

Lasanha, Djavan e a sociabilidade do ódio no Twitter/X¹

Amanda Toledo do Prado Paes (UFRJ)

Palavras-chave: mídias sociais, ódio, Twitter

Introdução

Em outubro de 2022, o bilionário Elon Musk comprou o Twitter e nos meses seguintes a rede social passou por diversos momentos de instabilidade e mudanças nos recursos, inclusive o próprio nome da rede social², que desagradaram os usuários. Na primeira queda de funcionamento da plataforma, houve uma mobilização em massa para outras redes sociais que fossem semelhantes ao Twitter, como o Koo e o Mastodon (Labate e Arimathea, 2022). Entretanto, assim que a rede se estabilizou novamente os usuários retornaram para o Twitter.

Em julho de 2023, o Meta, antigo Facebook, lançou a rede social Threads que estaria vinculada a outra plataforma da empresa, o Instagram. A rede social foi lançada em meio a outra falha do Twitter, quando a plataforma limitou o número de tweets que poderiam ser visualizados por dia (Tinoco, 2023). Quando muitos usuários, principalmente influenciadores e famosos, acessaram a rede social, houve um discurso corrente de que aquela plataforma seria uma rede social sem ódio e que não seria tóxica como o Twitter. Isso motivou muitos usuários a não fazerem a migração, como ocorreu na última instabilidade da plataforma. Após o Twitter encerrar a limitação de visualização de tweets, o Threads caiu no esquecimento.

Algumas questões podem ser mobilizadas sobre esse acontecimento. Primeiramente, como o Threads estava vinculado ao Instagram, havia uma questão de diferentes facetas de personagens da identidade (Le Breton, 2018) entrarem em conflito.

Para David Le Breton (2018), a identidade é constituída como um processo. Ao longo da vida, diversos fatores, como o olhar dos outros e acontecimentos em nossa história pessoal, podem alterar quem somos. Isso significa que não somos indivíduos com uma identidade fixa. Nossa identidade está em constante mudança devido aos diferentes

¹ Trabalho apresentado na 34ª Reunião Brasileira de Antropologia (Ano: 2024)

² O nome atual da rede social anteriormente conhecida como “Twitter” é “X”. Entretanto, os usuários permanecem utilizando “Twitter” como forma de se referir à plataforma. Respeitando a nomenclatura utilizada pelos usuários e a forma que a rede social ainda se mantém conhecida, neste trabalho apenas será mencionado o nome “Twitter”, assim como “tweets” em vez de “posts”.

contextos e situações em que encontramos em nossas vidas em relação ao mundo. Para o autor, desempenhamos diferentes papéis de acordo com o público, mas preservando uma identidade única. Enquanto um personagem assume o papel principal, os outros são colocados entre parênteses. A totalidade da nossa identidade não está acessível a nós, mas cada uma das faces influencia nosso sentimento de identidade.

Não seria adequado, portanto, fazer o mesmo tipo de postagens que são feitas no Twitter, geralmente com poucos filtros sendo acionados, em uma rede social que inclui parentes, colegas de trabalho e outras pessoas da sua “vida real”.

Um segundo ponto relaciona-se à tentativa de “purificar” o Twitter de seu ódio e toxicidade. À época, a ideia de migrar para uma rede social como o Twitter sem seu lado tóxico parecia absurda. Em diversos tweets, os usuários comentavam que o seu interesse no Twitter é justamente um ambiente de constante ódio. Logo após a estabilização da visualização de tweets ocorreram mais casos como o que será relatado neste trabalho. Diversos tweets demonstravam felicidade porque o “site estava vivo”.

Desde então, quando ocorrem situações parecidas, principalmente aquelas que rendem discussões por semanas, os usuários afirmam que é por isso que eles continuam no Twitter. O ódio está enraizado nas dinâmicas de sociabilidade da plataforma, não interessando quem é o objeto do ódio e sabendo que, a qualquer momento, você mesmo pode ser o alvo dos ataques.

Dito isso, o trabalho a seguir discute, de maneira ainda preliminar, a forma que o ódio está presente no Twitter e nas relações construídas e vividas na plataforma. Primeiramente, é discutida a circulação de ódio no Twitter a partir da economia afetiva (Ahmed, 2015). Em seguida, discutimos a permanência dos usuários apesar da plataforma ser um espaço tóxico. Finalmente, discutiremos um estudo de caso, em que um vídeo publicado na plataforma de um rapaz cozinhando uma lasanha se tornou um caso emblemático do ódio “banal” da plataforma.

Emoções e encontros

Sara Ahmed (2015) entende as emoções como parte de algo que ela denominou de “economia afetiva”. A autora se baseou sua proposição na psicanálise, utilizando o conceito de inconsciente, e no marxismo, para pensar as emoções como cumulativas ao longo do tempo, fazendo com que elas somassem uma forma de valor afetivo.

A economia afetiva afirma que os sentimentos seriam produzidos como efeitos da circulação e a partir da circulação de objetos seria possível pensar a sociabilidade da emoção. Isso significa que as emoções não estariam fixas em objetos determinados, mas que circulariam e é a partir da circulação que seria atribuído valor ao sentimento. Como afirma a autora: “o afeto não reside em um objeto ou signo, mas é o efeito da circulação entre objetos e signos (= acumulação de valor afetivo). *Os signos aumentam o seu valor afetivo como efeito do movimento entre eles: quanto mais circulam, mais afetivos se tornam*” (Ahmed, 2015, p. 82, grifo nosso).

Emoções, portanto, se moveriam por meio do movimento ou circulação dos objetos, que se tornariam “pegajosos” ou “saturados de afeto”. Isso significa que, conforme circulam, os sentimentos “grudam” em algum objeto de forma temporária. Elas também são relacionadas a vínculos, que, da mesma maneira, são feitos pelo movimento. Ou seja, a circulação de objetos da emoção envolve a transformação dos outros em objetos de sentimentos.

A atribuição de sentimentos e, portanto, a transformação do outro em objeto, ocorreria no momento do contato, no que a autora chamou de “encontros afetivos”. Nesse encontro, o sujeito e o objeto de seu sentimento teriam um contato em que um deixa uma impressão no outro e, como efeito, aconteceria uma leitura do contato, na qual ocorreria a atribuição de sentimento a um objeto.

Essa leitura é influenciada por orientações prévias. Ahmed (2015) exemplifica esse encontro por meio de um exemplo muito usado na literatura psicológica. Uma menina encontra um urso e se assusta. A menina, a partir da leitura do contato, lê o contato como perigoso porque a imagem do urso foi moldada por histórias culturais e lembranças. O urso por si só não é assustador, mas ele é assustador para alguém. O próprio encontro poderia ser diferente, se fosse outra menina e outro urso.

Assim, podemos perceber como as emoções são relacionais. No momento do contato, o urso se torna um objeto, tanto por termos contato com esse objeto, mas também porque temos uma orientação de como agir sobre ele. E em cada encontro se abrem histórias de associações particulares entre um sujeito e o objeto de sentimento. Como argumenta Ahmed (2015, p. 91): “as histórias estão ligadas às emoções justamente na medida em que se trata do que gruda, de quais conexões são vivenciadas como mais intensas ou mais íntimas, como mais próximas da pele”.

Para a autora, esse “grude” seria o momento em que um sentimento é fixado, temporariamente, em um objeto. Os sujeitos em si não seriam referentes fixos, mas apenas pontos nodais nos quais os sentimentos se estabilizam no momento do encontro. No encontro também ocorre uma atribuição, em que os próprios objetos se percebem como possuidores de atributos.

No caso do ódio, ocorreria um alinhamento de um sujeito imaginado a uma ameaça. Nesse alinhamento acontece uma associação entre as figuras, em que as características ganham “vida própria”. Um efeito dessa generalização é um deslizamento ou deslocamento das semelhanças e diferenças aos corpos, ou seja, a atribuição de características percebidas como detestáveis ou de semelhança ao sujeito no momento do encontro afetivo. Dessa forma, o sujeito que odeia atribui esse sentimento e reconhece essa característica alinhada, assim como o objeto do ódio também pode reconhecer essa característica como vinculada a si.

Seria por meio da violência (física, verbal, psicológica) que ocorreria uma fixação da identidade do outro, em que tal fixação seria para quem é o sujeito e para quem é o objeto do ódio. Aquele que é o receptor do ódio se vê forçado a encarnar uma identidade por e para aquele que é o odiador. Quem é odiado se reconhece como objeto de ódio, fazendo com que o sentimento se grude temporariamente nesse objeto. O grande efeito e função do ódio é que ele não é necessariamente sentido no momento em que ocorre o encontro, mas ele é prolongado por uma cadeia de efeitos e afetos no objeto.

Para a autora, odiar o outro seria baseado em uma dissemelhança desse objeto com si mesmo, enquanto outros que seriam não odiáveis estariam relacionados a um amar a si mesmo. Como argumenta Ahmed (2015, p. 91): “[o] ódio estrutura a vida emocional do narcisismo como um investimento fantástico na continuação da imagem do eu nos rostos que juntos conformam o ‘nós’”. Isso demonstra o alinhamento mencionado anteriormente, em que aqueles “odiáveis” seriam atribuídos com características negativas enquanto os “amáveis”, aqueles que se parecem com o “eu” e o “nós”, seriam alinhados a características positivas.

Ódio é sempre contra algo ou alguém, mesmo que esse algo ou alguém não preexista necessariamente à emoção. O ódio também se opõe à indiferença, ou seja, o objeto não pode ser ignorado. O sujeito pode necessitar da relação destrutiva com esse

objeto, que pode estar vinculado a um apego ao ódio. Isso pode justificar a insistência dos usuários em se manter no Twitter, o que será discutido a seguir.

A permanência na toxicidade

Valéria Cristina Lopes Wilke (2020) discute em seu texto “Pós-verdade, *fake news* e outras drogas: vivendo em tempos de informação tóxica” a questão da toxicidade nas mídias digitais. Nesse artigo, a autora cunha o termo “informação tóxica”, que seria uma informação que envenena o receptor por meio de uma injeção de ódio e devido a isso, ele se moveria a agir tanto no ambiente digital quanto fora dele agindo conforme os afetos relacionados ao ódio e à violência (Wilke, 2020, p. 21). Segundo a autora:

“É possível afirmar que a informação tóxica é qualquer conteúdo que tenha valor informacional para determinado ator social e que esteja associado ao ódio ou à violência (assedia, insulta, intimida, deprecia, discrimina outrem e instiga outro ator social à adesão); ela é movida pelo ódio – alimentado pelos medos, preconceitos e falsas crenças – e pela intolerância em relação a aqueles percebidos, material e simbolicamente como ameaças; ela é disseminada pelas mídias e multiplataformas digitais nos formatos textual, sonoro ou imagético. (...). A informação tóxica intoxica o ambiente digital, pois o transforma em campos de guerra, de perseguição, de linchamentos morais e, mais recentemente, a belicosidade transpassou como lança-chamas a chamada ‘cultura dos cancelamentos’” (Wilke, 2020, p. 24)

Wilke (2020) discute como em uma sociedade movida por um padrão neoliberal 24/7 – 24 horas por dia e sete dias por semana – da sociedade hiperconectada, os indivíduos conectados tornaram-se dependentes de fluxos virtuais de informação e de integração social.

Anna Bentes (2021) aprofunda a discussão, trazendo a questão da economia de atenção e do capitalismo de vigilância. A economia de atenção diz respeito ao excesso de informação presente no mundo digital contemporâneo e como a nossa atenção se tornou uma das mais importantes mercadorias disponíveis nesse contexto, visto que é um recurso escasso e extremamente valioso.

Além da atenção, outra importante mercadoria dos meios digitais são os dados dos usuários. A publicidade é o modelo de negócios dominante da internet e para atingir um “sujeito impressionável”, ou seja, um sujeito tão impressionável que seja altamente provável que converta uma ação de valor para uma empresa (clicar, comprar, registrar em

um site), foi necessário desenvolver uma complexa coreografia algorítmica para que o sujeito certo seja atingido pela publicidade certa no momento certo (Introna, 2016).

Para isso, as grandes empresas de tecnologia têm como objetivo principal a captura da atenção, pelo acesso e controle dos horários de uso de seus usuários, a mobilização e o direcionamento da atenção e o monitoramento e análise dos dados para que eles possam ser vendidos a empresas de publicidade. Esse fenômeno é chamado de capitalismo de vigilância. A partir da captura da atenção dos usuários, seria indispensável manter o usuário o máximo de tempo possível em sua plataforma para obter o máximo de dados possível (Bentes, 2021).

Para isso, ferramentas seriam criadas para enganchar e engajar os usuários. Essas ferramentas buscam normalizar e tornar indispensável uma interface contínua com uma ocupação relativamente ininterrupta e que exige o tempo todo interesse ou resposta. Dessa forma, as plataformas colonizariam nosso tempo, nossos espaços, nossas relações e nossa atenção, de modo que retornar à plataforma em qualquer tempo disponível seja, nas palavras de uma interlocutora de Bentes, “quase um tique” (Bentes, 2021).

É possível conceber, portanto, como o Twitter mantém seus usuários enganchados apesar, ou melhor, principalmente, por sua dinâmica de ódio. Aqueles que foram enganchados não veriam a toxicidade da plataforma como negativa, mas algo normal e esperado. Diversas vezes os usuários utilizam a frase “reação normal e dentro do esperado” ou variações dela para sinalizar justamente reações desproporcionais, mas que na lógica da plataforma fazem sentido (Imagem 1).

Imagem 1 – Print de usuário reagindo a postagem “normal e dentro do esperado”



Fonte: Acervo da pesquisa

Lasanha e Banana Preta³

Dispostas as questões teóricas, trazemos um caso ocorrido no final de 2023 que tomou proporções que foram além do “normal e dentro do esperado” pelos próprios usuários. No início do mês de dezembro, um usuário do Twitter postou um vídeo fazendo lasanha. O vídeo iniciava com o rapaz apresentando um vinil do cantor de Djavan que seria trilha sonora para o preparo da refeição. O vídeo segue com o rapaz preparando a massa do zero, fazendo o recheio e montando a lasanha. O vídeo finaliza com o usuário comendo a lasanha. A legenda postada junto do vídeo era “lasanha”⁴.

Os usuários responderam e citaram o tweet incessantemente falando sobre o caráter do usuário. Não relacionado a ele especificamente, mas a homens que seriam o

³ Os usuários do Twitter apelidam a plataforma como Instituto Banana Preta, visto que os tópicos em discussão possuem a mesma validade na plataforma de uma banana, que em alguns dias estraga e se torna preta

⁴ Como será discutido mais adiante, o usuário eventualmente excluiu sua conta, tornando impossível adicionar o link do tweet que gerou esse engajamento. Entretanto, o vídeo ainda está disponível em sua conta do TikTok: <https://vm.tiktok.com/ZMrksATh7/>. Acesso em 10 de julho de 2024

“tipo” dele: homens brancos de esquerda que se passariam por progressistas, mas na realidade seriam extremamente tóxicos ou não seriam viris o suficiente. Muitas mulheres e homens relataram experiências ruins com homens que se pareciam com ele e o teor dos tweets eram agressivos, como se aquele rapaz, que tinha publicado um vídeo fazendo lasanha, representasse a figura de um ex abusivo ou de uma pessoa que os tivessem magoado profundamente.

Vale destacar que os afetos mobilizados foram majoritariamente negativos. Se houve comentários positivos, de encontros agradáveis com rapazes parecidos com o usuário, eles foram soterrados pelos comentários negativos. A leitura do contato que tiveram foi de ver no rapaz do vídeo como aquilo que é o oposto de sua relação de amor. Com isso, não apenas alinharam o caráter desse sujeito a algo ruim, mas seu próprio corpo a uma imagem negativa. Entre os comentários relacionados ao caráter dele, diversos deles falavam de sua aparência, de seu corte de cabelo, de seu bigode, como se essas características fossem provas de que ele era uma pessoa detestável.

O sentimento de ódio, tão frequente no Twitter, que circula entre os usuários diariamente, encontrou um objeto a que se grudar. Nos dias em que esse vídeo foi a pauta do site o sentimento havia sido provisoriamente fixado. E o próprio usuário que foi o objeto desse sentimento se reconheceu como objeto de ódio. Como resposta a isso, alguns dias após o ocorrido, o usuário excluiu sua conta.

É importante destacar como a sociabilidade entre os usuários implica destacar um sujeito para atacá-lo fortemente em seguida. E isso se repete independentemente do objeto ou do sujeito. Uma semana após o caso ter ocorrido, não se falava mais dessa pessoa que foi massivamente atacada. Agora, outros sujeitos e outros objetos tiveram o sentimento de ódio que ronda a plataforma, e além, são produzidos por ela, agarrado a eles.

Meses após o ocorrido, o caso do rapaz da lasanha se tornou um dos momentos desproporcionais emblemáticos do site (Imagem 2). Os usuários passaram a reconhecer que a reação dada ao caso foi de fato desproporcional e fora do normal até mesmo para os padrões do Twitter.

Imagem 2 – Reações ao caso da lasanha meses após o ocorrido⁵



Fonte: Acervo da pesquisa

Considerações finais

Neste trabalho pudemos observar como o sentimento de ódio não apenas ronda a rede social Twitter, mas também é produzida por ela. Atacar outros usuários por ter opinião diferente poderia se relacionar ao conceito de bolhas informacionais ou câmaras de eco (Wilke, 2021), em que a falta de diversidade de opinião, fomentada pelo algoritmo da plataforma, causaria isolamento entre os usuários de perfis diferentes. Mas não foi isso que observamos aqui.

Não foi uma questão de opinião ou uma postura que poderia ser interpretada como moralmente incorreta que motivou a onda de ataques, mas a exposição da própria vida e

⁵ Para facilitar a leitura, começar pelo último tweet, embaixo à direita (verde). O tweet abaixo à esquerda (vermelho) comenta o tweet à direita e a primeira mensagem (de fonte maior) é o comentário de um terceiro usuário

da sua experiência pessoal. Diversos outros casos podem ser citados que possuem a mesma desproporcionalidade, como a menina que postou uma foto dos sorvetes que o pai comprou para ela e um usuário que respondeu que a pessoa que podia comprar esse sorvete com certeza tem antepassados que açoitaram os dele (Imagem 3).

Imagem 3 – Sorvete e açoitamento de antepassados



Fonte: Acervo da Pesquisa

Nesse caso vale comentar uma questão importante: este trabalho não busca pesquisar o discurso de ódio, ou seja, aquele voltado para atingir determinados grupos de pessoas (étnicos, raciais, de classe, de gênero, de sexualidade etc.) (Wilke, 2021). Esses casos existem no Twitter, assim como em todas as redes sociais. O caso do sorvete se trata de uma resposta de um homem negro a uma mulher branca e evidencia de fato um privilégio branco e de classe média-alta.

Entretanto, o interesse aqui é na resposta desproporcional a um compartilhamento de uma experiência pessoal de uma gentileza de um pai feito em uma conta pessoal. O “normal e dentro do esperado” se encontra no absurdo, assim como postar um vídeo

fazendo lasanha leva a um ataque tão massivo que levou um usuário a excluir sua conta na plataforma.

Referências

AHMED, Sara. “Introducción: Sentir el propio camino”; “La organización del odio”. In: _____. **La Política cultural de las emociones**. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2015. p. 19-46; p. 77-104.

BENTES, Anna. “Os Hábitos Engancháveis: a captura do tempo e da atenção”. **Quase um tique: economia da atenção, vigilância e espetáculo em uma rede social**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2021. p. 173-228

INTRONA, Lucas D. The algorithmic choreography of the impressionable subject. In: SEYFERT, Robert; ROBERGE, Jonathan (orgs.). **Algorithmic cultures: Essays on Meaning, Performance and New Technologies**. Routledge, 2016. p. 38-63.

LABATE, Alice; ARIMATHEA, Bruna. Mastodon, Koo e Bluesky: Conheça outras redes sociais além do Twitter. **O Estado de S. Paulo**. São Paulo, 18 nov. 2022. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/link/cultura-digital/mastodon-koo-bluesky-redes-sociais-twitter/>. Acesso em 09 jul. 2024

LE BRETON, David. “Preâmbulo”; “Formas de desaparecimentos de si na adolescência”; “O si como ficções” In: _____. **Desaparecer de Si. Uma tentação contemporânea**. Petrópolis: Vozes, 2018. p. 8-11; p. 34-55; p. 75-79.

TINOCO, Armando. Instagram’s Threads, Aiming to Take on Rival Twitter, Goes Live – Update. **Deadline**, 2023. Disponível em: <https://deadline.com/2023/07/instagrams-twitter-rival-threads-apple-ios-app-store-launch-date-set-1235429659/>. Acesso em: 09 jul. 2024

WILKE, Valéria Cristina Lopes. Pós-verdade, fake news e outras drogas: vivendo em tempos de informação tóxica. **Logeion: filosofia da informação**, v. 7, n. 1, p. 8-27, 2020.