

ENTRE A ESPETACULARIZAÇÃO DA VIDA COTIDIANA E O PRAGMATISMO DOS TRABALHADORES EM PLATAFORMAS DIGITAIS: elementos teóricos para a compreensão das subjetividades no YouTube

BETWEEN THE SPECTACULARIZATION OF EVERYDAY LIFE AND DIGITAL WORKERS PRAGMATISM: theoretical elements for understanding subjectivities on YouTube

Lucas Hertzog Ramos¹

UFRGS: <https://orcid.org/0000-0001-9881-3648>

DOI: <https://doi.org/10.21680/1982-1662.2019v2n26ID15946>

Resumo

Exploramos neste artigo argumentos teóricos que nos auxiliam a compreender as características subjetivas mobilizadas na produção de vídeos para YouTube. A crescente espetacularização da vida cotidiana é percebida no contexto de produção de conteúdos como novas relações de trabalho que se desenvolvem mediadas por tecnologias digitais. A criação de diários extimos é tomada como estratégia pragmática da classe trabalhadora, um processo de reconfiguração subjetiva que ocorre na mobilização de personalidades como estruturas vinculantes da produção de valor na era da superexposição da intimidade. Em vez de trilharmos o caminho das críticas que relacionam a proliferação de conteúdos amadores com um suposto declínio cultural, buscamos explorar essa expansão como um dado empírico que ilumina fenômenos sociais constituintes do capitalismo flexível, no qual os trabalhadores são cada vez mais instados a empreender, utilizar novas

¹ Email: ramos.lh@gmail.com.

tecnologias digitais e se expor através de um processo de monetização de suas imagens, vozes, gestos, ideias e práticas veiculadas nos vídeos. Tal instrumentalização das subjetividades em prol da produção de valor é investigada à luz das teorias de Charles Taylor, David Riesman, Byung-Chul Han e Paula Sibília. Concluimos que os estudos em sociologia digital se beneficiam da articulação teórica com os autores apresentados e que explorações entre a sociologia digital e a sociologia do trabalho revelam uma promissora agenda de pesquisas.

Palavras-chave: YouTube. Publicização de si. Sociologia digital. Sociologia do trabalho.

Abstract

In this article we investigate theoretical arguments that help us understand the subjectivities involved in YouTube content creation. The increasing spectacularization of everyday life is analyzed as a new phenomenon in digitalized work relations on YouTube, what we might understand as a transition from users to workers generated content (UGC to WGC). Everyday exposure through videos is perceived as a pragmatic strategy of the working class, a process of subjective reconfiguration that occurs in the mobilization of personalities as binding structures of value production in the era of overexposure of intimacy. Rather than following the path of criticism that relates the proliferation of amateur content to a supposed cultural decline, we seek to analyze this expansion as empirical data that might illuminates social phenomena that are constituent of flexible capitalism, in which workers are increasingly urged to become entrepreneurs of themselves, using new digital technologies and exposing their everyday routines through a process of monetizing their images, voices, gestures, ideas and practices conveyed in the videos. Such instrumentalization of subjectivities for value production is investigated in the light of the theories of Charles Taylor, David Riesman, Byung-Chul Han, and Paula Sibília. We conclude that studies in digital sociology might benefit from the theoretical articulation with the presented authors and that

explorations between digital sociology and the sociology of work reveal a promising research agenda.

Keywords: YouTube. Workers Generated Content (WGC). User Generated Content (UGC). Digital sociology.

Introdução

O objetivo deste artigo é explorar argumentos teóricos que nos orientem na compreensão das características subjetivas mobilizadas na produção de vídeos para YouTube. Argumentamos que a visível espetacularização da vida cotidiana é melhor percebida no contexto de produção de conteúdo enquanto uma relação de trabalho, o que implica tomarmos a criação de diários extimos (SIBILIA, 2013) como estratégias pragmáticas da classe trabalhadora que toma isso como um processo de criação de valor. As críticas que por vezes percebem a proliferação de conteúdos amadores como um processo de declínio cultural, devem ser redirecionadas para que compreendamos esse processo como parte constituinte de uma fase do capitalismo flexível, no qual os trabalhadores são cada vez mais instados a empreender, utilizar as novas tecnologias digitais e se expor por um processo de monetização da imagem, voz, gestos, ideias e práticas veiculadas nos vídeos.

Pretendemos com isso nos inserir nas discussões que partem de fenômenos sociais decorrentes das interações online. O campo das humanidades digitais, e mais especificamente o da sociologia digital, vem sendo cada vez mais adensado por pesquisas que tentam compreender fenômenos sociais decorrentes destas novas formas de sociabilidades. Desde os clássicos estudos de Manuel Castells (2008) e da perspectiva visionária e bastante elogiosa à internet de Nicholas Negroponte (1997), emerge uma miríade de pesquisadores que passam a indagar sobre as implicações para os humanos em passarem cada vez mais tempo conectados. Daniel Miller e Heather Horst (2012), por exemplo, defendem que as tecnologias digitais estão se tornando uma parte constitutiva do que nos faz humanos, e isso leva a socióloga Deborah Lupton a sugerir que nós somos “seres humanos digitalizados” (2015, p. 7). Em uma perspectiva mais afeita às influências desse movimento na psique, Sherry

Turkle (2011) sustenta que estaríamos constituindo um novo *self* mediado pela tecnologia digital, especialmente através dos *smartphones*, a partir dos quais conseguimos nos ausentar do ambiente físico e das pessoas que o compõe. Passamos a experimentar o físico e o virtual quase simultaneamente, transformando aquilo que somos e, em interlocução com este processo, as próprias fronteiras entre realidade e virtualidade.

Esse novo fenômeno social demanda que os pesquisadores das humanidades articulem arcabouços teóricos e metodológicos inovadores para apreender novas realidades. O grande volume de dados gerados pelas interações online demanda a formulação e o domínio de técnicas computacionais que deem conta de coletar e organizar um grande volume de dados (NASCIMENTO, 2016). A proliferação massiva de fluxos informativos é, nesse contexto, um convite para que incorporem técnicas computacionais como instrumentos de coleta de dados, sem que excluamos técnicas tradicionais como a manutenção do diário de campo ou a observação participante. Em relação aos quadros teóricos é necessário que se expandam as reflexões sobre a capacidade que as teorias mobilizadas por sociólogos digitais possuem para captar as reconfigurações subjetivas com o advento das interações mediadas pelas tecnologias digitais.

Donald Horton e Richard Wohl (1956) já sublinhavam a potência dos meios de comunicação em massa (como rádio, televisão e filmes) em conferir a ilusão da interação face a face com os interlocutores, estimulando interações que denominaram parassociais. Estas ganham novos sentidos a partir das socialidades engajadas em plataformas como o YouTube. Não apenas a interatividade parassocial é acrescida pelos efeitos interacionais das plataformas, como gerações inteiras normalizam na vida cotidiana práticas possibilitadas por suas funcionalidades. Para estes, as novas tecnologias comunicacionais se inscrevem como *condições* para a interação social (TURKLE, 2011; VAN DIJCK, 2016). Nesse contexto, de resignificação das subjetividades a partir das interações online e da emergência de uma promissora ramificação do pensamento sociológico que é a sociologia digital, partimos da premissa que as performances dos YouTubers nos apontam caminhos para compreendermos como as personalidades emergentes se inscrevem nas lógicas do sistema produtivo.

A afirmação da vida cotidiana em Charles Taylor

A publicização cotidiana de si pode ser definida como o ato de publicar nas mídias digitais fragmentos diários, que se propõe a comunicar aos outros que algum traço característico da personalidade sensível do produtor de conteúdo seria digno de exaltação por seus pares. Percebemos essa característica de veiculação periódica que promove os sujeitos a partir de uma série de produtores de conteúdo para o YouTube, sejam eles *booktubers*, *vlogers*, comentaristas políticos, educadores ou daqueles que produzem conteúdo relacionado à disseminação de técnicas e habilidades (pelo conceito de “faça você mesmo”). O que observamos neste contexto é que um número cada vez maior de pessoas passa a dedicar tempo e energia na elaboração de publicações que tem características vinculantes com subjetividades construídas fora da internet. As estratégias, nesse contexto, ditam as maneiras, regras e formas de condução de perfis online. Essas estratégias são percebidas em outras redes sociais como Facebook ou Instagram, nas quais os usuários realizam uma curadoria de conteúdos na projeção de uma identidade positivamente valorada, na qual fragmentos dos seus cotidianos (seja por imagens ou por opiniões sobre determinados assuntos) são compartilhadas com amigos, conhecidos e, virtualmente, com todos os usuários da internet que porventura venham a encontrá-los.

Os dispositivos que permitem o acesso a tais conteúdos são cada vez mais utilizados por grandes parcelas da população, de tal modo que as estatísticas de uso e disseminação das TICs só vem aumentando ano a ano. Certamente não é apenas as novas interações online que conformam as identidades dos sujeitos na modernidade. Entretanto, é inegável que a construção de identidades virtuais se consolida como um importante processo na construção das identidades dos sujeitos modernos para além dos espaços de interação mediados por tecnologias digitais.

Esse movimento, pelo qual a vida dos outros passa a ser objeto de interesse e desejo, só foi possível a partir da existência de um substrato moral que confere valor positivo ao cotidiano e às experiências supostamente triviais, reconfigurando

redes de sociabilidade existentes previamente ao desenvolvimento das TICs. A condução dos perfis online durante o período eleitoral recente e a repercussão entre os grupos sociais que adotaram tais táticas é exemplar: mudanças de foto de perfil nas redes sociais apoiando candidaturas, compartilhamentos de textos e informações sobre os candidatos e uma série de mecanismos que vem sendo cada vez mais explorados na disseminação de informações online. Entretanto, para além da divulgação, estes fragmentos textuais e imagéticos tratam por afirmar identidades socialmente construídas para além das socialidades engendradas nas redes.

Para que compreendamos a profusão de fragmentos cotidianos compartilhados online, é necessário que resgatemos o processo pelo qual a vida cotidiana passa a ser positivamente valorada na cultura ocidental. O substrato moral que confere sentido à vida cotidiana pode ser explorada a partir de dois ângulos de observação: primeiro, seguindo o empreendimento filosófico de Charles Taylor em “As fontes do self” (1997), buscando uma das facetas singulares da identidade moderna que se dá pela afirmação da vida cotidiana como característica do bem viver, em prol da glória e honra dos feitos de bravura e coragem dos nossos antepassados. Em segundo lugar, através do aguçado *insight* do sociólogo David Riesman em seu clássico “A multidão solitária”, que nota a emergência de um tipo singular de caráter social nos centros metropolitanos a partir da segunda metade do século XX, caracterizado pela conformidade comportamental e pela “excepcional sensibilidade às ações e desejos dos outros” (RIESMAN; GLAZER; DENNEY, 1989). Se há em Taylor um detalhamento sobre as transformações hierárquicas que acompanham essa transição através da história ocidental, em Riesman encontramos os resultados interativos do encontro dos sujeitos e suas expectativas internalizadas por uma socialização crescentemente influenciada pela mídia.

Combinados, a afirmação da vida cotidiana e a busca pela aprovação alheia são características fundamentais que nos dão subsídios para compreender de que forma a digitalização das práticas produz e é produzida por um tipo de moralidade emergente na contemporaneidade. Para além de compreendermos em um sentido histórico supostamente linear e inevitável, destacamos estes elementos como

constitutivos da ontologia do tempo presente, cujos elementos vão sendo gradualmente selecionados em detrimento de outros.

Por identidade moderna entendemos um tipo singular de sujeito que emerge no Ocidente a partir de transformações substantivas nos modos de existência nos últimos quatro séculos, que redefinem nossa concepção sobre o que “é ser um agente humano, uma pessoa ou um *self*” (TAYLOR, 1997, p. 15). O *self* contemporâneo se fortifica através da história por uma série de acontecimentos e acúmulos, como pelo surgimento de ideias inovadoras que, ao questionar hierarquias moralmente construídas, permitem novas concepções valorativas sobre a vida. A transição para modernidade em Taylor é antes um processo de gigantesca mudança de consciência do que um processo abstrato de diferenciação e racionalização (SOUZA, 2012, p. 29). Um processo interno que, ao tornar-se coletivo, se dissemina nas formas de condução da vida com novos atores que entram em cena.

Para lançar luz ao relevo dessa nova topografia moral ocidental, os ideais modernos são colocados em contraposição àqueles da antiguidade clássica pelo filósofo canadense. Os ideais antigos cindiam a sociedade em polos contrários, de um lado os homens de posições inferiores preocupadas com a vida e de outro, guerreiros e governantes que capitaneavam os grandes feitos com uma vida voltada para a honra e para a glória. Arriscar a vida, nesse contexto, formatava a “principal qualidade do homem de honra” (TAYLOR, 1997, p. 276). Havia uma grande incompatibilidade entre a vida destes sujeitos enraizados numa ética aristocrática da honra com aquela vivida por comerciantes que se dedicavam à aquisição de riquezas.

As revoluções científicas e a força dos seus discursos erigem essa construção moral, assim como o sentido do fazer científico e do ideal de *theoria* sofrem profundas reconfigurações. Taylor percebe que a partir do questionamento de uma série de hierarquias, como a existente no projeto científico, ocorre uma gradual e lenta transição do “locus do bem viver de um conjunto especial de atividades superiores para dentro da própria ‘vida’” (Ibid.). Ao mesmo tempo em que as atividades “superiores” passam a ser alvo de severas críticas, redefine-se a vida

humana plena “em termos de trabalho e produção, de um lado, e casamento e vida familiar, do outro” (Ibid.).

A crítica que Francis Bacon tecia sobre as ciências tradicionais, na medida em que buscavam uma ordem do cosmo a partir da contemplação, era sustentada pela necessidade de compreensão científica sobre o mundo empírico, sobre como as coisas efetivamente funcionam. Isso coloca como meta central da ciência o favorecimento da condição humana: ela deveria servir para melhorar a vida das pessoas e não ser apenas um objeto superior de satisfação na busca da Verdade. O impacto das revoluções científicas na moralidade ocidental está, nesse contexto, para além de uma alteração apenas no fazer científico. Elas reverberaram nas construções sobre o bem viver e na possibilidade de consecução desse ideal por todos. Segundo Taylor:

A revolução baconiana envolveu uma transposição de valores, que é também a inversão de uma hierarquia anterior. O que antes era estigmatizado como inferior agora é exaltado como modelo, e o anteriormente superior é acusado de presunção e vaidade. E isso implicou também uma reavaliação das profissões. O humilde artesão e artífice acaba contribuindo mais para o avanço da ciência que o filósofo ocioso (1997, p. 277).

A questão não seria mais deliciar a humanidade com a capacidade de contemplação: era preciso beneficiá-la pela atividade humana. As críticas da pequenez, vulgaridade e presunção infantil que estariam relacionadas a uma ética da glória e da honra, são cada vez mais frequentes a partir do século XVII (ainda que não fossem propriamente críticas novas, já que apareciam desde Platão ou Agostinho como sublinha Taylor). Elas dão espaço a construção de um novo modelo de civilidade que aflora a partir do século XVIII centrada na produção sóbria e disciplinada, modelo “em que a vida de comércio e a aquisição de riquezas adquirem um lugar positivo sem precedentes” (Ibid. p.278). A estabilidade política e a ordem social são valores a buscar pelas nações e sujeitos civilizados, em contraposição ao frenesi destrutivo da lógica militar aristocrática. O comércio viria a substituir a guerra como ideal normativo e os grandes feitos e conquistas foram sendo paulatinamente reorientados por avaliações positivas da vida cotidiana, ao mesmo tempo em que provocavam alterações morais em relação aos sentidos da guerra e paz.

Mas não é apenas pelos inovadores autores, que hoje os historiadores rotulam como operadores das revoluções científicas como Bacon e Hobbes, que esse empreendimento subjetivo se consolida no ocidente moderno. Para Taylor a espiritualidade dos reformadores anunciou e iniciou todo o desenvolvimento moderno da afirmação da vida cotidiana. A ética protestante, descrita por Weber (2004) como base da consolidação do capitalismo moderno no que percebeu em um intenso processo de racionalização das formas de vida (diferentemente da abordagem culturalista de Taylor que percebe uma mudança de consciência), teria transformado o sistema produtivo através de um deslocamento da centralidade das instituições religiosas como mediadoras entre as pessoas e Deus. No modelo da igreja medieval haviam pessoas mais conectadas a Deus, além de haver o uso de dispositivos e técnicas como a missa e a comunhão que conectavam os devotos com a graça divina. Para os protestantes não poderia haver mediação, as relações com Deus seriam diretas e não existiria a possibilidade de haver uma hierarquia da devoção: “o envolvimento pessoal deve ser total, ou não tem valor algum” (TAYLOR, 1997, p. 279). Ainda, seria uma tentativa arrogante dos católicos ao aprisionar na missa o contato com Deus, uma ação que estava no poder dos homens e assim restringiam a sua soberania ilimitada. A fé protestante depende de envolvimento pessoal, dedicação cotidiana e se fundamenta na desestigmatização da vida leiga de seu *status* espiritual inferior. Assim como não há mediação possível com Deus, não pode haver uma salvação por procuração. Ela depende da adesão pessoal irrestrita através da dedicação ao trabalho e à vida familiar. Como sugere Taylor:

Do ponto de vista da compreensão degenerada e hierárquica da vida monástica então predominante, eu, como leigo, estaria, por assim dizer, apenas meio envolvido em minha salvação [...]. Sou um passageiro do barco eclesiástico em sua viagem para Deus. Mas, para o protestantismo, não pode haver passageiros. Porque não existe navio algum no sentido católico, nenhum movimento comum levando os seres humanos para a salvação. Cada fiel rema seu próprio barco (Ibid. p.281).

Nesse movimento há um forte componente da interioridade e o sentido que somos dotados de profundezas interiores, bem como se desdobra na noção vinculada de que somos um *self*. Isso porque a salvação passa por “remar o próprio barco”, bem como passa por trilhar esse caminho da salvação na esfera cotidiana repetidamente, sem que garantias milagrosas possam sanar nossas atitudes erradas. O que importa nesse momento não é tanto nos atermos às novidades inauguradas

pelos reformistas protestantes na mudança de consciência ocidental. Importa sublinhar que a tematização do pano de fundo moral sob o qual se formatam as identidades modernas não é neutra. As instituições modernas e suas práticas sociais e culturais possuem interpretações acerca do que é certo e errado, que diferenciam os valores a serem seguidos daqueles a evitar.

Nesse contexto, o processo de “elevação” da vida cotidiana como esfera superior tem resultados significativos na produção de uma identidade moderna, que a luz do contexto das aparições digitais nas mídias sociais, em especial no YouTube, se afirma não apenas nas avaliações positivas em relação ao trabalho do dia a dia, como extrapolam a visibilidade sobre a diversidade de formas de vida através de uma veiculação massiva de vídeos que pretendem demolir as fronteiras entre o público e o privado.

A identidade moderna se constrói em Taylor a partir da articulação das nossas identificações pessoais e escolhas, seja por afinidade ou oposição, em relação a um pano de fundo valorativo. Nossas *avaliações fortes*, ou seja, o processo pelo qual acessamos nossa interioridade reflexiva e criticamente nos possibilita a distinção entre o certo e o errado, entre aquilo que é superior ou inferior, “a partir de parâmetros que se impõem independentemente de nosso desejo e vontade” (SOUZA, 2012, p. 28).

A genealogia tayloriana é fundamental na leitura cartográfica e processual dos elementos constitutivos de uma nova topografia moral ocidental, orientada por mudanças de consciência que inscrevem na construção identitária dos sujeitos modernos sentimentos de pertença e distanciamento em relação a valores morais. Sua utilização do termo *vida cotidiana* é crucial na compreensão dos aspectos referentes à produção e reprodução: constitui a vida cotidiana as relações de trabalho, a fabricação de objetos e coisas necessários à nossa vida, bem como o atendimento das nossas necessidades como seres sexuais, incluindo os casamentos e a constituição de famílias.

O que o desenvolvimento do *self* em Taylor não dá conta de explicar, é a reconfiguração a partir de novos atores na produção identitária: a opulenta e inescapável influência dos meios de comunicação de massa na subjetividade

moderna e um tipo de comportamento conformista que se alastra sob sua influência.

A promoção de si em David Riesman

David Riesman nos apresenta aquela que é uma das análises mais perspicazes para que possamos compreender o *self* tayloriano à luz das transformações ocorridas no último século. Não seria apenas em relação a um pano de fundo moral que embasaríamos nossas escolhas: as faríamos a partir da interação com os outros e das expectativas atreladas a essa associação, compondo nosso pano de fundo não apenas uma moralidade particular ocidental como pelo desenvolvimento de meios de comunicação de massa e produções culturais que afetam os ideais valorativos modernos. Se existem panos de fundo valorativos na moralidade Ocidental, as interações mediadas por artefatos tecnológicos os colocam em constante movimento e rearticulação e os atores envolvidos nesse processo reformulam suas práticas a partir de um jogo de expectativas com seus parceiros em círculos amplificados de interação.

Seguidor de Erich Fromm, Riesman percebia com grande desilusão o fato que as pessoas vinham perdendo sua liberdade social e sua autonomia individual ao procurar ser como os outros, em uma constituição daquilo que denomina *um caráter social dirigido aos outros*. O nome de David Riesman é muito pouco conhecido no Brasil, apesar da tradução de sua mais importante obra já no início da década de 1970. Nos Estados Unidos ele foi um dos nomes mais influentes da sociologia a partir da década de 1950, tendo sido o primeiro sociólogo a aparecer na capa da revista Time (27 de setembro de 1954) anunciando sua tese sobre a emergência de um novo tipo de caráter social na “nova classe média” norte-americana da época. Apesar da expressiva veiculação de suas ideias, sendo “*Lonely Crowd*” o livro de sociologia mais vendido de todos os tempos (GANS, 1997), raramente Riesman é citado em periódicos acadêmicos atuais e sua obra e atuação no campo sociológico tem sido relegada como parte constituinte da história pré-

profissional da sociologia como disciplina sem maiores impactos no pensamento sociológico contemporâneo (MCLAUGHLIN, 2001).

Isso pode explicado pela superespecialização pela qual o campo científico vem experimentando nas últimas décadas, o que faz que autores como Riesman, que buscaram compor um corpus teoricamente informado com intenção de mobilização de uma crítica social mais abrangente, sejam pouco destacados no cenário atual. Entretanto, esse momento em que vivemos de renovação e intensificação da exposição às mídias - agora digitais -, é singular para que resgatemos a importância dos *insights* de Riesman:

Uma perspectiva aberta à interdisciplinaridade permitiria à sociologia digital reencontrar a atualidade da tese do sociólogo David Riesman sobre as transformações subjetivo-estruturais causadas pela exposição à mídia. Em seu clássico livro *The lonelycrowd* (1950), Riesman afirmava que - nos Estados Unidos da América - as pessoas passaram a construir um self voltado para a aprovação alheia, uma autocompreensão dinâmica vinculada aos novos laços sociais e expectativas em uma sociedade urbana moldada pela mídia de massas. Desde então, isso não apenas se expandiu mundialmente, mas se aprofundou com a emergência das mídias digitais, nas quais os sujeitos estão continuamente expostos às comunicações de massa (MISKOLCI, 2016, p. 292).

A sugestão de Miskolci é de extrema importância, ainda que devamos perceber as diferenças entre a concepção de caráter social de Riesman com aquela do *self*. O *caráter social* é uma parte do caráter compartilhado entre grupos sociais e é o produto da experiência desses grupos. Essa noção permite falar em caráter de classes, de grupos, religiões e nações. O caráter social é mais atrelado aos efeitos interativos do que aqueles propriamente subjetivos na construção do *self* como no modelo tayloriano.

Riesman percebia que ao falar em “personalidade” ele estaria se referindo ao “self total”: “temperamentos e talentos herdados, seus componentes biológicos e psicológicos, seus atributos tanto evanescentes como mais ou menos permanentes”. O “caráter”, como vinha sendo utilizado na época, referia-se apenas a uma parte da personalidade não formada pela hereditariedade, mas pela experiência. Nesse sentido, “o caráter é a organização mais ou menos permanente, social e historicamente condicionada, dos impulsos e satisfações de um indivíduo - o tipo de ‘configuração’ com o qual ele se aproxima do mundo e das pessoas” (RIESMAN; GLAZER; DENNEY, 1989, p. 4). Em Riesman não há, portanto, a

percepção da construção de um novo *self* ou uma nova personalidade. Emerge, na sua perspectiva, novos traços relativos a maneira de agir frente aos pares, especialmente nos contextos suburbanos de classe média.

O cuidado semântico de Riesman está relacionado ao campo epistemológico com o qual está dialogando e de onde partem suas reflexões. A utilização do termo *self* o vincularia às discussões da psicologia social fortemente influenciadas pelo pensamento de George Herbert Mead, assim como aos psicólogos behavioristas da época. “*Lonely Crowd*” é um exemplo da influência das teorias europeias da sociedade de massas, especialmente a tradição intelectual alemã. A teoria crítica alemã fora importada pelos Estados Unidos e passa a influenciar uma série de pensadores como Riesman, no momento em que acadêmicos da escola de Frankfurt como Horkheimer, Fromm, Lowenthal, Adorno e Marcuse deixaram a Alemanha quando Hitler ascende ao poder (MCLAUGHLIN, 2001, p. 9).

O caráter social dirigido aos outros é explicitamente caudatário das formulações de Erich Fromm sobre o caráter de orientação mercantil (RIESMAN; GLAZER; DENNEY, 1989, p. 22). As formulações de Fromm são altamente influentes para Riesman e a partir delas podemos realçar os efeitos interativos que Riesman propunha em sua articulação teórica. Para Fromm haveria diferenças significativas entre *personalidade*, *temperamento* e *caráter*. A primeira seria a “totalidade de qualidades psíquicas herdadas e adquiridas que caracterizam um indivíduo e o tornam original” (FROMM, 1983, p. 52). O temperamento estaria relacionado às reações frente às situações da vida, “sendo constitucional e imutável” (Ibid. p.53). Por seu turno, caráter é formado pelas “experiências das pessoas, especialmente na infância, e modificável, até certo ponto, pelos insights e por novas espécies de experiências” (Ibid.). Ele é definido por Fromm como “*a forma (relativamente permanente) por que a energia humana é canalizada no processo de assimilação e socialização*” (Ibid. p.58, grifos do autor). Percebemos que a personalidade (ou o *self* total como sugeria Riesman) é, então, o resultado emergente da combinação entre o temperamento e o caráter de cada indivíduo. O caráter de orientação mercantil poderia ser resumido a partir da seguinte ideia:

O sucesso depende em grande parte de quão bem a pessoa sabe vender-se no mercado, de quão bem sabe fazer sua personalidade impressionar o público, de quão bem “acondicionada” sabe apresentar-se; do fato dela

ser 'jovial', 'correta', 'agressiva', 'digna de confiança', 'ambiciosa'; além disso, de quais são seus antecedentes familiares, a que clube pertence e se conhece as pessoas 'convenientes' (FROMM, 1983, p. 67).

Esse é um tipo ideal de caráter emergente na sociedade moderna que, para Fromm, diz respeito não apenas a intensificação dos mercados através das trocas comerciais, como estimula um “mercado de personalidades”. Cada pessoa possui um valor de troca e a orientação mercantil trata dos traços distintivos das pessoas que necessitam cada vez mais da aceitação dos outros para sobreviver em um mercado competitivo, seja na oferta de seus serviços ou na venda de produtos associados diretamente aos seus traços pessoais. Não basta, nesse contexto, ser qualificado: deve-se parecer qualificado, deve-se impressionar o outro a partir da projeção de uma autoestima que é percebida como proporcional às capacidades. A crítica fundamental nesse processo é que a busca pela felicidade seria suprimida pela preocupação em tornar-se vendável.

Para Riesman essa necessidade de aprovação alheia era uma característica própria dos habitantes de grandes centros urbanos e é exemplificada através da figura clássica dos subúrbios de classe média norte-americanos, nos quais as pessoas fariam de tudo para serem aprovadas por sua comunidade. O pânico em não ser aceito passa a compor o ideal de vida dessas pessoas e isso altera o processo de socialização, fazendo com que elementos como a popularidade sejam capitais distintivos entre crianças e jovens de maneira cada vez mais significativa em termos de integração aos grupos. Esse tipo de caráter está fortemente relacionado com o papel das mídias de massa, na medida em que as pessoas de caráter dirigido “para dentro” (ou intradirigido) possuem mecanismos internos de coerção:

A pessoa dirigida para dentro incorporou cedo um giroscópio psíquico que é acionado por seus pais e pode receber sinais mais tarde de outras autoridades que se parecem com seus pais. Ele passa pela vida menos independente do que parece, obedecendo a essa pilotagem interna. Sair do curso, seja em resposta a impulsos internos ou às vozes flutuantes dos contemporâneos, pode levar ao sentimento de culpa (RIESMAN; GLAZER; DENNEY, 1989, p. 24).

Haveria nesse modelo um ajuste entre os "giroscópios psíquicos" das pessoas que girariam em velocidades próximas e apontariam em direções parecidas. Isso geraria maior estabilidade uma vez que os guias que comporiam a trajetória das pessoas seriam mais restritivos e os princípios seriam internalizados de maneira

mais eficaz. Em contraste, a pessoa em busca da aprovação alheia, cujo caráter é dirigido para os outros, aprende a responder a sinais de um círculo muito mais amplo do que aquele constituído no seio familiar. Constitui-se um tipo de pessoa cosmopolita, mas enquanto uma pessoa dirigida para dentro pode sentir-se em casa no exterior (uma vez que insensível aos outros) esse novo tipo de sujeito sente-se em casa "em qualquer lugar e em lugar algum" e é capaz de uma intimidade rápida - ainda que por vezes superficial - com todas as pessoas. Frente às constantes e rápidas mudanças, essa pessoa deve ser capaz de receber múltiplos sinais, seja de perto ou longe. Ela deve incorporar "um elaborado equipamento para recepção dessas mensagens e, ocasionalmente, participar de sua circulação" (Ibid. p.25). Ao invés do giroscópio, o equipamento de controle das pessoas em busca da aprovação alheia é como um radar e sua alavanca psicológica primordial não são apenas os controles da culpa e da vergonha, mas primordialmente uma ansiedade difusa.

Não é nosso objetivo seguir à risca o argumento de Riesman, até porque ele pode conter certa dose de nostalgia nessa apreciação, na qual a glorificação de um momento que já passou é contrastada pelo descontentamento com o tempo presente. Ainda, Riesman sugere que esses tipos ideais emergiriam como resultado das distintas fases de crescimento populacional pelas quais passavam uma sociedade, incidindo nas relações entre pais e filhos (uma tese de difícil sustentação já que os ideais sublinhados por Riesman parecem ser alheios aos seus condicionantes demográficos).

Esse argumento nos parece menos interessante do que aquele que percebe uma mudança de mentalidade e de atitude que inscrevem nos sujeitos a lógica pelas quais as coisas para *ser* devem *expor-se*, como sugeriu Byung-Chul Han (2016). Importante também é o *insight* sobre a produção de um mal-estar relacionado à ansiedade provocada por essa necessidade dinâmica de agradar os outros, que seguem a ideia freudiana de que esse sentimento de angústia teria precisamente uma inegável relação com a expectativa, seria uma angústia por algo indefinido, uma "falta de objeto" (FREUD, 1976, p. 191).

O contexto de produtores de conteúdo a partir de canais do YouTube é composto por um público difuso, relativamente indefinido, cujas opiniões são cada vez mais decisivas na reprodução material e simbólica dos sujeitos envolvidos. Ele

é indefinido pois dinâmico, estritamente dependente da capacidade de obter a aprovação dos outros não apenas criando uma rede de espectadores assíduos, como fazendo com que os mesmos se tornem compartilhadores das produções. Difuso pois estão espalhados nessa “coleção de seres... se imitando entre si” que constitui a sociedade complexa como sugeriu aguçadamente Gabriel Tarde (2000). Nesse sentido é importante que consigamos compreender que esse processo depende tanto destes elementos trazidos até aqui - de uma crescente importância da afirmação cotidiana e da constante necessidade de se constituir como um indivíduo cativante - como está subordinado à construção de públicos *aderentes* aos conteúdos. Essa adesão se deve especialmente ao crescimento do desejo de adentrar a intimidade alheia, agora sob novas formas nos meios digitais sociais por um processo de espetacularização da vida cotidiana, reconfigurando fronteiras entre o público e o privado em um novo espaço de sociabilidade com novas possibilidades interativas.

Reconfigurações das fronteiras entre o público e o privado

Assim como novas dinâmicas do cotidiano e na elaboração de uma forma de agir online que visa à promoção de si, práticas digitalizadas se relacionam a reconfigurações na delimitação das fronteiras entre o público e o privado. Isso se deu pela ampliação das superfícies de contato entre subjetividades, antes restritas ao face a face, e por mídias unidirecionais como a televisão e o rádio, agora ampliadas pelo “tela a tela” sensível ao toque. Aos encontros na cidade, que acompanhou o desenvolvimento de um comportamento específico na composição de “reservas” emocionais que, como bem observou Georg Simmel (1973), eram fundamentais para que conseguíssemos sobreviver nesse contexto, somam-se os encontros mediados pelas novas tecnologias digitais. Elas também provocam alterações subjetivas como na composição de múltiplos eus que se deslocam em plataformas na construção discursiva e imagética dos sujeitos conectados em rede.

Os Youtubers frequentam esses espaços fronteira, cujas linhas e limites são objetos de constante disputa e remarcadas com aparentemente limitadas

pretensões de perpetuação. Eles flertam com elas, as desafiam e tencionam em variados graus e alcances. A cada vídeo de “tour pela casa nova” ou “relato de um aborto espontâneo”, compõem-se os diários extimos como antítese ou reformulação dos diários íntimos (SIBILIA, 2013). Abre-se a público questões e imagens antes veladas, agora descobertas pela grande quantidade de microcâmeras embutidas em dispositivos portáteis.

Também munidos do aparato técnico próprio das socialidades tela a tela, os públicos acompanham esses diários (ou periódicos) com crescente interesse. Acompanham também o diálogo sempre posto, implícita ou explicitamente, que cinde comportamentos e conteúdos culturalmente aceitos em público daqueles que deveriam reservados à intimidade. Uma série de sanções morais revela a nocividade atribuída àquilo que tem o potencial de desestabilizar linhas que deveriam ser respeitadas. Em brilhante análise, Mary Douglas expõe os perigos desse cruzamento de fronteiras:

[...] creio que as pessoas, realmente, pensam que seu próprio ambiente social consiste de outras pessoas ligadas ou separadas por linhas que devem ser respeitadas. Algumas dessas linhas são protegidas por firmes sanções físicas. [...] Mas, onde as linhas são precárias, achamos ideias de poluição que vêm para sustentá-las. **O cruzamento físico da barreira social é considerado como uma poluição perigosa [...]** O poluidor torna-se um objeto de desaprovação duplamente nocivo, primeiramente porque cruzou a linha e, em segundo lugar, porque colocou as outras pessoas em perigo (DOUGLAS, 1976, p. 170, grifo nosso).

O *insight* nos é válido na medida em que os Youtubers incorporam a figura do poluidor no cruzamento de “linhas protegidas por firmes sanções”, o que podemos acompanhar com uma série de conflitos ocasionados pelas transposições indevidas e até mesmo nas transposições socialmente aceitas, mas que abalam as fronteiras da intimidade para grande parte da população (filmar a esfera íntima, tratar de assuntos delicados etc.). Esses movimentos operam tanto por transgressões culturais como pela irrupção de uma era pautada na ideologia da pós-privacidade, uma noção ingênua na perspectiva de Byung-Chul Han. Essa ideologia exigiria o total abandono da esfera privada em nome da produção de uma comunicação transparente.

A ideia de um mundo em que a privacidade seria suprimida incorreria em diversos erros, já que “o homem nem para si mesmo é transparente”. Para o filósofo sul coreano é precisamente a falta de transparência do outro que manteria a

vitalidade da relação em contraposição à transparência daquilo é morto. Uma relação completamente transparente seria uma relação morta, carente de atração e vitalidade:

A imposição da transparência carece justamente dessa "ternura", que não é outra coisa senão o respeito por uma alteridade que não pode ser completamente eliminada. Dado o desejo de transparência que está tomando conta da sociedade atual, seria necessário exercer a atitude de distância. A distância e a vergonha não podem ser integradas no ciclo acelerado de capital, informação e comunicação. Assim, em nome da transparência, todos os levantamentos discretos são eliminados. Estes são iluminados e explorados. Com isso, o mundo se torna mais desavergonhado e nu (2016, p. 15-16).

Exatamente aqui reside um ponto fundamental sobre as transgressões dos Youtubers no tocante ao elemento sacralizado das esferas íntima e pública. A crítica é menos potente quando não percebe que o tempo de exposição não é igual ao tempo de vida. Ainda que em alguns vídeos possamos ter o sentimento de compartilhamento de um tempo e espaço, eles são fragmentos estrategicamente posicionados. Os *uploads* não são aleatórios, eles são peças direcionadas ao atendimento das satisfações de um público que orienta seus desejos a partir dos fluxos comunicacionais e informativos que incessantemente atravessam as redes. O aumento da veiculação de imagens e conteúdos íntimos não extingue a convivência íntima dos sujeitos consigo mesmos, ainda que sinalize abalos nos modelos socialmente construídos da intimidade.

Quando colocamos tais práticas digitalizadas e suas socialidades suscitadas em perspectiva história sua importância é realçada e gera expectativas sobre como serão as coisas no futuro. O que esses fragmentos representam em termos de pretensões da sociedade quanto aos limites entre o público e o privado?

Essa representatividade é fonte de preocupações e estimula reflexões sobre o que viria atrelado a uma explosão de criatividade. Elas tanto preenchem uma lacuna aberta à experimentação de novas técnicas possíveis de ser, como trazem os perigos de somarem-se à prateleira de produtos à “serviço de um mercado que tudo devora” e as transforma em lixo (SIBILIA, 2013, p. 14). Partindo de posições epistemológicas distintas, tanto Sibilia como Han nos auxiliam a perceber que há uma afluência de perigos nesse fluxo informativo. O que eles não levam em consideração apesar da sofisticação e pertinência analítica, é a expressão da superexposição do “eu” nas mídias como parte de um integrante de processo

reativo das dos trabalhadores em plataformas digitais, que veem nisso uma forma de capitalizar seu conhecimento, carisma ou quaisquer outros capitais incorporados que são veiculados no YouTube para viabilizar sua existência material (além de responder às suas necessidades de reconhecimento intersubjetivo).

Paula Sibilia percebe que nesses novos meandros digitais germinam novas práticas difíceis de catalogar, rituais variados que brotam de todos os lugares e não cessam de ganhar novos adeptos dia após dia. Ainda que sejam sinais da emergência de desenvolvimentos corporais e subjetivos, esses novos modelos em curso nas redes ao mesmo tempo bloqueiam o surgimento de formas alternativas, em um sistema simultâneo de eclosão e dormência de acontecimentos e de sujeitos que neles se inscrevem. Assim como as subjetividades hegemônicas da era moderna foram dotadas de habilidades e aptidões, também o foram configuradas a partir de incapacidades e carências (Ibid. p.21); corpos dóceis e úteis a funcionar eficazmente no projeto histórico do capitalismo industrial como sublinhava Michel Foucault e que ganha novos contornos a partir dos processos de reconfiguração do sistema capitalista de produção em um regime de flexibilidade e de produção de incertezas.

Essa dificuldade de catalogação levantada por Sibilia está vinculada à hiper informação e hiper comunicação impulsionada pelo uso massivo das TICs. Concordamos quando Han sustenta que o simples aumento do fluxo comunicacional e interativo não esclarece por si só o mundo. Han fundamenta sua crítica a partir da exposição das vidas dos indivíduos através do Facebook. Nessa sociedade positiva e da transparência, que se concretiza nas lutas pela supressão da negatividade, sobressairia o valor da exposição. Segundo Han esse valor "não é valor de uso porque é subtraído da esfera de uso e não é valor de troca porque não reflete nenhuma força de trabalho" (HAN, 2016, p. 26). O valor se deveria somente à "produção da atenção".

Entretanto, os "rituais variados" também diferem de uma plataforma para outra. Enquanto Facebook ou Twitter supostamente não gerariam valor de uso e valor de troca, isso muda radicalmente ao analisarmos o YouTube, já que o valor de exposição nessa plataforma diz respeito a um tempo de trabalho socialmente

necessário para produção de uma mercadoria (produtos audiovisuais) e podem satisfazer uma necessidade, vontade ou desejo de outros.

Sibilia destaca que a revista Time apontou em 2006 “você” como a pessoa do ano - não por acaso o ano de aquisição do YouTube pela Google. No lugar dos grandes meios de comunicação tradicionais, eu, você, todos nós somos os sujeitos de transformação da era da informação, “modificando as artes, a política e o comércio, e até mesmo a maneira pela qual o mundo é percebido” (SIBILIA, 2013, p. 11). A explosão de criatividade que gerou uma enormidade de conteúdos produzidos por usuários de *blogs*, plataformas e mídias sociais entre aqueles que eram anteriormente apenas consumidores passivos, leitores e espectadores, traria o anúncio do tempo dos amadores.

De lá pra cá doze anos se passaram e percebemos que as próprias maneiras de atribuição de valor à exposição transformaram as formas de geração de valor. Assim como as fronteiras entre real e virtual são transpostas, a suposta divisão entre amadores e profissionais também são desafiadas. Uma pessoa que grava vídeos periódicos elabora roteiros, contrata profissionais de produção e edição de vídeos, tem a semana pautada a partir dos dois, três ou mais dias em que haverá vídeos novos no canal: como perceber tais práticas como amadoras? O que seria então uma prática “profissional”?

Os meios de comunicação tradicionais não deixam de ser importantes nesse processo, já que há uma intensa articulação e capitalização dos YouTubers nos comerciais em que figuram como garotos e garotas propaganda de marcas, em uma amostra da reação necessária na incorporação desses novos atores para o atingimento de públicos variados e de difícil acesso aos meios convencionais de difusão. Entretanto, é a partir da inserção no YouTube que tais trabalhadores passam a capitalizar (ou monetizar, verbo utilizado para designar a criação de valor em vídeos) suas competências e habilidades. Se as fronteiras entre o público e o privado passam a ser desafiadas por suas práticas, esse movimento não pode ser analisado como descolado da realidade do sistema produtivo. A publicização cotidiana de si, mais do que um traço de personalidade característico de uma cultura pastiche, sinaliza a emergência de comportamentos cada vez mais estimulados pelo sistema de produção. Para além dos eufemismos que tratam o

trabalhador como um colaborador e o empregado como um empreendedor, o que importa é atentarmos às produções subjetivas incitadas por esse sistema que, acima de qualquer premissa, exige a amplificação da capacidade de vender a si mesmo.

Considerações finais

O YouTube é uma plataforma que nos brinda com inúmeros exemplos empíricos de atores que passam a performar *online* sistemática e periodicamente para um público de cativos. Os YouTubers não apenas criam novos espaços interativos como se inscrevem em um regime de proliferação de públicos aderentes a conteúdos digitalmente veiculados. A emulação dos contatos face a face (como nos *vlogs*) amplifica a ilusão interativa, na medida em que o contato seria cada vez mais próximo dos interlocutores da interação (através de caixas de comentários e reações positivas e negativas aos vídeos, o que confere uma sensação de agência diferencial daquela experimentada por mídias tradicionais).

A articulação de elementos teóricos em quatro autores distintos pôde nos auxiliar a esboçar os contornos de quadros teóricos que deem conta de avançar nesta questão. Foram eles Charles Taylor, David Riesman, Byung Chul-Han e Paula Sibília. A obra de Charles Taylor pode ser fonte de amplas explorações para a compreensão das subjetividades construídas na modernidade. Seleccionamos alguns apontamentos que faz sobre o conceito de “afirmação da vida cotidiana”, que são elementares para que compreendamos a construção dos YouTubers enquanto sujeitos online e suas relações com a edificação na moralidade ocidental de uma perspectiva de elevação moral do dia a dia. Sugerimos que em pesquisas futuras seja explorado o conceito da ética da autenticidade, que pode trazer avanços para que compreendamos os elementos constitutivos dos sujeitos em rede.

Em David Riesman, um sociólogo cujo potencial de exploração pela sociologia digital brasileira vem sendo recentemente aventado (MISKOLCI; BALIEIRO, 2018) , investigamos seu conceito de “caráter social dirigido aos outros”, um traço de caráter que sustenta emergir nos Estados Unidos a partir da metade do século

XX. Esse traço característico captado por Riesman fica evidente no contexto do YouTube cujo *slogan* é “transmita-se”. Essa maneira de condução da personalidade nos instigou à reflexão sobre a construção imagética e projetiva de um “eu” online, já que os produtores de conteúdo através de seus canais filtram fragmentos da vida que seriam mais aprazíveis aos interlocutores do que a realidade nua e crua (ainda que a suposta veiculação da realidade como ela seria, aos moldes de *reality shows*, atraia públicos específicos).

Posteriormente, articulamos as teorias de Byung-Chul Han e Paula Sibília, que refletem sobre a superexposição do “eu” no universo online, para que pudéssemos lançar luz sobre as novas fronteiras entre o público e o privado que passam a figurar na publicização da vida cotidiana como um etos difundido na produção de vídeos para a internet. Para além de um traço singular nesse meio social, argumentamos que as práticas de vender a si mesmo e expor a intimidade no online devem ser compreendidas à luz do sistema produtivo. As reconfigurações do trabalho no capitalismo cada vez mais digitalizado são, nesse contexto, um amplo campo a ser explorado. Assim, convidamos aos leitores dos artigos deste dossiê que sejam estimulados a explorar objetos de pesquisa que possam ser analisados à luz de um promissor campo interseccional entre a sociologia do trabalho e a sociologia digital.

Referências

BRASIL (Org.). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Coordenação de Trabalho e Rendimento. **Acesso à Internet e posse de telefone móvel celular para uso pessoal, 2005: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Rio de Janeiro: IBGE, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

COHEN, Nicole S. **The valorization of surveillance: Towards a political economy of Facebook**. *Democratic Communiqué*, v. 22, n. 1, p. 5-22, 2008.

DOUGLAS, Mary. **Pureza e perigo**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1976.

FOLHA DE S. PAULO. **Após post considerado racista sobre jogador, YouTuber Júlio Cocielo perde patrocinadores**. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/07/apos-post-considerado-racista-sobre-jogador-frances-youtuber-julio-cocielo-perde-patrocinadores.shtml>>. Acesso em: 31 jul. 2018.

FREUD, Sigmund. **Inibições, sintomas e ansiedade. Um estudo autobiográfico. Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud.** Rio de Janeiro: Imago, 1976. p. 95-201.

FROMM, Erich. **Análise do Homem.** Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

G1. **Vídeo do youtuber Everson Zoio com relato de suposto estupro é investigado por delegacia em Belo Horizonte.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2018/07/28/video-do-youtuber-everson-zoio-com-relato-de-suposto-estupro-e-investigado-por-delegacia-em-belo-horizonte.ghtml>>. Acesso em: 31 jul. 2018.

GANS, Herbert J. **Best-Sellers by Sociologists: An Exploratory Study.** *Contemporary Sociology*, v. 26, n. 2, p. 131, 1997.

HAN, Byung-Chul. **La sociedad de la transparencia.** Barcelona: Herder, 2016.

HORST, Heather A.; MILLER, Daniel (Org.). **Digital anthropology.** London ; New York: Berg, 2012.

HORTON, Donald; RICHARD WOHL, R. **Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance.** *Psychiatry*, v. 19, n. 3, p. 215-229, 1956.

LUPTON, Deborah. **Digital sociology.** Abingdon, Oxon: Routledge, Taylor & Francis Group, 2015.

MCLAUGHLIN, Neil. **Critical theory meets America: Riesman, Fromm, and the lonely crowd.** *The American Sociologist*, v. 32, n. 1, p. 5-26, 2001.

MISKOLCI, Richard. **Sociologia Digital: notas sobre pesquisa na era da conectividade.** *Contemporânea*, v. 6, n. 2, p. 275-297, 2016.

MISKOLCI, Richard; BALIEIRO, Fernando De Figueiredo. **Sociologia Digital: balanço provisório e desafios.** *Revista Brasileira de Sociologia*, v. 6, n. 12, p. 132-156, 2018.

NASCIMENTO, Leonardo Fernandes. **A Sociologia Digital: um desafio para o século XXI.** *Sociologias*, v. 18, n. 41, p. 216-241, 2016.

NEGROPONTE, Nicholas. **El mundo digital: un futuro que ya ha llegado.** Barcelona: Ediciones B, 1997.

O'NEIL, Cathy. **Weapons of math destruction: how big data increases inequality and threatens democracy.** First edition ed. New York: Crown, 2016.

RIESMAN, David; GLAZER, Nathan; DENNEY, Reuel. **A multidão solitária: um estudo da mudança do caráter americano.** São Paulo: Editora Perspectiva, 1971.

RIESMAN, David; GLAZER, Nathan; DENNEY, Reuel. **The lonely crowd: a study of the changing American character. Abridged ed. with a 1969 preface ed.** New Haven: Yale Univ. Press, 1989.

SIBILIA, Paula. **La intimidad como espectáculo.** Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2013.

SIMMEL, Georg. **A metrópole e a vida mental. O fenômeno urbano.** Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

SOUZA, Jessé. **A construção social da subcidadania: para uma sociologia política da modernidade periférica.** 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.

TARDE, Gabriel. **A opinião e as massas.** São Paulo: Martins Fontes, 2005.

TARDE, Gabriel. **As leis da imitação.** Porto: Rés Editora, 2000.

TAYLOR, Charles. **As fontes do self: a construção da identidade moderna.** São Paulo: Loyola, 1997.

TURKLE, Sherry. **Alone together: why we expect more from technology and less from each other.** New York: Basic Books, 2011.

VAN DIJCK, José. **La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales.** Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2016.

WEBER, Max. **A ética protestante e o “espírito” do capitalismo.** São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

Recebido: 28 novembro 2019
Aceito: 06 março 2019