espaço ideal para a experimentação e desenvolvimento de novas subjetividades e maneiras das pessoas se relacionarem umas com as outras e com o mundo, inclusive produzindo subjetividades movidas pelo ódio nesses espaços.

Para entender quais elementos atravessam essa produção, é preciso antes esclarecer que as experiências subjetivas podem ser compreendidas em função de três grandes dimensões ou perspectivas diferentes, nas palavras de Sibilia (2016, p. 27):

A primeira se refere ao nível *singular*, cuja análise focaliza a trajetória de cada indivíduo, como um sujeito único – é a tarefa da psicologia, por exemplo, ou até mesmo das artes e das diversas explorações espirituais. No extremo oposto a esse nível de análise estaria a dimensão *universal* da subjetividade, que abrange todas as características comuns ao gênero humano, tais como a inscrição corporal de cada sujeito e sua organização por meio da linguagem; este tipo de estudo corresponde a saberes como a biologia ou a linguística. Entre essas duas abordagens extremas existe, porém, uma vasta e riquíssima zona intermediária: uma dimensão de análise que poderíamos denominar *particular* ou *específica*, localizada entre o plano singular e o universal da experiência subjetiva.

Essa zona intermediária visa detectar aqueles elementos comuns a alguns indivíduos, mas que não são necessariamente inerentes a todos os seres humanos. Por isso, no intuito de delimitar essas subjetividades movidas pelo ódio nas redes sociais digitais, nos valemos dessa terceira perspectiva mencionada, que contempla aqueles elementos subjetivos que são claramente culturais, tais quais aqueles que atravessam a produção de subjetividades movidas pelo afeto do ódio.

Isso porque esses elementos da subjetividade particular ou específica são frutos de certas forças históricas nas quais intervém uma série de vetores políticos, econômicos e sociais, “que impulsionam o surgimento de determinadas formas de ser e estar no mundo, estimulando a consumação dessas configurações subjetivas e inibindo outras” (SIBILIA, 2016, p. 27).

Essa forma (particular ou específica) de ser e estar no mundo são produzidas por uma experiência subjetiva marcada por elementos específicos, dentre eles, aqueles que são atravessados pelo ódio. Por isso que aqui essas subjetividades são consideradas sob o prisma da produção, tendo como referência a obra do pensador francês Félix Guattari (1988, 1990, 1992, 1993), tendo em vista que a compreensão dessa concepção é essencial “quando se quer entender de que maneiras são engendradas as mais diversas formas de ver, sentir e estar no mundo” (SOARES; MIRANDA, 2009, p. 410).

Ao pesquisar redes sociais digitais por meio de experiências subjetivas marcadas por elementos específicos que são atravessados pelo ódio, encontramos uma ação participativa, pois tem como consequência uma ação participativa dos atores envolvidos entrelaçados pelo problema aqui investigado. Doravante, buscamos mapear as

interatividades e sociabilidades a partir de recortes de postagens coletadas nestas cinco redes sociais.

Essa ação rizomática pode ser descrita como papel ativo equacionando essa produção de subjetividades nesses espaços virtuais onde os indivíduos têm encontrado novas formas de ser e estar no mundo; a prática e a disseminação de discursos do afeto do ódio direcionado ao outro possibilitando a criação de eus que se colocam como personagens principais na internet tornando-se especialistas em sua própria opinião, conectando sujeitos com sujeitos, sem pautar-se no binarismo, comando e execução; e a avaliação das ações que desencadeiam no atravessamento dessas subjetividades dentro dessas plataformas.

Para tal empreendimento, alguns aportes são necessários quanto à noção de subjetividade, a partir da perspectiva da subjetividade produzida, onde essa produção se constitui como um processo, principalmente por meio dos conceitos de máquina e de agenciamentos coletivos de enunciação. Por isso a utilização da demonstração cartográfica do processo teórico-metodológico de Deleuze e Guattari (1995), em especial a proposta geográfica de Deleuze (2001) acerca das transformações do conceito de subjetividade.

Segundo Deleuze (2001), a partir da concepção substancial até a maquinica, as transformações do conceito de subjetividade seguem o curso de uma gradual variação de orientação no caminho do pensamento filosófico ocidental, ou seja, “do eixo vertical, que estabelece bases sólidas para os sistemas filosóficos, para o eixo horizontal, ou eixo conectivo, rizomático, que desmonta o fundamento último das coisas e revela seu caráter fragmentário, descontínuo e acidental” (SOARES; MIRANDA, 2009, p. 412).

Desse modo, a cartografia da prática do ódio nas redes sociais digitais a partir do processo teórico-metodológico de Deleuze e Guattari (1995) é crucial, visto que trata-se de uma subversão de uma imagem dogmática do pensamento que caminha através de hierarquizações, esferas consideradas estabilizadas (como por exemplo, consciência, recusa da razão, poder, identitarismo, etc.) em favor de uma outra concepção de pensamento, que é puro movimento de criação, qual seja, a representação dessas redes como um sistema rizomático.

Todavia, antes de partir para a análise de algumas postagens e algumas histórias analisadoras como pistas para delimitar essas subjetividades atravessadas pelo afeto do ódio e mapeamento das possíveis linhas de fuga a essa produção de subjetividades, cabe antes uma elucidação mais profunda acerca das cinco grandes redes sociais da atualidade aqui

utilizadas como campos que possibilitam a produção dessas subjetividades e das suas respectivas funcionalidades e potencialidades.

## **5.1 As cinco grandes redes sociais da atualidade**

As redes sociais enquanto plataformas digitais na Internet construídas para possibilitar a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações de diversos formatos, além de serem grandes fontes de informações para pesquisas espontâneas, também são livres e abertas a interação de todos, possuindo cada uma delas diversos instrumentos de relacionamento que permitem que os indivíduos se conheçam, agrupando assim, por interesses e conteúdos comuns, onde podem ler, ouvir ou ver conteúdos e interagir novamente com os sujeitos que o criaram (RECUERO, 2009).

Nos últimos anos no Brasil, especialmente os recentes cinco anos, as essas plataformas digitais, além de redes de sociabilidade e interatividade, também se tornaram ferramentas de controle, especialmente por possuírem grande poder de transformação em todos os setores da sociedade, contribuindo nas rearticulações políticas, na reorganização das economias, inclusive moldando a nossa sociedade a partir de uma modulação contínua de uma sociedade de controle (DELEUZE, 1992; SIBILIA, 2016).

Esse poderio de transformação das redes sociais da atualidade tem repercutido em alguns aspectos negativos, como por exemplo, o volume excessivo de informações, que tem se tornado uma sobrecarga, as informações tendenciosas de acordo com as crenças e interesses dos indivíduos, bastante desinformação, a repercussão e transmissão de pânico, as chamadas *fake news* ou informações falsas ou com baixa qualidade com conteúdos manipulados, propagandas ou conteúdos patrocinados e direcionados para o perfil dos usuários, além de grande volume de informação e conteúdos nessas muitas plataformas (MOTA, 2022).

Assim, vamos destrinchar um pouco mais cada uma das cinco plataformas digitais selecionadas como campos de investigação deste estudo.

### *5.1.1 Facebook*

O *Facebook* foi fundado por Mark Zuckerberg, um ex-estudante de Harvard e foi uma das primeiras mídias sociais a se propagar no Brasil e em novembro de 2012, já possuía

1 bilhão de utilizadores em todo o mundo, se tornando uma das mídias sociais mais conhecidas e utilizadas na atualidade e se consolidando de forma definitiva (TRINDADE, 2022).

A princípio, esse *site* seria uma forma e um local para que esses jovens pudessem compartilhar acontecimentos do seu cotidiano, através de fotografias e escrita de textos. Atualmente, também possui a função de compartilhamento de vídeos (GIACOMO; ARENA; MYCZKOWSKI, 2013).

O *Facebook* alcançou um papel na atualidade muito maior do que aquele imaginado na sua criação, principalmente porque antes do seu surgimento, não se acreditava muito que um *site* que expunha as intimidades e cotidiano das pessoas de forma que qualquer pessoa pudesse navegar pela rede mundial de computadores. Foi se evidenciando que as pessoas gostam de falar sobre si mesmas e de expor informações sobre seu cotidiano e suas intimidades nesse espaço (SIBILIA, 2016).

Embora existam uma grande variedade de plataformas digitais na atualidade, o Facebook continua disparado na liderança mundial, em relação às outras redes sociais mais utilizadas (TRINDADE, 2022).

Devido as suas características iniciais, de permitir que os seus usuários compartilhassem fotos e textos sobre si mesmos, o *Facebook* ganhou cada vez mais proporção, passando a ser utilizado também por empresas para divulgação e vendas de produtos ou serviços (TRINDADE, 2022).

Com isso, essa plataforma foi sempre se atualizando e inovando nas suas ferramentas, mas preservando o objetivo inicial, que era a aproximação e a interação de pessoas que estavam distantes geograficamente, permitindo manterem contato e estabelecer laços e vínculos, mesmo distantes por razões das circunstâncias da vida (RECUERO, 2009).

Com essa magnitude, o *Facebook* foi adquirindo diferentes propriedades, funcionando a partir da criação de uma conta pessoal por parte do usuário, isto é, só faz uso da rede quem fizer seu cadastro a partir de um *login*, criando um perfil com as suas características e dados pessoais (MOTA, 2022).

Depois que a conta é criada, o usuário convida outros perfis a participarem de sua página de relacionamento, assim como pode receber convites de outros usuários para participar das páginas delas, de acordo com os vínculos e interesses em comum (SIBILIA, 2016).

No *Facebook*, quando uma pessoa aceita esse convite e passa a participar das páginas de outros usuários, ela entra na categoria de “amigos”, estabelecendo assim uma relação de interação nesse espaço virtual, fazendo desta rede social uma espécie de espaço de relacionamento infinito, no sentido de não ter limites de conexões, onde o usuário pode inclusive receber postagens e sugestões de convites de pessoas que não conheça, mas que tenha algum tipo de relação de amizade com alguém ou algum interesse em comum (AMARAL, 2016; TRINDADE, 2022).

A rede social possuía inicialmente três comandos básicos, sendo eles, as práticas de curtir, comentar e compartilhar postagens que aparecem na página do usuário, fazendo-o se conectar e interagir com os membros da sua página de “amigos”. Quando o usuário “curte” alguma postagem significa que aprovou e gostou do que viu; quando “comenta”, isso transmite a impressão do usuário sobre a postagem; e quando “compartilha”, isso possibilita que a postagem se dissemine pelo espaço virtual, aumentando a interação com outras páginas (MOTA, 2022).

Contudo, desde o final de fevereiro de 2016, o *Facebook* adicionou mais cinco botões no comando “curtir”, que além de curtir a postagem, possibilita que o usuário expresse em forma de *emojis*<sup>23</sup>, os afetos de amor, alegria, surpresa, tristeza e raiva referente às postagens que aparecem no seu perfil (GIACOMO; ARENA; MYCZKOWSKI, 2013).

Com as inovações e atualizações que foi adquirindo, esta mídia social passou a ter também espaços específicos, como por exemplo, locais para a realização de anúncios e propagandas de produtos e serviços. Inclusive, essa particularidade foi atualizada recentemente (2018), dando a possibilidade ao usuário de visitar o perfil ou *site* da empresa ou da página que anunciou o produto ou serviço, pesquisando preços e visualizando o produto pesquisado em outros *sites* da internet nessa página (MOTA, 2022).

Além do espaço para anunciar propagandas e publicidades, o *Facebook* também criou uma ferramenta específica para conversas entre os membros, o chamado bate-papo. Esse recurso apresenta uma listagem com os nomes das pessoas que o usuário possui como

---

<sup>23</sup> São figuras produzidas com a tecnologia criada por um grupo sem fins lucrativos denominado Consórcio UNICODE para representar emoções, usadas para o mesmo fim em redes sociais como o *Facebook*. Essas gravuras, assim como os *emoticons* e os *Stickers*, têm provocado mudanças na interação humana, inclusive em 2014, “o Global Language Monitor elegeu, como palavra do ano, o *emoji* ♥ (coração/amor), apesar de não ser uma palavra e, em 2015, o reconhecimento do intenso uso de *emojis* se reflete na seleção do *emoji* como palavra do ano dos Oxford Dictionaries. Os *emojis* não têm um nome oficial, mas apelidos dados pelos usuários, como por exemplo, o *emoji* de alegria é também chamado “rosto com lágrimas de alegria” ou “chorando de rir”” (PAIVA, 2016, p. 382).

os seus “amigos”, mostrando também a indicação de quem está ou não *online*, para que o mesmo possa realizar interação direta por meio da troca de mensagens (AMARAL, 2016).

Em 2014, o *Facebook* atualizou a função de trocas de mensagens entre os usuários, criando um aplicativo de celular denominado *Messenger*, migrando todos os contatos do bate-papo do *Facebook* automaticamente para este aplicativo.

Essa opção facilitou a troca de mensagens em razão de permitir que o usuário utilize o bate-papo por meio do *Messenger* independente da página principal, seja por meio de *smartphone* ou de computador fixo, que inclusive comunica o usuário se os seus “amigos” estão utilizando também o computador fixo ou um aparelho móvel (GIACOMO; ARENA; MYCZKOWSKI, 2013).

Desse modo, o *Facebook* se apresenta como uma importante rede de sociabilidade e de interatividade nos dias atuais, permitindo que os seus usuários compartilhem informações e conteúdos de interesse comum, como por exemplo, afinidades identitárias, políticas, religiosas, bem como segmentos de aproximação, como musicalidade, sexualidade, gênero, etc.

Por essa razão, esta rede social é aqui utilizada como um importante campo de investigação dos elementos que atravessam a produção de subjetividades, especialmente aquelas movidas pelo afeto do ódio ao outro.

### 5.1.2 YouTube

O *YouTube*, assim como as populares redes de interação sociais, surgiu nos primórdios do século XXI, como uma forma de facilitar o compartilhamento de vídeos caseiros, uma categoria das tecnologias comunicacionais que ganhou bastante destaque e não por acaso, conquistou milhões de usuários em pouquíssimo tempo, o que motivou a empresa *Google* a comprá-lo em 2006, por um montante que virou notícia na época, com um valor estimado de US\$ 1,65 bilhão (SIBILIA, 2016).

O *YouTube* foi lançado no mercado oficialmente no ano de 2005, tendo como seus fundadores Steve Chen, Chad Hurley e Jawed Karim, ex-funcionários do *site* do *PayPal*, um comércio *online*. O objetivo inicial era romper as barreiras técnicas para maior facilidade de compartilhamento de vídeos no espaço virtual, disponibilizando uma área de interação bem simples, dentro da qual o usuário podia “fazer o *upload*, publicar e assistir vídeos em *streaming* sem necessidade de altos níveis de conhecimento técnico e dentro das

restrições tecnológicas dos programas de navegação padrão” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 17).

Cronologicamente, essa plataforma digital foi ganhando mais destaque a partir da primeira década dos anos 2000 (BURGESS; GREEN, 2009):

- O início do sucesso começou em outubro de 2006, quando o Google pagou 1,65 bilhão de dólares pelo *YouTube*.
- Em meados de novembro de 2007, o *YouTube* já era a plataforma de entretenimento mais popular do Reino Unido.
- No início de 2008, esta rede social já se destacava de forma bastante consistente entre os dez *sites* mais visitados de todo o mundo.
- Em abril de 2008, o *YouTube* já possuía em média 85 milhões de vídeos, um número que demonstra um crescimento dez vezes maior se comparado com o ano anterior.

Com toda essa popularidade e ascensão, o *YouTube* passou de um serviço que se destinava apenas ao compartilhamento de vídeos pessoais entre as redes sociais existentes e passou a ser também um importante meio de distribuição do conteúdo das empresas por ser uma mídia digital de grande alcance. Contudo, essa combinação colocou o *YouTube* numa posição central de conflitos pelos direitos autorais, além de uma grande disputa cultural em relação à participação e às estruturas comerciais para distribuição dos vídeos *online* (MENDES, 2018).

Mesmo atualmente, o *YouTube* é uma ferramenta que ganha cada vez mais notoriedade na internet, principalmente por sua interface simples e de fácil manuseio, bem como pelos conteúdos disponibilizados, já que trata-se de um *site* de armazenamento e compartilhamento de vídeos, se tornando uma porta de acesso a informações das mais diversas possíveis, e que apresenta como uma vantagem a facilidade de navegar, além do acesso também facilitado, pois não exige cadastro ou criação de página para poder ter acesso aos vídeos.

Ainda de acordo com Mendes (2018), o *YouTube* se constitui como uma rede social que tem batido recordes sucessivos desde o ano em que foi criado e, de fato, representa uma importante plataforma de socialização e disseminação de conteúdos dos mais variados assuntos: política, entretenimento, música, cursos, materiais educacionais, de cunho religioso, informativo, ideológico, entre outros.

Contudo, é importante ressaltar que esta plataforma não produz conteúdo em si, pois é uma ferramenta que agrega conteúdos de quem os produziu:

O *YouTube* desempenha uma função para os produtores de vídeo, atraindo a atenção para o conteúdo ao mesmo tempo em que oferece uma participação em dinheiro nas vendas de anúncios no site. Na realidade, o *YouTube* não está no negócio de vídeo – seu negócio é, mais precisamente, a disponibilização de uma plataforma conveniente e funcional para o compartilhamento de vídeos *online*: os usuários (alguns deles parceiros de conteúdo *premium*) fornecem o conteúdo que, por sua vez, atrai novos participantes e novas audiências (BURGESS; GREEN, 2009, p. 21).

Com essa dinâmica de funcionamento, de produção e compartilhamento de vídeos, o *YouTube* também funciona como uma rede social de interatividade e sociabilidade, pois as pessoas que fazem uso desta plataforma podem comentar e dar *like* (curtir) ou *dislike* (não curtir) nas publicações. Além disso, é utilizado para expressão social, já que é “um site de compartilhamento de vídeos, com imagens em movimento ou de forma estática, que ganha força e vem ditar uma nova forma de expressão de comunicação na web” (ALMEIDA, 2019, p. 23).

A capacidade de interação do *YouTube* consiste no fato de permitir aos seus usuários que, além de publicar e armazenar seus vídeos na plataforma, também possam assistir a vídeos e conteúdos que foram publicados por outros usuários. Assim, as pessoas podem sinalizar “se gostaram ou não do material. Caso alguém receba muitos comentários, interações e “gostei”, a pessoa fica em evidência na plataforma e é assim que nascem os influenciadores do *site*” (LAURINO, 2020, p. 18).

Dessa forma, o *YouTube* se configura como uma importante plataforma de interação e expressão social, principalmente por suas características e funcionalidades, tendo em vista que os materiais audiovisuais apresentam e disseminam informações e conteúdos por meio de uma linguagem dinâmica que potencializa o teor do conteúdo publicado, seja de que assunto for.

### 5.1.3 WhatsApp Messenger

O *WhatsApp Messenger* é um dos diversos aplicativos móveis genéricos da atualidade, que tornou obsoleta as chamadas telefônicas, visto que as substituiu por diálogos permanentes digitados na tela do telefone celular, onde as conversas costumam vir acompanhadas de fotos, vídeos, *emojis* e *Stickers*<sup>24</sup> (figurinhas) (SIBILIA, 2016).

---

<sup>24</sup> *Stickers* são gravuras usadas para representar emoções e são figurinhas disponíveis em algumas plataformas como o *Facebook* desde 2013, por exemplo. Inclusive, as redes sociais *Facebook* e *Twitter* possuem *stickers* próprios dessa rede. São utilizados para substituir palavras, para expressar emoção, para indicar afeto,

Esta plataforma digital atualmente é uma das mais utilizadas, não apenas pelos nativos digitais, como sobretudo, pela faixa etária mais velha, ou seja, acima de 65 anos (MOTA, 2022). Sua ampla utilização e popularidade consiste nas possibilidades de diversas formas de interações sociais, constituindo assim, uma das redes sociais digitais mais importantes dos dias atuais no que se refere às formas de comunicação e interatividade, principalmente em ambientes de laços associativos e relacionais (SIBILIA, 2016).

O *WhatsApp* é uma ferramenta de mensagens elaborado no formato de multiplataforma que possibilita a troca de mensagens pelo aparelho móvel sem pagar por esses envios. O aplicativo está disponível para aparelhos dos modelos de *smartphones*, *Windows Phone*, *iPhone*, *BlackBerry*, *Android* e *Nokia* (MOTA, 2022; ALMEIDA, 2019).

A expressão *WhatsApp* é uma brincadeira que vem da palavra da língua inglesa que significa *What's Up?* Que em português que dizer “E aí?”. Os fundadores (Jan Koum e Brian Acton) que desenvolveram o aplicativo, no Vale do Silício, partiram da ideia de elaborar uma plataforma de mensagens que fosse melhor do que o formato de SMS, já que segundo eles, todas as pessoas ou têm ou terão um *smartphone* (SOUZA; ARAÚJO; PAULA, 2015).

Os criadores do *WhatsApp* atuaram por mais de 20 anos na empresa de tecnologia conhecida como *Yahoo*. Eles trabalhavam no setor de funcionamento do *site*, na parte de venda de anúncios, principalmente porque esse era nicho central da empresa *Yahoo*, que atua no espaço virtual coletando dados dos usuários, servindo de página e meio para os anúncios (SIBILIA, 2016).

Quando Jan Koum e Brian Acton desenvolveram o *WhatsApp*, pensaram em um produto que não fosse somente mais uma plataforma digital de anúncios, mas que oferecesse principalmente um serviço mais funcional, econômico e que agregasse na vida dos seus usuários. O objetivo dos fundadores era que o aplicativo fosse um produto que deixasse os usuários com vontade de uso frequente e necessário, sem a interferência de publicidades, que para eles, é um elemento prejudicial à estética e à inteligência de quem usa, pois acaba interrompendo a cadeia de pensamentos. Para eles, quando não existem anúncios, o usuário se torna o produto (SOUZA; ARAÚJO; PAULA, 2015).

A plataforma digital está disponível para *download* gratuitamente nos telefones móveis e para computadores fixo também (essa versão surgiu em 2015), por meio da opção

---

intensificar algo (como a duplicação do mesmo *sticker*, que é usada para enfatizar a emoção), expressar ironia, etc. (PAIVA, 2016).

*WhatsApp Web*, sendo necessário ter conexão com a Internet. Para fazer uso dos recursos do *WhatsApp* é preciso ter contatos telefônicos no celular que também tenham o aplicativo instalado (SOUZA; ARAÚJO; PAULA, 2015; REIS, 2013).

Para realizar o cadastro, o usuário cria um perfil com informações pessoais (como nome e número de telefone), define as formas de conversas, as opções de notificação, lista de contatos e pode colocar ainda uma foto, além do *Status*<sup>25</sup>, que podem ser visualizados pelos seus contatos. Com as novas atualizações, também é possível fazer ligação em áudio e vídeo, enviar a localização em tempo real, criar grupos, organizar as mensagens por data e hora, carregar de informações anteriores, de “online” e “visto pela última vez”, indicadores de confirmação da entrega de mensagens, etc. (REIS, 2013).

Em 2014, o *WhatsApp* foi comprado pelo *Facebook* devido a sua ampla utilização, variedade de funcionalidades e popularidade. Contudo, continuou operando como um aplicativo independente. O crescimento da utilização desta mídia social a fez ser a mais usada dentre as cinco redes sociais selecionadas como campos de investigação do presente estudo, especialmente no período de isolamento social da pandemia da Covid-19 (MOTA, 2022).

No estudo feito por Mota (2022), foi constatado que o *Whatsapp* foi a rede social mais usada, com 95,5% da utilização, tanto em 2020 com um aumento de 61% durante a primeira fase da pandemia, onde “3.23 bilhões de pessoas, ou seja 80,7% de utilizadores da internet do mundo todo, usaram redes sociais pelo menos uma vez por mês em 2020” (MOTA, 2022, p. 22), quanto em 2021, onde em julho, “havia 4.48 bilhões de utilizadores de redes sociais em todo o mundo, equivalendo a quase 57% da população global total” (MOTA, 2022, p. 23).

Esse crescimento da utilização das redes sociais, não apenas do *WhatsApp*, foi principalmente em razão das funcionalidades que as mesmas proporcionaram no período de isolamento social, onde as pessoas não podiam estar juntas fisicamente, então procuravam formas de manter contato com amigos e família virtualmente, além de buscar preencher o tempo livre, ler notícias e assistir conteúdos divertidos para aliviar a tensão do momento vivido, saber o que o mundo estava comentando naquele momento, encontrar inspiração de coisas para comprar e fazer, etc. (SOUZA; ARAÚJO; PAULA, 2015; ALVES, et al., 2020).

---

<sup>25</sup> É uma função do *WhatsApp* em que o usuário pode compartilhar textos, fotos, vídeos e *GIFs* animados que são protegidos com a criptografia de ponta a ponta e desaparecem após 24 horas. Além disso, apenas os contatos que estão salvos na agenda do celular e que também possuem o número do usuário de telefone salvo é que podem ver as atualizações do *status* (PAIVA, 2016).

Dessa forma, o *WhatsApp* também se constitui como uma importante rede social de conectividade, interação e expressão social, que permite que os seus usuários compartilhem informações pessoais, notícias, materiais em forma de mensagens digitadas, vídeos, documentos, *links*, etc.

É uma mídia social bastante abrangente e que possui fácil acesso e navegabilidade e por isso mesmo, é uma das redes sociais mais utilizadas para compartilhamentos de conteúdos dos mais diversos assuntos, como por exemplo, foi um dos veículos mais utilizados como estratégia de campanha eleitoral nas duas últimas eleições presidenciais no Brasil. Por ter um intenso uso como canal de “comunicação e propagação de discursos políticos, seu uso ficou bastante evidente principalmente nas campanhas eleitorais de 2018, as quais ficaram marcadas pela disseminação em larga de notícias falsas” (TRINDADE, 2022, p. 98).

Um diferencial do *WhatsApp* em relação às demais redes sociais aqui selecionadas como campos de investigação, é que esta plataforma não possui um recurso de censura ou exclusão de materiais e conteúdos ilícitos, pornográficos ou falsos (no caso das *fake news*) por exemplo (LEMOS; OLIVEIRA, 2020).

O que contribui para uma ampla e rápida disseminação de tudo o que é compartilhado, onde um usuário pode adicionar um vídeo contendo informações falsas criadas propositalmente em um grupo com vinte membros, por exemplo, e estes passam a fazer o mesmo: compartilhar com mais grupos e assim por diante (MOTA, 2022; REIS, 2013).

Com essa velocidade de propagação, acaba sendo impossível a verificação de tudo o que postado e compartilhado pelos usuários do *WhatsApp*, até porque a própria dinâmica de funcionamento desta plataforma foi desenvolvida com o objetivo de dar autonomia aos seus usuários (SOUZA; ARAÚJO; PAULA, 2015; SIBILIA, 2016).

A partir dessa ausência de atitudes do próprio aplicativo, algumas comissões parlamentares de inquérito no Congresso Nacional passaram a ser instaladas para investigar a disseminação e o uso de conteúdos falsos, bem como modificações na interface de aplicativos de mensagens instantâneas, como é o caso do *WhatsApp*, “para coibir o compartilhamento de mensagens e a coalização de iniciativas de checagem de dados” (LEMOS; OLIVEIRA, 2020, p. 195).

Assim, devido as características funcionais do *WhatsApp* e levando em conta o que já foi dito acerca da sua capacidade de rápido encaminhamento e disseminação de

conteúdos, nesta mídia digital há uma grande potencialização dos discursos oriundos de usuários que demonstram uma fúria cega contra toda e qualquer opinião divergente da sua, com comportamentos explosivos e com uma visão radical em torno de qualquer assunto, que é potencializada pelos materiais compartilhados e propagados nesta rede social.

#### 5.1.4 *Twitter*

O *Twitter* foi criado em 2006 pela empresa Obvious Corp, de São Francisco, nos Estados Unidos, porém, só se desenvolveu de forma mais intensa na segunda década do século XXI, assim como o *Facebook*. Trata-se de uma das principais plataformas digitais utilizadas na atualidade, principalmente por ser uma rede social gratuita que permite que os usuários escrevam mensagens curtas de até 140 caracteres para seus seguidores (*followers*), chamadas de *tweets* (TRINDADE, 2022; MOTA, 2022).

Além de ser um *microblogging* (pela possibilidade de escrever textos com até 140 caracteres), o *Twitter* possui uma característica bastante interessante, que é o *always on* (sempre conectado, em tradução livre), um recurso que associa a mobilidade e temporalidade simultaneamente, possibilitando a não necessidade de relação *off-line* (LOPES; ARAÚJO, 2016).

O surgimento da expressão *Twitter* tem inspiração em um pássaro que, “para manter os outros pássaros informados do que está fazendo e onde está, emite um sinal periodicamente em trinado estridente. O pássaro inspirou o nome e a ideia do próprio *Twitter*” (TELLES, 2010, p. 59). Assim, para informar os demais, este pássaro “mandava um ruído periodicamente, por isso o *Twitter* tem a mesma finalidade, só que ao invés de ser pássaros, são pessoas, amigos, empresas, entre outros” (ROCHA, 2010, p. 10).

Esta mídia digital foi elaborada com a finalidade de satisfazer a necessidade “de um modo de comunicação ainda mais rápido, pois encorajando *posts* (mensagens) menores, ele diminui o gasto de tempo e o pensamento investido para a geração de conteúdo” (TELLES, 2010, p. 58). Assim, possui maior praticidade e objetividade na interação e na socialização virtual e, por se tratar de uma forma de comunicação mais rápida, consequentemente, também proporciona um engajamento e propagação mais veloz.

E embora tenha sido criado em 2006, no Brasil, o *Twitter* começou a ser mais utilizado como rede social em 2009, ganhando ainda mais destaque e popularidade em 2010, quando passou a ser utilizado como uma mídia de suporte para os meios de comunicação

habituais. Especialmente auxiliando a sociedade contemporânea e as pessoas que gostam de escrever mensagens, mas que não possuem muito tempo disponível, pois estão sempre com pressa e na correria do cotidiano (ROCHA, 2010; SIBILIA, 2016).

Desse modo, essa plataforma permite que o usuário adicione em um *tweet* tanto uma mensagem de texto, quanto arquivos de imagem, vídeo, *links*, assim como pode usar as *hashtags*, que são expressões ou palavras antecidas pelo símbolo popularmente chamado de jogo da velha (#). A utilização do # modifica a mensagem para metadado, o que possibilita “a indexação de determinada temática, visando à verificação quantitativa e à compreensão qualitativa das informações do restante do conteúdo do *tweet* que está associado a elas” (LOPES; ARAÚJO, 2016, p. 191).

Essa dinâmica de funcionamento de *microblogging* do *Twitter*, o fez se tornar um fenômeno mundial, com um crescimento constante desde a sua criação, principalmente pelo fato de ser uma rede social de fácil acesso e manuseio, por ser considerado uma fonte de informação (ainda que não muito confiável) e por gerar entretenimento para os seus usuários, como uma forma de expressão social, de fazer as suas vozes chegarem mais longe, por ser um veículo de rápida disseminação de conteúdos, etc. (TELLES, 2010).

Em razão dessas características de funcionalidade, o *Twitter* tem contribuído bastante na formação de opinião dos seus usuários, se tornando além de um meio de comunicação de massa, uma ferramenta estratégica nas rearticulações políticas, na reorganização das economias e na modulação das culturas (HARDT; NEGRI, 2003), assim como as demais redes aqui analisadas, pois são importantes mecanismos tecnológicos e comunicacionais que vêm atuando como agentes transformadores das sociedades contemporâneas.

É assim que as mídias sociais se relacionam como ferramenta de comunicação, pois estão ligadas às demais redes, fazendo com que haja uma interação entre as redes sociais com as mídias sociais. O *Twitter*, por exemplo, não disponibiliza em seu site a criação de álbuns com fotos, vídeos. Mas não há problema nenhum com isso, pois no *Twitter* existe uma ferramenta onde possa ser vista essa página com fotos. E na caixa onde são escritas as mensagens podem ser inseridos *links* para direcionar os seguidores para a página que você quer que ele seja direcionado (ROCHA, 2010, p. 31-32).

Essa capacidade de ligação do *Twitter*, com múltiplas conexões, tem feito com que essa plataforma ganhe cada vez mais notoriedade a respeito do seu poder de alcance e de influência na formação de opinião dos seus usuários, principalmente sobre temas e assuntos que geralmente levam a grande repercussões e debates no espaço virtual, como por

exemplo, sobre política, sobre traços identitários, religião, sexualidade, intolerância, racismo, etc.

Trindade (2022) afirma que o *Twitter*, assim como o *Facebook* e o *WhatsApp*, são plataformas de redes sociais que têm sido largamente utilizadas no Brasil como armas de disseminar ódio e informações equivocadas, onde os principais alvos desses ataques são “mulheres, discursos destilando homofobia e desinformação deliberada com objetivos de obter ganhos políticos-eleitorais e ataques a membros de comunidades socialmente marginalizadas” (TRINDADE, 2022, p. 100).

Por essa razão é que o *Twitter* é aqui utilizado como campo de investigação, pois trata-se de uma rede social bastante utilizada por seus usuários na atualidade para destilar discursos que demonstram uma fúria cega contra toda e qualquer opinião divergente, com comportamentos explosivos e com uma visão radical e extremista em torno de qualquer assunto, especialmente sobre aquilo que ostenta algum tipo de diferença.

#### 5.1.5 Instagram

O *Instagram* é um aplicativo de rede social que foi criado pelos engenheiros Kevin Systrom e Mike Krieger, disponibilizado para o público em outubro de 2010, e foi vendido por seus criadores para a empresa *Facebook*, de Mark Zuckerberg, em 2012.

Sua criação tinha o intuito de recuperar a nostalgia dos momentos instantâneos marcada ao longo dos anos pelas máquinas fotográficas e pelas conhecidas *Polaroids*<sup>26</sup>, nas quais as fotos eram reveladas no ato do disparo. Desse modo, essa plataforma possui como principal atrativo a fotografia, sendo esta a escolha principal dos criadores no momento do desenvolvimento do aplicativo (PIZA, 2012; MOTA, 2022).

O *Instagram* surgiu a partir de uma otimização de um outro aplicativo que já existia, chamado de *Burbn*, também desenvolvido pelos dois engenheiros já citados. O objetivo inicial do *Burbn* era ser uma rede social com diversas funções agrupadas em um mesmo aplicativo, onde os usuários pudessem compartilhar fotografias, sua localização,

---

<sup>26</sup> É um tipo de câmera que faz registro de um retrato fotográfico no modo instantâneo, fazendo uma foto aparecer em suas mãos 60 segundos depois de ter sido tirada. “Fundada em 1937 por Edwin H. Land, a *Polaroid Corporation* foi uma empresa de fotografia dos Estados Unidos, tornando-se mundialmente conhecida em 1948 devido ao surgimento da primeira câmera instantânea criada por ela. A ideia da fotografia instantânea veio da filha de Land, que questionava porque demorava tanto para ver as fotos das suas férias de verão” (FRANDOLOSO, 2014, p. 4).

vídeos, viagens, lazer, programações do fim de semana, momentos do dia-a-dia, entre outros (FRANDOLOSO, 2014).

Tal como o *Facebook* e *Twitter*, o *Instagram* permite que os seus usuários tirem fotografias e gravem vídeos no próprio aplicativo, podendo aplicar filtros digitais que melhoram o aspecto da pele, inserem molduras, aplicam maquiagem, dentre outras funções, podendo compartilhá-los com os seus seguidores em uma variedade de serviços de redes sociais que estão conectadas, como é o caso das plataformas *WhatsApp*, *Facebook*, *Facebook Messenger* e *Instagram*, que pertencem todas à mesma corporação *Meta* (TRINDADE, 2022).

Hoje em dia, esta rede social é uma das mais utilizadas não apenas pelos usuários que buscam entretenimento e interação social, mas também por empresas e grandes marcas que usam dos recursos e alcance do *Instagram*, para se aproximar dos seus consumidores e vender seus produtos e serviços. Só em 2014, o fluxo nessa plataforma chegou a 32 milhões de usuários ativos e desde então, só se popularizou mais ainda, crescendo e ganhando novas versões em “alemão, coreano, francês, espanhol, inglês, italiano, japonês, latim, mandarim e português” (FALCÃO, 2015, p. 30).

O poderio e grande popularidade do *Instagram* se dá principalmente por ser uma forma simples e gratuita onde os usuários compartilham os momentos do cotidiano, mantendo vínculo e laços com amigos, família, etc. Além de compartilhar fotos e vídeos, esta rede social também possui uma grande capacidade de difusão de ideias, pensamentos, teorias e outros, visando ampliar o perfil do usuário por meio da inspiração mútua, principalmente referente a momentos que seriam registrados de acordo com o que cada usuário vivencia e se interessa (FRANDOLOSO, 2014; PIZA, 2012).

Devido a facilidade no acesso e na navegabilidade, o *Instagram* é uma das redes sociais com a faixa etária mais diversa, pois os seus atrativos e recursos podem ser utilizados e explorados pelas mais variadas idades<sup>27</sup>. O aplicativo transmite uma ideia de simplicidade de manuseio e intimidade, o que faz com seus usuários passem muito tempo nesta rede social, algo que é utilizado pelas grandes marcas e empresas, como meio de proximidade com os mesmos.

---

<sup>27</sup> Trindade (2022) apresenta um perfil demográfico dos usuários brasileiros de redes sociais. O gênero feminino de 13 a 17 anos corresponde a 3,0%; de 18 a 24 anos, 10,5%; de 25 a 34 anos, 14,5%; de 35 a 44 anos, 11,2%; de 45 a 54 anos, 7,2%; de 55 a 64 anos, 4,6%; e acima de 65 anos, 2,6%. O gênero masculino de 13 a 17 anos, corresponde a 2,6%; de 18 a 24 anos, 10,5%; de 25 a 34 anos, 13,8%; de 35 a 44 anos, 9,2%; de 45 a 54 anos, 5,4%; de 55 a 64 anos, 3,0%; e acima de 65 anos, 1,7% (TRINDADE, 2022).

É nessa simples ação em revelar detalhes íntimos da vida pessoal, eliminando a separação entre o privado e o público, que o indivíduo que se utiliza do Instagram fortalece os ideais da sociedade de consumidores, e é transformado em uma mercadoria e forçado a se autopromover em uma busca incessante para se tornar um produto visível e desejado. E para que essa mercadoria não perca o poder de seduzir, é preciso se exibir um consumidor ativo e atualizado, e para que isso ocorra, as imagens fotográficas devem evidenciar o consumo, imediato e contínuo, características que são primordiais na cultura consumista e que vão ao encontro do propósito do aplicativo em questão – fotografias instantâneas (LIMA, 2013, p.10).

Dessa forma, o *Instagram* cria e busca manter esses laços e vínculos entre os seus usuários e aquilo que lhes interessam, sejam produtos, serviços e, principalmente conteúdos, alimentando um consumo dependente e delineado especificamente para cada perfil dos usuários (O DILEMA DAS REDES, 2020). Assim, fica fácil utilizar essa rede social como uma ferramenta para a manutenção da atual sociedade de consumidores, especialmente um consumo de conteúdos específicos voltados para os interesses ideológicos e crenças de cada um.

Trindade (2022) evidencia a potencialidade de redes sociais (como o *Instagram*) em atuarem como um enorme mercado para consumo de anúncios publicitários veiculados nas mesmas, sobretudo, envolvendo assuntos polêmicos, que geram grande repercussão, a exemplo dos discursos de ódio:

A lógica perversa por trás dessa dinâmica é que discursos de ódio suscitam polêmica e elevado volume de engajamento das redes sociais com uma infinidade de comentários, compartilhamentos, retuítes, *likes*, etc., de tal forma que, muito rapidamente, o conteúdo pode, se tornar viral. Assim, quanto mais polêmica vende, mais resultados positivos a empresa apresenta para seus anunciantes (TRINDADE, 2022, p. 109-110).

Nessa perspectiva, aplicativos de comunicação e interação social como o *Instagram*, são interessantes recursos de construir, manter e ampliar relações no *cyberespaço*, já que essas plataformas aumentam significativamente as conexões sociais dos indivíduos (RECUERO, 2009). Contudo, também oferecem perigo a algumas instituições sociais, principalmente por sua capacidade de difusão e rápida disseminação de informações e formação de opinião, em muitas situações, opiniões extremistas, intolerantes e odiantas.

Em tese, o *Instagram* possui em seu manual de conduta a diretriz para a remoção de conteúdos que apresentam ameaças ou discursos de ódio, ou que buscam atacar ou envergonhar de alguma maneira alguém ou algum grupo. No seu manual, ainda há a ressalva de não encorajamento de qualquer tipo de violência ou ataques a alguém ou grupo, seja por

causa da sua “raça, etnia, origem nacional, sexo, gênero, identidade de gênero, orientação sexual, afiliação religiosa, deficiências ou doenças” (NANDI, 2018, p. 47).

Contudo, na prática, a realidade é muito diferente, pois além desses ataques e discursos de ódio acontecerem, ocorrem com bastante frequência, levando inclusive a consequências graves. Essas diretrizes mais brandas de política contra esses ataques e discursos de ódio não oferecem nenhum tipo de proteção aos principais alvos, que são os grupos considerados minorias e historicamente marginalizados (TRINDADE, 2022).

Assim, devido a sua funcionalidade de seguir outros usuários no próprio aplicativo para visualizar, curtir e comentar as fotos e vídeos postados, isso faz com que esta plataforma trace um tipo de segregação de conteúdos direcionados e indicados para cada perfil de usuário. Por exemplo, na aba “explorar” do *Instagram*, vai aparecer indicações de postagens direcionadas especificamente para o que o usuário se interessa, assim como os conteúdos e publicidades, pois há uma seleção de materiais que é realizada pelo algoritmo, seja sobre anúncios publicitários, temas sociais, política, racismo, intolerância, gênero, etc.

Essa seletividade acaba sendo perigosa quando nos referimos a temas sociais e sobretudo, em razão da capacidade desta rede social de disseminar e propagar conteúdos, pois o *Instagram*, assim como as demais redes aqui analisadas (*Facebook*, *YouTube*, *WhatsApp* e *Twitter*) têm se tornado palcos para a propagação de discursos odiosos, de cunho racista, discriminatório, misógino, homofóbico, xenofóbicos, depreciativos, etc. (TRINDADE, 2022; SIBILIA, 2016).

Diante disso, levando em consideração as características, particularidades e funcionalidades de cada uma dessas cinco redes sociais, a análise de alguns *posts* e algumas histórias analisadoras como pistas para mapear essas subjetividades atravessadas pelo afeto do ódio e seus respectivos discursos nestas plataformas, consistirá a partir de uma cartografia das possíveis linhas de fuga a essa produção de subjetividades segmentada por tema: política, indústria das *fake news* e intolerância ao diferente.

Ademais, ressaltamos que o histórico apresentado acima sobre o *Instagram*, *Facebook*, *YouTube*, *WhatsApp* e *Twitter*, constitui apenas uma base para compreender como essas redes sociais funcionam e atuam nas sociedades contemporâneas, bem como a sua capacidade de transformação social, já que é praticamente impossível pensar em interação social e conectividade hoje em dia, sem relacionar com as redes sociais digitais.

## 5.2 O ódio nas redes sociais: política

Sem dúvidas, um dos temas que mais suscitam discursos de ódio nas redes sociais digitais na atualidade é a questão política. Antes de adentrar na cartografia da prática do ódio e seus discursos nas redes sociais por meio de *prints* e postagens que apresentam esse delineamento dos elementos que atravessam a produção de subjetividades movidas pelo afeto do ódio, salientamos que a escolha pelo tema da política ocorre em função de ser um dos assuntos que mais têm gerado discussões polarizadas nestas plataformas, sobretudo nas duas últimas disputas presidenciais no Brasil, em 2018 e em 2022.

Não apenas no Brasil a influência e a utilização das redes sociais como recurso estratégico tem ficado evidente. Como já citado outrora, mas aqui vale a retomada, um exemplo disso é o que mostra o documentário *Privacidade Hackeada* (2019), na qual as empresas Cambridge Analytica e *Facebook* são acusadas de influenciar sobremaneira as eleições americanas de 2016.

Além da acusação de *hackear* dados dos usuários para traçar o comportamento dos eleitores a fim de identificar quais informações eles precisavam bombardear cada eleitor para interferir diretamente no resultado eleitoral, o que deixou ainda mais nítido o poder de interferência das redes sociais nos processos democráticos eleitorais e na sua capacidade de transformação do mundo atual.

Isso demonstra, no mínimo, que as redes sociais digitais oferecem grande risco às democracias, especialmente no Brasil, onde isso tem se consolidado através de fatos históricos, como o golpe de 2016 chamado de Impeachment que tirou do cargo Dilma Rousseff, um episódio que concentrou uma profunda participação de notícias compartilhadas nas redes sociais, onde três das cinco notícias do *Facebook* a respeito desse processo, eram falsas, de acordo com o Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas de Acesso à Informação da USP, que investigou o desempenho de 8.290 reportagens, publicadas por 117 veículos, entre 12 a 16 de abril de 2016 (DELMAZO; VALENTE, 2018).

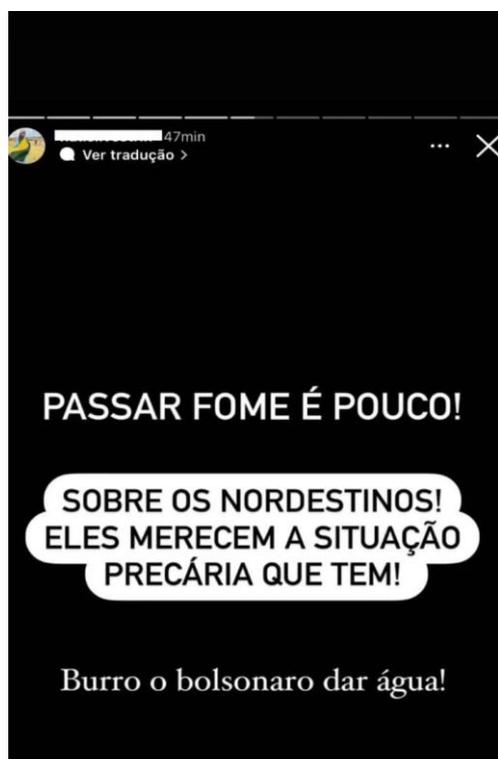
Com a saída de Dilma Rousseff em 2016, tivemos a disputa eleitoral em que Jair Bolsonaro se elegeu em 2018, uma campanha bastante concentrada das redes sociais, principalmente no *Facebook* e no *WhatsApp*. Nesse cenário específico, ficou bastante evidente que os discursos de ódio e polarizadores, especialmente entre a direita e esquerda, foram amplamente utilizados para mobilizar ideias, por vezes, influenciando nos

movimentos políticos e sociais que modificam a vida política do Estado e da sociedade (NANDI, 2018).

Mas a título de exemplificação por meio das postagens que corroboram esse processo, vamos nos ater à última eleição presidencial, marcada por uma grande polarização política entre a direita, representada pelo então candidato Jair Bolsonaro, e a esquerda, representada pelo candidato Luís Inácio Lula da Silva. Em 2022, o processo de campanha eleitoral e a repercussão após o resultado da eleição, trouxe à tona muitas manifestações de ódio nas redes sociais, com conteúdos depreciativos, discriminatórios, falsos, de cunho racista, xenofóbico, homofóbico, misógino, entre outros.

O processo eleitoral e democrático levou à eleição do candidato Luís Inácio Lula da Silva (Partido dos Trabalhadores) como presidente, o que gerou muita repercussão negativa e discriminatória no espaço virtual, com discursos de ódio com teor xenofóbico direcionados à Região Nordeste, devido ser a região que mais concentrou votos ao candidato da esquerda e que o levou a vitória.

*Post 1*



*Post 2*

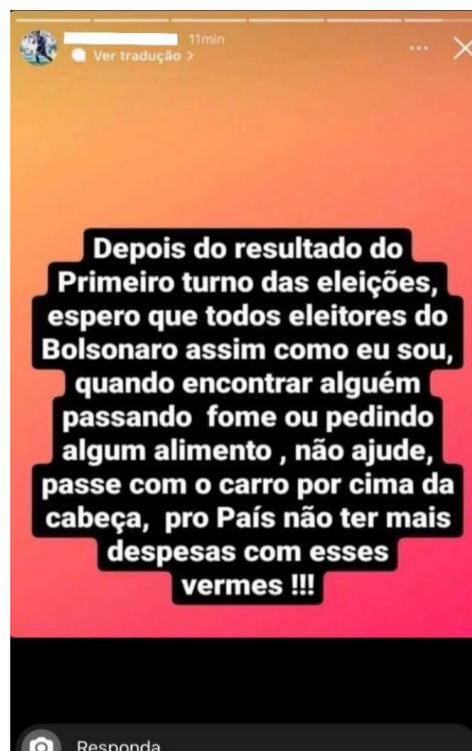


Figura 2: Posts 1 e 2

Fonte: Material coletado via *Instagram* pela autora do trabalho (2022)

As postagens acima são da rede social *Instagram* e foram coletadas após a divulgação do resultado da eleição presidencial de 2022. O primeiro refere-se a um discurso odioso com caráter xenofóbico, onde o usuário atribui o merecimento da Região Nordeste e os seus problemas sociais (como a fome) e geográficos, à escolha eleitoral, sobretudo por eleger um candidato de esquerda e que, segundo a percepção do usuário do *Post 1*, o candidato da direita (Jair Bolsonaro) seria “burro” por “dar” água ao povo nordestino, fazendo referência à finalização do projeto de transposição do Rio São Francisco.

O segundo *post* possui um conteúdo bem mais ofensivo e odioso, pois o usuário da rede social *Instagram* diz desejar que, após o resultado do primeiro turno das eleições (que levou Bolsonaro e Lula ao segundo turno), os eleitores do candidato da direita, assim como ele, quando encontrar alguém que seja eleitor do candidato da esquerda e que esteja passando fome ou pedindo algum alimento, que não ajude. E mais: que passe com o carro por cima da cabeça desse tipo de eleitor, para que o país não tenha mais despesas com esses vermes.

Os discursos propagados por estas duas postagens, especialmente pelo segundo *post*, denota um profundo desejo de diminuição do outro (daqueles que não votaram no candidato Jair Bolsonaro), sendo estes (eleitores da esquerda e nordestinos), a causa da tristeza dos usuários dos *Posts 1 e 2*.

Assim, percebemos que os elementos que atravessam estas subjetividades (dos usuários dos *Posts 1 e 2*) são compostos por imagens e signos oriundos do conhecimento imaginativo, onde seus corpos são afetados de forma dominada e controlada, o que faz com que estes usuários tenham a sua potência de agir diminuída e o seu *conatus* enfraquecido. E como reação, buscam eliminar e excluir a causa da sua tristeza (eleitores da esquerda e nordestinos), ou seja, aquilo que diminui a sua potência, como coloca Espinosa na E III P 13.

O mesmo teor odioso percebido nas postagens coletadas no *Instagram*, foi também disseminado em outras redes sociais, como no *Twitter*, onde os usuários, por meio de discursos de puro ódio, demonstram uma fúria cega contra o resultado das eleições, inclusive duvidando do sistema eleitoral, com a manifestação de desejo da exclusão do outro (nordestinos). Que essa exclusão aconteça por meio do roubo da esquerda nessa região, da seca estridente e da quebra das empresas (*Post 3*).

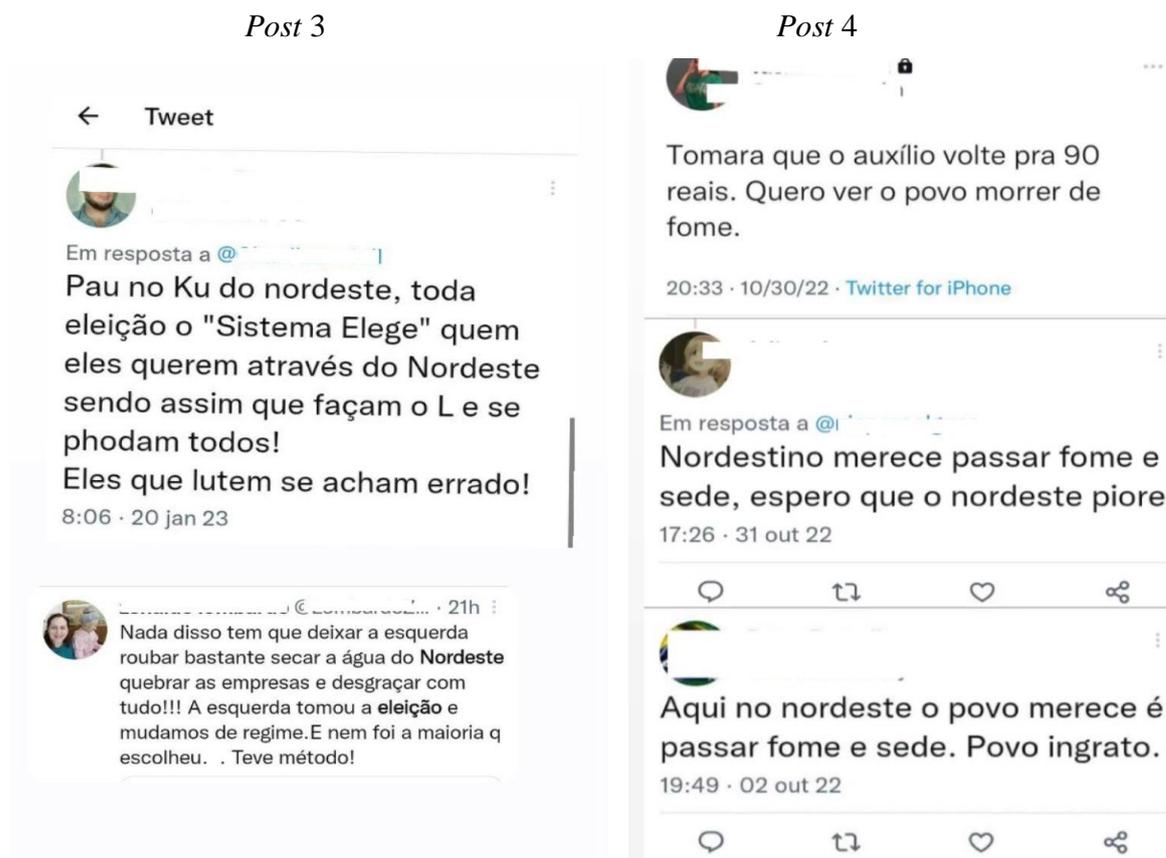


Figura 3: *Posts* 3 e 4

Fonte: Material coletado via *Twitter* pela autora do trabalho (2022)

O *Post* 4 caminha na mesma direção, ou seja, o desejo de exclusão e eliminação daquilo que é a causa da diminuição da potência de agir dos usuários dos *tweets* acima. Quando o indivíduo afirma que deseja ver o povo morrer de fome, esse desejo, na verdade, está direcionado para as pessoas que votaram no candidato da esquerda (Lula), pois foram esses eleitores os responsáveis pela não eleição do seu candidato (Bolsonaro).

Dessa forma, são esses eleitores que são a causa da tristeza e da diminuição da potência dos usuários dos *tweets* dos *posts* 3 e 4, bem como das postagens do *Instagram* (*Posts* 1 e 2). Então já que de fato esses usuários não podem aniquilar a causa da tristeza (no sentido de eliminar a sua existência de fato – matar, porque a lei não permite), utilizam das funcionalidades das redes sociais para manifestar e compartilhar seu desejo (de excluir a ameaça) e ganhar coro, com aqueles que compartilham dos mesmos pensamentos e interesses.

Além do compartilhamento do desejo de exclusão e eliminação daquilo que ameaça a potência de agir desses usuários, as redes sociais digitais também vêm atuando na

modulação e na formação de opinião e decisão destes mesmos usuários, como é o caso do *WhatsApp*. Na última eleição presidencial, esta plataforma digital foi amplamente utilizada, assim como em 2018, principalmente pelo seu grande o peso de comunicação e pela impossibilidade de monitorar autores, origens e o impacto da desinformação nesse aplicativo (MOTA, 2022).

Após a divulgação do resultado da eleição presidencial de 2022, que consagrou Luís Inácio Lula da Silva como vitorioso, os apoiadores do candidato Jair Bolsonaro, inconformados com a derrota, utilizaram uma interessante tática para contestar o resultado eleitoral. Com o objetivo de chegar a todos os cantos do Brasil, começaram a compartilhar uma mensagem convidativa, enviada por *WhatsApp* buscando chegar em mais apoiadores de Jair Bolsonaro. O convite se referia a protestos e invasão às instituições do Congresso Nacional e ao Supremo Tribunal Federal, em caso de vitória do candidato Lula no primeiro turno.

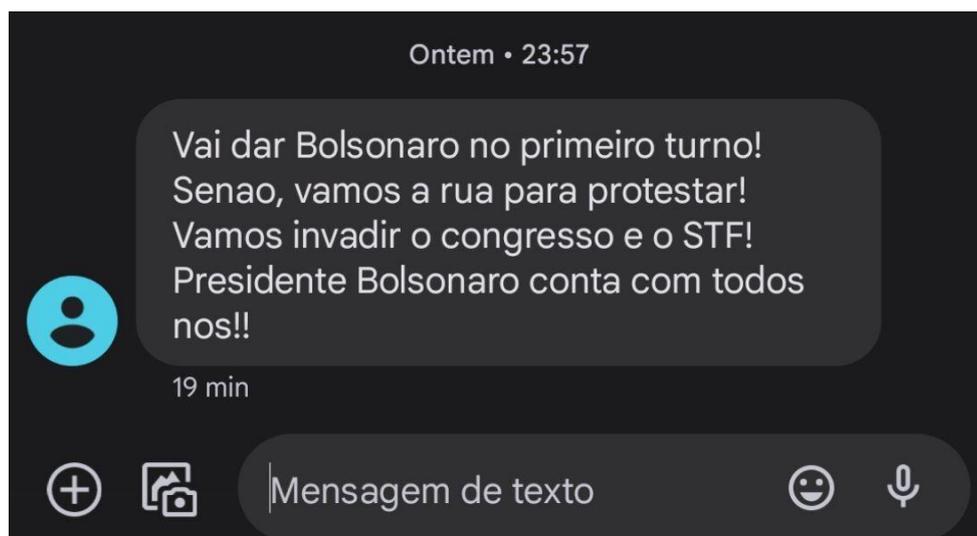


Figura 4: *Post 5*

Fonte: Material coletado do *WhatsApp* via Tribunal Superior Eleitoral (2022)

E de fato foi o que ocorreu. Com a vitória do candidato do PT no segundo turno da eleição de 2022, no dia 08 de janeiro de 2023, apoiadores do candidato derrotado se agruparam pelas redes sociais e se uniram para invadir o Congresso Nacional, o Supremo Tribunal Federal (STF) e o Palácio do Planalto. A Polícia Militar entrou em confronto com os bolsonaristas radicais na Esplanada dos Ministérios, em Brasília, mas ainda assim, não impediu que os mesmos adentrassem e depredassem as instituições, que inclusive estavam munidos de pedaços de pau, pedras, etc. (G1-DISTRITO FEDERAL, 2023).

Além do *WhatsApp*, o *Twitter* também foi utilizado para a convocação dos atos democráticos. Algumas postagens publicadas nesta rede social mostram que a manifestação bolsonarista foi planejada com dias de antecedência, com o objetivo de dar um golpe de Estado. Panfletos começaram a circular desde o dia 03 de janeiro de 2023 com a mensagem de “tomada pelo povo” do Congresso Nacional. Algumas das postagens de convocação estavam acompanhadas com a expressão “Festa da Selma”, uma referência à “selva”, uma gíria militar (METRÓPOLIS, 2013).

Post 6



Post 7



Figura 5: Posts 6 e 7

Fonte: Material coletado via *Twitter* pela autora do trabalho (2022)

A organização para a invasão e depredação às casas dos três poderes em Brasília por parte dos bolsonaristas radicais teve grande participação e influência das redes sociais digitais, que permitiram que essas pessoas realizassem uma espécie de planejamento e convocação implícita da população para os protestos, mas que na verdade, tratavam-se de atos antidemocráticos.

Devido as funcionalidades e recursos das redes sociais, essa convocação para um golpe de Estado ficou camuflada, como demonstram os *posts* 6 e 7, onde os usuários do

*Twitter* utilizam da rápida propagação e compartilhamento desta plataforma digital, para que o verdadeiro teor da mensagem chagasse ao máximo de pessoas e apoiadores possível.

Com base nos *posts* 6 e 7, assim como nas demais postagens acima demonstradas, percebemos como as redes sociais constituem um campo de atuação perigoso no que se refere à questão política, especialmente para a manifestação de subjetividades explicitamente odiosas, que dificilmente fora do espaço virtual, seriam tão evidentes e explícitas.

Esse descarrego de discursos de ódio às opiniões e escolhas diferentes das suas nas redes sociais revela intimamente um desejo de excluir e eliminar aquilo que pensa e escolhe de forma diferente da sua. Com isso, as subjetividades dos usuários dos posts exemplificados aqui sentem que as suas existências passam para uma perfeição menor, ou seja, a um menor grau de realidade, em razão do seu candidato não ter sido eleito, como desejavam que acontecesse.

Assim, esses usuários são tomados e controlados pelo afeto da tristeza e, conseqüentemente, sentem que a sua individualidade é enfraquecida. E na tentativa de fortalecer novamente o seu *conatus*, eles buscam uma alegria flutuante, precária, por meio do sentimento de acolhimento daqueles que pensam do mesmo modo (eleitores e apoiadores de Jair Bolsonaro, inconformados e insatisfeitos com a vitória do candidato do PT).

Nas redes sociais digitais, a partir da destilação desses discursos contra os eleitores e apoiadores do Lula, esses usuários dominados pelo afeto do ódio, buscam outras imagens que se componham com sua auto-imagem, nos traços identitários e nos interesses (ESPINOSA, 2019).

Dessa forma, esses discursos de ódio demonstrados nas postagens acima são manifestações de que estes usuários estão sob controle do afeto do ódio, o que os fazem buscar eliminar a causa da sua tristeza e exclusão da existência da ameaça daquilo que diminui ou refreia a potência de agir dos seus corpos. Logo, estes usuários se esforçam, tanto quanto podem, por se recordar de coisas que excluam a existência das primeiras, ou seja, excluam a existência dos eleitores e apoiadores do candidato do candidato do PT.

### **5.3 O ódio nas redes sociais: indústria das *fake news***

A disseminação de discursos de ódios por meio das notícias falsas ou *fake news*, também constitui uma das principais características das sociedades em redes e

principalmente das sociedades 24/7, marcadas sobretudo, pela aceleração e rapidez dos tempos atuais. Como citado outrora, as redes sociais digitais têm contribuído para a consolidação da indústria desse tipo de notícia, que compõem um sistema propositalmente criado para ser tendencioso à propagação de informações falsas, devido o potencial de circulação dessas plataformas (DELMAZO; VALENTE, 2018).

Um dos principais campos onde é possível perceber a utilização das *fake news* é no ramo da política, a exemplo do bolsonarismo no Brasil, onde os apoiadores de Jair Bolsonaro se utilizaram em larga escala dessas ferramentas para compartilhar e espalhar notícias falsas e tendenciosas nos períodos de campanha eleitoral, em 2018 e 2022.

O que é mais grave é que essa disseminação tem o consentimento dessas companhias, pois geralmente os temas que são alvo das *fake news* geram muito engajamento, compartilhamento, visualizações e comentários nas redes sociais, o que resulta em mais lucros para estas empresas, em razão de seus usuários que as alimentam, sem considerar as consequências que podem provocar na esfera social, política, estatal, etc.

Com relação à utilização das *fake news* na esfera política, principalmente na rede social *WhatsApp*, Trindade (2022) afirma que:

O *WhatsApp* é a segunda rede social mais utilizada por brasileiros, com 120 milhões de usuários ativos mensais, é importante trazer à tona um fenômeno social intrinsecamente ligado a ela: consiste no seu intenso uso como canal de comunicação e propagação de discursos políticos, sobretudo durante as campanhas presidenciais de 2018, as quais ficaram muito marcadas pela disseminação em larga escala de notícias falsas. E embora algumas medidas isoladas não tenham dado conta de coibir por completo a disseminação de *fake news*, entendo que elas têm um caráter simbólico relevante. Elas evidenciam o reconhecimento formal por parte da corporação de que sua plataforma de redes sociais pode ser utilizada para interferir de forma negativa em processos democráticos (TRINDADE, 2022, p. 98-99).

Assim, percebemos que as redes sociais digitais têm sido utilizadas amplamente como armas e estratégias para fins diversos, não apenas na esfera política. Esse movimento contribui para uma visão de que estas plataformas são como uma “terra sem lei”, em razão das vantagens e facilidades das redes sociais, como por exemplo, os recursos de anonimato que as mídias interativas oferecem para ocultarem-se por meio de perfis falsos, endereços eletrônicos que não existem e principalmente por estarem atrás de uma tela (RECUERO, 2009).

Assim, geralmente os usuários que disseminam e compartilham essas *fake news* possuem um padrão de perfil comportamental<sup>28</sup>, independente do teor da notícia falsa, esses indivíduos revelam subjetividades movidas pelo afeto do ódio e valem-se desse recurso para praticarem ações odiantas como um mecanismo bem de inflação e fortalecimento do seu *conatus*.

Um das *fake news* mais disseminadas e compartilhadas nas redes sociais nas últimas campanhas eleitorais presidenciais, especialmente em 2018, foi a respeito da implementação por parte do Partido dos Trabalhadores (PT), representado pelo candidato Fernando Haddad, de um “kit gay” nas escolas.



Figura 6: Post 8

Fonte: Material coletado via *Instagram* pela autora do trabalho (2022)

A *fake news* se refere a um material que compõe o programa *Brasil sem Homofobia* intitulado “Aparelho Sexual e Cia.”, destinado para gestores e educadores e elaborado por profissionais de educação, gestores e representantes da sociedade civil em geral. Inclusive, na época, o candidato Jair Bolsonaro foi à imprensa espalhar essa *fake news* e seus apoiadores, utilizando-se da máscara do conservadorismo, propagaram esta notícia

<sup>28</sup> Tratamos desse delineamento de perfis de comportamento anteriormente, no item 3.4 sobre as redes e a dependência das interações permanentes entre os sujeitos. Também fica bastante evidente no documentário *O dilema das redes* (2020), que mostra a percepção dessas companhias de que as pessoas são dados que permitem a elaboração de padrões de comportamento por meio das ações dos usuários.

falsa rapidamente, inclusive novamente no período de campanha das eleições presidenciais de 2022.

O *post* 8 mostra a publicação feita por um usuário da rede social *Instagram*, onde o conteúdo afirma que a postagem não se trata de um discurso de ódio ou qualquer outra ilação do momento, pois são apenas fatos: que as crianças (nossos filhos) não merecem esse tipo de doutrinação. E ainda complementa com várias *hashtags* de cunho conservador e de apoio ao candidato Jair Bolsonaro nas eleições de 2022.

As *fake news* sobre o “kit gay” também foram largamente disseminadas nas redes *Facebook* e *YouTube*. Contudo, ainda em 2018, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) determinou, a partir de decisão que partiu do ministro Carlos Horbach, que as postagens publicadas nestas plataformas em que Bolsonaro falava sobre o “kit gay”, fossem removidos. Mesmo assim, as publicações sobre essa notícia continuaram sendo compartilhadas e disseminadas nas redes sociais, sendo utilizada como estratégia de campanha eleitoral, inclusive no pleito de 2022.

Com a determinação da remoção das postagens acerca do “kit gay” e a verificação de que a notícia propagada por Jair Bolsonaro e seus apoiadores era falsa, a imprensa começou a divulgar esse fato. Em um vídeo publicado no *Facebook* em 2018 com uma matéria da Globo News, a reportagem traz esclarecimentos sobre a inexistência do famoso “kit gay”, demonstrando que os bolsonaristas fizeram uma troca de informações a respeito de dois livros.

O livro que Jair Bolsonaro levou e mostrou no Jornal Nacional como sendo o “kit gay” era o livro “Aparelho Sexual e Cia.”. Após a repercussão de que tratava-se de uma *fake news*, como resposta e buscando desacreditar a imprensa, o filho de Jair Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro, foi ao *Twitter* questionar como poderia ser uma notícia falsa, se o livro possuía um carimbo de uma escola pública. Inclusive, no seu *tweet*, ele mostra o carimbo e a foto de um outro livro, como sendo o mesmo mostrado por seu pai no Jornal Nacional (*Post* 9).

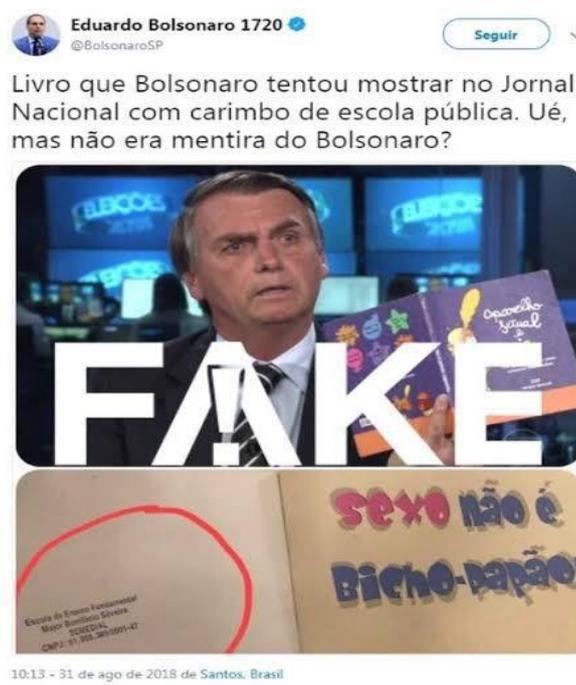


Figura 7: Post 9

Fonte: Material coletado via *Twitter* pela autora do trabalho (2022)

Contudo, não se tratava do mesmo livro. O material que Eduardo Bolsonaro mostrou no seu *tweet* era “Sexo não é bicho-papão” de Marcos Ribeiro e não o livro “Aparelho Sexual e Cia”. Na publicação do *Facebook* onde a matéria da Globo News esclarece essa confusão feita propositalmente pelos envolvidos, embora seja muito nítido o esclarecimento da troca que fizeram, muitos comentários ainda insistiam na existência e distribuição do “kit gay”.

#### Post 10



Como não existe? Pode não ter sido usado na sala de aula, mas se está na biblioteca tá na escola p/ser usado, qual o objetivo dos livros da biblioteca da escola? Da p/ ver até nas capas que as figuras são de crianças... E dentro tá escrito recomendado p/ crianças entre 5 e 6 anos, e as figuras são de crianças fazendo sexo... Eu ia considerar mentira, se o livro não existisse, e muito menos estivessem nas escolas... É a mesma coisa de eu deixar uma arma em cima da mesa, uma criança pegar matar outra, e eu dizer que não sou responsável, por que não dei a arma na mão dela...

4 ano Curtir Responder

#### Post 11



O livro existe sim. E está no plano de governo do PT. O mesmo não foi pra frente pq foi barrado o projeto. Pelo amor de Deus galera! Lêem o plano de governo. Tem ainda agora um livro do Haddad onde supostamente ele é a favor do relacionamento sexual entre pais e filhos. Não aceitem todas as histórias sem que alguma pessoa séria veja antes já que a maioria tem preguiça de buscar. Preferem comida mastigada. Me ajuda aí!

4 ano Curtir Responder

Figura 8: Posts 10 e 11

Fonte: Material coletado via *Facebook* pela autora do trabalho (2022)

Como observamos nos *posts* 10 e 11 coletados na rede social *Facebook*, os usuários utilizam de argumentos apelativos para validar aquilo que acreditam e defendem. É como se a notícia disseminada falsamente pelos bolsonaristas não precisasse ser verdadeira, apenas precisasse ser compartilhada, chegando ao máximo possível de apoiadores, ou seja, aqueles que compartilham da ideia de que o PT queria distribuir um material didático nas escolas brasileiras com um viés doutrinador a respeito da ideologia de gênero.

Em 2018, quando essa *fake news* começou a ser compartilhada e disseminada nas redes sociais, os usuários utilizaram de todos os mecanismos possíveis para fazer essa notícia chegar em todos os cantos e a todas as pessoas. Muitos vídeos foram compartilhados na rede social *YouTube*, por esse uma mídia de importante interação e expressão social e por suas características audiovisuais, que apresentam os conteúdos por meio de uma linguagem dinâmica que potencializa o teor do conteúdo publicado, como no caso do “kit gay”.



Figura 9: Posts 12 e 13

Fonte: Material coletado via *YouTube* pela autora do trabalho (2022)

Os comentários dos *posts* 12 e 13 foram coletados do *YouTube* de vídeos que reproduziam a *fake news* sobre a existência e distribuição nas escolas do “kit gay”. Percebemos, com base nos comentários das postagens, que há uma incongruência de informações a respeito da existência e inexistência do kit, da distribuição ou não distribuição do mesmo nas escolas, do projeto da esquerda de implantação da ideologia de gênero na educação básica no Brasil e de uma doutrinação contra os valores cristãos.

Para além de discursos de ódio propagados nas redes sociais, fica evidente uma propagação camuflada por meio das *fake news*, onde esses usuários buscam uma espécie de validação daqueles que possuem os mesmos interesses e compartilham das mesmas ideias. E, quando encontram, sentem-se confortáveis não apenas em compartilhar as notícias falsas (às vezes sabendo que são falsas), como também em manifestar e expressar suas verdadeiras idoneidades.

Assim, estes usuários (dos *posts* 10, 11, 12 e 13) são exemplos de subjetividades que usam dos recursos das redes sociais (compartilhamento em massa das *fake news*, por exemplo), para manifestar seus discursos intolerantes e narcísicos, buscando por meio dessas plataformas digitais, coro em outros sujeitos que possuem identificação em relação aos grupos ético-raciais, nacionais, ideológicos, políticos, familiares, interesses mercadológicos, entre outros.

Quando essas subjetividades encontram coro e validação dos seus discursos no espaço virtual utilizando dos mecanismos das redes sociais, partem para o “cancelamento” ou eliminação do outro virtual, suposta causa da tristeza desses usuários. Tal ação pode ser mais ou menos agressiva, descambando mesmo para a violência ou diminuição sistemática do outro para justamente eliminá-lo moralmente, psicologicamente, chegando mesmo a se promover a ameaça de eliminação física do usuário real que usa perfis nas mídias digitais.

Esse outro a ser eliminado, nos casos das postagens anteriores a respeito das *fake news* do “kit gay”, são aqueles que lutam contra a homofobia nas escolas, nos espaços públicos, aqueles que lutam a favor dos direitos e dignidade da comunidade LGBTQIA+, etc. Além disso, como na rede social o corpo é feito de imagem e discurso, o “conservadorismo” disfarçado de preconceito e ódio impregnado nos comentários dos *posts* 10, 11, 12 e 13 é a manifestação de desejo de exclusão da imagem do outro que entristece as subjetividades destes usuários.

Isso porque eles sentem diminuída a sua suposta auto-importância e a partir de então, são tomados pelo afeto do ódio por aqueles que enfraquecem sua potência de agir,

desejando afastar aquela imagem e aquele traço de seus corpos. Essa reação, manifestada nos comentários das postagens anteriores, é consequência do conhecimento inadequado, ao qual Espinosa (2019) também chama de imaginação, tendo em vista que estes usuários só conseguem perceber os efeitos e não as causas dos acontecimentos e das coisas.

Com isso, percebemos que a indústria das *fake news*, tão presente nos dias atuais nas redes sociais, contribuem significativamente para a produção de subjetividades como aquelas demonstradas nos *posts* 10, 11, 12 e 13. O compartilhamento e replicação desse tipo de conteúdo potencializam a inflação do eu destes usuários, bem como de diminuição do outro, pois como já foi dito, trata-se de um sistema com fins bem determinados, marcado por uma dubiedade factual com uma finalidade camuflada (DELMAZO; VALENTE, 2018).

Isso porque essas “mensagens falsas, embora pareçam verdadeiras, são intencionalmente produzidas com a intenção de influenciar pessoas ou grupos em prol de interesses específicos, majoritariamente políticos” (LEMOS; OLIVEIRA, 2020, p. 195). Assim, quando Jair Bolsonaro foi até o Jornal Nacional mostrar o livro “Aparelho Sexual e Cia” como sendo o material do dito “kit gay”, ele provavelmente sabia que iria ser desmascarado e que a imprensa divulgaria que tratava-se de uma *fake news*.

Porém, ele plantou a semente e as redes sociais fariam o resto do serviço através dos usuários que perceberam suas subjetividades representadas pelo discurso propagado por ele, pautado na pseudodefesa dos valores morais, da família, da pátria, da preservação das crianças, da não implantação da ideologia de gênero nas escolas, etc.

Assim, a *fake news* sobre o “kit gay” foi apenas mais uma dentre tantas outras que são disseminadas nas redes sociais com a finalidade de manipular pessoas ou grupos em prol de interesses específicos previamente determinados, influenciando na produção de sujeitos que incitam discursos de ódio ao outro, produzindo uma socialização baseada na polarização, na identificação moral a traços de personalidade e na recusa da razão.

#### **5.4 O ódio nas redes sociais: racismo**

Outro tema bastante gerador de discursos de ódio nas redes sociais é o racismo, sobretudo vindo de pessoas brancas. Antes o que era falado somente nos encontros de família e de amigos, agora passou-se a utilizar as redes sociais de forma naturalizada para expor as suas crenças e os seus ideais quando se conectam aos ambientes virtuais, como o racismo, que sempre esteve enraizado no “discurso dos brancos, nas suas práticas do cotidiano e na

história das civilizações, e segue sendo praticado nas plataformas virtuais, porque este crime, ainda que seja denunciado, permanece impune” (SOUZA; CASTRO, 2021, p. 22).

Segundo Trindade (2022), os discursos de ódios com cunho racista nas redes sociais estão geralmente disfarçados de piadas ou brincadeiras depreciativas, “que têm sido frequentemente utilizadas como veículo conveniente para a transmissão de ideologias racistas sem que os discursistas pareçam de modo flagrante racistas” (TRINDADE, 2022, p. 18), assim como de forma escancarada por meio de agressões diretas, sendo um problema que aumenta conforme o acesso à internet também cresce no país e as mulheres negras são as mais afetadas (TRINDADE, 2022).

Embora no direito brasileiro esteja preconizado que a promoção da prática do racismo é considerada como crime expresso na lei, seja por meio de ofensa, discriminação, intimidação e ameaça ao outro pelo fato de ter outra raça ou etnia, em qualquer meio ou forma de comunicação. Contudo, o discurso de ódio em si “não tem previsão legal, não tem uma lei que o define, o emissor manifesta suas opiniões odiosas muitas vezes utilizando o direito à livre liberdade de expressão como proteção ao seu discurso” (NANDI, 2018, p. 26).

Assim, muitos usuários acabam manifestando seus verdadeiros pensamentos, muitos deles extremamente preconceituosos e intolerantes, nas redes sociais, sobretudo pelos recursos que as mesmas possibilitam (anonimato, perfis falsos, esconderijo por trás da tela, endereços eletrônicos que não existem), para despejarem discursos de ódio de cunho racista, homofóbico, misógino, xenofóbico, etc. (AMARAL, 2016; RECUERO, 2009).

As redes sociais, como ferramentas que permitem a socialização e interação entre as pessoas criando e fortalecendo vínculos e relacionamentos na contemporaneidade, têm também revelado como mecanismos que potencializam a propagação de discursos de ódio de cunho racista, em todos os nichos, seja no esporte, na música, cinema, entre outros.

Poderíamos citar aqui uma infinidade de posts e histórias analisadoras como exemplos dessas subjetividades, mas selecionamos alguns que demonstram de forma mais explícita o teor odioso desses discursos. Em 2018, após uma partida de futebol pela semifinal da Copa do Brasil entre Cruzeiro e Palmeiras, o jogador Sassá (Cruzeiro) começou a receber diversos comentários ofensivos e ameaças em sua página na rede social *Instagram*.



Figura 10: *Post 14*

Fonte: Material coletado via *Instagram* pela autora do trabalho (2022)

As mensagens com discursos de ódio de cunho racista são recorrentes no mundo do futebol e neste caso, tiveram como principal motivação uma confusão que ocorreu após o jogo, onde o jogador Sassá teria dado um soco no jogador palmeirense Mayke. É evidente que este incidente não justifica os comentários expressos no *post 14*, onde os usuários chamam Sassá de “escravo maldito”, “cusão” e “porco imundo”.

Isso revela que a insatisfação com o ocorrido entre os dois jogadores foi apenas um pretexto para que estes usuários utilizassem das redes sociais para manifestar o desejo de inferiorizar e ridicularizar Sassá pelos seus traços étnicos. Quando o usuário o chama de “escravo maldito”, faz referência à escravidão no período colonial, que escravizou e vendeu os negros como mercadorias. A intenção deste sujeito foi unicamente reduzir e desqualificar Sassá publicamente, associando-o à escravidão, buscando relacionar a sua posição e profissão de jogador a um trabalho manual não qualificado (TRINDADE, 2022).

Desse modo, essa tentativa de ridicularização e redução da imagem e da profissão de Sassá no *Instagram* denota que os usuários do *post 14* estão mais uma vez manifestando aquilo que Espinosa (2019) chama de afeto do ódio, ou seja, a tristeza junto a uma ideia de causa externa (homem negro ocupando espaços dominados pela branquitude, com ascensão social e financeira).

Estes sujeitos que chamaram Sassá de “escravo maldito”, “cusão” e “porco imundo”, veem suas representações imaginativas envolvidas de ódio, compostas de ideias imaginativas, inadequadas, confusas e fontes de uma falsa interpretação. A partir disso, estes usuários tendem a tomar a parte pelo todo e a projetar sobre a natureza do objeto exterior seu efeito sobre ele (Sassá), por meio de comentários ofensivos e depreciativos, como a intenção de desqualificar e ridicularizar o jogador Sassá (GLEIZER, 2005).

Nesse sentido, conseguimos compreender esse fenômeno a partir do projeto ético da teoria dos afetos de Espinosa, ou seja, os usuários do *post* 14, por meio desse tipo de discurso, esforçam-se por afastar, excluir e destruir as afecções que afetaram seus corpos e mentes e que são responsáveis pela diminuição da sua força de potência, bem como pelo enfraquecimento do *conatus* (ESPINOSA, 2019; IMIANOWSKYA; VITÓRIA, 2020).

Estes sujeitos marcados por subjetividades odientas e racistas utilizam das redes sociais para expressar seus anseios de ridicularizar e ofender pessoas negras como Sassá, já que constituem um sistema midiático de interação social, que representa a fase mais acabada do desdobramento acelerado da comunicação na cultura, não apenas do ponto de vista da saturação, mas também da capacidade de modificar e transformar a própria estrutura social.

Muitos dos discursos de ódio com teor racista disseminados nas redes relacionam as vítimas com a escravidão, como uma forma de diminuir essas pessoas. No *post* 14 citamos o exemplo do jogador, assim como os exemplos demonstrados a seguir:

Post 15



Post 16



Figura 11: *Posts* 15 e 16

Fonte: Material coletado via *Twitter* pela autora do trabalho (2022)

Muitos dos discursos de ódio com teor racista disseminados nas redes sociais relacionam as vítimas com a escravidão, como uma forma de diminuir e desqualificar essas pessoas. No *post* 14 citamos o exemplo do jogador Sassá, assim como os exemplos demonstrados acima.

Os *posts* 15 e 16, na verdade, se referem à mesma publicação. A vítima sofreu racismo na sua conta no *Instagram* e compartilhou na sua página no *Twitter* o ocorrido com os seus seguidores. No *post* 16 está bastante explícito os comentários racistas e odiosos: “maldita princesa Isabel” e “burra p krlho” (uma linguagem abreviada, que quer dizer “burra para caralho”).

Mais uma vez, a pessoa que fez o comentário racista relaciona uma pessoa negra com o escravismo do período colonial, referindo-se à princesa Isabel, um símbolo do movimento negro e na história dos afrodescendentes, principalmente por ter assinado a lei Áurea que aboliu a escravidão no Brasil em 13 de maio de 1888. Essa menção no comentário não possui um cunho de reverência ou elogio, pelo contrário, é claramente um comentário depreciativo, que busca ridicularizar a vítima (TRINDADE, 2022).

Essa crescente disseminação de discursos de ódio com conteúdos racistas nas redes sociais é algo bem preocupante, sobretudo porque traz consigo um tipo de “convivência forçada” que é ampliada pela rapidez e velocidade de propagação destas plataformas, onde nem é necessária a presença física. Assim, devido às suas funcionalidades e particularidades, as redes possibilitam que várias escalas nos comportamentos racistas sejam disseminadas, dependendo das subjetividades odientas dos usuários racistas.

No nível mais baixo está o escárnio verbal, nas redes sociais este comportamento é bastante incentivado, tendo em vista a facilidade e rapidez em “postar” algum comentário ou aderir a condutas racistas. Numa escala um pouco mais acima estão às condutas que evitam o convívio, produz indiferença, o ato de se afastar quando alguém se aproxima ou não querer estar no mesmo ambiente, produzir aversão à presença. Mas acima esta a discriminação racial que nega o acesso ao exercício de algum direito ou seu reconhecimento, neste nível o racismo já encontra seu contorno institucional. O próximo passo é a segregação, que visa impedir o convívio entre os diferentes, gerando a criação de guetos, impedindo a assimilação: o diferente deve continuar diferente. O último grau é a agressão física, que começa de modo esporádico e casual com alguns indivíduos e chega ao extermínio premeditado e de massa (SANTOS; SILVA, 2013, p. 14).

Os usuários que apresentam esses elementos que levam à noção de ódio cunhada por Espinosa (2019) na teoria dos afetos, utilizam dessas diversas escalas de

comportamentos racistas, do mais baixo escárnio verbal até o mais alto grau, que é a agressão física, para manifestar suas verdadeiras subjetividades odiantas, intolerantes, preconceituosas e racistas no espaço virtual.

Santos e Silva (2013) explicam muito bem esse desejo de manifestação depreciativa e diminuidora do outro que ostenta alguma diferença (no caso dos comentários racistas nas redes sociais, que em sua maioria, partem de pessoas brancas). Ou seja, por meio desses discursos de ódio de cunho racista, esses usuários marcados por estas subjetividades tendem a segregar e afastar esse outro, com a intenção de que o diferente continue diferente.

O desejo de exterminar o outro que é diferente de alguma forma (seja na cor da pele, na escolha política, de gênero, de religião, de origem, etc.), nada mais é do que a busca pelo fortalecimento do *conatus* destes usuários e de imagens que afetam seus corpos de alegria e por meio dos recursos das redes sociais, encontram coro e outras subjetividades que se compõem com as suas. É por isso que essas pessoas usam tanto estas plataformas, pois elas reforçam traços identitários e signos imaginários que fortalecem o eu desses usuários e a imagem de quem são, afetando-os de alegria ou pelo menos, excitando-os (BOVE, 2010).

Esses discursos são veiculados nas várias redes sociais existentes. No *Facebook*, por exemplo, uma mulher (Jéssica Nuevo da Silva, de 41 anos) postou em sua conta um caso de racismo que sofreu em um grupo nesta rede social em junho de 2022. Após o ocorrido, além de compartilhar com os seus seguidores, ela registrou boletim de ocorrência para o caso em Poços de Caldas, no Sul de Minas Gerais (ESTADO DE MINAS, 2022).



Figura 12: *Post 17*  
Fonte: Estado de Minas (2022)

Na postagem, a vítima não revela o nome e o perfil do usuário que cometeu a injúria racial que, na legislação brasileira, é equiparada ao crime de racismo, por meio de comentário ofensivo “um creminho bom no cabelo que te odeia”. O comentário faz menção a uma característica cultural e simbólica dos negros, que é o cabelo, utilizando disso, para inferiorizar e menosprezar Jéssica Neuvo da Silva, pelos seus traços étnicos.

### **5.5 Analisando as subjetividades atravessadas pelo afeto do ódio**

Esse movimento na internet, de utilizar as redes sociais para propagar suas subjetividades odiantas, resvala na superficialidade que estes usuários estão imersos, fruto da ignorância oriunda do primeiro gênero do conhecimento, ou seja, inadequado e das suas imagens e signos que são elementos falsificadores da imaginação e que atravessam essas subjetividades movidas pelo afeto do ódio nessas plataformas, principalmente a partir da eliminação e do afastamento daquilo que diminui a sua potência de agir e existir (ESPINOSA, 2019).

As redes sociais dão a estes usuários detentores destas subjetividades odiantas a ideia de uma pseudoautonomia, na qual a conexão digital alimenta a ideia de escolha e autonomia no espaço virtual, uma ideia ilusória. Até porque trata-se do algoritmo que se transforma sozinho e controla as informações que essas pessoas recebem, de acordo com os interesses dessas companhias, explorando as vulnerabilidades dos seus usuários e delineando um comportamento digital e previsível, que os anunciantes utilizam para elaborar propagandas para gerar lucro através da disseminação de discursos de ódio (TRINDADE, 2022).

Contudo, essa ideia ilusória resulta nestes usuários o afeto da alegria, porém, uma alegria flutuante e provisória, pois basta que outra imagem que não se componha com sua auto-imagem afete novamente os corpos desses usuários, para que sejam tomados e dominados pelo afeto da tristeza mais uma vez, manifestado nos discursos de ódio direcionados ao outro que representa a causa da tristeza desses indivíduos (BOVE, 2010; GLEIZER, 2005; DELEUZE, 2002).

Assim, redes sociais de ampla utilização como o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube* e *WhatsApp*, vêm reverberando em diversas consequências, especialmente no crescimento de problemas psicossociais, como a intolerância política, a propagação de *fake news* para fins específicos, o racismo, entre tantos outros. Problemas estes que são

potencializados pelo uso excessivo e inadequado dessas mídias, pertencentes a uma sociedade que opera através de máquinas de controle, tornando-os ondulatórios que funcionam em órbita (DELEUZE, 1992).

Desse modo, para além de influenciar as pessoas, produzindo relações e limitações que acabam pesando nas suas escolhas, orientações, ideais, comportamentos e opiniões, as redes sociais também estão contribuindo na produção desse tipo de subjetividade, ou seja, aquela marcada por elementos específicos, dentre eles, aqueles que são atravessados pelo afeto do ódio.

Nesses discursos disseminados nas redes sociais, o afeto do ódio admite causa precisa para que seja possível entendê-lo em sua singularidade, já que esse afeto, de acordo com Espinosa (2019), possui propriedades de todas as outras coisas cuja mera contemplação causa prazer a esse tipo de subjetividade. Essa causa precisa é justamente a causa exterior que impacta esses usuários com o afeto da tristeza, que pode ser, por exemplo:

- Eleitores da esquerda;
- Eleitores do Lula;
- Nordestinos;
- Negros;

Esses elementos são nitidamente percebidos no presente trabalho a partir da cartografia realizada da prática do ódio nas redes sociais por meio da análise de alguns *posts* e algumas histórias analisadoras como forma para mapear essas subjetividades atravessadas pelo afeto do ódio, conforme as postagens apresentadas anteriormente.

Todas essas postagens revelam a causa da tristeza dos usuários que fizeram algum comentário ofensivo, com o objetivo de inferiorizar e reduzir o outro. Ou seja, eliminar aquilo que lhes causou algum tipo de impotência e diminuição na sua capacidade de agir, pois trata-se de uma tristeza. No espaço virtual, esses indivíduos constroem relações e encontros com outros e alguns desses encontros, podem ser maus encontros, encontros que os entristecem e os dominam através do ódio, que é quando identificam a causa dessa tristeza, associando-a com a relação da sua existência com aquilo que lhes faz mal (JAQUET, 2011).

Esses maus encontros fazem com que estes usuários manifestem suas subjetividades odientas nas redes sociais, por meio de discursos desejanter de perseverar no seu ser as coisas enquanto estão em si. Esse esforço de perseverar se constitui como um ponto essencial da teoria da afetividade de Espinosa (2019), especialmente por se tratar de

uma manifestação particular da potência global da natureza humana, uma vez que a ética espinosana possui profunda relação com o entendimento da função social que os afetos exercem sobre o *conatus* humano (BOVE, 2010; GLEIZER, 2005).

Nesse sentido, os discursos de ódio propalados por esses usuários nas redes sociais constituem esse esforço dos mesmos em perseverar no seu próprio ser e esse esforço nada mais é do que a sua essência atual (E III P 7). Assim, realizam o movimento de busca de destruição da causa que os entristecem, e justamente por isso, que o ódio em Espinosa (2019) tem utilidade na ligação com o medo, e por se tratar de afetos políticos e sociais, acabam contribuindo como uma forma de governar e manipular as pessoas.

E nada mais facilitador e estratégico do que utilizar as redes sociais para potencializar esse movimento, sobretudo, por possuírem aquelas características descritas outrora por Trivinho (1998): aterritoriais, invisíveis, altamente velozes, interativas e plenamente saturadas.

As redes sociais digitais tornaram-se um ambiente de expressão do Eu, um espaço onde o sujeito pode se expressar. Transformaram-se em disseminadoras em massa de informações, verídicas, inverídicas, de opinião, de ideologia, de qualquer assunto que o usuário queira compartilhar. Perfis mau intencionados podem utilizar as redes sociais para propagar ideologias que atentem contra a democracia, ou contra os direitos individuais das pessoas. Através de comentários, piadas ou opiniões, são elaborados discursos de ódio que discriminam, ofendem e tentam tirar da vítima sua legitimidade em se expressar ou ser quem ela é, querem impedi-las de ocupar o mesmo espaço público (NANDI, 2018, p. 13).

As postagens utilizadas aqui como exemplificação dessas subjetividades movidas pelo afeto do ódio evidenciam justamente isso colocado pelo autor acima, de buscarem discriminar, ofender, invalidar e inferiorizar o outro que é diferente desses usuários de alguma forma ou que não compartilham dos mesmos pensamentos, hábitos, crenças e ideais.

E para desacreditar e diminuir as opiniões, crenças e ideais desse outro que é ou pensa diferente, esses usuários marcados por subjetividades tristes, usam dos recursos disponibilizados pelas redes sociais para manifestar seu desejo de eliminar a causa da sua tristeza. Porém, não percebem que essa eliminação e afastamento daquilo que diminui a sua potência de agir não irá de fato fortalecer novamente o seu *conatus*, tendo em vista que esses usuários estão imersos naturalmente no conhecimento imaginativo e parcial, que está fragmentado do todo.

Essa imersão ocorre por sermos seres finitos e por isso, perseveramos em um esforço afetivo e racional, o que resulta em passarmos a maior parte de nossas vidas e

momentos imersos no primeiro gênero do conhecimento, ou seja, na imaginação, fazendo com que construamos ideais e crenças acerca de como as coisas deveriam ser, a partir de nossa percepção limitada da realidade, baseada apenas nos afetos oriundos de signos ou imagens que nos afetam, e não como elas realmente são (ESPINOSA, 2019; JAQUET, 2011; FREITAS, 2013).

Para além de construir esses pseudoideais, as grandes redes sociais da atualidade, a exemplo do *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube* e *WhatsApp*, têm contribuído também para o fortalecimento, perpetuação e naturalização dessas percepções limitadas e imagéticas (SIBILIA, 2016).

Construídos e solidificados esses ideais, os usuários marcados por essas subjetividades possuidoras de elementos atravessados pelo afeto do ódio, os levam a uma questão prática, ou seja, a um movimento de destruição daquilo que os causam tristeza ou que agridem os seus ideais, podendo inclusive, provocar a destruição física, isto é, a morte, na busca por destruir aqueles que são considerados ameaças aos seus ideais.

Desse modo, a partir da teoria dos afetos de Espinosa (2019), passamos a entender o porquê que esses usuários proliferam discursos de ódio nas redes sociais, como nas postagens exemplificadas sobre política, indústria das *fake news* e racismo. O padrão percebido entre os discursos de ódios das postagens analisadas, embora sejam de temas diferentes, é que há uma predominância nos discursos de uma diminuição e redução do outro no mesmo movimento de ampliação exagerada do eu.

Por isso que o movimento de afastar e excluir a causa da tristeza não é o caminho adequado para o aumento da potência de agir, muito menos para o fortalecimento do *conatus* humano. Pois esse movimento está pautado no ódio, que nada mais é do que afeto da tristeza junto a uma ideia de causa externa, e por isso mesmo, em vez de fortalecer o *conatus*, o ódio o enfraquecerá por meio da separação e segregação entre as pessoas e os grupos, em torno dos seus próprios ideais, fazendo-os guerrear entre si, dividindo-os e permitindo todo o controle político e econômico por parte dos que estão no poder.

Por conseguinte, essas subjetividades atravessadas pelo afeto do ódio demonstradas nas postagens aqui analisadas, estão marcadas pelos afetos que derivam da tristeza e, portanto, constituem afetos sociais e políticos que podem ser utilizados para o controle e modulação das sociedades contemporâneas.

## 6. CONCLUSÃO

Buscar entender esse fenômeno a partir da teoria dos afetos de Baruch de Espinosa, de que esse ódio ao outro praticado e disseminado nas redes sociais trata-se do afeto da tristeza enquanto somos conscientes disso, gerado por uma percepção limitada da realidade, advinda dos signos ou imagens que nos afetam, nos fornece uma possibilidade mais profunda de compreensão, tanto da perspectiva da Filosofia, quanto da Psicologia Social, já que este autor conversa muito bem entre esses dois campos do saber.

A imersão que vivemos hoje no mundo virtual e a dependência interativa das redes sociais entre os sujeitos, das funcionalidades e praticidades dos aplicativos bancários, de locomoção, de *delivery* de comida, de documentação digital, entre outros, fazem destas plataformas grandes empresas atuantes no mercado, que crescem conforme o número de usuários também aumenta.

É uma cadeia de conexão, que movimenta não apenas capital, como também modula as culturas nas quais estão inseridas, interferindo e influenciando na forma de pensar das pessoas, nas suas escolhas e nos seus ideais. E justamente pelas características e recursos das redes sociais, é que citamos outrora a semelhança das mesmas com o sistema rizomático de Deleuze e Guattari (1995).

Tendo em vista que um rizoma possui sempre múltiplas e conexões, as plataformas de mídias sociais também atuam nesse sentido, de possibilitar uma infinidade de conexões aos seus usuários, inclusive para expressar suas subjetividades movidas pelo ódio no *cyberespaço*, por meio de comentários em postagens ofensivas e odiosas direcionadas ao outro que é visto como uma ameaça e causa da diminuição e enfraquecimento da potência de agir e existir desses usuários.

Perceber as redes sociais da atualidade como um sistema rizomático facilita o entendimento do processo de produção de subjetividades movidas pelo afeto do ódio nestes espaços, pois são mecanismos reguladores, que funcionam a partir de uma lógica não fechada, uma vez que o rizoma, assim como as redes sociais digitais, são mecanismos compostos por linhas de intensidade e não de formas, se movendo e se expandindo em todas as direções possíveis, tendo como principal característica a conexão de pontos.

Essa dinâmica de funcionamento rizomático das redes sociais contribui para a “fabricação” de uma forma estratificada de efetivação dos desejos e de subjetivação dos usuários detentores de elementos específicos, como aqueles que são atravessados pelo afeto

do ódio. Isso explica porque esses usuários se sentem confiantes e validados para manifestar e expressar esses elementos publicamente, ainda que existam políticas das próprias plataformas para coibir o compartilhamento de discursos de ódio, bem como legislações que “asseguram” sanções para os usuários que cometam crimes cibernéticos.

Mas o ponto aqui não é simplesmente cobrar punições ou buscar formas de vingança para os usuários que incitam e propagam discursos e práticas de ódio ao outro nas redes sociais, muito menos implantar no leitor uma ideia de “cancelamento” virtual destes sujeitos. A questão aqui é bem mais profunda do que isso, pois, para além de destacar a relevância de retratações para as vítimas e sanções para os mesmos, é preciso cautela e atenção para os fatores que os levam a tais comportamentos e ações no espaço virtual, que muito provavelmente não seriam os mesmos em um confronto direto, cara a cara.

Desse modo, a partir do que foi exposto e discutido, sobretudo com base nas postagens e histórias analisadoras das subjetividades movidas pelo ódio, por meio de comentários ofensivos e depreciativos demonstrados nos exemplos, constatamos que os elementos que atravessam a produção dessas subjetividades são elementos falsificadores do primeiro gênero do conhecimento, que resultam na disseminação do afeto do ódio nas redes sociais, representado como um tipo de mal, insurgido da ignorância que é consequência das imagens e dos signos decorrentes da imaginação ao qual esses sujeitos estão inseridos.

Esses elementos constituem a causa externa provocadora da tristeza desses usuários e podem ser qualquer aspecto que implique na diferença, como por exemplo, opinião e escolha política diferentes da sua, características regionais diferentes da sua, cor da pele diferente, etc. De certo que essa disseminação de ódio ao outro na internet revela intimamente um desejo de excluir e eliminar aqueles sujeitos que pensam e escolhem de forma diferente da sua, através de comentários e posts ofensivos, depreciativos e diminuidores.

O desejo de eliminação e diminuição sistemática do outro por parte destes usuários das postagens aqui exemplificadas, seja eliminando-o moralmente, psicologicamente, ou mesmo por meio de ameaça de eliminação física, evidencia nestes sujeitos subjetividades marcadas por existências que passaram para uma perfeição menor, ou seja, a um menor grau de realidade, pelo outro que é diferente, passando a enxergá-lo como uma ameaça à sua potência de agir e ao seu *conatus*.

E como forma de excluir tal ameaça, são tomados e controlados pelo afeto da tristeza, o que faz a sua individualidade ser enfraquecida, resultando na reação de buscar

fortalecer novamente o seu *conatus*, por meio da eliminação da causa da sua tristeza e exclusão da existência da ameaça daquilo que diminui ou refreia a potência de agir dos seus corpos. Isso demonstra que estes usuários se esforçam, tanto quanto podem, por se recordar de coisas que excluam a existência das primeiras, ou seja, excluam a existência daqueles que pensam e escolhem de maneira diferente deles.

Sendo assim, concluímos que os objetivos propostos neste trabalho foram alcançados, levando em consideração que trata-se de uma pesquisa explicativa, ou seja, buscamos aqui a compreensão ou explicação de um determinado fenômeno, por meio de análises que utilizam as correlações para estudar relações entre dimensões ou características deste fenômeno, buscando explicar o porquê determinados sujeitos incitam e propagam discursos e práticas de ódio ao outro nas redes sociais, tal como foi feito.

No mais, destacamos aqui a importância da elaboração de estudos e pesquisas sobre esse tema, devido sua relevância acadêmica e social, pela necessidade de materiais atuais para servir de referência para futuros estudos e por ser uma temática que envolve toda a sociedade atual, já que as redes sociais são parte constitutiva do mundo contemporâneo.

## REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Lisiane Machado. **As potencialidades do pensamento geográfico: a cartografia de Deleuze e Guattari como método de pesquisa processual.** Anais Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4047519/mod\\_resource/content/0/Deleuze%20e%20o%20me%CC%81todo%202.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4047519/mod_resource/content/0/Deleuze%20e%20o%20me%CC%81todo%202.pdf) Acesso em: 10/04/2021.
- ALMEIDA, Eva. **Plataforma de vídeo Youtube no processo de alfabetização: um estudo de caso com professores dos anos iniciais.** 2019. 51 f. Trabalho de Conclusão de Curso de especialização em Mídias na Educação, Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias na Educação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.
- ALVES, Ana Elisabeth de Brito. Et al. **O uso das redes sociais em época de pandemia** – um estudo de caso aplicado em quatro escolas técnicas estaduais de Pernambuco. Sociedade 5.0: Educação, Ciência, Tecnologia e Amor. Recife. Iv Cointer PDVGT, 2020. Disponível em: <https://cointer.institutoidv.org/smart/2020/pdvgt/uploads/480.pdf> Acesso em: 29/06/2021.
- AMARAL, Rogério do. **Exposição privada nas redes sociais: uma análise sobre o Facebook na sociedade contemporânea.** Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em educação da Faculdade de Ciências e Tecnologia – PPGE/FCT/UNESP/PP/SP, como exigência parcial para a obtenção do título de Doutor em Educação. Presidente Prudente – SP, 2016.
- BOVE, Laurent. **Espinosa e a Psicologia Social: ensaios de ontologia política e antropogênese / Laurent Bove; revisão técnico-filosófica Marcos Ferreira de Paula; organização David Calderoni.** – Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.
- BRASIL, Ministério da Saúde. **Guia Orientador para o enfrentamento da pandemia covid-19 na Rede de Atenção à Saúde: 4ª edição.** Brasília, março de 2021. Disponível em: [https://www.conasems.org.br/wp-content/uploads/2021/04/Covid-19\\_guia\\_orientador\\_4ed.pdf](https://www.conasems.org.br/wp-content/uploads/2021/04/Covid-19_guia_orientador_4ed.pdf) Acesso em: 18/10/2021.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade.** / Jean Burgess e Joshua Green; com textos de Henry Jenkins e John Hartley; tradução Ricardo Giassetti. – São Paulo: Aleph, 2009.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** Tradução: Roneide Venancio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.
- CESÁRIO, Jonas Magno dos Santos; FLAUZINO, Victor Hugo de Paula; MEJIA, Judith Victoria Castillo. **Metodologia científica: Principais tipos de pesquisas e suas características.** Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 05, Ed. 11, Vol. 05, pp. 23-33. Novembro de 2020. ISSN: 2448- 0959. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/347363229\\_Metodologia\\_cientifica\\_Principais\\_tipos\\_de\\_pesquisas\\_e\\_suas\\_caracteristicas](https://www.researchgate.net/publication/347363229_Metodologia_cientifica_Principais_tipos_de_pesquisas_e_suas_caracteristicas) Acesso em: 02/09/2022.

CHAUÍ, Marilena. **A nervura do real II: imanência e liberdade em Espinosa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2000.

COSTA, Rogério da. **Sociedade de controle**. São Paulo em Perspectiva, 18(1): 161-167, 2004.

CRARY, Jonathan. **24/7: capitalismo tardio e os fins do sono**. Jonathan Crary. Título original: *24/7: Late Capitalism and the Ends of Sleep*. Tradução: Joaquim Toledo Jr. São Paulo: Ubu Editora, 2016. 144p.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. 1925-1995. **Mil platôs - capitalismo e esquizofrenia**, vol. 1 / Tradução de Aurélio Guerra Neto e Célia Pinto Costa. —Rio de janeiro : Ed. 34, 1995. 94 p. (Coleção TRANS).

DELEUZE, Gilles. **Post-Scriptum: sobre as sociedades de controle**. In: *Conversações*. Trad. de Peter Pál Pelbart. São Paulo: Editora 34, 1992.

DELEUZE, Gilles. **Espinosa, filosofia prática**. Ed. Escuta, São Paulo, 2002.

DELEUZE, Gilles. **Empirismo e Subjetividade: ensaio sobre a natureza humana segundo Hume**. Trad. De Luiz L. Orlandi. São Paulo: Ed. 34, 2001.

DELEUZE, Gilles. **Cursos sobre Spinoza** (Vincennes, 1978-1981). 2ª edição. Seleção e Introdução de Emanuel Fragoso e Hélio Rebello Jr. Fortaleza: Editora da UECE, 2012.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C.L. **Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques**. Revista MEDIA&JORNALISMO, 2018. Disponível em: 5682-Texto%20do%20Artigo-21421-1-10-20180518.pdf Acesso em: 30/04/2021.

ESTADO DE MINAS. **Mulher sofre racismo no Facebook e registra BO em Poços de Caldas**. Site Estado de Minas, por Sílvia Pires em 11/06/2022. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2022/06/11/interna\\_gerais,1372828/mulher-sofre-racismo-no-facebook-e-registra-bo-em-pocos-de-caldas.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2022/06/11/interna_gerais,1372828/mulher-sofre-racismo-no-facebook-e-registra-bo-em-pocos-de-caldas.shtml) Acesso em: 14/02/2023.

FALCÃO, Flaviane Novais. **O Instagram e a sociedade de consumo: Uma análise da utilização do marketing no aplicativo pelas marcas Colcci e Farm**. Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social, Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel. Juiz de Fora, 2015.

FERREIRA, Flavia Turino. **Rizoma: um método para as redes? Liinc em Revista**, v.4, n.1, março 2008, Rio de Janeiro, p.28-40. Disponível em: 3147-Texto%20do%20artigo-7358-3-10-20090624.pdf Acesso em: 30/04/2021.

FERREIRA, Gonçalo Costa. **Redes Sociais de Informação: uma história e um estudo de caso.** Perspectivas em Ciência da Informação, v.16, n.3, p.208-231, jul./set. 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/pci/v16n3/13.pdf> Acesso em: 30/04/2021.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FRANDOLOSO, Luís Fernando. **Retratos do cotidiano: o instantâneo fotográfico a partir da Polaroid até o Instagram.** Encontro Nacional de Pesquisa em Comunicação e Imagem - ENCOI 24 e 25 de novembro de 2014. Disponível em: <http://www.uel.br/eventos/encoi/anais/TRABALHOS/GT6/RETRATOS%20DO%20COTIDIANO%20O%20INSTANTANEO.pdf> Acesso em: 09/02/2023.

FREITAS, Flávio Luiz de Castro. **Pressupostos Espinosanos da crítica histórico-psicológica.** Revista Conatus, Filosofia de Spinoza, v. 7, n. 13, junho 2013.

G1-DISTRITO FEDERAL. **Terroristas bolsonaristas invadem Congresso Nacional, Palácio do Planalto e STF, em Brasília:** Militares tentaram, mas não conseguiram, conter terroristas com spray de pimenta e bombas de efeito moral. Vândalos depredaram os prédios, sedes dos poderes da República. Por Afonso Ferreira e Walder Galvão, TV Globo e g1 DF, em 08/01/2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2023/01/08/bolsonaristas-radicaais-entram-em-confronto-com-a-policia-na-esplanada-e-sobem-rampa-do-congresso-nacional-em-brasilia.ghtml> Acesso em: 12/02/2023.

GIACOMO, Ana C.; ARENA, João B.; MYCZKOWSKI, Maria H. **Curtir, Clicar e Amar: a legitimidade do afeto nas Redes Sociais.** In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus, 2013.

GLEIZER, Marcos André. **Espinoza e a afetividade humana.** / Marcos André Gleizer. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

GUATTARI, Félix. **O inconsciente maquínico: ensaios de esquizo-análise.** Tradução Constança Macondes César e Lucy Moreira César. Campinas: Papirus Editora, 1988.

GUATTARI, Félix. **As Três Ecologias.** Campinas: Papirus Editora, 1990.

GUATTARI, Félix. **Caosmose: um novo paradigma estético.** Tradução Ana Lúcia de Oliveira e Lúcia Cláudia Leão. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

GUATTARI, Félix. Da produção de subjetividade. In: **Imagem-Maquínica.** Parente, A. (org). Rio de Janeiro, 34, 1993. p. 177-191.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Império.** Tradução de Berilo Vargas. – 5ª ed. – Rio de Janeiro: Record, 2003.

IMIANOWSKYA, André Gustavo; VITÓRIA, Carla de Almeida. **Psicologia e Afetividade em Espinoza: uma revisão crítica sobre o uso da teoria dos afetos.** Revista de Ciências Humanas, Florianópolis, v. 54, 2020.

JAQUET, Chantal. **A unidade do corpo e da mente:** afetos, ações e paixões em Espinosa. Tradução Marcos Ferreira de Paula e Luís César Guimarães Oliva. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2011.

JORNAL CONTÁBIL. **Redes Sociais crescem 40% durante a pandemia.** Rede Jornal Contábil, por Gabriel. 17 de agosto de 2020. Disponível em: <https://www.jornalcontabil.com.br/redes-sociais-crescem-40-durante-a-pandemia/> Acesso em: 28/01/2021.

LANDIM, Fátima Luna Pinheiro. Et al. **Estudo-síntese:** interfaces da análise de rede social com o campo da saúde mental. Cad. Saúde Colet., 2010, Rio de Janeiro, 18 (4): 527-35. Disponível em: [http://www.cadernos.iesc.ufrj.br/cadernos/images/csc/2010\\_4/artigos/CSC\\_v18n4\\_527-535.pdf](http://www.cadernos.iesc.ufrj.br/cadernos/images/csc/2010_4/artigos/CSC_v18n4_527-535.pdf) Acesso em: 29/06/2021.

LAURINO, Angélica Matais. **Um estudo sobre o YouTube enquanto ferramenta de ensino aprendizagem por crianças de 4º ano do ensino fundamental I.** Trabalho de Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Inovação e Tecnologias na Educação, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba – PA, 2020.

LEMOS, André; OLIVEIRA, Frederico. **Fake news no WhatsApp:** um estudo da percepção dos efeitos em terceiros. C&S – São Bernardo do Campo, v. 42, n. 1, p. 193-227, jan.-abr. 2020.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. – São Paulo: Ed. 34, 1996.

LIMA, Hugo de. **O Instagram e a sociedade de consumidores.** In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 18, 2013. Bauru. Anais... São Paulo: Intercom/Sociedade Brasileira de Estudos em Comunicação, 2013. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1258-1.pdf> Acesso em: 07/02/2023.

LIMA, T. C. S. de; MIOTO, R. C. T. **Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico:** a pesquisa bibliográfica. Revista Katállys. Florianópolis, 10 (número especial), p. 37-45, 2007. Disponível em: [https://pdfs.semanticscholar.org/1631/7ed88ef453073a488d79463a9482c9ba1600.pdf?\\_ga=2.51253609.1134370143.1638491254-730202054.1638491254](https://pdfs.semanticscholar.org/1631/7ed88ef453073a488d79463a9482c9ba1600.pdf?_ga=2.51253609.1134370143.1638491254-730202054.1638491254) Acesso em: 22/10/2021.

LOPES, Luciana. **Mídias sociais e redes sociais.** Apostila elaborada pela professora Luciana Lopes – Estácio, 2019. Disponível em: [https://tigubarcelos.files.wordpress.com/2019/04/apostila\\_midias\\_sociais\\_e\\_redes\\_sociais\\_.pdf](https://tigubarcelos.files.wordpress.com/2019/04/apostila_midias_sociais_e_redes_sociais_.pdf) Acesso em: 16/02/2022.

LOPES, Poliana; ARAÚJO, Denise Castilhos de. **O Twitter como fonte de História Oral:** análise da @vozdacomunidade na ocupação do Complexo do Alemão. Revista Brasileira de História da Mídia, VOL. 05 | Nº 02 | jul./dez. 2016.

MADEIRA, Carolina Gaspar; GALLUCCI, Laura. **Mídias Sociais, Redes Sociais e sua Importância para as Empresas no Início do Século XXI**. Anais Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII, Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – setembro de 2009. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/r4-1163-1.pdf> Acesso em: 18/02/2022.

MAFFESOLI, Michel, 1944- **Saturação** / Michel Maffesoli; tradução de Ana Goldberger. — São Paulo: Iluminuras : Itá Cultural, 2010.

MALAVÉ, Mayra Malavé. **O papel das redes sociais durante a pandemia**. Site IFF – Instituto Fernando Figueira, 18 Maio 2020. Disponível em: <http://www.iff.fiocruz.br/index.php/8-noticias/675-papel-redes-sociais> Acesso em: 27/06/2021.

MARTINS, André (org.). **O mais potente dos afetos: Spinoza & Nietzsche**; revisão técnica Danilo Bilate. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

MELCHIORETTO, Albio Fabian. **Redes sociais, rizoma e filosofia**. XIII Simpósio Integrado de Pesquisa FURB/UNIVILLE/UNIVALI 27 de agosto de 2015, Blumenau – SC. Disponível em: <https://proxy.furb.br/soac/index.php/sip/xiiisip/paper/viewFile/2041/500> Acesso em: 19/09/2021.

MELO, Igor Alves de. **Observações sobre os afetos primários de alegria e tristeza na Ética de Spinoza**. Mestrando em Filosofia, PPGF-UFRJ, Bolsista da CAPES, 2012. Disponível em: [https://seminarioppglm.files.wordpress.com/2012/10/igor\\_melo.pdf](https://seminarioppglm.files.wordpress.com/2012/10/igor_melo.pdf) Acesso em: 03/01/2023.

MENDES, Gabriel Cunha. **Canal “Outra História”**: o uso do Youtube como ferramenta pedagógica para o ensino de História. Dissertação de Mestrado Profissional em Ensino de História. UNIRIO, 2018.

METRÓPOLIS. **Bolsonaristas falavam em invadir Congresso e STF desde início de janeiro**: em redes sociais, bolsonaristas organizaram ato golpista com dias de antecedência. Por Natália Portinari em 08/01/2023. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/guilherme-amado/bolsonaristas-falavam-em-invadir-congresso-e-stf-desde-inicio-de-janeiro> Acesso em: 12/02/2023.

MIRANDA, Gabriella Alessi de. **Mídias sociais**: o marketing como forma de comunicação. Monografia apresentada ao Centro Universitário de Brasília – UniCEUB. Brasília/DF, outubro de 2010. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1828/2/20722628.pdf> Acesso em: 12/02/2022.

MÔNICA, Hospital Santa. **Redes sociais e saúde mental**: será que existe influência? Site Hospital Santa Mônica, 5 de novembro de 2020. Disponível em: <https://hospitalsantamonica.com.br/> Acesso em: 29/06/2021.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política.** Trad. Cláudio Marcondes. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

MOTA, Inês Montes Pinto Milheiro da. **O impacto da pandemia na utilização das Redes Sociais.** Dissertação apresentado à Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau de mestre em Gestão. Católica Porto Business School, abril de 2022.

NANDI, José Adelmo Becker. **O combate ao discurso de ódio nas redes sociais.** Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Tecnologias da Informação e Comunicação do Centro de Ciências, Tecnologia e Saúde da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para obtenção de Título de Bacharel em Tecnologias da Informação e Comunicação. Araranguá, 2018.

**O DILEMA DAS REDES (THE SOCIAL DILEMMA).** Diretor: Jeff Orlowski. Produção Original Netflix. Local: EUA, 2020.

OLIVEIRA, Verônica Almeida de; NASCIMENTO, Robéria Nádia Araújo. **Entre os nós da rede:** a estrutura rizomática dos ambientes virtuais em dinâmicas (re)construtivas de conhecimento. Ano VII, n. 13 - jul-dez/2014 - ISSN 1983-5930.

OLIVEIRA, Thiago Ranniery Moreira de; PARAÍSO, Marlucy Alves. **Mapas, dança, desenhos:** a cartografia como método de pesquisa em educação. Pro-Posições | v. 23, n. 3 (69) | p. 159-178 | set./dez. 2012. Disponível em:  
<https://www.scielo.br/pdf/pp/v23n3/10.pdf> Acesso em: 12/04/2021.

PAIVA, Vera Lúcia Menezes de Oliveira e. **A linguagem dos emojis.** Trab. Ling. Aplic., Campinas, n(55.2): 379-399, mai./ago. 2016. Disponível em:  
<https://www.scielo.br/j/tla/a/hnGPY5pRNFGBwKJ8JjHTjgF/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 02/02/2023.

PENACHIONI, Julia. GUIORDI, Patricia Cuccio. PRADA, Thiago. **A banalidade do mal na atualidade:** as redes sociais online como espaços de guerra. Aurora: Revista de arte, mídia e política. São Paulo, vol. 9, n. 25, 2016.

PIZA, Mariana Vassallo. **O fenômeno Instagram:** considerações sob a perspectiva tecnológica. Monografia apresentada à banca examinadora do Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília como exigência final para a obtenção do título de bacharel em Ciências Sociais com habilitação em Sociologia. Brasília, 2012.

**PRIVACIDADE HACKEADA.** Netflix. Direção: Karim Amer, Jehane Noujaim. Califórnia, 2019.

PUC-RIO. **Espinosa e a afetividade humana.** Puc-Rio, certificação digital nº 1012188/CA, 2018. Disponível em: [https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/20706/20706\\_3.PDF](https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/20706/20706_3.PDF) Acesso em: 26/01/2023.

RAVACHE, Guilherme. **Guerra civil pelo lucro:** como a luta pela sua atenção destrói a democracia. Site Carta Capital, publicado em 16/02/2022. Disponível em:

<https://www.cartacapital.com.br/opiniaio/guerra-civil-pelo-lucro-como-a-luta-pela-sua-atencao-destroi-a-democracia/> Acesso em: 19/02/2022.

RECUERO, Raquel. **Comunidades em Redes Sociais na Internet**: Proposta de Tipologia baseada no Fotolog.com. Trabalho apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Comunicação e Informação, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2006.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet** / Raquel Recuero. – Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura) 191 p.

REIS, Bruna Sthefany Souza dos. **“Você tem WhatsApp?”**: Um estudo sobre a apropriação do aplicativo de celular por jovens universitários de Brasília. Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Brasília/DF, Dezembro de 2013.

ROCHA, Ana Luiza Carvalho da; ECKERT, Cornelia. **A vida social é atualizar reciprocidades**. Revista de Ciências Humanas, Florianópolis, EDUFSC, Volume 43, Número 2, p. 491-499, Outubro de 2009. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/177605/000737633.pdf?sequence=1#:~:text=Para%20Simmel%2C%20a%20vida%20social,entrar%20de%20novo%20no%20seu> Acesso em? 30/04/2021.

ROCHA, Gabriel Gomes de Oliveira. **O poder do Twitter como ferramenta de comunicação**. Trabalho de Conclusão de curso apresentado à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Propaganda e Marketing do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB. Brasília, 2010.

RODRIGUES, Juarez Lopes. **O conatus imaginativo em Espinosa**: a produção da contingência e da ideia de finalidade. Trans/Form/Ação, Marília, v. 44, n. 1, p. 205-224, Jan./Mar., 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/trans/a/YBtnLXNPngvC45wRyCm4yMK/?lang=pt&format=pdf> Acesso em: 25/01/2023.

SAFERNET. **Indicadores da Central Nacional de Denúncias de Crimes Cibernéticos**. Safernet Brasil. Salvador – BA, 10/01/2025. Disponível em: <http://indicadores.safernet.org.br/> Acesso em: 05/02/2023.

SANTOS, Diana Pereira. **Marketing digital em redes sociais**: a propaganda online como ferramenta de influência ao consumidor digital. Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia de São Paulo. Caraguatatuba – SP, 2018.

SANTOS, Marco Aurélio Moura dos; SILVA, Mônica Tereza Mansur. **Discurso do Ódio na Sociedade da Informação**: Preconceito, Discriminação e Racismo em Redes Sociais. In: XXII Congresso Nacional do CONPEDI/UNINOVE - São Paulo-SP, 2013, São Paulo. Sociedade global e seus impactos sobre o estudo e a efetividade do Direito na

contemporaneidade. Florianópolis: FUNJAB, 2013. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=dc1fle86d49bb24c> Acesso em: 14/02/2023.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**. Paula Sibilia; coordenação César Benjamin – 2. ed., ver. – Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVA, Adriano Pereira da. **Conhecimento e afetividade em Espinosa**: da reforma da inteligência à potência do conhecimento como afeto. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Filosofia da Faculdade de Filosofia e Ciências da Universidade Estadual Paulista – UNESP – Campus de Marília, para a obtenção do título de Mestre em Filosofia. Marília – SP, 2012.

SOARES, Leonardo Barros; MIRANDA, Luciana Lobo. **Produzir subjetividades**: o que significa? Revista Estudos e Pesquisas em Psicologia, UERJ, RJ, Ano 9, N. 2, p. 408-424, 2º semestre de 2009. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/epp/v9n2/v9n2a10.pdf> Acesso em: 01/02/2023.

SOUZA, Carlos Henrique Medeiros de. CARDOSO, Carla. **As Redes Sociais Digitais**: Um mundo em transformação. Revista Agenda Social. 1. V.5, nº1, jan-abr/2011, p. 65 - 78, ISSN 1981-9862. Disponível em: <https://silo.tips/download/as-redes-sociais-digitais-um-mundo-em-transformacao> Acesso em: 10/08/2021.

SOUZA, Ivone Azevedo de; CASTRO, Amanda. **O racismo presente nos discursos nas redes sociais de pessoas brancas**. Revista Panorâmica – ISSN 2238-9210 - V. 34 – Set./Dez. 2021. Disponível em: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:8JMe1XdBjAIJ:https://periodico.scientificos.ufmt.br/revistapanoramica/index.php/revistapanoramica/article/view/1391/19192534&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br> Acesso em: 03/02/2023.

SOUZA, Juliana Lopes de Almeida; ARAÚJO, Daniel Costa de; PAULA, Diego Alves de. **Mídia Social WhatsApp**: uma análise sobre as interações sociais. Revista ALTERJOR Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP) Ano 06 – Volume 01 Edição 11 – Janeiro-Junho de 2015.

SOUZA, Karlla; CUNHA, Mônica Ximenes Carneiro da. **Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes**: uma revisão sistemática da literatura. Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Alagoas /Brasil. Educação, Psicologia e Interfaces, Volume 3, Número 3, p. 204-217, Setembro/Dezembro, 2019.

SPINOZA, Benedictus de. 1632-1677. **Ética**. Trad. De Tomaz Tadeu. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2019.

SPINOZA, Benedictus de. **Tratado Político**. Tradução, introdução e notas Diogo Pires Aurélio; revisão da tradução Homero Santiago. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

SOTERO, Frederico. **As redes sociais são um futuro da internet? E qual seria o futuro das redes sociais?** Texto publicado na plataforma da PUCMinas, 2009.

TEDESCHI, Sirley Lizott. PAVAN, Ruth. **A produção do conhecimento em educação: o Pós-estruturalismo como potência epistemológica.** Práxis Educativa, Ponta Grossa, Ahead of Print, v. 12, n. 3, set./dez. 2017. Disponível em: [www.revistas2.uepg.br/index.php/praxiseducativa](http://www.revistas2.uepg.br/index.php/praxiseducativa) Acesso em: 29/11/2020.

TELLES, André. **A Revolução das mídias sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas.** São Paulo- SP: Editora M. Books do Brasil editora Ltda. 2010.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **TSE comunica Ministério Público sobre disparos com mensagem golpista pró-Bolsonaro no Paraná.** Comunicação (Celepar), Por Agência O Globo, em 24/09/22. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/politica/tse-comunica-ministerio-publico-sobre-disparos-com-mensagem-golpista/241326/> Acesso em: 13/02/2023.

TRINDADE, Luiz Valério. **Discursos de ódio nas redes sociais.** Luiz Valério Trindade. – São Paulo: Jandaíra, 2022.

TRIVINHO, Eugênio. **Redes: obliterações no fim do século.** São Paulo: Annablume / FAPESP, 1998.

VERMELHO, Sônia Cristina; VELHO, Ana Paula Machado; BERTONCELLO, Valdecir. **Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores.** Educ. Pesqui., São Paulo, v. 41, n. 4, p. 863-881, out./dez. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ep/v41n4/1517-9702-ep-1517-97022015041612.pdf> Acesso em: 02/04/2021.