

Colonialismo Digital e Cultura Histórica como forjadores de identidade

Digital Colonialism and Historical Culture as Forgers of Identity

Natiele Gonçalves Mesquita,¹ UFPEL

Resumo

Este texto tem como objetivo colocar em diálogo as discussões em torno de identidade de Richard Jenkins, Asad Haider, Stuart Hall, o colonialismo digital, a partir de Deivison Faustino e Walter Lippold, e a relação entre cultura histórica, narrativa e consciência histórica de Jörn Rüsen, para debater o entendimento de identidade, mercantilização de identidade e colonialismo digital. Será abordado o processo em curso de acumulação primitiva de dados, que vem se apropriando, mercantilizando e individualizando o desenvolvimento do eu enquanto sujeito coletivo. Este raciocínio partirá de experiências de observação e análise de dados a respeito de jovens estudantes de 6º ano do Ensino Fundamental, seus hábitos digitais, interesses e possíveis influências sofridas pelo avanço das plataformas digitais e redes sociais no tempo presente.

Palavras-Chave: Identidade; Colonialismo Digital; Cultura Histórica.

Abstract

This text aims to bring into dialogue the discussions on identity by Richard Jenkins, Asad Haider, and Stuart Hall; digital colonialism, based on Deivison Faustino and Walter Lippold; and the relationship between historical culture, narrative, and historical consciousness according to Jörn Rüsen, to debate the understanding of identity, the commodification of identity, and digital colonialism. The ongoing process of primitive data accumulation, which has been appropriating, commodifying, and individualizing the development of the self as a collective subject, will be addressed. This reasoning will stem from observation and data analysis experiences regarding 6th-grade students, their digital habits, interests, and potential influences brought about by the rise of digital platforms and social networks in the present time.

Keywords: Identity; Digital Colonialism; Historical Culture.

Introdução

A 'sora' é que nem a gente, disse Bruna,² 14 anos, estudante de escola pública do 9º ano do Ensino Fundamental. O que gera identificação? O que pode ser considerado identidade na perspectiva das Ciências Humanas e Sociais? Quais as contradições entre as categorias de identidade e política de identidade? Como o avanço da comunicação digital em massa pode influenciar o entendimento e as experiências de identidade? Estas são algumas das perguntas

¹ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Pelotas, Mestra em História pela Universidade Federal do Rio Grande, Graduada em História pela Universidade Federal de Pelotas. Leciona História no Ensino Fundamental nas redes Municipal e Estadual de Pelotas/Rio Grande do Sul.

² Nome fictício.

que geram a escrita deste trabalho, que surge a partir de discussões e bibliografia estudadas na disciplina de Fronteiras e Identidades, do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Pelotas, articuladas com a pesquisa de tese em fase inicial no Doutorado na referida universidade, a respeito do colonialismo digital e da construção de consciência histórica em jovens estudantes de Ensino Fundamental em duas escolas de Pelotas.

Este texto pretende introduzir algumas discussões acerca de identidade, política de identidade, identidade na pós-modernidade e as primeiras inferências a respeito da análise quantitativa dos hábitos digitais de 45 estudantes do 6º ano em 2023. Para tanto, se alicerça na perspectiva do colonialismo digital como sendo a atual etapa do desenvolvimento do capitalismo imperialista a partir da acumulação primitiva de dados, articulando esta compreensão com a observação da realidade da juventude e das dificuldades que se tem encontrado no desenvolvimento do ensino e aprendizagem em História.

Crise de identidade

A identidade tem sido uma categoria de ampla discussão e análise nas Ciências Humanas e Sociais. Ao mesmo tempo, na atualidade a identidade tornou-se vítima de uma abreviação conceitual, pois em inúmeras vezes, é esvaziada de sentido, se tornando um termo-chave em diversos discursos sem pretensão de aprofundamento. Brubaker e Cooper tensionam que tanto na academia quanto fora dela, as discussões a respeito de identidade geram uma “*crise de identidade*, – uma crise de superprodução e consequente desvalorização de significado – [que] não mostra sinais de enfraquecimento” (Grifo dos autores) (Brubaker; Cooper, 2018, p. 270-271). Para Jenkins,

Individual and collective concerns about identity and identification aren't definitively modern either: the increased volume of discourse about these aspects of what it is to be human are at least in part a reflection of increased global noise in general. (Jenkins, 2004, p. 176).³

Embora haja alguns desencontros entre os pensamentos dos autores acima referidos, explícitos na obra de Jenkins, a preocupação com que os estudos sobre identidade sejam mais essenciais e menos aparentes é ponto comum entre todos. Contradizendo a ideia do senso comum de que a problemática da identidade é uma discussão da atualidade, Richard Jenkins

³ “As preocupações individuais e coletivas sobre identidade e identificação não são definitivamente modernas: o aumento do volume de discurso sobre esses aspectos do que é ser humano é, pelo menos em parte, um reflexo do aumento do ruído global em geral”.

aponta que esta é uma questão anterior à modernidade e a construção do “eu” e do individualismo suscitado pelo Iluminismo (Jenkins, 2004, p. 13). Para o autor, o entendimento de si, ou do “eu”, acontece concomitante com o senso de identidade, que “constituted vis-à-vis others in terms of similarity and difference, without which she or he wouldn’t know who they are and hence wouldn’t be able to act” (Jenkins, 2004, p. 27).⁴

Esta perspectiva de Jenkins corrobora com a compreensão do “eu” indo além de uma perspectiva cartesiana e/ou oriunda da modernidade, mas que também é identificada na filosofia *Ubuntu* de origem zulu. A tradução simplificada mais aceita desta filosofia, segundo o professor Francisco Antonio de Vasconcelos, é “sou porque somos”, que “aponta para uma existência marcada pela convivência harmoniosa com o Outro” (2017, p. 101). Do contrário do processo de construção de si pautado pelo “o que não sou”, que exclui, a filosofia *ubuntu* inclui. Indo além, o nós e o eu ainda inclui a relação com a natureza (Vasconcelos, 2017, p. 109). Este desenvolvimento cognitivo apresenta uma matriz diferencial do individualismo, tachado a partir do Iluminismo que fundamenta as atuais narrativas de empreendedorismo.

Alicerçando-se nos estudos psicanalíticos de Freud e Lacan, Stuart Hall define que, segundo esses autores, a formação da identidade se dá “ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento” (Hall, 2006, p. 38). Logo, a partir disso, se pode inferir que a identidade é forjada a partir de diversos elementos, principalmente da cultura histórica.

Para simplificar o entendimento de cultura histórica, Maria Auxiliadora Schmidt, apoiando-se no pensamento de Jörn Rüsen, afirma que a “cultura histórica é a própria memória histórica, exercida na e pela consciência histórica, a qual dá ao sujeito uma orientação temporal para a sua práxis vital, oferecendo uma direção para a atuação e autocompreensão de si mesmo” (Schmidt, 2014, p. 32). Rüsen aponta a respeito da identidade que “[...] na constituição de sentido sobre a experiência do tempo mediante a narrativa histórica, se trata afinal de contas da *identidade* daqueles que têm de produzir esse sentido da narrativa (histórica), a fim de poderem orientar-se no tempo” (Grifo do autor) (Rüsen, 2010, p. 66).

Portanto, a identidade serve à constituição de narrativas de si e de coletivos de estados-nação, gênero, etnias, entre outras, e conferem sentido enquanto sujeito individual e introduzido ao coletivo. Retornando a Jenkins, este afirma que

⁴ “constituída em relação aos outros em termos de semelhança e diferença, sem os quais ela ou ele não saberia quem são e, portanto, não seria capaz de agir”.

interests and identification are intimately bound up with each other, whether individually or collectively. Who I am has some bearing on what I see my interests to be, and what I see as being against my interests. How other people identify me has some bearing on what they perceive my – and, indeed, often their – interests to be. My pursuit of particular interests may cause me to be identified in particular ways by myself and by others. How I identify others may have a bearing on which interests I pursue. If my identities are consequential – as I argue – they are necessarily entangled with my interests (Jenkins, 2004, p. 178).⁵

Desta forma, as diversas etapas do desenvolvimento humano, da interação entre sociedades, dos processos políticos, econômicos e sociais de dominação, da exploração de territórios e meio ambiente, dos modos de produção pré-capitalistas e atuais, são elementos forjadores de cultura histórica e, com isso, interferem também na construção das narrativas de si, levando a influência direta a estruturação de identidades. Não só de si, mas do mundo em si, das relações com o todo e com a compreensão de espaço-tempo.

Pensando a respeito das contradições da categoria identidade na contemporaneidade, Asad Haider coloca que

“Identidade” é um fenômeno real: ela corresponde ao modo que o Estado nos divide em indivíduos, e ao modo que formamos nossa individualidade em resposta a uma ampla gama de relações sociais. Ela é, no entanto, uma abstração. Uma abstração que não nos diz nada sobre as relações sociais específicas que a constituíram (Haider, 2019, p. 33).

Pode-se interpretar a problematização de Haider como a apresentação de uma lacuna de desenvolvimento de cultura e consciência histórica na leitura das identidades. As novas relações e interpretações de si, estão submetidas a domínios cognitivos a partir das relações materiais e de desenvolvimento capitalista e, por isso, precisam estar no centro dos estudos de identidade.

Diversos autores têm se debruçado a respeito de como as identidades têm sido compostas e modificadas na atualidade. Este texto, corrobora com a ideia de que para o desenvolvimento do ensino de História, se faz necessária a compreensão das realidades, das

⁵ “interesses e identificação estão intimamente ligados entre si, tanto individual como coletivamente. Quem eu sou tem alguma influência sobre o que eu vejo como meus interesses e o que vejo como indo contra meus interesses. Como as outras pessoas me identificam tem alguma influência sobre como elas percebem meus - e, de fato, frequentemente seus próprios - interesses. Minha busca por interesses específicos pode fazer com que eu seja identificado de maneiras específicas por mim mesmo e pelos outros. Como eu identifico os outros pode influenciar quais interesses eu persigo. Se minhas identidades têm consequências - como eu argumento - elas estão necessariamente entrelaçadas com meus interesses”.

relações humanas, da cognição dos estudantes e, a identidade é um conceito-chave de entendimento do Tempo Presente.

Identidade e política de identidade hoje

O atual desenvolvimento das forças produtivas, a popularização da tecnologia das coisas e a atuação desregulada das grandes empresas detentoras de monopólios de tecnologia intituladas como big techs, têm influenciado a construção da nossa consciência histórica. E, nesse contexto, a modernidade vai configurando novas experiências de identidade.

Em princípio, as sociedades ditas “tradicionais” se diferem das “modernas” devido às últimas apresentarem mudanças constantes, rápidas e permanentes (Hall, 2006, p. 14). Stuart Hall defende que a globalização tem causado consequências sobre as identidades culturais, como a iminência de uma desintegração das identidades nacionais, que em contrapartida, tem gerado o reforço destas e de outras “locais” em resistência a globalização e que no lugar do declínio das mesmas, identidades híbridas tomam seu lugar (Hall, 2006, p. 69). Para o autor, o

(...) sujeito pós-moderno, [é] conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (Hall, 2006, p. 12-13).

Ao mesmo tempo, Hall problematiza o próprio caráter homogêneo e unificado das identidades nacionais. Segundo ele, ao passo em que se pode questionar esta homogeneidade, também se constata que estas identidades, as nacionais, sobrepuseram as culturais durante o que se entende como modernidade, a partir da formação dos Estados-Nação europeus (Hall, 2006, p. 67).

Para Poutignat e Streiff-Fenart, “a memória fundadora da unidade nacional é, ao mesmo tempo e necessariamente, esquecimento das condições de produção desta unidade: a violência e o arbitrário originais e a multiplicidade das origens étnicas” (Poutignat; Streiff-Fenart, 1998, p. 36). Desta forma, tanto as ditas identidades tradicionais, quanto as modernas e pós-modernas, são forjadas em meio as culturas históricas, que perpassam pela colonialidade do poder, conforme Aníbal Quijano, ou geometria do poder, segundo Hall (alicerçado em Doreen Massey).

Faz-se necessário diferenciar a ideia de identidade e de política de identidade. Para Hall, “[...] a identificação não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida. Ela tornou-se politizada. Esse processo é, às vezes, descrito como constituindo uma mudança de uma

política de identidade (de classe) para uma política de *diferença*” (Grifo do autor) (Hall, 2006, p. 21). O autor aborda que a pós-modernidade e o avanço do capitalismo neoliberal produziu uma cultura de rechaço a identidade de classe. A respeito desta problemática, Asad Haider aprofunda em *Armadilha da Identidade* a forma que a cooptação da identidade tem tomado para fins de dominação e exploração capitalista. Para ele,

a política identitária é um método individualista. Ela é baseada na demanda individual por reconhecimento, e toma essa identidade individual como ponto de partida. Ela assume essa identidade como dada e esconde o fato de que todas as identidades são construídas socialmente. E porque todos nós temos necessariamente uma identidade que é diferente da de todos os outros, ela enfraquece a possibilidade de auto-organização coletiva. O paradigma da identidade reduz a política a quem você é como indivíduo e a ganhar reconhecimento como indivíduo, em vez de ser baseada no seu pertencimento a uma coletividade e na luta coletiva contra uma estrutura social opressora. Como resultado, a política identitária paradoxalmente acaba reforçando as próprias normas que se propõe a criticar (Haider, 2019, p. 46-47).

Em outras palavras, no prefácio da edição brasileira da obra de Haider, Silvio Luis de Almeida defende que “a afirmação da raça é feita apenas para que um dia seja possível superá-la” (2019, p. 18). Costurando a colcha de reflexões a respeito de identidade, para leitura desta categoria na atualidade é pertinente observar as discussões a respeito de colonialismo digital.

Para Cassino e para os autores que cunharam a categoria de “colonialismo de dados”, Nick Couldry e Ulises A. Mejias, a comparação entre os colonialismos não é uma metáfora. Alicerçando-se nos estudos pós-coloniais de Aníbal Quijano a respeito da colonialidade do poder e sua relação com o racismo e escravidão, Cassino traça o paralelo:

O colonialismo de dados combinaria as mesmas práticas predatórias do colonialismo histórico com a quantificação abstrata de métodos computacionais. Trata-se de um novo tipo de apropriação no qual as pessoas ou as coisas passam a fazer parte de infraestruturas de conexão informacionais. A apropriação da vida humana (por meio da captura em massa de dados) passa a ser central (Cassino, 2021, p. 27).

Essa “apropriação da vida humana” perpassa por estratégias de cooptação das subjetividades que se relacionam diretamente com o consumo em suas perspectivas identitárias. A formação do *neossujeito*, de acordo com Dardot e Laval, se configura no sujeito forjado sob instrumentos de domínios neoliberais, que busca o seu desenvolvimento a partir de parâmetros empresariais, sendo empreendedor de si mesmo, espelhando seu desejo

em ser um empresário bem-sucedido em exemplos de sucesso, partindo de uma racionalidade de competição (Dardot, Laval, 2016, p. 327). Esta racionalidade também é uma docilização do ser humano à lógica do consumo. Retomando Jenkins, este corrobora afirmando que

This model of the self reaches its logical end in Althusser's argument – of which there are loud echoes in Foucault – that the 'autonomous subject' is an ideological notion which fools individuals into misunderstanding their own domination as self-willed. Therefore they 'freely' accept it: 'There are no subjects except by and for their subjection' (Althusser 1971: 182) (Jenkins, 2004, p. 29).⁶

Desta forma, o *neossujeito* se constitui e lê a si mesmo a partir de uma perspectiva competitiva e individual, desenvolve suas narrativas que dão sentido a sua vida e a sua história, corroborando com sua leitura de mundo e de sua localização no espaço-tempo a partir de uma aparente liberdade, mas que tem em sua essência, estratégias de sujeição. E a identidade é constituidora basilar nas narrativas que dão sentido à consciência histórica, sendo forjada na cultura histórica.

São diversas as estratégias de fabricação do sujeito neoliberal para Dardot e Laval, como a educação formal e informal. No campo da formalidade está a Escola, — e aqui se insere o papel das big techs nas escolas, que se disfarçando de metodologia ativa de ensino-aprendizagem, têm se infiltrado na Educação Básica e Pública. No âmbito da informalidade, este trabalho considera as redes sociais e plataformas de compartilhamento de vídeos, um dos principais focos de promoção de subjetividades neoliberais neste momento.

Colonialismo digital, juventude e identidade

As salas de aula em escolas públicas são espaços fundamentais para a análise a respeito da cultura histórica da juventude devido à pluralidade. Segundo Cerri, apoiado no pensamento de Rüsen, a consciência histórica sofre influências de diversos âmbitos. A escola é uma delas, mas também é somada à família e ao meio social, que inclui o acesso à cultura, valores morais e escolaridade dos pais (Cerri, 2011, p. 65). Para o autor,

[...] o conceito de consciência histórica está inextricavelmente vinculado ao conceito de identidade, e lhe atribui a dinâmica típica dos processos históricos em que cada uma das identidades está inserida. Se retomamos a definição de Agnes Heller, percebemos o caráter intimamente identitário do

⁶ “Esse modelo do *self* atinge seu fim lógico no argumento de Althusser - do qual há ecos fortes em Foucault - de que o "sujeito autônomo" é uma noção ideológica que engana os indivíduos a entenderem erroneamente sua própria dominação como autodeterminação. Portanto, eles a aceitam "livremente": "Não há sujeitos exceto por e para sua sujeição" (Althusser 1971: 182)”.

conceito, uma vez que identidade, além de incluir classificações e autotaxonomias como classe social, gênero, religião, preferências no campo do lazer, pertencimento político territorial, tem todos esses elementos considerados em relação ao fator tempo e sua representação (Cerri, 2011, p. 62).

O fator tempo e as representações de tempo são elementos que são constantemente inseridos nas narrativas familiares e em trajetórias pessoais. A forma como se lê o presente, se relaciona diretamente com as narrativas sobre o passado. Muitas vezes, a ciência da História perde de vista a finalidade de orientação no Tempo Presente ao olharmos para o passado. Igualmente possui dificuldade em observar o tempo de longa duração corrente, próprio de quem o vive, mas não impossível da busca por ser entendido.

O trabalho que está sendo desenvolvido no Doutorado em História da Universidade Federal de Pelotas, partiu de uma problemática emergida do contexto pós-pandemia de invasão massiva do uso de smartphones no cotidiano escolar. A atenção de educadores e educadoras passou a ser ferozmente disputada com as redes sociais e a dopamina gerada em um rolar de tela. A partir dos estudos da disciplina “Fronteiras e Identidades”, fomentada pela bibliografia já debatida anteriormente nesta reflexão, a centralidade da categoria identidade para compreensão da cultura histórica formatada na atualidade surgiu. E neste contexto, o reflexo do avanço neoliberal no desenvolvimento cognitivo, protagonizado pelas big techs, representadas pelo acrônimo GAFAM (*Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft*).

Segundo Faustino e Lippold, esses monopólios de tecnologia somaram, no ano de 2019, quase 900 bilhões de dólares em receita e em 2021, este valor cresceu em 25% (2023, p. 72). Segundo eles, “das 10 empresas mais valiosas do mundo, somente duas (Aramco e Hathaway) [respectivamente do ramo do petróleo e seguros] não atuam direta ou indiretamente no ramo da indústria digital” (Faustino; Lippold, 2023, p. 72). Este acúmulo de capital e a forma como se dá essa apropriação monopolista de informações e dados tem efeito direto no desenvolvimento cognitivo e na cultura histórica e, por consequência, nas identidades.

Nesta esteira, Han (2020) traça um paralelo com a ideia de panóptico de Michel Foucault. Ele sustenta que enquanto a sociedade disciplinar se mantinha vigilante, isolando seus internos, utilizando de órgãos repressivos e punitivos, o panóptico digital é ainda mais eficiente.

Os internos do panóptico digital, por sua vez, comunicam-se intensivamente e expõem-se por vontade própria. Participam, assim, ativamente, da construção do panóptico digital. A sociedade digital de controle faz uso

intensivo da liberdade. Ela só é possível graças à autorrevelação e à autoexposição voluntárias. [...] Assim, a entrega dos dados não acontece por coação, mas a partir de uma necessidade interna. Aí reside a eficiência do panóptico digital.

A transparência também é reivindicada em nome da liberdade de informação. Na verdade, ela não é nada mais do que um *dispositivo neoliberal* (Han, 2020, p. 19).

Diante disso, é possível constatar que o uso intensivo de smartphones, mais do que um consumo, hábito ou até mesmo vício, é um instrumento de domínio utilizado pelas *big techs* que avança na intervenção da psique. Nosso livre arbítrio está em xeque, segundo Han. A exemplo disso, menciona a empresa Acxiom, que como slogan tem a frase “oferecemos uma visão em 360° dos seus clientes”. O serviço que é oferecido pela Acxiom é a de mineração de dados e perfilação de público. “As pessoas são divididas em setenta categorias, e oferecidas em um catálogo como mercadorias. Para cada necessidade há algo para comprar” (Han, 2020 p. 91). Para Jenkins, a indústria da publicidade tem se apropriado da política de identidade. Segundo ele,

The advertising industry, for example, has long understood how to sell people more, and more expensive, stuff by selling them an identity: a ‘new look’, a ‘makeover’, a ‘new me’. The diversity of identification has become part of the self-conscious stock in trade of advertising and marketing, in the identification of niche markets and categories of consumer and the careful negotiation of the myriad possibilities for consumer alienation and offence (Costa e Bamossy 1995) (Jenkins, p. 9).⁷

As redes sociais têm atuado como um instrumento de “adestramento” ao consumo muito eficiente e predatório, principalmente no que se refere a infância e juventude. Segundo Isabella Henriques e Pedro Hartung, advogados e membros do Instituto Alana, organização sem fins-lucrativos que atua na consultoria do Conselho Econômico e Social da Organização das Nações Unidas (ONU), até chegar aos 13 anos, as crianças tem 72 milhões de pontos de dados coletados pelas empresas de tecnologia. Isso significa informações triviais, até perfis profundos ligados à personalidade e à psique:

[...] seus dados pessoais, que dizem respeito à sua própria personalidade (como idade, hábitos, gostos, saúde, religião, orientação sexual etc.), massivamente coletados, utilizados e comercializados, inclusive para terceiros. E, o que é pior, também para fins de manipulação comportamental

⁷ “A indústria da publicidade, por exemplo, há muito tempo compreendeu como vender às pessoas coisas mais caras e mais sofisticadas, vendendo a elas uma identidade: um 'novo visual', uma 'transformação', um 'novo eu'. A diversidade de identificações tornou-se parte do estoque autoconsciente do comércio de publicidade e marketing, na identificação de mercados de nicho e categorias de consumidores, e na negociação cuidadosa das inúmeras possibilidades de alienação e ofensiva ao consumidor (Costa e Bamossy 1995)”.

e de direcionamento, muito mais persuasivo, de anúncios publicitários segmentados. (Henriques; Hartung, 2020, online).

A exploração da publicidade infantil é um negócio altamente lucrativo para as *big techs*. Estima-se que em 2018 as crianças representavam $\frac{1}{3}$ dos usuários da *internet* e no mesmo ano, 40% do aumento se referiu a este público. Stuart Hall também tece apontamentos a respeito do mercado consumidor juvenil e da ocidentalização a partir da propaganda globalizada:

Jeans e abrigos - o “uniforme” do jovem na cultura juvenil ocidental - são tão onipresentes no sudeste da Ásia quanto na Europa ou nos Estados Unidos, não só devido ao crescimento da **mercantilização** em escala mundial da imagem do jovem consumidor [...] (Grifo nosso) (Hall, 2006, p. 74).

Diante do supracitado, se identifica que a atenção da juventude, disputada com métodos nada ortodoxos ou éticos pela indústria da publicidade, precisa ser profundamente estudada. Pensando no papel do ensino de História como ferramenta de desenvolvimento do conhecimento histórico, balizado por métodos e conteúdos que utilizam da ciência especializada para conferir interpretações às carências de orientação no tempo (Rüsen, 2010 p. 35), mapear as ferramentas de dominação a que o público jovem está exposto se torna uma urgência dos estudos em educação-histórica, identidade e Teoria da História.

Youtube: meninas e meninos

Desde o ano de 2014, ao ingressar no magistério estadual e municipal, esta autora utiliza como estratégia de reconhecimento do público das escolas de trabalho, questionários semi-estruturados, a fim de levantar dados e percepções de estudantes a respeito da escola e de seus hábitos. As respostas à pergunta “o que você gosta de fazer quando não está na escola”, até o ano de 2019 perpassava por: “sair com amigos”, “brincar”, “assistir televisão”, “desenhar”, “praticar esportes”, “ler”, “jogar futebol”, “jogar taco”. Estes são alguns exemplos de respostas obtidas em grande volume desde então, considerando a faixa etária de 11 a 14 anos. A partir da pandemia, se pode observar algumas transformações nítidas, que foram expressas depois nos dados respondidos.

Em 2022, em um universo de 55 estudantes de 6º ano, divididos em 4 turmas em 2 escolas diferentes, 31% responderam que no seu tempo livre, gostavam de jogar no celular (principalmente *FreeFire*) ou estar nas redes sociais (*Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*). “Eu gosto de conversar com meus amigos no *whatsapp*”, “ficar deitada na cama

jogando”, “gravar *tiktok* e ver *instagram* e ver *youtube*” [sic]. Encara-se com naturalidade e como progresso o avanço das mídias digitais, da internet das coisas, aprendizado de máquina e como as gerações mais novas se adaptam e utilizam tais ferramentas com facilidade e pouco se problematiza sobre as implicações disso.

No corrente ano de 2023, as perguntas direcionadas aos estudantes aprofundaram os hábitos digitais. Para este texto, se analisará o universo de 45 estudantes de 2 turmas de 6º ano do Ensino Fundamental de duas escolas públicas da cidade de Pelotas, localizadas em bairros diferentes, sendo uma estadual e outra municipal. O questionário aplicado neste ano, contava com 18 perguntas e o público referido possuía de 10 a 15 anos, mas em maior número, estudantes de 11 anos, considerada a idade correta, sem distorção de idade-série.

Entre as 18 perguntas, aqui se irá-se examinar duas questões específicas que servirão de conexão para as discussões de colonialismo digital e identidade, que são: *quais destes sites e aplicativos você usa?* Nesta questão, as alternativas eram fechadas: *Instagram, Youtube, Roblox, Facebook, Whatsapp, Telegram, Tik Tok, Discord, Netflix, Kwai, Free Fire* e a opção aberta “Outros”. Houve falha na construção do questionário no esquecimento da alternativa *Twitter*, que será sanada em questionários posteriores. A segunda questão que terá suas respostas analisadas primariamente é: *Quem são os influencers ou youtubers que você acompanha?*

O resultado apontou para o ranking das três plataformas mais utilizadas: 1º- *Youtube* (80%); 2º- *Tik Tok* (74%); 3º- *Whatsapp* (61%). Dessa forma, se obtém a visualização que a plataforma de vídeos *Youtube* é alvo de interesse da maioria destes estudantes e logo na sequência, o *Tik Tok*, que propõe uma linguagem de abreviação de vídeos e aceleração de informações. Vale ressaltar que o *Tik Tok*, ao contrário das empresas do acrônimo GAFAM a que o *Youtube* e *Whatsapp* estão vinculadas, que são localizadas no Vale do Silício (Califórnia, Estados Unidos), o *Tik Tok* é de origem chinesa e apresenta uma disputa macroeconômica em curso nos monopólios da indústria tecnológica.

Embora a análise destes dados seja inicial, algumas inferências são pertinentes no que se refere à temática de identidade, principalmente no relativo às respostas da segunda questão aqui levantada, a respeito das pessoas alvo de interesse de estudantes. Em primeira instância, algumas perspectivas de aprofundamento da construção de identidades de gênero podem ser apontadas.

Entre as meninas, há uma maior recorrência de uso de plataformas. O número de meninos e meninas é equivalente: 22 se identificaram com o gênero masculino, 22 com o

feminino e 1 como não-binário. Na pergunta: *quanto tempo por dia você fica na internet?*, três alternativas eram possíveis: pouco ou nada; nem muito nem pouco; muito tempo. Embora se reconheça a relatividade dessas alternativas, a maioria dos estudantes considera que ficam um tempo intermediário, “nem muito nem pouco”. Do total das 45 respostas, 21 responderam a esta opção, totalmente distribuído entre os gêneros: 10 meninos, 10 meninas e 1 não-binário. A alternativa “pouco ou nada”, teve uma diferença de 2 meninos a mais e por fim, a “muito tempo” teve 2 meninas a mais.

Pode-se mensurar uma relativa proporcionalidade nos números acima, mas no que confere ao apontamento das plataformas digitais utilizadas, as meninas apresentaram maior número de variação. Este trabalho estabeleceu um *Índice de uso variado de redes*, que é a razão entre o número de respostas às opções da pergunta, *quais destes sites e aplicativos você usa?* e o número de meninos e meninas. Vale ressaltar que os números consideram que na maioria dos casos, estudantes marcaram mais de uma opção, pois fazem uso de plataformas variadas. Nisso, o *Índice de uso variado de redes* foi de 5,9 para meninas e 4,4 para meninos. Ou seja, entre as 22 meninas, somando todas as plataformas que as mesmas responderam que utilizam, o número bruto foi 130 e, entre o mesmo número de meninos (22), o número de menções às plataformas digitais foi de 96.

Algumas hipóteses iniciais a esta variação podem ter a ver com os papéis das identidades de gênero construídas socialmente. Enquanto os meninos poderiam ter um maior acesso aos espaços públicos, a brincar e jogar na rua, as meninas, hipoteticamente, seguiram o estereótipo de gênero de ocuparem o espaço privado, se encontrando mais isoladas em casa, realizando tarefas domésticas ou de cuidados.

Em relação a pergunta: *Quem são os influencers ou youtubers que você acompanha?*, houveram mais de 60 menções a arrobas⁸ diferentes, a artistas, músicos, jogadores online. Entre esses, dois *influencers ou youtubers* tiveram menções mais significativas: Renato Garcia, mencionado por 4 estudantes e Luluca, mencionada por 3 estudantes.

Mais uma vez, as identidades de gênero podem ser consideradas: Renato Garcia foi apontado por 3 meninos e 1 menina e Luluca, por 3 meninas. Como já mencionado por Jenkins nesse trabalho, “interesses e identificação estão intimamente ligados entre si, tanto individual como coletivamente. [...] Como as outras pessoas me identificam tem alguma influência sobre como elas percebem meus - e, de fato, frequentemente seus próprios -

⁸ Expressão utilizada para designar a localização de endereços de correio eletrônico.

interesses”. (Jenkins, 2004, p. 178). Assistir aos vídeos de Renato Garcia ou Luluca pode significar identificação, incluindo o desejo de ser.

Diversos traços do *neossujeito* podem ser verificados nestas figuras apontadas pelos estudantes em seus questionários. Renato Garcia tem 28 anos e seu canal no *Youtube* conta com 27 milhões de inscrições. O vídeo mais assistido possui mais de 55 milhões de visualizações e é de uma música teoricamente autoral, em que o personagem realiza uma propaganda do jogo “Caçadores de Lenda”, lançado pela sua marca. A sua marca conta com roupas para crianças e adultos, calçados e acessórios. Em suas redes sociais, ele exibe viagens, “caças” (em que se encontra armado) e, principalmente, muitos carros novos e caros. Em geral, suas fotos são ou sozinho ou acompanhado de amigos, que configuram características similares de aparência, a saber, o atual padrão de beleza fruto aparente do esforço de horas em academias de ginástica.

Pode-se inferir que Renato Garcia performa uma identidade desejosa de ser, que conquistou, ao empreender em si mesmo, dedicando-se a produção de conteúdos digitais, criação e promoção de vendas, jogos, se preocupando com sua autoimagem, adquirindo bens materiais. Alguns comportamentos de risco e ostentação são observados, como nos vídeos intitulados “Joguei o Opala do meu irmão no abismo [sic]” e “Capotei o Chevette do Leo denovo [sic]”. Aponta-se que estas posturas podem ser identificadas como de uma masculinidade performática, que confere poder de força, poder e compra.

Já a *influencer* de 14 anos, Luluca, tem seu canal no *Youtube* intitulado “Crescendo com Luluca”, com 14 milhões de inscritos e seu público aparenta ser bem específico: meninas que regulam de idade com ela. Seu vídeo mais assistido tem 47 milhões de visualizações, de quando tinha 8 anos e desenvolve uma “novelinha” em que interage com uma boneca *Barbie* Sereia e ao final, ela mesma se torna uma sereia. Em suas redes sociais, ela está geralmente sozinha nas fotos, em estúdios de televisão ou em viagens (principalmente para a *Disney*), mas também aparece muitas vezes com sua família e muitos de seus vídeos são gravados com ou pela mãe.

Além do conteúdo gerado para internet, em que mostra suas atividades do dia a dia, como compras de material escolar, suas refeições, entre outras coisas, ela também possui uma coleção de 4 livros publicados, sobre moda, games, sonhos e desafios. Ela também empresta seu nome a marcas de sandália, bonecas, fábrica de pulseiras, entre outras coisas. Luluca aparenta ser uma menina estudiosa, com bom comportamento, boa relação familiar, esforçada e meiga. Ela também desempenha uma identidade desejosa de ser, da “princesa” ou “*Barbie*”

multitarefa, que viaja para os Estados Unidos e antes da maioria já obtém fama e recursos financeiros próprios.

Ambos os exemplos, alvo de interesse de jovens do 6º ano do Ensino Fundamental de Pelotas analisados, se inserem em uma coletividade de interesses que abrange o cotidiano de pessoas consideradas bem sucedidas, que podem ser consideradas modelos ou marcas a serem seguidas ou, a serem compradas. A supervalorização da imagem destes indivíduos, reforça perspectivas de consumo e mercantilização total da vida. Retomando Stuart Hall:

Foi a difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho, que contribuiu para esse efeito de “supermercado central”. No interior do discurso do consumismo global, as diferenças e as distinções culturais, que até então definiam a *identidade*, ficam reduzidas a uma espécie de *língua franca* internacional ou de moeda global [...] (Grifo do autor) (Hall, 2006, p. 75).

Logo, articulando as leituras, se tem um panorama de como a identidade tem sido apropriada pelo mercado e utilizada como mais uma forma de acúmulo de riqueza para os grandes monopólios. A autoimagem, ou até mesmo “a” *selfie*, o individualismo, o egocentrismo, a busca pelo *like*, pela fama, pelos bens materiais, tem influenciado os entendimentos de si, para além do indivíduo, mas também como coletividade.

Considerações finais

Os estudos a respeito de identidade ainda seguirão se proliferando e servindo a diversos objetivos. Ficou explícito, conforme Jenkins, Hall e Haider, que o mercado tem se apropriado ferozmente e estrategicamente dos entendimentos de identidade com a finalidade do consumo e persuasão. Ao mesmo tempo, os estudos científicos acadêmicos das Ciências Humanas e Sociais, precisam se debruçar, com compromisso ético, sobre os estudos de identidade. Na História, se deve considerar a preocupação de orientação no Tempo Presente, principalmente diante de tantas transformações de natureza profunda, como é a construção das identidades e da consciência histórica.

Este trabalho propôs uma reflexão bastante inicial e irá se desdobrar em outras análises na tese de doutorado, expandindo o olhar sobre as identidades, principalmente as identidades raciais, geracionais e locais, além de aprofundar os estudos de identidade de gênero, a fim de compreender o avanço do colonialismo digital sobre as narrativas que conferem sentido a consciência histórica de estudantes. É de considerável utilidade compreender o quanto dos dados e informações públicas e privadas estão sendo entregues aos

grandes conglomerados de tecnologias, e o quanto isto tem sido utilizado para limitar o livre arbítrio e, em outra instância, o desenvolvimento pleno de seres humanos, principalmente na infância e adolescência.

Por fim, vale destacar que apesar do cenário nebuloso da atual realidade e do avanço das plataformas digitais de maneira acrítica nas vidas humanas em todos os pontos do globo, a criatividade humana, a solidariedade e a produção científica conferem esperança e legitimidade para a busca da soberania de dados e emancipação. A “aldeia global” a que Stuart Hall se refere, que explicita o consumo e propaganda do modo de vida ocidental (Hall, 2006, p. 74), também pode significar, no âmbito da resistência, uma otimização da *ordem de interação*, que conforme Jenkins: “é o mundo humano constituído pelos relacionamentos entre indivíduos e pelo que acontece entre as pessoas” (Jenkins, 2004, p. 17).

Uma universalização na ideia de humanidade e direitos, a valorização ética da alteridade, ao invés da globalização e venda da diferença é possível e os caminhos abertos são através da troca franca de ideias, da construção da dialética do saber e a prática pedagógica da História em todos os âmbitos da História Pública. O hibridismo de identidades a que a realidade se coloca, ainda que tenha sido forjada pelas ferramentas de opressão e exclusão, deixa as brechas da reconstituição da identidade de classe, ainda necessária para enfrentar a coerção.

Referências Bibliográficas

BRUBAKER, Rogers; COOPER, Frederick. Para além da identidade. **Revista Antropolítica**, Niterói, n. 45, p. 266-324, 2. sem. 2018. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/antopolitica/article/view/42005/23904>>. Acesso em: jun. 2023.

CASSINO, João F. O sul global e os desafios pós-coloniais na Era Digital. In: CASSINO, João F.; SOUZA, Joyce; SILVEIRA, Sérgio A. (org.) **Colonialismo de dados: como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal**. São Paulo: Autonomia Literária, 2021. (E-book Kindle).

CERRI, Luis Fernando. Cartografias temporais: metodologias de pesquisa da consciência histórica. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 36, n.1, p. 59-81, jan./abr., 2011. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/15076/11516>>. Acesso em: 21 ago. 2023.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016. 413 p.

FAUSTINO, Deivison; LIPPOLD, Walter. **Colonialismo digital: por uma crítica hacker-fanoniana**. São Paulo: Boitempo, 2023. 207 p.

- HAIDER, Asad. **Armadilha da identidade**: raça e classe nos dias de hoje. Tradução: Leo Vinícius Liberato. São Paulo: Veneta, 2019. E-book.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006. 104 p.
- HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica**: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder. Tradução: Maurício Liesen. Belo Horizonte: Âyné, 2020. (E-book Kindle).
- HENRIQUES, Isabella; HARTUNG, Pedro. Empresas que exploram dados estão tirando a liberdade de nossas crianças. **Uol**. 18 out. 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/analises/ultimas-noticias/2020/10/18/empresas-que-exploram-dados-estao-tirando-a-liberdade-de-nossas-criancas.htm?cmpid=copiaecola>>. Acesso em: 21 jan. 2023.
- JENKINS, Richard. **Social Identity**: Second Edition. Londres: Routledge, 2004. 218 p.
- LIPPOLD, Walter; FAUSTINO, Deivison. Colonialismo digital, racismo e acumulação primitiva de dados. **Germinal**: marxismo e educação em debate. Salvador, v.14, n.2, p.56-78. ago. 2022. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/revistagerminal/article/view/49760/27526>>. Acesso em: 13 ago. 2023.
- POUTIGNAT, Philippe; STREIFF-FENART, Jocelyne. **Teorias da etnicidade**. Tradução: Elcio Fernandes. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1998. 256 p.
- RÜSEN, Jörn. **Razão histórica**: Teoria da história: os fundamentos da ciência histórica. Tradução: Estevão de Rezende Martins. Brasília: Editora UNB, 2010. 194 p.
- SCHMIDT, Maria Auxiliadora. Cultura histórica e aprendizagem histórica. **Revista NUPEM**, Campo Mourão, v. 6, n. 10, p. 31-50, jan./jun. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.unespar.edu.br/index.php/nupem/article/view/5398/3426>>. Acesso em: 22 ago. 2023.
- VASCONCELOS, Francisco Antonio de. Filosofia Ubuntu. **LOGEION**: Filosofia da informação, Rio de Janeiro, v. 3 n. 2, p.100-112, mar./ago. 2017. Disponível em: <<https://revista.ibict.br/fiinf/article/view/3841/3181>>. Acesso em: 13 jun. 2023.