A troca contingente: perversidades do espelhamento reticular em O Gambito da Rainha

Pedro Rodrigues Costa
CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
pedrocosta@ics.uminho.pt

Edson Capoano
CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
edson.capoano@ics.uminho.pt

Daniel Barredo Ibáñez
Universidad del Rosario (Colombia); Fudan University (China)
daniel.barredo@urosario.edu.co

Resumo

Neste estudo, analisamos o sucesso de *O Gambito da Rainha*, série produzida e exibida na plataforma Netflix. Através da recolha e análise de 160 comentários a uma publicação de Facebook que menciona o sucesso de audiências da série, esboçamos uma reflexão crítica em torno da dinâmica sociotécnica que privilegia a formação de clusters de pessoas com gostos semelhantes, onde refletimos sobre a falsa sensação de autenticidade, a questão da autoexploração emocional, a presença de um narcisismo reticular e a expulsão do consome diferente. Além disso, os dados

recolhidos permitiram-nos o cruzamento com um conjunto de reflexões críticas sobre tribos emocionais e homofílicas, que se organizam em torno de casos de sucesso e que revelam considerável ausência de sentido crítico. Concluímos que a criação de redes em torno de gostos privados tornados públicos gera uma ilusão de uma comunidade, e que a formação de redes sociais digitais em torno da convocatória e da conexão de iguais impede a constituição de comunidades, antes significando um espelhamento em rede, um reflexo do Eu, muito pouco reflexivo.

Palavras-chave: Netflix; Facebook; Gambito da Rainha; redes digitais;

Abstract

In this study, we analyzed the success of Queen's Gambit, produced and shown on the Netflix platform. Through the collection and analysis of 160 comments to a Facebook post that mentions the success of audiences in the series, we have outlined a critical reflection around the socio-technical dynamics that privileges the formation of clusters of people with similar tastes, where we reflect on the false sense of authenticity, the issue of emotional self-exploration, the presence of reticular narcissism and the purge of diversified consumption. In addition, the data collected allowed us to cross with a set of critical reflections on emotional and homophilic tribes, which are organized around successful cases and which reveal a considerable absence of critical sense. We conclude that the creation of networks around private tastes made public generates an illusion of a community, and that the formation of digital social networks around the call and the connection of equals prevents the constitution of communities, before meaning a network mirroring, a reflection of the Self, very unreflective.

Keywords: Netflix; Facebook; Queen's Gambit; digital networks

Resumen

En este estudio analizamos el éxito de O Gambito da Rainha, una serie producida y mostrada en la plataforma Netflix. A través de la recopilación y análisis de 160 comentarios a una publicación de Facebook que menciona el éxito de las audiencias de la serie, se esboza una reflexión crítica sobre

la dinámica socio-técnica que privilegia la formación de clusters de personas con gustos similares, donde reflexionamos sobre lo falso. sentido de autenticidad, el tema de la autoexploración emocional, la presencia de un narcisismo reticular y la expulsión de diferentes consumos. Además, los datos recogidos permitieron cruzar con un conjunto de reflexiones críticas sobre tribus emocionales y homófilas, que se organizan en torno a casos exitosos y que revelan una considerable falta de sentido crítico. Concluimos que la creación de redes en torno a gustos privados hechos públicos genera una ilusión de comunidad, y que la formación de redes sociales digitales en torno a la convocatoria y conexión de iguales impide la constitución de comunidades, es decir, una red espejada, un reflejo de la Yo, muy poco reflexivo.

Palabras clave: Netflix; Facebook; Gambito de la reina; redes digitales;

1. Introdução

A contemporaneidade vive alimentada por uma dinâmica social em redes digitais e plataformas de *streaming* sem paralelo. Vícios e hábitos privados são facilmente tornados públicos, por jovens e adultos, através de comentários, conversações e dinâmicas online (Stein, Nodari & Salvagni, 2018).

Além disso, as redes digitais constituem hoje os principais espaços de consumo de notícias e de informações, sendo o Facebook a rede digital mais usada para consumo de notícias em geral (Cardoso, Paisana e Pinto-Martinho, 2018).

Esta dinâmica acrescenta-se à instantaneidade, positiva ou negativa, dos comentários às notícias e informações que circulam no digital. Mas também revela o sentido crítico coletivo, bem como a sua ausência. Ainda assim, esta dinâmica está em permanente interseção com uma economia da atenção (Patino, 2019). O sujeito é acelerado e mobilizado por técnicas de captura de atenção, provenientes de plataformas digitais. De um lado, situam-se as estratégias de comunicação, como por exemplo a informação capaz de gerar o efeito de *clickbait* (Pinto, 2018).

De outro, algoritmos de empresas digitais, ferramentas que capturam a atenção dos sujeitos ao se adequarem aos gostos pessoais introduzidos nas plataformas criando tribos de pessoas que se unem pela emoção e pela proximidade nos gostos, por espelhamento (Mackenzie, 2006; Costa, 2020a).

Ao prevalecer, nas redes, o efeito de espelho, gera-se um efeito de autoalimentação e de autoexploração (Han, 2018). O sujeito contemporâneo passa a ter como combustível a emoção e a subjetividade, o que gera um centramento no Eu que releva a diversidade e a autocrítica para patamares de raridade (Bauman citado em Querol, 2016; Han, 2018). Em torno de uma qualquer série existente numa plataforma de *streaming*, adorada por um grande grupo de pessoas que consomem produtos culturais semelhantes, pouco se reflete no conteúdo e muito se acrescenta apenas em número. É isso que vamos tentar perceber analisando a dinâmica em torno da série *O Gambito da Raínha*, da NetFlix. Estudaremos o modo como os seguidores desta série transitam a sua relação e o seu entendimento sobre o seu conteúdo para uma rede digital externa ao NetFlix, neste caso no Facebook. Ao perceber a sua extensão e impacto no Facebook, tentaremos perceber como é que os sujeitos reagem ou refletem diante de uma publicação que constata o seu sucesso, perscrutando o modo como é convocado o conteúdo ou o Outro, quer dizer, a sua rede de relações, de interesses e de gostos individuais. Este artigo visa dar conta desta dinâmica.

2. Séries audiovisuais contemporâneas

Uma pequena revolução no setor audiovisual teve início no fim dos anos 1990[1] com as séries televisivas, que migraram para a TV cabo e

1 "No fim da década de 90, os limites tradicionais entre obras consumidas fora de casa e dentro tinham começado a se dispersar graças à TV por cabo, aos videogames, ao VHS e à internet. Este processo aceleraria ao longo dos dez anos seguintes, até que, em 2012, os jovens se aproximaram dos meios de comunicação sem fazer nenhuma distinção significativa entre cinema, televisão, *YouTube*, *podcast* etc." (Martin, 2014, p. 281). Isso muda a forma de fazer e de consumir TV.

desta para a internet, permitindo uma produção dirigida a nichos de públicos e uma alteração nos padrões de receção e consumo de conteúdo permitida pela tecnologia de exibição em modo *streaming*. Hoje, consomem-se conteúdos audiovisuais em dispositivos e em tempos distintos dos da TV e do cinema (Costa & Capoano, 2021). Além disso, as séries expandem-se para além do seu consumo direto, graças a fenómenos de transmedia – quando se assiste a um produto cultural em determinado dispositivo e se discute o mesmo em plataformas digitais noutro dispositivo (Barredo Ibáñez, 2021).

Estas práticas permitem dialogar mais com fenómenos sociais contemporâneos do que as próprias produções cinematográficas – tanto devido à velocidade de produção como ao custo mais reduzido na realização. Além disso, acompanham os fenómenos de aceleração e de fragmentação do consumo de informação, estimulados pela própria dinâmica propiciada pela internet. Inseridas na *nulotemporalidade* e *nuloespacialidade* da informação contemporânea, o audiovisual convergente está espalhado entre diversos tipos de dispositivos de exibição (Pross, 1999).

Enquanto a audiência televisiva tradicional cai pelo envelhecimento do público e pela competição com os diversos ecrãs que surgiram desde então, as séries contemporâneas conseguem atrair milhões de telespectadores. Por isso, grandes redes de TV tiveram que se adaptar a estes regimes de produção bem como a uma audiência segmentada, temática, desmassificada e programada pelo telespectador – questão possibilitada pelo *streaming* (Hoineff, 1996). Hoje as empresas *broadcasters* estendem um forte braço digital na transmissão de conteúdo (casos da Disney+, HBO Play, NetFlix, Globo Play e Nat Geo, entre outros).

Consideradas ainda programas de TV, apesar das mudanças sociotécnicas em curso, estas seguem orientadas à receção de públicos das classes médias e trabalhadoras com acesso a esse produto cultural (Mattelart, 1999). Porém, fazem-no com novas competências tecno-simbólicas, como a realização de conteúdos com temas e referenciais

de mercados regionais, atualizando fenómenos ocorridos como por exemplo no caso das telenovelas latino-americanas, que utilizaram o género melodrama como inspiração (Barbero, 2001).

O alargamento da faixa etária de públicos, através do modelo de negócios de *cauda longa*, em que vários produtos de nicho compõem a audiência dos antigos *blockbusters*, tem permitido garantir a receita necessária para a realização de experiências audiovisuais sem perder assinantes. Tal manobra de gestão permite uma permanente testagem de novas narrativas nas séries, hibridizando linguagens como as do cinema e as do teatro num produto em série (Balogh, 2005).

Apesar de *O Gambito da Rainha* ser uma minissérie herdeira das práticas de tradução de narrativas literárias para a TV e resultado da mistura de linguagens em séries e minisséries, o seu poder está em dialogar com o imaginário social (Amaral, 2002), uma transmutação de um produto cultural já bem aceite pelo consumidor de cultura popular. Ou seja, *mudar sem mudar nada*. Por isso, *O Gambito da Rainha* pode não ser considerada uma série inovadora, nem mesmo equivalente a outras produções com espírito pós-moderno se atendermos ao conceito de Hall (2006), que relativiza a moral pela conduta das personagens, a ética dos temas que aborda ou a estética do género pela experimentação, permitindo novas e promissoras criações audiovisuais. Comparada a ícones do género, que se adentram mais por esse espírito pós-moderno, como *Família Soprano, Oz, Dexter, Mad Men, Sete Palmos, Lost, Breaking Bad, House of Cards, Walking Dead, Game of Thrones,* entre outras, *O Gambito da Rainha* surge como um conto de fadas em forma de minissérie, com pouca complexidade na trama e sem sucessivas temporadas[2]. Não obstante, não deixa de utilizar outras técnicas, como por exemplo os *flashbacks*, em que se geram efeitos de sentido semelhantes às reviravoltas, contradições e ambiguidades das

2 "As séries dramáticas de doze ou treze episódios sem um final definido iam modelando uma forma de arte própria. Mais, haviam se tornado na forma de arte estadunidense mais característica da primeira década do século XXI, o equivalente ao que haviam sido os filmes de Scorcese, Altman, Coppola e outros na década de setenta" (Martin, 2014, p. 47).

produções mais inovadoras, capaz de *não perder de vista* uma audiência que procura uma história feliz.

3. O Gambito da Rainha nas plataformas reticulares

Com as plataformas de *streaming*, o estado de *binge-watching* – consumo ilimitado de vídeos, filmes e outros conteúdos com capacidade de gerar uma "perceção generalizada", portanto "idêntica" (Han, 2018, p. 10) – mistura um conjunto de espelhamentos espontâneos com inteligentes, onde o acordo motor pode ser exemplificado pela permissão da contínua visualização ao ritmo da passagem de um para outro episódio, e a imitação inteligente pode ser exemplificada pela sensação de pertença gerada pela informação de que existe consumo tribal (Costa, 2021a). Em conjunto, isto explica parte do sucesso. É óbvio que aqui excluímos outros fatores, como a representação sobre a qualidade dos conteúdos, sempre subjetiva, ou mesmo os investimentos feitos em *marketing* pelas produtoras.

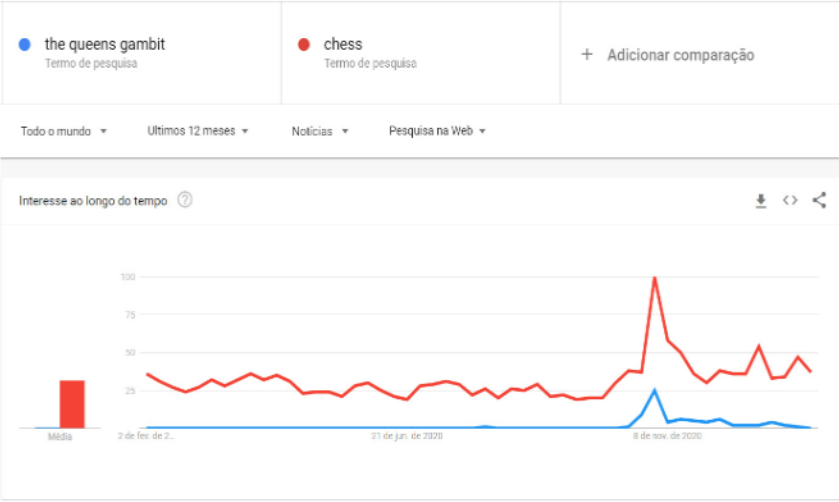
Aquilo que queremos realçar é a existência de uma grande diferença no modo típico de espelhamento. Neste caso, ao invés de um frente a frente entre dois ou mais sujeitos, que se espelham e assim criam empatia parassimpática, há um frente a frente entre sujeito, ecrã e algoritmo (Costa, 2021b). Esta tríade gera uma rede contingente maioritária que traduz tanto as preferências do sujeito enquanto ser histórico na plataforma, ao lançar sugestões aproximadas e parassimpáticas para com os seus gostos pessoais, como as preferências gerais do todo que está a consumir essa plataforma. Trata-se de uma *reação de gauchais* para com o próprio algoritmo, que acaba depois por vazar para as redes sociais (online e offline) permitindo o fechamento de grupos em tribos de gostos, emoções e interesses (Maffesoli, 2014). Tudo isto numa dinâmica "cuja linguagem remete para o regime das emoções, e não o das ideias, uma linguagem que fala à pele, e não à razão, uma linguagem que tem como único compromisso o presente

(emocional), e não o futuro (com que todavia sonha uma religião ou uma ideologia)" (Martins, 2020, §6). Gera-se, pois, o efeito *séries do momento*, expressão comummente usada em anúncios publicitários, que por sua vez entram nos *intelectos contingentes* (Costa, 2020b).

É aqui que entra o caso da minissérie *O Gambito da Rainha*, da Netflix. A história passa-se num orfanato no Kentucky, nos EUA em 1950. Uma jovem descobre um talento impressionante para o xadrez enquanto luta contra o vício e os problemas que acompanham a sua genialidade. Porém, não é pela história que este caso nos interessa. É antes pelo impacto desta minissérie, quer dizer, pela tal dinâmica de *troca contingente* que acaba por gerar.

Independentemente da sua maior ou menor inovação, *O Gambito da Rainha* gerou aquilo a que Sodré (2002) designou de intensa mediatização na vida contemporânea da sua audiência. Consumida globalmente graças à transnacionalidade da plataforma NetFlix, influencia de forma global a sua audiência. Através de uma verificação no Google Trends, notamos esta forte influência na sincronia do consumo da série com o crescimento de procuras por notícias sobre xadrez (ver gráfico 1).

Gráfico 1. Relação entre termos de procura: *O Gambito da Rainha e Xadrez*



Fonte: Google trends, 29 de janeiro de 2021

Na semana após a estreia da série, "as buscas pelo jogo de tabuleiro cresceram 41%, e foram aumentando sucessivamente nas semanas seguintes. Em novembro, a procura por xadrez atingiu o ponto mais alto desde janeiro de 2013, de acordo com o Google" (Redação Galileu, 2020, s.p.).

Além disso, nessa mesma altura a questão efetuada com mais frequência no *PageRank* (algoritmo de buscas do Google) foi "como jogar xadrez?". Por seu turno, no mesmo motor de busca a dúvida "quantas casas tem um tabuleiro de xadrez?" terá subido "170% entre os dias 3 e 10 de novembro. Nesse mesmo período, tiveram aumento expressivo as buscas por "jogos de xadrez" (+80%), "estratégias de xadrez" (+60%) e "tabuleiro de xadrez madeira" (+60%) (Redação Galileu, 2020, s.p.).

Não obstante, também os movimentos e dinâmicas do próprio jogo de xadrez despertaram o interesse do público. Entre os principais motivos de procura de informação nos motores de busca do Google,

estava presente "o que dá nome à série: gambito da rainha, usado por Elizabeth Harmon (Anya Taylor Joy) na partida final do campeonato. Também cresceram as buscas por 'defesa siciliana', 'en passant', 'gambito do rei aceito' e 'defesa caro-kann' " (Redação Galileu, 2020, s.p.).

4. Uma análise crítica: da troca equivalente à troca contingente

Invoquemos, por agora, a famosa lei de Lavoisier para gerar uma metáfora com a nossa análise: em circuito fechado, *nada se cria, nada se perde, tudo se transforma*. Utilizando métodos quantitativos, o químico francês concluía que em qualquer reação química, efetuada num circuito fechado, a massa permanece constante, ou seja, a soma das massas dos reagentes é igual à soma das massas dos produtos (Souza, 2020). Esta lei da *Conservação das Massas*, publicada pela primeira vez em 1760 num ensaio de Mikhail Lomonosov, terá encontrado em Antoine Lavoisier um eco experimental, inédito e revelador de uma das mais poderosas leis naturais. A par de outras descobertas, como a lei da inércia de Newton, esta descoberta foi revolucionária (Leicester, 1970).

O princípio de Lavoisier – *nada se cria, nada se perde, tudo se transforma* –, que aqui usamos apenas como metáfora, tem sido usado nos vários domínios do conhecimento, desde as várias ramificações das ciências naturais até mesmo às sociais. No que concerne às ciências sociais, o princípio inflete. Não se trata de uma regra, antes uma ideia de fundo, latente. De certo modo, teorias como a *mão invisível* (na economia de Adam Smith), a *teoria dos sistemas* (nas organizações) ou mesma a *teoria do ator-rede* na sociologia de Latour (2012) absorvem, ainda que apenas em parte, a ideia de que do nada, nada se pode criar, e que, portanto, um movimento ou um ponto de fuga tende a gerar novas associações em troca – o que, em certo sentido, também se relaciona, de modo análogo, com a lei da inércia em Newton.

De modo engenhoso, o anime japonês *Full Metal Alquimist* traduziu o princípio de Lavoisier numa outra expressão, não menos instigante:

as relações sociais implicam, em todos os casos, uma *troca equivalente*, quer dizer, pelo facto de que não se pode criar algo do nada, tudo o que for recebido deve ser trocado por algo de igual valor. Existe um estágio num determinado ponto X, onde se está em determinado momento, e um ponto Y, que é o local da expectativa a partir de X. Dentro deste preceito, o esforço que se leva para se aceder a Y implica uma "troca equivalente", quer dizer, entre o caminho de X a Y a troca resultante de alteração de posição, ao se iniciar o movimento e ao se despender esforço, dedicação e devoção, tende a gerar o equivalente em energia, expectativa e finalidade (Carneiro, 2015).

Apesar de um certo romantismo implícito, aplicar às ciências sociais e humanas um determinismo mecânico, físico ou químico inscrito na *troca equivalente* é, em nosso entender, insuficiente, senão incorreto, para explicar dinâmicas sociais e relacionais. O humano não vive em circuito fechado nem em tendência linear. As reações dos movimentos não geram necessariamente uma relação causa-efeito simples e linear. Trata-se de uma teia com complexidade multifatorial (Morin, 2003). Na maioria dos casos, as causas tendem a gerar novas causas (Latour, 2012).

Uma das razões pela qual a complexidade multifatorial se instala é o facto de o humano fazer *espelhamentos subjetivos*, quer dizer, trocas de sinapses entre humano e outros humanos ou entre humanos e objetos que implicam conexão neuronal complexa e que dependem de neurónios-espelho, também esses revestidos de singularidade e subjetividade (Goleman, 1995; Damásio, 2010).

Neste sentido, a ideia de uma *troca equivalente*, que faz sentido em circuitos fechados e sistemas lineares, tende a infletir, em sistemas complexos e abertos como no caso das plataformas digitais, para aquilo a que vamos apelidar de *troca contingente*. Isto é, num determinado estágio X, inscrito numa determinada contingência Z, existe um ponto Y (expectativa individual) que é acedido, mas que implica mais do que uma mudança. Implica uma mistura que absorve várias dimensões e que é acompanhada por traduções contingentes (Latour, 2012). No final

do processo, em reações espelhadas espontaneamente e em reações baseadas em entendimentos racionalizados, surge uma adequação de entendimentos, ideias, opiniões e saberes à coisa vivida no momento (Costa, 2020b).

Na era das atuais plataformas de *streaming,* o sujeito vive, crescentemente, de sugestão em sugestão algorítmica. Fica com isso a saber o que está a ser consumido pelo "outro", através da organização numérica de consumos efetuados no sistema pelos seus utilizadores – processo em que estas plataformas se especializaram. Tendo por base o desenvolvimento da *captologia*, ciência de captura da atenção (Patino, 2019; Costa, 2020a) que é materializada, neste tipo de plataformas, através da exposição de resultados de consumo, esta dinâmica permite, em certo sentido, combater um certo *medo do consumo solitário*, quer dizer, essa sensação de se estar solitariamente, sem tribo ou grupo de pertença, a consumir um conteúdo audiovisual (Costa & Capoano, 2021).

As dinâmicas sociotécnicas que visam gerar sentimentos de pertença grupal têm sido em parte responsáveis pelo sucesso deste tipo de plataformas. E isto tem beneficiado duas coisas, tornando-as crescentemente dominadoras: a contingência técnica enquanto elemento fundamental de base (Z), de onde se parte para se passar de um ponto (X) a outro ponto (Y); e os algoritmos de sugestão enquanto atores fundamentais e geradores de tipos de trocas contingentes. Se o *medo do consumo solitário* gera agrupamentos, tribos emocionais e tribos de consumo, tal é resultado dos espelhamentos em rede, redes que se organizam por homofilia e por *clusters* de interesses, emoções e expectativas (Recuero, 2012; França & Grigolleto, 2018; Costa, 2020c). O resultado são maratonas de consumo ecrãnico, um estado constante de *binge-watching* (Han, 2018).

Um dos efeitos gerados pelo *binge-watching* é o espelhamento ecrãnico, algo que estabelece pontos de contacto com aquilo a que na psicologia se designa de *reação de gauchais*. Wallon (1979) pensa no espelhamento como um ato imitativo, dividindo esse ato em

duas vertentes: na vertente espontânea e na vertente inteligente. Na primeira, o ato imitativo estabelece um acordo motor. Na segunda, o sujeito decide a imitação, considerando o conteúdo imitativo como algo exterior a si próprio. Neste caso, esta imitação inteligente permite estabelecer dissociações entre o percebido, o desejado ou o imaginado, ao passo que a imitação espontânea não faz essa dissociação. Assim, em Waldon (1979) o processo de imitação resulta num "estado de fusão e diferenciação entre o sujeito e o modelo" de imitação (Pedrosa, 1994, p. 112). Em geral, as redes digitais vieram acelerar as dinâmicas imitativas (Costa, 2021a).

5. O sucesso de *O Gambito da Rainha* no Facebook

Que quer, então, este sucesso significar? Para o explicar, voltemos à lei da *troca equivalente* de Lavoisier.

Se a contingência humana fosse um circuito fechado, o resultado lógico de uma visualização audiovisual seria o de um espelhamento simples, mais numa vertente de imitação espontânea, em que o sujeito visualizador aderia simplesmente ao acordo motor entre personagens e ação. Mas eis que as complexidades humana e sociotécnica permitem uma progressão dinâmica. Por um lado, o humano que vive numa contingência marcada pela permanente socialização reticular e digital (Jenkins, 2009). Depois, os algoritmos que estabelecem uma relação behaviorista, em que o "rato de laboratório" do *doutor Skinner* é agora o sujeito, e o biscoito (estímulo) é a sua própria subjetividade (Patino, 2019; Costa, 2021b). Finalmente, uma imitação inteligente, que expande o ato imitativo para além dos limites do seu próprio modelo de imitação, gerando associações contingentes (Costa, 2020a; Costa, 2021a). O problema é que o *doutor Skinner* pode ser ou aparecer em qualquer jornal, em qualquer editor, em qualquer líder de audiências online com pretensões várias.

Neste caso, tendo como base um jogo como o de xadrez, com longo histórico e alguma fama entre os principais jogos de tabuleiro, suscetível

de alguma admiração global devido à imensidão de combinações, gerou-se, na tribo de fãs da série, uma possibilidade contingente de expansão da relação emocional sujeito-série e sujeito-conteúdo-da-série através das possibilidades de informação e conhecimento cedido pelas atuais dinâmicas sociotécnicas. O prolongamento emocional do sujeito fez-se pela parafernália sociotécnica contingente. É esta, em nosso entender, a grande questão.

5.1. Metodologia e amostra para estudar este sucesso

Neste nosso estudo, partimos de uma publicação no grupo de Facebook intitulado *História dos humanóides sapientes e outras histórias*. Trata-se de um grupo gerido em português do Brasil com 146 559 seguidores (no dia 16/12/2020). A publicação foi feita no dia 10/12/2020, do seguinte modo:

Imagem 1. Publicação sobre o sucesso e o impacto de O Gambito da Rainha



Fonte: retirado de https://www.facebook.com/historiadoshumanoides/photos/a.505402759528726/3641711175897853

Para estudar esta publicação, recorremos à análise de conversações (Bardin, 2018). Na vertente quantitativa, descrevem-se repetições de ideias. Já "na qualitativa considera-se a presença ou a ausência de uma dada característica de conteúdo ou conjunto de características num determinado fragmento da mensagem" (Catalina, Caregnato & Mutti, 2006, p. 682).

Tendo por base "uma atitude orientada para a análise de pistas, sintomas, indícios" (Ginzburg, 1989, p. 154), consideramos aqui três pontos fundamentais: a) que o discurso exibe padrões recorrentes, produzidos consciente ou inconscientemente; b) que o discurso envolve escolhas do locutor (linguísticas, cognitivas e sociais); c) que a comunicação digital é influenciada pelos sistemas informáticos. Esta orientação assenta na análise "language-focused", recorrendo a ilustrações de discussões da amostra (Herring, 2004).

A publicação em estudo obteve mais de 2,5 mil reações, 1,63 mil comentários e 13 mil partilhas. O seu grande objetivo era o de se reportar ao impacto da série, exclamando no respetivo texto de apoio o "Exemplo do impacto de uma mídia no mercado e nos hábitos!".

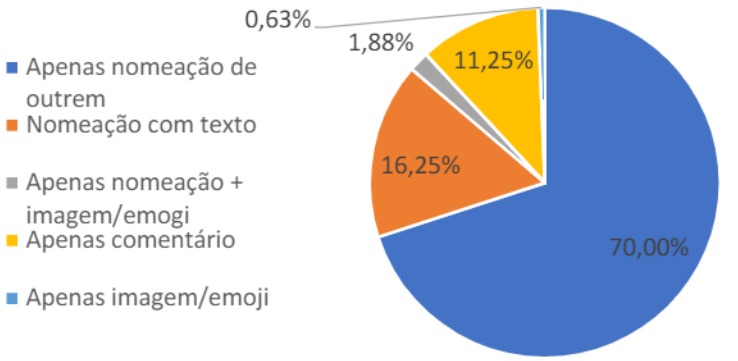
5.2. Análise

Entre os 1,6 mil comentários, recolhemos 10% (ficamos com 160 comentários). Selecionamos a opção "comentários mais recentes". Assim, escolhemos desde o mais recente até ao número 160 os comentários, no dia 16/12/2020, pelas 14.50h[3]. Copiamos e colamos os comentários numa folha de cálculo. Ignoramos as respostas aos 160 comentários, ficando apenas com os comentários iniciais.

Ao analisarmos os 160 comentários mais recentes, obtivemos a seguinte distribuição:

3 Horário de Portugal Continental.

Gráfico 2. Tipo de comentários efetuados



Fonte: produção própria a partir dos comentários recolhidos

Entre os que se sentiram motivados para comentar a publicação, cerca de setenta em cada cem apenas nomeou um ou mais conhecidos/amigos. Nestes casos, o objetivo aqui foi apenas o de convocar pessoas para a informação acerca do impacto sobre a série.

Uma nomeação acompanhada de imagem ou *emoji* aconteceu em apenas 1,88% dos casos. Nestes, as pessoas convocadas por aqueles que comentaram a publicação, viram imagens associadas ao xadrez ou então *emojis* a expressar surpresa.

Em 16,25% dos comentários, foram efetuadas nomeações a convocar pessoas acompanhadas de texto. Na maioria dos casos, o texto serviu para referir sobre o que já haviam falado anteriormente, ou então para relembrar ao nomeado que já viu a série ou que deve assistir (como veremos a seguir).

Em 0,63% dos casos, foram apenas colocados *emojis*, habitualmente revelando surpresa.

Finalmente, em 11,25% dos comentários, encontrou-se teor crítico e analítico. Neste caso, nos comentários não existem nomeações de

pessoas e o foco é mais reflexivo, onde o internauta opta por tecer considerações sobre o conteúdo ou os impactos da série em particular ou das séries nas plataformas de *streaming* em geral. Se no caso das nomeações com texto o objetivo foi apenas o de relembrar conversas sobre a série ou relembrar que é uma série já vista ou para ver, neste caso existe maior atitude crítica em praticamente todos os comentários, onde o conteúdo da série, o conteúdo da informação que consta na publicação ou o impacto das plataformas e da série ou das séries em geral é discutido. Vejamos alguns exemplos:

> Muito bom para o esporte! Em tempos de jogos digitais e rápidos, o xadrez é um ótimo treino para a mente. (comentário 22)
> Gente para, até eu fiquei com vontade jogar. O Jogo chama a atenção! Nem por isso assisto filme de violência e quero matar (comentário 36)
> Fico muito feliz com os resultados positivos da série, a atração de novos jogadores, etc. Só lamento que "rainha de Katwe", filme baseado em fatos reais, não tenha tido tanta representatividade quanto o Gambito. Talvez por não explorar a ostentação e o luxo do enxadrismo internacional, mas sim a miséria e a falta de oportunidades da realidade africana. (comentário 88)
> Não só Netflix, qualquer página de *streaming* de conteúdo multimídia pode ter esse efeito. (comentário 91)
> E eu que fui procurar uma academia de karatê depois que vi cobra kai hahahaha (comentário 95)
> Tira o nome Netflix que fica tudo certo essa empresa não merece este crédito mas sim o roteirista e diretor (comentário 106)
> A Netflix assim como a globo e muitos outros meios tentam através da manipulação fazer engenharia social, usando seus telespectadores como cobaia de experiência injetando em suas mentes todos tipo de imundície, e digo mais de uma forma muito inteligente, eles não só exibem certos tipos de imundícies como tendem a normalizar e tornar glamouroso certos comportamentos como homossexualismo, uso de drogas, incesto, sexo infantil, desrespeito a cultura ocidental, desrespeito ao cristianismo, usam políticas identitárias da mesma forma que já usaram a luta de classes, eles fazem isso como se fosse " crítica" mas na verdade estão criando uma geração de retardados mentais que são influenciados e manipulados por toda merda que eles levam ao ar (comentário 88)

> Será que os fãs de GOT são praticantes de incesto também?? (comentário 107)
> Só alienados se deixam influenciar por mídias, geração de alienados e fantoches do sistema globalista (comentário 109)
> Se fossem apenas bons hábitos como esse que eles influenciassem seria maravilhoso. Esse tanto de gente que se interessou em xadrez foi muito beneficiada, mas por outro lado, as muitas outras influencias negativas são uma baita problemática (comentário 110)
> Pensando mais a fundo?? Cadê o crédito para os atores??? Afinal de conta nessa pandemia fora..eles que fizeram o tempo passar ... A profissão que ningu. valoriza e visualiza todos como atores de malhação (comentário 131)

6. Reflexão crítica

A partir da distribuição percentual e qualitativa da amostra, entendemos que a maioria de casos (70%) que apenas convocou pessoas para a publicação faz parte de uma tribo de gostos e emoções em torno da referida série. Já entre os que comentaram sem convocar (11,25%), existe maior número de interessados em adotar, quanto a este assunto, uma postura mais crítica e reflexiva. É sobre este diferencial que nos importa refletir.

Não sendo um resultado estatístico que possa ser generalizado, este exemplo permite refletir sobre o que mencionamos anteriormente: com os atuais dispositivos sociotécnicos reticulares, os sujeitos vivem influenciados por regimes de solidariedade e comunidade tendencialmente emocionais, tribos de gostos que deambulam por entre sucessos contingentes, em que intelectos contingentes dominantes ganham dianteira (Costa, 2020b). Uma possível *troca equivalente,* ou seja, a ideia de que *nada se perde, nada se cria, tudo se transforma*, é, neste caso concreto, mais do tipo de uma *troca contingente,* onde agrupamentos de gostos e tribos de emoções *nada perdem, nada criam, tudo transformam em visualizações.* O que encaixa na perfeição dos objetivos da captologia (Patino, 2019; Costa, 2020a), gerando uma tendência para baixas percentagens de pessoas com

pensamento crítico e reflexivo, na medida em que o emocional gerado pela comunhão com um amigo, companheiro ou familiar prevalece sobre a racionalidade crítica.

Se considerarmos sobre o que significa, neste caso em concreto, nomear outrem, concluímos que nomear é, aqui, associar. Associar mais e mais elementos à mesma tribo de consumo de séries que apelam ao emocional. Se o ódio nas redes digitais é a partilha de um tique privado tornado público (Costa, 2020c), neste caso a nomeação de elementos que partilham emoções e gostos é o prolongamento de sentimentos e emoções privadas tornadas públicas, mas apenas em forma de conexão.

A juntar a isso está ainda o facto de esta publicação analisada mencionar o sucesso da série. O sucesso assim colocado pela publicação tende a chamar, a convidar ou a despertar o interesse no que se havia visto, ouvido ou percebido sobre um assunto, conferindo-lhe poder numérico. As associações contingentes aqui efetuadas entre informação, publicação e fãs tendem a celebrar a tribo emocional que vive esta série e este tipo de cultura popular, reforçando o seu poder e o seu estatuto na atual contingência. A tribo organiza-se como uma espécie de exército em direção ao consumo daquilo que está a ser um sucesso, extinguindo, por instantes, o *medo do consumo solitário* (Costa & Capoano, 2021). Como sugere Han (2018), alimentados por tecnologias comuns os sujeitos vivem, respiram e consomem apenas o "idêntico", pois "são alimentados de consumo como gado com qualquer coisa que acaba por se tornar sempre a mesma coisa". Trata-se de uma espécie de processo "excessivamente idêntico" – Binge Watching – de consumo ilimitado de vídeos, filmes e outros conteúdos capaz de gerar uma "perceção generalizada", portanto "idêntica" (Han, 2018, p. 10).

Ao afastar por não nomeação o diferente, portanto "o outro", o sujeito vive apenas consigo, com as suas ideias, com os seus hábitos. Aí, "viajamos por toda a parte sem ter experiência alguma. Ficamos ao corrente de tudo sem adquirir com isso conhecimento algum" (Han, 2018, p. 11). Na acumulação de "amigos e seguidores sem experimentarmos nunca o encontro com alguém diferente", numa

permanente "interconexão digital total" e "comunicação total", o horizonte de experiências fica cada vez mais estreito, preso a um "anel interminável do eu", numa "autopropaganda que nos doutrina com as nossas ideias" (Han, 2018, p. 11).

Deste modo, percebemos que as redes digitais que prolongam o prazer do consumo são também o resultado de nomeações de um igual, de um semelhante, de um par, de um amigo, de um familiar que sente ou pode sentir a mesma emoção, tornando-se, portanto, um igual. Trata-se de uma exclusão pela similitude (Han, 2018). A solidariedade é, assim, fundamentalmente ecrãnica, emocionalmente ecrãnica. E ao *medo do consumo solitário* que invocamos anteriormente, corresponde uma inversa satisfação, um deslumbramento de ver a tribo grande, maior do que se julgava. O que estas redes despertam são, fundamentalmente, ações emocionais, não comunitárias, centradas no Eu, nas subjetividades e nas emoções, nas intersubjetividades entre iguais.

Por outro lado, a questão da identidade parece estar transformada pelas sugestões que emanam dos aparatos tecnológicos e sociotécnicos. A tecnociência insiste que é possível criar a própria comunidade como modo de conferir sentido à identidade desejada. Contudo, uma comunidade não se cria. Ou existe ou não existe. As redes digitais iludem ao pensar que se pode criar a comunidade perfeita. Esta ilusão coloca as redes digitais numa espiral: a rede digital que se constrói é o espelho desse que a constrói. Trata-se de parte do paradigma "Eu sou tu", mas levado ao extremo (Costa, 2020b). Pelo contrário, numa comunidade enquanto conjunto alargado, diverso e múltiplo, em que não nos vemos necessariamente ao espelho, há uma necessidade de negociar, de estabelecer diferenças, de viver com o diferente. Para Bauman, o problema das redes digitais no confronto com a vida offline reside precisamente na diferença entre o que significa uma rede digital e que é significa uma comunidade: "a diferença entre a comunidade e a rede é que você pertence à comunidade, mas a rede pertence a você" (Bauman citado em Querol, 2016, §11). Na rede, é possível adicionar ou

eliminar amigos, controlar as pessoas que veem publicações, com quem se estabelecem ligações. O autoelogio e autorreferência são comuns. Por um lado, isto permite um alívio, porque a solidão é sempre uma ameaça. O problema é que a comunidade não é assim. Não se colocam limites sociotécnicos a favor do ego. São necessárias habilidades sociais que não se treinam nestes esquemas reticulares anteriormente descritos (Bauman citado em Querol, 2016).

Esta dinâmica resulta, em nosso entender, numa *troca contingente*. A ação de consumo da minissérie origina uma experiência emocional e subjetiva, onde se excluem os que estão fora deste universo, com possibilidade de expansão nas possibilidades da contingência. Dá-se uma passagem da série para o conteúdo real do universo do xadrez através dos elementos que compõem a contingência sociotécnica específica, originando novos fãs e novos jogadores de xadrez (porventura, mais na vertente digital do jogo). O resultado final, do ponto de vista do processo, é um intelecto contingente grupal que resulta dessa experiência tribal e que se unifica em torno do que sobra: ligações subjetivas do consumidor da série ao universo do jogo de xadrez. Memórias e emoções partilhadas. Pouco mais.

Ao invés de uma *troca equivalente*, em que a devolução seria equivalente ao esforço e devoção aplicados em torno de algo comunitário, existe aqui uma *troca contingente* em que a satisfação do sujeito no consumo da minissérie se prolonga pelos artefactos sociotécnicos e se estende até à experiência e ao conhecimento técnico do jogo de xadrez, ficando centrado nas emoções e subjetividades. Em suma, a aceleração e a mobilização tecnológicas conduzem a *trocas contingentes* tendo por base emoções geradas algures em conjuntos tribais de pessoas que encontram nos ecrãs pequenos despertares e pequenos motivos, pouco mais do que estéticos e emocionais. Como sugere Martins (2020, §7), "a cultura tribal consome-se em emoção. Não tem outra ética (compromisso) que a da estética (emoção). Não tem um propósito de emancipação social, nem um compromisso de cidadania. Porque não tem no horizonte um sentido de comunidade".

Este não é, todavia, um fenómeno localizado ou exclusivo da crise gerada pela pandemia da Covid-19. Para Martins (2011), trata-se do reflexo de uma "crise da cultura", sobretudo desde que o ecrã – Cinema, TV, Computador com Internet e *smartphones* com redes digitais – iniciou um processo global de tribalização emocional do mundo (Martins, 2011; Costa, 2020a; Patino, 2019). O que se ganha em imaginários que se consomem uns atrás dos outros, perde-se em comunidade. Nunca como hoje, à conta deste efeito de tribalização reticular, "expulsamos" tanto o Outro (Han, 2018). Nunca, como hoje, fomos tão pouco solidários, remetendo uma putativa ação solidária para uma mera partilha ou uma simples assinatura digital numa qualquer petição que pouco ou nada resolve.

De facto, este tipo de *trocas contingentes*, emocionalmente sociotécnicas, afina-se "pelos interesses e desejos da tribo. A tribo sente, pensa e faz como eu. É um egoísmo alargado. A minha tribo não tem outros desejos que os meus" (Martins, 2020, §7). O que não cabe nos meus, que são os da minha tribo, expulsa-se. O "outro" fica de fora da minha rede, "expulso" (Han, 2018).

Todavia, se a ampliação do conhecimento suscitado pela minissérie *O Gambito da Rainha*, neste caso sobre o xadrez e suas dinâmicas, é algo benéfico no sentido de potenciar novas associações contingentes, já a persistência algorítmica, inscrita tanto nas dinâmicas de novos consumos no interior das plataformas de *streaming* como também no exterior aquando das buscas no Google, onde imperam estratégias de captura da atenção do sujeito através de publicidades e produtos, não deixa de ser um resultado perverso daquilo que representa hoje uma *troca contingente*, quer dizer, algo profundamente marcado pelo consumo online. É que a tentativa contínua e persistente de captura da atenção dos sujeitos para mais produtos e mais conteúdos, alimentando sempre um *hungry ghost*, um espírito insaciável, com mais olhos do que barriga, que se funda e retroalimenta, de modo imparável, através da economia da atenção (Patino, 2018).

7. Considerações finais

O sucesso de *O Gambito da Rainha* reflete, em nosso entender, as relações de troca que a contingência possibilita, que são da ordem do capital – da atenção, da cultura popular, da dinâmica tecno-económica. A uma emoção vivida numa tribo corresponde um prolongamento sociotécnico que retroalimenta sistemas técnicos e beneficia a rede de algoritmos que se interconectam, onde em cada algoritmo que representa uma empresa digital disputa a atenção dos sujeitos. O sujeito feito cobaia da interconexão sociotécnica dos produtos culturais torna-se cobaia das suas próprias emoções (Costa, 2020b), cumprindo sem querer o sonho dos gigantes digitais: enredados nos seus sistemas, permanecem capturados.

Daí a importância de se estudar a captologia e seus efeitos, essa ciência da captura. Independentemente das mudanças nos algoritmos, nas plataformas e nas redes digitais, o objetivo das proprietárias das mesmas é sempre uma captura da atenção tendo em vista resultados economicistas. E essa captura, encetada pelas empresas digitais, leva o sujeito, tal como constatou Han (2018), a quatro grandes consequências: uma falsa sensação de autenticidade, uma autoexploração, um constante narcisismo e uma permanente expulsão do outro diferente. A dinâmica de nomeação que vislumbramos no caso da publicação do sucesso de *O Gambito da Rainha* no Facebook é reveladora.

Sobre a autenticidade, e se pensarmos no fã de *O Gambito da Rainha* ou de qualquer outra série, este tende a sentir-se realizado e especial pela emoção vivida no consumo e no sucesso da sua tribo. Prolonga a sua emoção na rede. Ao julgar-se especial, tenta "produzir-se a si mesmo" ao estender-se, ao alongar-se. Procura mais informação sobre xadrez. Mas "nessa vontade de ser diferente prossegue o igual". A rede, dominada por gigantes digitais, apenas permite que existam "diferenças comercializáveis" (Han citado em Geli, 2018, §3).

Estas diferenças comercializáveis resultam do eco do intelecto contingente capitalista, "a lógica traiçoeira do neoliberalismo que

culmina na síndrome de burnout". Nessa lógica, o sujeito está sempre com a sensação de que não se está a cumprir, "Vive-se com a angústia de não estar fazendo tudo o que poderia ser feito". Daí surge a autoexploração: "hoje a pessoa explora a si mesma achando que está se realizando" (Han citado em Geli, 2018, §4).

Um dos problemas da autoexploração é a extração permanente do lado narcísico: "ser observado hoje é um aspeto central do ser no mundo" (Han citado em Geli, 2018, §8). A questão é que o "narcisista é cego na hora de ver o outro". E sem o outro diferente, porque os da mesma tribo são iguais e pensam ou agem de igual modo, "não se pode produzir o sentimento de autoestima". Neste sentido, a arte ecrãnica, a série, o filme e o seu prolongamento pelas redes, por um lado "degenerou em narcisismo" tribal, e por outro "está ao serviço do consumo, pagam-se quantias injustificadas por ela, já é vítima do sistema; se fosse alheia ao sistema, seria uma narrativa nova, mas não é" (Han citado em Geli, 2018, §8). Como escrevemos em *eu sou tu*,

> O outro lado passa pelo exacerbar das emoções ligadas ao narcisismo do "eu sou eu". Que promove as paixões tristes cheias de consumo, de emoções e de "sexo" que esquecem o seu caráter de sensação. É uma pequena saúde feita de receios e de frustrações. São seres carregados de "sexo" e apetite, mas com corpos pouco sexuados, sem desejo, sem afetos nem intimidade. São corpos sem o sentido do coletivo. (Neves & Costa, 2020, p.40)

Além disso, as tribos de consumo vivem da semelhança. O que significa que a diferença é expulsa. Se queres diferente, consome diferente. De consumo em consumo, podemos agora sentir dentro de uma tribo que consuma semelhante, pois temos "medo do consumo solitário" (Costa e Capoano, 2021). O que significa que o tribalismo ecrãnico é um modo de igualizar pessoas, estratégia que o sistema implementa permitindo uma "opção de escolha": "quanto mais iguais são as pessoas, mais aumenta a produção; essa é a lógica atual; o capital precisa que todos sejamos iguais, até mesmo os turistas; o neoliberalismo não funcionaria se as pessoas fossem diferentes" (Han

apud Geli, 2018, §9). Quer dizer, se não existissem tribos alargadas em torno elementos comuns.

Para revelar uma nova faceta do princípio *nada se cria, nada se perde, tudo se transforma,* o sucesso de *O Gambito da Rainha* serve apenas de exercício para demonstrar um circuito composto por ecrãs em rede que, não sendo fechado, cumpre bem a possibilidade de transformar, e por sua vez de misturar, ainda que o resultado final seja, em certo sentido, autofágico – ou como sugere Han (2018), uma autoexploração. Assente numa comunidade emocional e subjetiva, tudo isto pouco beneficia o todo a não ser pela perspetiva do aumento do capitalismo digital e pela perspetiva de um crescendo de conformismo radical. O conformismo radical é a marca das atuais associações contingentes (Han, 2018). Eis-nos diante de um outro efeito de *troca contingente*. Assim, percebemos que o espírito crítico se dilui em tanta vivência emocional tribal.

O *eu sou tu* que a captologia destas plataformas formaliza não é a "uma ferramenta para evitar, pela ação individual e coletiva, a armadilha do narcisismo, do excesso do "eu" na sua procura equivocada da singularidade através da tecnologia" (Neves, 2020, p. 19). Urge uma ética com o "propósito igualmente [de] impedir a perda e a dissolução num falso coletivo". De algum modo, estas são duas faces da mesma moeda que nos conduzem inevitavelmente a uma queda ainda maior, "tão mais violenta quanto mais nos agarrarmos à ilusão do 'eu', do 'eu não sou tu' "(Neves, 2020, p. 19). Quer dizer,

as paixões tristes do ser "tu", a partir do outro negando o seu self, o seu eu mais profundo e coletivo, criam as personalidades autoritárias, viradas para o controlo, baseando-se nesse conformismo adaptativo promovido pelo Estado moderno (o falso coletivo) e pelas lógicas mercantis que dominam a economia na sua unificação abstrata e metafísica. Uma universalidade "postiça" que se reproduz como um vírus, uma patologia-catástrofe no plano da constituição de uma polis ativa baseiam-se numa simbiose entre o pré-individual e uma individuação incompleta porque assenta na incapacidade de ser diferente, no medo de ser diferente, numa socialização virada

para a "normalização" e para a obediência ou que, quando a "máscara" cai, assumem formas de revolta niilista virada para o exterior, para a intolerância imbuída de uma lógica de guerra (Neves & Costa, 2020, p.40).

Em suma, o caso de *O Gambito da Rainha* revela-nos um dos lados perversos das redes digitais e das respetivas plataformas ao mostrar como se formam, o que fazem e como se organizam tribos emocionais, como se centram na ação subjetiva e emocional e como se revelam pouco interessadas em reflexão e postura crítica.

Referências

Amaral Jr. A. (2002). Relações perigosas: o imaginário freyriano no discurso governamental. *Tempo Social*, 14(2), 163-186. https://doi.org/10.1590/S0103-20702002000200009

Balogh, A. M. (2005). *Conjunções Disjunções Transmutações. Da Literatura ao Cinema e à TV*. Annablume.

Barbero, J. M. (2001). *Os exercícios do ver*: *hegemonia audiovisual e ficção televisiva.* SENAC.

Bardin, L. (2018). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Barredo Ibáñez, D. (2021). *Medios digitales, participación y opinión pública*. Tirant Lo Blanch.

Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2018). Digital news report 2018: Portugal. In *Inquérito reuters digital news report 2015 a 2018*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Disponível em https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/09/DNR_PT_2018.pdf

Carneiro, M. (2015). Lei da troca equivalente. *Jornal de Laguna*. Retirado de http://jornaldelaguna.com.br/lei-da-troca-equivalente/

Catalina, R., Caregnato, A. & Mutti, R. (2006). Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. *Texto Contexto Enferm*, 15(4): 679-84.

Costa, P. R. (2013). Entre o ver e o olhar: ecos e ressonâncias ecrânicas. Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho: Braga. Retirado de http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/24492

Costa, P. R. (2020a). Impactos da captologia. Problemáticas, desafios e algumas consequências do "dar vistas" ao ecrã em rede. *Revista Sociologia Online,* 23: 74-94. https://10.30553/sociologiaonline.2020.23.4

Costa, P. R. (2020b). Eu sou tu. Tu és intelecto contingente. In J. P. Neves; P. R. Costa; P. de V. Mascarenhas; I. T. de Castro & V. R. Salgado (Eds.), *Eu sou tu. Experiências ecocríticas* (pp. 269-292). Braga: CECS. 10.21814/1822.68550

Costa, P. R. (2020c). Uma cartografia do ódio no Facebook: gatilhos, insultos e imitações. *Comunicação Pública*, 15 (29): XX-XX. Retirado de http://journals.openedition.org/cp/10372

Costa, P. R. (2021a). A sociedade enquanto duelo de imitações. Uma releitura de Tarde, G. (1978 [1890]). As leis da imitação [resenha]. *Revista Ciências Humanas*, 14(2). https://doi.org/10.32813/2179-1120.2121.v14.n2.a792

Costa, P. R. (2021b). Da ferramenta ao intelecto algorítmico: sobreviver entre dilemas digitais. *Journal of Digital Media & Interaction*, 4 (10), 21-37. https://doi.org/10.34624/jdmi.v4i10.24568

Costa, P.R. & Capoano, E. (2021). O medo do consumo solitário: comentários nos canais infantojuvenis de YouTube do Brasil e de Portugal. *Journal of Iberian and Latin American Research.* [no prelo].

Costa, P. R. & Neves, J. P. (2020). Uma Ecossociologia da Individuação. Neves, J. P., Costa, P. R, Mascarenhas, P., Castro, I. & Salgado, V. (Eds.). *Eu sou tu. Experiências ecocríticas*. Braga: CECS. https://doi.org/10.21814/1822.68550

Damásio, A. (2010). *O sentimento de si: Corpo, emoção e consciência*. Círculo de Leitores.

França, T., & Grigoletto, E. (2018). Imagens do/no espaço virtual: Sobre as condições de produção do discurso de ódio no Facebook. In F. Silva, & K. Abreu (Orgs.), *O império do digital: Teoria, análise e ensino* (pp. 33-56). São Carlos: Pedro & João Editores.

Geli, C. (2018). Byung-Chul Han: "Hoje o indivíduo se explora e acredita que isso é realização". *El País.* Retirado de https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/07/cultura/1517989873_086219.html

Ginzburg, C. (1989). *Mitos, emblemas e sinais morfologia e história*. Companhia das Letras.

Goleman, D. (1995). *Inteligência emocional*. Círculo de Leitores.

Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. DP&A.

Han, B. C. (2018). *A expulsão do outro – Sociedade, perceção e comunicação hoje*. Relógio D'Água.

Herring, S. (2004). Computer-mediated discourse analysis: an approach to researching online communities. In Kling, R., & Gray, J. H. (Eds.). *Designing for virtual communities in the service of learning*. 338-376. Cambridge University Press.

Hoineff, N. (1996). *A Nova Televisão*. Relume-Dumará.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. Aleph.

Latour, B. (2012). *Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede*. Edusc.

Leicester, H. M. (1970). *Mikhail Vasil'evich Lomonosov on the Corpuscular Theory*. Harvard University Press.

Mackenzie, D. (2006). *An engine, not a camera: How financial models shape markets*. MIT Press.

Maffesoli, M. (2014). *O Tempo Das Tribos – O Declínio do Individualismo Nas Sociedades de Massa*. Forense Universitária.

Martin, B. (2014). *Hombres fuera de série. Crónica de una revolución creativa.* Grupo Planeta.

Martins, M. L. (2011). *Crise da Cultura. Das estrelas para os ecrãs*. Grácio Editor.

Martins, M. L. (2020, 23 de novembro). A natureza das opiniões, as novas tribos e a ausência de sentido de comunidade. *Correio do Minho*. Retirado de https://correiodominho.pt/cronicas/a-natureza-das-opinioes-as-novas-tribos-e-a-ausencia-de-sentido-de-comunidade/

Mattelart, M. (1999). *O Carnaval das Imagens - a Ficção na TV.* Brasiliense.

Morin, E. (2003). *Introdução ao pensamento complexo*. Instituto Piaget.

Neves, J. P. & Costa, P. R. (2020). Eu sou tu. Uma ecossociologia da individuação. In J. P. Neves; P. R. Costa; P. de V. Mascarenhas; I. T. de Castro & V. R. Salgado (Eds.), *Eu sou tu. Experiências ecocríticas* (pp. 25-48). CECS. http://10.21814/1822.68550

Neves, J. P. (2020). Eu sou tu. Uma introdução. In J. P. Neves; P. R. Costa; P. de V. Mascarenhas; I. T. de Castro & V. R. Salgado (Eds.), *Eu sou tu. Experiências ecocríticas* (pp. 9-23). CECS.

Patino, B. (2019). *A civilização do peixe-vermelho: Como peixes-vermelhos presos aos ecrãs dos nossos smartphones.* Gradiva.

Pedrosa, M. I. (1994). A imitação como um processo de construção de significados compartilhados. *Temas de Psicologia*, 2: 111-121.

Pinto, P. J. R. (2018). *Fake news e social media em Portugal: Conceitos, realidades e hipóteses. O caso da página "Os Truques da Imprensa Portuguesa"*. (Dissertação de Mestrado não publicada). Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, Portugal.

Pross, H. (1999). *La violencia de los símbolos sociales*. Barcelona: Anthropos.

Querol, R. (2016, 08 de janeiro). As redes sociais são uma armadilha – Zygmunt Bauman. *Revista Prosa Verso e Arte*. Retirado de https://www.revistaprosaversoearte.com/as-redes-sociais-sao-uma-armadilha-zygmunt-bauman/

Recuero, R. (2012). *A conversação em rede: Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet*. Editora Sulina.

Redação Galileu (2020, 12 de novembro). Série "O Gambito da Rainha" faz buscas por xadrez atingirem recorde. *Redação Galileu*. Retirado de https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2020/11/serie-o-gambito-da-rainha-faz-buscas-por-xadrez-atingirem-recorde.html

Sodré, M. (2002). *Antropológica do Espelho*: *uma teoria da comunicação linear e em rede*. Editora Vozes.

Souza, L. A. (2020). *Lei de Lavoisier*, Brasil Escola. Disponível em: https://brasilescola.uol.com.br/quimica/lei-lavoisier.htm

Stein, M. Nodari, C., & Salvagni, J. (2018). Disseminação do ódio nas mídias sociais: Análise da atuação do social media. *Interações*, 19*(1)*, 43-59.

Waldon, H. (1979). *Do ato ao pensamento: ensaio de psicologia comparada*. Moraes.