

Daniela Borges de Oliveira
Universidade Estadual
Paulista – UNESP
E-mail: db.oliveira@unesp.br



Este trabalho está licenciado sob
uma licença [Creative Commons
Attribution 4.0 International
License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright (©):

Aos autores pertence o direito
exclusivo de utilização ou
reprodução

ISSN: 2175-8689

Sociabilidade em métricas: disputas entre visibilidade e reconhecimento nas mídias sociais

*Sociability in metrics:
disputes between visibility and
recognition on social media*

*Sociabilidad en métricas:
disputas entre visibilidad y
reconocimiento en las redes sociales*

Borges de Oliveira, D. Sociabilidade em métricas: disputas
entre visibilidade e reconhecimento nas mídias sociais.

Revista Eco-Pós, 28(1), 611–619.

<https://doi.org/10.29146/eco-ps.v28i1.28399>

RESUMO

A presente resenha da obra *Recognition in the Age of Social Media*, de Bruno Campanella (2024), intenta reunir os principais pontos defendidos pelo autor acerca da problemática do funcionamento das mídias sociais e seus algoritmos sob formas contemporâneas de reconhecimento e identificação. Partindo de um olhar histórico para as pesquisas sobre a atuação na mídia na constituição de *habitus*, o autor avança para discutir seus próprios conceitos de *habitus* datificado e reconhecimento datificado — condições inerentes às relações e interações construídas com e sobre as mídias sociais digitais. Campanella nos desafia a pensar nas potencialidades de nossos objetos comunicacionais sem desconsiderar as lentes do funcionamento estrutural das mídias digitais e sua governança.

PALAVRAS-CHAVE: *Reconhecimento; Identidade; Mídia Social; Algoritmos; Plataformas.*

ABSTRACT

This review of the book *Recognition in the Age of Social Media*, by Bruno Campanella (2024), attempts to bring together the main points defended by the author about the problem of how social media and their algorithms function in contemporary forms of recognition and identification. Starting with a historical overview of research into the role of media in the constitution of *habitus*, the author discusses his own concepts of datafied *habitus* and datafied recognition — conditions inherent to the relationships and interactions built with and on digital social media. Campanella challenges us to think beyond the potential of our communicational objects, not disregarding the lenses of the structural functioning of digital media and their governance.

KEYWORDS: *Recognition; Identity; Social Media; Algorithm; Platforms.*

RESUMEN

Esta reseña del libro *Recognition in the Age of Social Media*, de Bruno Campanella (2024), intenta reunir los principales puntos defendidos por el autor sobre el problema de cómo funcionan los medios sociales y sus algoritmos en las formas contemporáneas de reconocimiento e identificación. Partiendo de una mirada histórica a la investigación sobre el papel de los medios de comunicación en la constitución del *habitus*, el autor pasa a discutir sus propios conceptos de *habitus* datificado y reconocimiento datificado, que son condiciones inherentes a las relaciones e interacciones construidas con y en los medios sociales digitales. Campanella nos desafía a pensar en el potencial de nuestros objetos comunicativos sin dejar de lado las lentes del funcionamiento estructural de los medios digitales y su gobernanza.

PALABRAS CLAVE: *Reconocimiento; Identidad; Redes Sociales; Algoritmo; Plataformas.*

Submetido em 30 de setembro de 2024.

Aceito em 10 de abril de 2025.

É inevitável que pesquisas no campo da Comunicação busquem compreender relações sociais, culturais e políticas mediadas pelas tecnologias conectadas em rede. Pode-se dizer, desde investigações anteriores como em Lévy (1993), que a internet e dispositivos de acesso são centros de gravidade, em que convergem as interações humanas e gestão de informações e conhecimento. Avançando um olhar mais otimista das possibilidades comunicacionais da conexão em rede, Bruno Campanella (2024) problematiza, pertinentemente, em seu mais recente livro *Recognition in the Age of Social Media*, a forma como as mídias sociais digitais estruturam as relações dos sujeitos, mais especificamente na luta por reconhecimento e no desenvolvimento e incorporação de novos tipos de socialização.

Atualmente professor no Programa de Pós-graduação em Comunicação e no departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense (UFF), Campanella desenvolveu diversos estudos sobre produções culturais tais quais as novelas televisivas, os *reality shows* e outros produtos audiovisuais e sua relação com uma cultura dos fãs e processos de subjetivação. Além disso, direciona olhar para as celebridades, influenciadores e a participação dos usuários na internet no sentido de estudar regimes de visibilidade e reconhecimento midiático. No contexto das mídias sociais, denomina *reconhecimento datificado*, forma de reconhecimento que prioriza expressões descomprometidas com a transformação social, valorizando a geração de capital com base na transformação da socialização em mercadoria.

Para o autor, o reconhecimento datificado se constitui de: 1) configuração de gestos expressivos de reconhecimento, convertidos em métricas; 2) captura e processamento desses dados pelas plataformas; 3) tratamento dos dados capturados por sistemas algoritmos de forma a preverem e persuadirem comportamentos dos usuários para ganho econômico; e 4) agenciamento dos usuários, que incorporam tais disposições, naturalizando práticas que os tornem mais visíveis nas plataformas (Campanella, 2021). Em seu livro, percebemos que essa quarta esfera se desenrola em um novo conceito, o *habitus* datificado.

Sua investigação se fundamenta na perspectiva teórica da sociologia política, e o pesquisador se utiliza da teoria do reconhecimento de Axel Honneth como ferramenta analítica, em busca de defender a hipótese de que o contexto sociocultural das mídias sociais interfere no

desenvolvimento de um *habitus* que envolve um tipo de socialização preferida ou favorecida por essas plataformas digitais, marcadas principalmente por ideais neoliberais. Campanella (2024), “Por *habitus datificado* quero dizer as disposições emocionais, psicológicas e comportamentais necessárias para performar adequadamente e ativamente nas plataformas de mídia social como parte do processo de formação de identidade” (Campanella, 2024, p. 14, tradução nossa)¹.

Mais do que definir amplamente as características do *habitus datificado* — embora algumas sejam abordadas ao longo do livro — o foco da obra está na análise das formas de pressão exercidas pelas mídias sociais sobre nossa comunicação e na maneira como valorizamos e reconhecemos uns aos outros, ou seja, reconhecemos os sujeitos. Dessa forma, discute a formação e mudanças nas subjetividades modernas e seus regimes de visibilidade a partir do olhar para a materialidade das plataformas de mídias sociais, não se restringindo a uma específica. Um dos riscos apontados em sua pesquisa é a possibilidade de produzir análises generalizantes para diferentes tipos de tecnologia. No entanto, ele enfatiza que seu foco está na transformação mais ampla do *habitus* contemporâneo.

A obra é estruturada-se em Introdução, quatro capítulos principais e Conclusão. Na Introdução, o autor apresenta as categorias que nortearão o livro, iniciando com um retrospecto das pesquisas sobre o papel da mídia nos processos de reconhecimento. Diferentemente das mídias tradicionais, as mídias sociais digitais geram uma variedade de efeitos na luta por reconhecimento, influenciando os processos de autoestima e autorrespeito. Para Campanella, é difícil negar o impacto da mídia na complexidade do reconhecimento nas sociedades ocidentais.

No primeiro capítulo, intitulado *Recognition*, o autor avança a noção de reconhecimento por Axel Honneth, que se associando-a à luta por autoconfiança, autorrespeito e autoestima, elementos fundamentais para a construção de interações mais igualitárias e para a promoção da liberdade incondicional: “Honneth argumenta que somente quando os indivíduos se reconhecem no outro é que percebem que esta outra pessoa possui os mesmos direitos e deveres que si mesmos” (Campanella, 2024, p. 23, tradução nossa)². No livro, o autor vai demonstrando que o

¹ Original: “By *datified habitus*, I mean the emotional, psychological and behavioural dispositions needed to perform adequately and actively on data driven social media platforms as part of the process of identity formation” (Campanella, 2024, p. 14).

² Original: “Honneth argues that only when the individual recognizes themselves in another do they realize that this other person has the same rights and duties as they do” (Campanella, 2024, p. 23).

funcionamento das plataformas de mídias sociais essencialmente não favorece tal reconhecimento mútuo como pré-condição de autorrealização e participação na vida pública.

Campanella problematiza olhares eurocentrados ao acionar a interpretação de *habitus* a partir do sociólogo Jessé Souza, cujos trabalhos observam a condição de subcidadania e *habitus precário* no Brasil (Souza, 2011; 2003), para então construir sua própria noção de *habitus datificado*. Neste sentido, trabalha na consciência de que sociedades colonizadas no Sul Global vivem experiências outras de reconhecimento, precárias, ou mesmo a falta de reconhecimento em condições de subalternidade distantes de noções universalizantes de uma dignidade básica em todos os estratos sociais. Campanella traça sua argumentação mostrando que alcançar identificação plena vai cada vez mais se relacionando com desempenhar um papel de utilidade, por meio do trabalho, da produção, da qualificação e do *status*, a partir de um *habitus* que legitima lógicas políticas e econômicas específicas.

O segundo capítulo *Recognition and the Media* defende que pesquisas não percam de vista as lógicas de funcionamento das mídias sociais, que privilegiam a geração de valor econômico a partir da datificação da vida social — nossas atividades de socialização são traduzidas em dados, analisados e monetizados. Para Campanella (2024; 2022), é nas linhas do tempo – ou linhas temporais, como o autor traduz *news feeds* em trabalhos anteriores — que se desenrolam os processos fundamentais de reconhecimento e interação nas mídias sociais dessas mídias onde tais aspectos aparecem concretamente, na curadoria algorítmica do que pode ser visto, quando e por quem: “[...] as linhas do tempo constroem regimes de visibilidade tanto quanto de invisibilidade, o que têm grande influência na constituição personalizada da vida social” (Campanella, 2022, p. 523, tradução nossa)³. Neste espaço vemos interações como compartilhar, dar *like* e comentar, que demonstram um *reconhecimento enfraquecido*, que serve somente aos interesses daquele que busca ser reconhecido, e não de forma mútua, em busca de autorrespeito. No decorrer do livro, descreve isso como os *gestos expressivos de reconhecimento* de Honneth, que dão uma falsa impressão de participação em liberdade, democracia e abertura.

³ Original: “[...] news feeds construct regimes of visibility as much as regimes of invisibility, which have huge influence on the building of social life” (Campanella, 2022, p. 523).

Nesta etapa, difere a noção de *reconhecimento mediado* das investigações sobre o tema desde a mídia tradicional, para um *reconhecimento datificado*, pensado nas mídias sociais — mudança que procura mostrar as limitações das perspectivas anteriores e adicionar o impacto da conversão da sociabilidade em métricas (Campanella, 2024; 2022). Nesta chave, aciona a *partilha do sensível*⁴ de Jacques Rancière para pensar quem tem o poder de produzir representação. A partilha do sensível é um “sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um *comum* e dos recortes que nele definem lugares e partes respectivas” (Rancière, 2009, p. 15). Tais partilhas demonstram quem são os sujeitos autorizados a ocuparem certos lugares, a terem visibilidade e serem ouvidos. São também forma de colocar em um ambiente *comum* os desacordos, a discussão política pelo aparecimento de vozes. Neste sentido, Campanella problematiza a existência de um suposto espaço livre para autorrepresentação nas mídias digitais, onde seria possível a tensão entre diferentes regimes de sensibilidade e o encontro político (Rancière, 2009), assim, lança-se luz sobre o contraponto de que essas mídias exercem uma posição de governança na definição de quais evidências sensíveis se tornam visíveis. Como se a mera visibilidade na mídia social e a obtenção de interações positivas fossem suficientes para garantir a valorização pelo outro, ainda que por meio de formas enfraquecidas de reconhecimento.

O terceiro capítulo *Regimes of Visibility on Social Media Platforms* examina as transformações dos regimes de visibilidade no Ocidente ao longo de diferentes períodos históricos, culminando na era das mídias sociais que, apesar de parecerem espaços de deliberação e representação social, investem no enquadramento da vida social, na objetificação do sujeito e instrumentalização dos sentimentos⁵. Para Campanella, a visibilidade na mídia e desejo por se autorrepresentar passou a ser mais relevante do que a civilidade para os que buscam reconhecimento. Nesta etapa, o autor nos mostra como plataformas de mídia social são também formas de poder por sua capacidade de criar esta esfera social com regras próprias, e

⁴ A expressão “distribution of the sensible”, usada por Campanella (2024, p. 60), é traduzida em português como *partilha do sensível* (Rancière, 2009), e não *distribuição* como seria um sentido literal. A noção de partilhar implica um olhar participativo, mais do que distributivo, mais adequado às discussões estéticas e políticas de Rancière.

⁵ Sobre as transformações nos regimes de visibilidade da modernidade aos dias atuais, o autor publicou recente artigo que adianta as discussões pormenorizadas no livro: Cf. Campanella, B. Regimes de visibilidade na era das mídias sociais: transformações e continuidades. *GALÁXIA*, v. 48, p. 1-21, 2023.

utiliza como paradigma o sistema de verificação de perfis nessas redes, que valida formas legítimas de tornar-se visível e autêntico diante do outro. Tais dispositivos criam um *habitus* que naturaliza comportamentos, como a radicalização da expressão individual.

Intitulado *The Demand for New Dispositions*, o capítulo quatro trata, mais especificamente, deste conceito de *habitus datificado*. Seu argumento gira em torno de mostrar que este novo *habitus*, não aparente, demanda presença contínua nas mídias sociais e assimilação de disposições emocionais, psíquicas e comportamentais centradas em ideias neoliberais como a subjetividade empreendedora, a individualidade, a flexibilidade e adaptabilidade, o conectivismo, a promoção de interesse próprio e menos político, que contribuem para a manutenção de desigualdades e invisibilidades em rede. Após explorar como recentes mudanças na sociedade capitalista se cruzam com a demanda por um novo *habitus* em rede, o autor nos mostra que o resultado são indivíduos em busca de conformação com modelos morais para ganho pessoal, e uma integração individualista, cada vez mais subordinada por essas disposições nas mídias sociais, que nos levam a uma precarização da cidadania e da busca por reconhecimento.

Em suma, o *habitus datificado* pode ser entendido como um conjunto de disposições comportamentais, psicológicas e afetivas que guiam práticas e ações dos indivíduos nas mídias sociais. É caracterizado por uma busca por estar sempre conectado e ativo nessas plataformas. Quando seguido, este impulso é recompensado pelos algoritmos das plataformas com maior visibilidade e *status* para usuário nos *feeds*. Além disso, tais disposições psicológicas revelam um indivíduo reflexivo e auto-objetificado, que procura por autorrepresentação *online*. O *habitus datificado* também se refere ao espírito de cultivar relações, amizades e seguidores nas mídias sociais como forma de acumular benefícios materiais e simbólicos. Neste sentido, representa uma sociabilidade orientada não para o desenvolvimento e um senso de solidariedade para com o outro, mas, pelo contrário, por um senso individualista de valor cívico (Campanella, 2024, p. 129, grifos nossos, tradução nossa).⁶

⁶ Original: "To summarize, datafied *habitus* can be understood as a set of behavioural, psychological and affective dispositions that guide an individual's practices and actions in social media. It is characterized by a drive to be always connected and active on these platforms. When followed, this drive is rewarded by the platform algorithms with higher visibility and status for the user in the news feeds. Furthermore, these psychological dispositions reveal a reflexive and self-objectified individual, who longs for self-representation online. Datafied *habitus* also refers to the spirit of cultivating relationships, friendships and followers on social media as a way of accruing material and symbolic benefits. In this sense, it represents a sociability geared not to the development of a sense of solidarity towards the other, but Rather to an individualistic sense of civic worth" (Campanella, 2024, p. 129).

O autor nos conduz à compreensão de que a racionalidade datificada das plataformas impacta todos os usuários, contribuindo para a precarização dos processos de cidadania e reconhecimento. Esse reconhecimento torna-se fragilizado, individualizado e submetido a lógicas desiguais e econômicas voltadas ao lucro, deixando de reforçar um senso comum de liberdade e alteridade. Este direcionamento explicaria, por exemplo, porque cada vez mais nos vemos vítimas, e muitas vezes reprodutores, de práticas de desrespeito e agressão nas mídias sociais, e mesmo a razão pela qual numerosas ações ocorrem sob a lógica de uma pretensa liberdade de expressão irrestrita.

O autor desenvolve uma análise abrangente sobre o percurso dos estudos sobre reconhecimento na mídia digital, incorporando referências que evidenciam preocupações com diferentes realidades — como a dimensão cultural da cidadania, a singularidade e a expressão de grupos subalternos. Essas reflexões abrangem questões de gênero, etnia, raça, regionalidade e sexualidade, entre outras. Apesar dos desafios que dificultam o acesso à obra, como o idioma em inglês e sua publicação internacional, com menor disponibilidade em formato físico, há um esforço evidente em explicitar e até mesmo criticar o olhar ocidentalizado ao longo da pesquisa. Em síntese, sua discussão é altamente relevante para os estudos contemporâneos em Comunicação que buscam uma abordagem dialética e dialógica dos fenômenos comunicacionais, ao mesmo tempo que revelam as implicações instrumentais dos atuais dispositivos de mídia digital.

Referências

CAMPANELLA, Bruno. *Recognition in the Age of Social Media*. Cambridge: Polity Press: 2024.

CAMPANELLA, Bruno. From mediated to datafied recognition: the role of social media news feed. *Communications*, Berlim, v. 47, n. 4, p. 516-531, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1515/commun-2022-0038>.

CAMPANELLA, Bruno. Reconhecimento datificado em plataformas digitais: lógicas e implicações. *Civitas*, Porto Alegre, v. 21, n. 2, p. 282-292, 2021. DOI: <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2021.2.39909>.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo: Editora 34, 1993.

RANCIÈRE, Jacques. *A partilha do sensível: estética e política*. 2 ed. São Paulo: EXO experimental org.; Editora 34, 2009.

SOUZA, Jessé. *A construção social da subcidadania: para uma sociologia política da modernidade periférica*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

SOUZA, Jessé. The singularity of peripheral social inequality. In: LEVY, J., YOUNG, M. (Ed.). *Colonialismo and it's legacies*. Plymouth: Lexington Books, 2011. 121-145.

Daniela Borges de Oliveira - Universidade Estadual Paulista – Unesp
Doutoranda em Comunicação, Universidade Estadual Paulista (Unesp). Mestra em Comunicação Unesp. Graduada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, Universidade Metodista de Piracicaba (Unimep).
E-mail: db.oliveira@unesp.br