
O engajamento em torno de comentários catárticos ou de disputa no Facebook do Museu Nacional/UFRJ¹

Fernanda Cristina Cardoso GUEDES²
Joana d'Arc de NANTES³
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

Resumo

Este artigo⁴ tem como objetivo analisar comentários classificados como “catárticos ou de disputa”, publicados na página do Facebook do Museu Nacional/UFRJ. Realizamos um aprofundamento teórico em torno de referências sobre autoapresentação em plataformas de redes sociais, cultura fã, ciberativismo, afetos e catarse. Foram coletadas 837 mensagens publicadas no Facebook do Museu Nacional/UFRJ de 78 diferentes postagens entre junho e setembro de 2020, período que compreende os 202 anos da instituição e os dois anos do incêndio. A partir do material, delimitamos categorias discursivas que foram identificadas a partir desse tipo de engajamento, tais quais: enlutamento, incredulidade sobre a reconstrução do Museu, necessidade de punição aos responsáveis e pauta política.

Palavras-chave: catarse; Facebook; Museu Nacional; plataformas de rede sociais; afetos.

Introdução

A noite de 2 de setembro de 2018 ficou marcada pelo incêndio no prédio do Museu Nacional/UFRJ, no Rio de Janeiro. Reconhecidamente um dos maiores museus de História Natural e de Antropologia da América Latina, com cerca de 20 milhões de itens em seu acervo, e a instituição museológica mais antiga do país, o seu possível apagamento gerou uma comoção de proporções internacionais. Tão logo a notícia sobre o incêndio passou a ser veiculada na imprensa, diversas repercussões tomaram conta das plataformas de redes sociais (PRS)⁵ que, sem dúvida, foram as primeiras receptoras de

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Curso de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM/UFF) e membro do Núcleo de Estudos em Comunicação de Massa e Consumo (NEMACS/UFF), e-mail feguedes@id.uff.br

³ Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFF. É membro dos grupos de pesquisa NEMACS e Televisões – Núcleo de Pesquisa em Televisão e Novas Mídias, e-mail: joanadarc@id.uff.br

⁴ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

⁵ Optamos neste trabalho pela utilização do termo “plataforma de redes sociais”, partindo do entendimento que a conceituação “sites de redes sociais” não abarca toda a complexidade e ferramentas envolvidas nesses ambientes. Tal como observa Recuero na publicação “Mídia social, plataforma digital,

um fluxo imenso de manifestações sobre o incêndio. Um fato esperado, uma vez que, a internet está tão presente em nossa rotina, que a utilizamos de forma despercebida para distintas finalidades, desde “[...] fazer fofocas, comprar objetos, encontrar amigos e para nos entreter” (HINE, 2016, p. 15) até nos manifestarmos de diferentes maneiras. Assim, a depender do contexto, os usos podem ser diversos, mas, de uma forma ou de outra, sua presença será expressiva.

Após o incêndio, as PRS tornaram-se lugar de um verdadeiro “museu de afetos”, construído a partir de diferentes discursos de seus usuários. Sendo geradas, a partir de um desastre patrimonial, narrativas e novos vínculos cognitivos com a instituição, sejam eles de luto, revolta, superação, esperança, resistência, engajamento, entre outros. Neste artigo, pretendemos refletir acerca do que chamaremos aqui das narrativas “catárticas ou de disputa” encontradas nos comentários das publicações do Museu Nacional/UFRJ em seu perfil no Facebook⁶. Para esta análise, delimitamos o período entre junho e setembro de 2020 (datas dos 202 anos da instituição e dos dois anos do incêndio, eventos de repercussão no calendário da instituição), onde também observamos se, mesmo após a passagem de tempo, ainda haveria algum tipo de engajamento em torno do incêndio. A partir do material coletado, procuramos delimitar categorias discursivas que pudessem ser identificadas considerando o tipo de engajamento que buscamos analisar.

Nesse sentido, na primeira etapa deste artigo, vamos discutir as plataformas de redes sociais como locais de troca e conversação, onde é possível gerenciar “sua própria identidade, seu estilo de vida e suas relações sociais” (LIVINGSTONE, 2012, p. 93). Em seguida, abordaremos como elas podem também ser espaços de disputa, onde diferentes grupos competem em torno de discursos próprios, buscando demarcar suas identidades, crenças, afetos e subjetividades. Para tal, traremos algumas reflexões acerca dos comportamentos de comunidades de fãs e *haters*, buscando um paralelo com um ciberativismo político, tal qual o apontado por Alves (2014); introduziremos as discussões sobre afeto e catarse trazidas por Sodré (2006) e Rezende (2014), sem perder de vista as referências sobre autoidentidade e as materialidades presentes nos meios sociotécnicos de comunicação, com o intuito de apresentar o “pano de fundo” para tais

site de rede social ou rede social? Não é tudo a mesma coisa?” (2019). Disponível em: <https://medium.com/@raquelrecuero/m%C3%ADdia-social-plataforma-digital-site-de-rede-social-ou-red-e-social-n%C3%A3o-%C3%A9-tudo-a-mesma-coisa-d7b54591a9ec>. Acesso em: 1 out. 2020.

⁶ www.facebook.com/museunacionalufrj. Acesso em: 2 set 2020.

narrativas; por fim, faremos uma análise de publicações de usuários à luz da fundamentação teórica aqui apresentada.

Reflexões sobre autoapresentação em plataformas de redes sociais

Ao analisarmos as performances dos sujeitos em seus perfis de plataformas de redes sociais, é possível identificar particularidades e aspectos relacionados com aquele ambiente. Segundo Recuero (2009), existem ganhos de capital social oriundos desses espaços, que não seriam possíveis de se obter no contexto *offline*. Por exemplo, o expressivo número de amigos em uma PRS pode ocasionar uma maior visibilidade, bem como ser convertida em uma popularidade que vai além das conexões mantidas no ciberespaço. Além disso, dentro das PRS é possível manter diferentes tipos de laços sociais com distintos sujeitos e fora delas seria necessário algum tipo de interação e investimento de sentimento.

Segundo boyd e Ellison (2007, p. 211), nesses espaços os indivíduos desenvolvem um “perfil público ou semipúblico”, vinculam-se com outros usuários com quem têm algum tipo de conexão e podem transitar por essa lista de conexões ou por outras dentro desse sistema. Recuero (2009, p. 104) destaca que essas páginas devem ser encaradas como sistemas e que quem irá formar as redes são os atores sociais que as utilizam. Desse modo, é possível dizer que as PRS complexificam as redes sociais ao gerar novas formas de valoração social e de constituição ou manutenção de redes (GUEDES, 2018).

Esse ambiente reflete um cenário de constante ampliação da conversação mundial (LE MOS, 2010), onde as trocas de informações entre pessoas e comunidades de diferentes localidades são facilitadas por ferramentas de comunicação. Nesse sentido, tem-se uma expansão da esfera pública, que não é mais recortada geograficamente, ela é digital e mundial, e opera a partir da abertura, das relações entre pares e da colaboração (LÉVY, 2010, p. 13). Sobre os usos e apropriações desses espaços, existem inúmeras proposições que dão conta de estabelecer motivações e padrões de comportamento. Canclini (2000) pondera que as tecnologias engendram outros códigos de identificação das experiências, de decifração de seus signos e modos de compartilhá-los. De acordo com a nossa perspectiva, as PRS são como campos de expressões dos indivíduos, então

não pretendemos traçar uma única maneira possível de utilização das mesmas. Tal como aponta Hine (2016), para nós, essas plataformas são espaços que possibilitam observar sociabilidades e experiências de identidade, a partir da interação da ação humana com os meios técnicos.

Nesse sentido, Madianou e Miller (2012) propõem que estudos sobre plataformas digitais ou diferentes mídias não devem ser realizados apartados do seu contexto social. Para isso, eles apresentam o conceito de *polymedia*. Sob essa ótica, irão convergir fatores como região de moradia, classe, religião, política, entre outros, sem que nenhum deles seja generalizante, dadas as sobreposições possíveis. Assim, as PRS, como parte da vida cotidiana, não podem ser vistas como uma esfera separada da mesma, mas sim como uma plataforma que nos traz mais uma habilidade de exercermos nosso lugar de “eu social”. Ao invés de uma convergência tecnológica, a *polymedia* trata de um novo conjunto de relações sociais de tecnologia.

Desse modo, a vida social existe nas diferentes formas de mídias e não com as mídias. Ao fugir de uma análise que priorize as dimensões da técnica, sem ignorar sua relação com uma estrutura integrada, os autores se detêm ao que chamam de uma “ressocialização da mídia comunicativa⁷”, em que pese a escolha ou o uso de determinada mídia como um ato social. Para Pereira de Sá (2016, p.55) essas plataformas “são, efetivamente, ambientes povoados por redes sócio-técnicas diversas formadas por acoplagens entre humanos, tecnologias e seus artefatos.”

No que se refere às identidades dos sujeitos no ambiente digital, um estudo publicado em 2003, por Schau e Gilly (2003) sobre *sites* pessoais (como blogs) de consumidores já indicava dados incipientes para as constatações encontradas posteriormente sobre autoapresentação nas PRS. Segundo os resultados, havia um desejo de comunicar e transmitir sobre si mesmos, ou sobre seus vários “eus”, através desses espaços virtuais. Sob o ponto de vista das autoras, cada pessoa tem a potencialidade de manifestar “múltiplos eus situacionais”, que devem ser consistentes uns com os outros ou com as suas realidades materiais (SCHAU; GILLY, 2003, p. 388). Vale ressaltar, contudo, que ao estudar as PRS, segundo Polivanov (2014, p. 52), a autorrepresentação dos indivíduos nesses ambientes não se dá a partir de uma

⁷ No original: “*re-socialisation of media*”.

intencional superexposição, mas sim de uma construção identitária que passa pela singularização.

Haja vista esses aspectos, temos como princípio o foco no sujeito e em suas conexões (RECUERO, 2009, p.22), entendendo as PRS como campos de disputa do gosto hegemônico, que intermediam práticas identitárias, refletindo em meio digital as formas e os modos de representação de um corpus social. Assim, como aponta Polivanov (2014, p. 218), acrescentamos que os perfis criados no Facebook, Instagram ou demais PRS não podem ser encarados como falsos ou enganosos (ou mesmo como máscaras), mas sim uma versão de si que os sujeitos constroem nesses espaços. Em complemento, o ciberespaço pode ser considerado como mais um “entorno de socialização com linguagens próprias e no qual tensões e conflitos podem aparecer com os mesmos graus de intensidade e legitimidade que nos espaços *offline*” (POLIVANOV; SANTOS, 2016, p. 183).

Disputas, afetos, fãs x *haters* em plataformas de redes sociais

Diante do que foi apresentado até agora, vimos que as plataformas de redes sociais, como espaços não separados de uma realidade *offline*, podem ser considerados ambientes de apresentação de sujeitos, bem como de suas crenças, discursos e percepções da realidade. Desse modo, assim como observado no cotidiano, as disputas de hegemonia, gosto e poder também se fazem presente nesses espaços, e revelam-se compreensíveis a partir de sua relação com as práticas comunicacionais preexistentes mesmo fora da internet. Essa conversação em rede (RECUERO, 2012) decorre das reconfigurações comunicacionais que devem ser percebidas a partir de sua contextualização, ou seja, faz-se necessário compreender que das expressões dos sujeitos em plataformas de redes sociais, não se pode dissociar os contextos dos quais fazem brotar tais representações.

De acordo com Recuero (2012) a opinião pública é construída e compartilhada na mídia social, “por isso, compreender quais fragmentos e elementos do discurso dominante e quais elementos são reforçados pela audiência é muito importante” (RECUERO, 2016, p. 162). Em diálogo com Amaral (2011, p. 3), complementamos que “a disputa simbólica pelo espaço das redes” se dará através de estratégias de linguagens

características de diferentes identidades e grupos sociais, que nem sempre ocorrem de maneira harmoniosa ou dialógica. Mas, muitas vezes, a partir de narrativas “hostis”, acusatórias ou mesmo violentas. A proximidade entre grupos sociais distintos propiciadas pelas conexões nos espaços online pode, por muitas vezes, fazer com que “novas formas de conflito e focos de violência discursiva tornem-se mais evidentes nas conversações” e se tornem virais na medida que “as diferenças fiquem mais evidentes” (RECUERO, 2012, p. 2).

Avançando nessa discussão, segundo Pereira de Sá (2016, p. 55), “a performance de gosto e o modo afetivo de comunicação estruturado em torno de controvérsias parecem ser as formas de expressão e narrativa dominante” nas PRS.. Para a autora, que considera o duo fãs e *haters* como as figuras emblemáticas da atualidade, os “profetas da cibercultura” cometeram três erros fundamentais ao realizar suas previsões sobre as sociabilidades em meios digitais. O primeiro diz respeito a não conexão entre mundos *online* e *offline*, o segundo, desconsiderar o papel dos mediadores digitais na relação entre produtor e consumidor da informação e o terceiro, fundamental para a reflexão que fazemos neste artigo, teria sido ignorar a “questão dos afetos e paixões envolvidas nos embates e usos de tecnologias”, bem como o papel da materialidade para a “construção dos sentidos e discursos comunicacionais” (PEREIRA DE SÁ, 2016, p. 52). E complementa:

[...] creio que o ponto mais interessante do debate sobre a cultura digital é a provocação na direção de recolocarmos novamente em questão a pergunta sobre o que é a comunicação e quais as condições políticas, sócio-técnicas e culturais para a produção de sentido, incorporando simultaneamente a questão dos afetos produzidos/permitidos por diferentes meios e suportes em fricção com subjetividades múltiplas (PEREIRA DE SÁ, 2016, p. 52).

Assim, como aponta Barros (2012, p. 3), “a tecnologia funciona como mediadora de relações sociais e de processos identitários, e onde ‘usos coletivos’ se conjugam com ‘usos individualizados’”. Tomados por essas reflexões e percebendo o papel da contextualização, bem como das relações sócio-técnicas com os afetos produzidos na cultura digital (PEREIRA DE SÁ, 2016), buscamos na literatura sobre cultura fã e afetos, embasamento para as discussões que pretendemos fazer acerca das motivações e narrativas em comentários hostis nas publicações do Facebook do Museu Nacional/UFRJ.

Ao considerar relatos catárticos de usuários no Facebook, Rezende (2014) aponta que “os sujeitos são movidos por uma potência sensível que se desenha no emaranhado narrativo, configurado por grande parte dos enunciados, numa experiência catártica, mas gerenciada pela configuração dos afetos enquanto força motriz” (REZENDE, 2014, p. 152). Sodré (2006), ao refletir sobre o afeto, assinala o movimento de “uma mudança de estado e tendência para um objetivo, provocadas por causa externa” caracterizada por uma tensão em campos de consciência contraditórios. Para o autor, um fenômeno afetivo pode equivaler a “um estado de choque ou de perturbação na consciência” (SODRÉ, 2006, p. 28). O autor complementa que, ao analisar as mensagens ou discursos que decorram dessa afetação, deve-se considerar o contexto nos quais os indivíduos estão inseridos, com suas historicidades, subjetividades e outras características que deem conta de um quadro mais amplo de análise.

De acordo com Pereira de Sá (2016, p. 56), fãs e *haters* partilham de um conhecimento produzido através das emoções e, baseando-se na teoria ator-rede, a autora coloca o lugar da controvérsia como central para a observação desses agentes em seus conflitos e disputas. Segundo a pesquisadora, a “complexidade das relações sociais se revela na infinidade dos mediadores, nas relações de forças desiguais, nos embates e finalmente na sua estabilização, quando a controvérsia se transforma numa ‘caixa-preta’” (PEREIRA DE SÁ, p. 56). Pereira de Sá (2016, p. 58) defende que fãs e *haters* possuem grande “capacidade de mobilização e pressão em torno de suas causas”, além de serem críticos e compartilharem e produzirem “leituras divergentes das mensagens hegemônicas”. Ao comparar fãs e ativistas, a autora (2016, p. 58) classifica os primeiros como “consumidores engajados, que constroem suas identidades através dos produtos culturais, sobretudo da cultura pop”, enquanto os segundos engajam-se em promover mudanças no que consideram valores hegemônicos. Mas reconhece que ambos terminam por atuarem “em torno de valores coletivos e dispostos a atuar criticamente em favor [ou contra] destes”.

Ao estudar o engajamento em torno de pautas políticas nas plataformas de redes sociais, Alves (2016) encontrou similaridades nas paixões compartilhadas por fãs e *haters* da cultura pop com os ativistas políticos na internet. De acordo com o autor (2014), assim como estudiosos da cultura fã apontam, entre diferentes grupos políticos

ocorre uma polarização por discursos antagônicos que disputam, entre si, um paradigma sobre a verdade nas redes sociais digitais.

[...] a prática política possui uma dimensão de engajamento que se assemelha ao paradigma da atividade fã, entendida como um regime de participação da audiência na construção de narrativas que tensionam e se situam à margem dos produtos culturais e dos textos dominantes, reconfigurando-os a partir de lógicas e de práticas de sociabilidade particulares (ALVES, 2016, p. 120).

Destacamos esses apontamentos para que nossa discussão a seguir pudesse caminhar a partir do que refletiram os autores aqui apresentados, uma vez que buscamos nos estudos de cultura fã e *haters*, plataformas de redes sociais e afirmação de identidades nesses espaços o embasamento para nossa análise. Vale salientar que este é um estudo incipiente, que faz um recorte apenas sobre os comentários das publicações, sem que se faça um aprofundamento acerca dos sujeitos, averiguando se os mesmos fazem parte de alguma comunidade organizada ou mesmo uma investigação sobre suas motivações. Nosso olhar se volta para um tipo de discurso que se tornou comum nas plataformas de redes sociais, que têm na hostilidade, a principal forma de argumento em torno de uma proposição política.

Análise das publicações no Facebook do Museu Nacional/UFRJ

Como parte da metodologia para a realização deste artigo, coletamos 837 mensagens publicadas no Facebook do Museu Nacional/UFRJ de 78 diferentes postagens entre junho e setembro de 2020, período que compreende os 202 anos da instituição e os dois anos do incêndio. Para exemplificar algumas das categorias de publicações encontradas nesse período, incluímos no trabalho *prints* retirados do perfil do Facebook do Museu Nacional/UFRJ. Omitimos nomes e endereços eletrônicos das mesmas para preservar o anonimato dos sujeitos.

Um traço comum que destacamos em nosso escopo de análise é o uso dos comentários para relatos que consideramos catárticos em relação ao incêndio no Museu Nacional/UFRJ. Essas falas ocorrem mesmo quando a publicação trata de temas que não versem sobre esse fato, como a divulgação de descobertas científicas ou eventos acadêmicos. Desse modo, independente dos temas abordados nas publicações, muitos usuários utilizavam esse espaço para manifestar seus diferentes sentimentos em relação à instituição, ao incêndio, à perda de acervo, às investigações impetradas pela Polícia

Federal, entre outros temas recorrentes. Rezende (2014, p. 144) destaca como esses espaços públicos de comentários podem conter relatos que a autora denomina de “performances catárticas”, que podem estar relacionados a tragédias pessoais, mas também a indignação contra algum fato, como a corrupção, por exemplo, em que as

[...] experiências contemplam não apenas eventos trágicos pessoais, como a perda de um ente querido, um grave acidente, ou o romper de um relacionamento amoroso, mas também a indignação por atos de corrupção, comentários contra crimes hediondos, manifestações contra diversas formas de preconceitos, entre outros textos (REZENDE, 2014, p. 144).

Neste artigo, trazemos as reflexões de Rezende (2014) para o que chamamos de uma tragédia patrimonial, que repercutiu e ainda impacta nos sujeitos ao considerarmos que, mesmo passados dois anos do incêndio, a amostragem que aqui apresentamos expressa relatos de enlutamento, do tipo: “Dói sim, dói demais!!! Não gosto de lembrar que isso aconteceu [...]” ; “Foi muito doloroso o episódio e continua a dor” e “exatamente isso. Se o povão se importasse como se fosse uma escola de samba, os políticos iriam mudar” (Figura 1). Vale destacar que, alguns dos seguidores da página, autores dos comentários aqui destacados, acabaram por ganhar o selo de “super-fã⁸”, pelo alto índice de engajamento com o perfil, mesmo que muitos possam ser vistos como “hostis” ou “críticos”, se considerado o ponto de vista da administração da página.

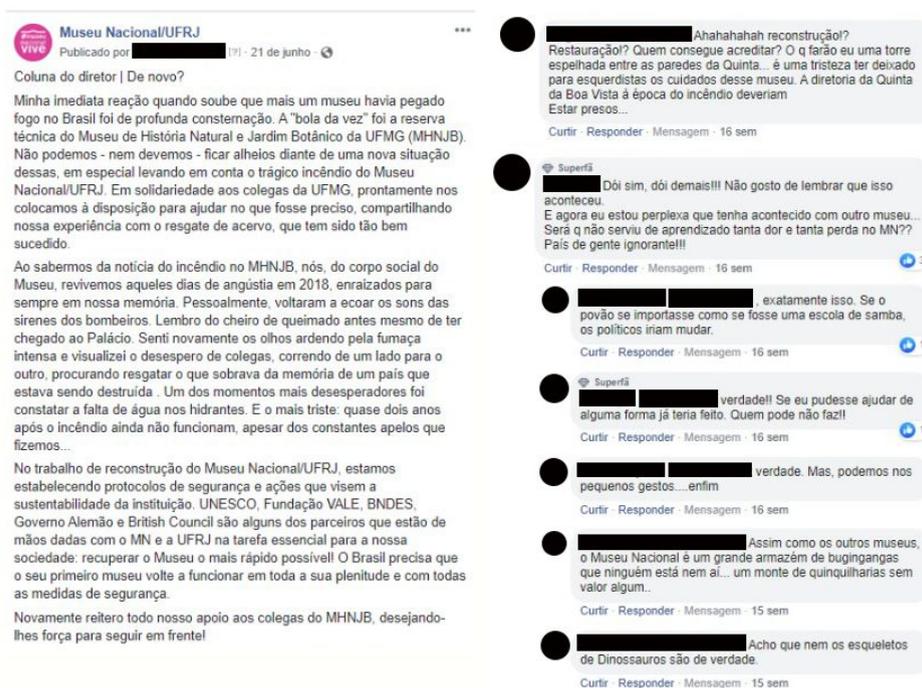
Seguindo nossa análise, uma das categorias narrativas que identificamos nos comentários diz respeito a uma linha de discurso que reivindica a punição dos culpados pelo incêndio no Museu (Figuras 2). São falas que demonstram, de maneira geral, um constrangimento e revolta por não ter ocorrido uma responsabilização criminal pelo fato⁹: “Dois anos de completa impunidade. Uma vergonha.”. Há também os que nomeiam o diretor da instituição como responsável: “Respondam: pq o Sr #Kellner não

⁸ Este selo é dado para os usuários que mais consomem o conteúdo de uma página no Facebook. Deste modo, ele se destaca entre os outros seguidores daquela página.

⁹ Em 6 de julho de 2020, a Polícia Federal divulgou a conclusão das investigações sobre as causas do incêndio no Museu Nacional/UFRJ, descartando conduta omissa ou negligente por parte dos gestores da instituição ou da UFRJ. Do inquérito resultou a punição administrativa de um oficial do Corpo de Bombeiros que não concluiu o processo de fiscalização em 2015. De acordo com perícia divulgada anteriormente, as chamas tiveram início em um dos aparelhos de ar condicionado que ficava no auditório do Palácio de São Cristóvão, em função de uma sobrecarga no sistema. Fonte: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/07/06/pf-conclui-investigacao-sobre-o-incendio-que-d-estruuiu-o-museu-nacional.ghtml?fbclid=IwAR3X-H4wZGyOjKr2OzEOj0348-S261QALFX4BWTDbnJnSJwsNv9LgWG0vgY>. Acesso em 7 de out. de 2020.

fez antes o q está fazendo agora? Pq ele não foi punido????”. E os que justificam a necessidade de punição a partir da perspectiva do valor do patrimônio perdido com a tragédia: “Um crime contra a cultura mundial foi cometido e ninguém foi preso ou responsabilizado” e “[...] o Museu mais rico da América do Sul se foi e ninguém vai pagar por isso[...]”.

Figura 1 - “Coluna do diretor | De novo?”



Fonte: imagens coletadas do Facebook do Museu Nacional/UFRJ.

Figura 2 - Comemorações dos 202 anos



Fonte: imagens coletadas do Facebook do Museu Nacional/UFRJ.

Há também os relatos quanto à incredulidade sobre a reconstrução do Museu, mensagem que vem sendo adotada pela instituição em suas campanhas de

comunicação¹⁰: “Ahahahahah reconstrução!? Restauração!? Quem consegue acreditar? O q farão eu uma torre espelhada entre as paredes da Quinta... [...]”; “realmente...essa hisyoria de Museu Nacional Vive...balela....se quisessem que vivesse realmente nao teriam deixado acontecer isso...agora quanto a restaurar o que ainda da, é o minimo que se deve fazer....ja que nao cuidaram pra acontecer o inevitável..agora trabalhar ora recuperar....mas essa de Museh Nacional Vive não...aceitem que erraram feio....e numa "provável" reconstrução do predio que façam valer os titulos que vcs tem e trabalhem....”. O ceticismo se estende até mesmo sobre o acervo da instituição, que, em tom de deboche, é desdenhado: “Assim como os outros museus, o Museu Nacional é um grande armazém de bugingangas que ninguém está nem aí... um monte de quinquilharias sem valor algum.”; “Acho que nem os esqueletos de Dinossauros são de verdade.” (Figura 1 e 3).

Figura 3 - Recuperação de peças



¹⁰ Cerca de dez dias após o incêndio, foi criada a campanha #MuseuNacionalVive, que objetiva engajar os públicos da instituição em torno das ações de reconstrução do Museu, mas também reforçar que o mesmo continua realizando suas atividades de ensino, pesquisa e extensão, ainda que em outros espaços que não a sua sede principal (o Palácio de São Cristóvão).

Fonte: imagens coletadas do Facebook do Museu Nacional/UFRJ.

Como última categoria aqui elencada, está a dos comentários que trazem pautas políticas para o debate e, neste caso, encontramos muitas falas que refletem a polarização encontrada nas discussões sobre o tema na atualidade (ALVES, 2014). Esses usuários tendem a relacionar o incêndio a uma má gestão que, segundo eles, ocorre por estar condicionada a partidos políticos de esquerda e socialistas, sendo essa a explicação para o infortúnio: “é uma tristeza ter deixado para esquerdistas os cuidados desse museu. A diretoria da Quinta da Boa Vista à época do incêndio deveriam Estar presos...”. A evocação partidária é uma constante nos comentários, coerente com o que assinala Alves (2014) sobre as mobilizações políticas: “há uma reintrodução da lógica partidária, que regula práticas interpretativas em comunidades digitais, por meio de circuitos difusos de antagonismo e de conflito” (ALVES, 2014, p. 320).

Figura 4 - Nota oficial



Fonte: imagens coletadas do Facebook do Museu Nacional/UFRJ.

A "certeza" sobre a culpabilidade dos grupos de esquerda acaba englobando outras instituições do gênero. Ao comentar nota oficial do Museu Nacional/UFRJ sobre o incêndio ocorrido no Museu de História Natural da UFMG, um dos usuários é taxativo: “Museus abandonados e gerenciados pela esquerda que deseja apagar a história do país” (Figura 4). Há também os comentários que rememoram governos anteriores aos do regime democrático, exaltando a reverência que seria garantida à instituição na época: “o descanso vem de longe, especialmente após os governos militares.

Antes o museu era reverenciado e tido como orgulho do país, tendo recebido vistas ilustres como Einstein , Santos Dumont ,Levi Strauss ,Jk, vargas [...]”.

As construções narrativas de usuários do Facebook aqui destacadas, demonstram como os comentários da página do Museu Nacional/UFRJ nesta plataforma foram palco para o que designamos no início do trabalho como um “museu de afetos”. Em que pese o recorte de análise sobre os discursos considerados de “disputa ou catárticos”, foi possível observar, a partir destes, categorias que ensejaram a reflexões sobre a forma como esses usuários se manifestam sobre temas em torno do incêndio na instituição.

Considerações finais

Ao longo deste artigo, fizemos uma discussão em torno de teóricos que discutem temas como autoapresentação, cultura fã, ciberativismo, afetos e catarses associados às plataformas de redes sociais. A partir destes, foi possível realizar uma análise das publicações realizadas por usuários no perfil do Museu Nacional/UFRJ, trazendo para reflexão as que representam campos de disputa ou de catarse em suas narrativas. Com isso, chegamos a categorias tais como enlutamento, incredulidade sobre a reconstrução do Museu, necessidade de punição aos responsáveis e pauta política ou ciberativismo político — em consonância com a polarização política da atualidade (ALVES, 2014). Para o desenvolvimento desta argumentação, utilizamos da literatura sobre fãs e *haters* com vistas a entender melhor como se dão as manifestações em torno de paixões e enfrentamentos que ocorrem no campo das PRS. No entanto, é importante pontuar que, a partir de nossa análise, não consideramos os usuários aqui apresentados como *haters* ou anti-fãs do Museu. De outro modo, vislumbramos eles como grupos que se situam em um campos de disputa, sejam de contornos políticos ou de autoapresentação, e que se expressam de acordo com suas crenças, subjetividades e narrativas pessoais no perfil do Museu Nacional/UFRJ no Facebook. Exemplificando, as manifestações em torno de pautas políticas reforçam um debate que já ocorre em outros fóruns e espaços de nossa sociedade, evidenciando as PRS como mais uma arena para esses debates, sem que esteja apartada de uma realidade “offline”.

O tom de deboche ou mesmo exacerbado em algumas falas, pode estar relacionado a um espaço criado pela tecnologia, onde os comentários catárticos podem estar vinculados “a uma satisfação de integração a um meio lúdico,

despreocupado, e que ressoa enquanto espaço de liberdade narrativa” (REZENDE, 2014, p. 149). Desse modo, ressaltamos que as PRS são um interessante campo para observação de práticas identitárias e maneiras de construção das mesmas em diálogo com costumes cotidianos — considerando aqui que o próprio hábito de postagem tenha se tornado parte dos modos dos indivíduos na contemporaneidade. Se faz necessário atentar também para a atuação das diferentes mídias nos cultos e rituais do cotidiano, que permeiam nossas relações com o outro e com a comunidade.

Neste artigo, focamos nas narrativas que chamamos de “catárticas ou de disputa”, mas, no entanto, pudemos observar que outras formas de “vivências” da experiência do incêndio no Museu Nacional/UFRJ, que tangenciam as PRS da instituição. Desse modo, indicamos um olhar sobre essas manifestações de modo que possam ensejar pesquisas futuras e aprofundadas sobre o tema.

Referências bibliográficas

- ALVES, M. S. A Rede de Oposição Radical no Facebook: cartografia e apontamentos sobre os haters políticos. **Revista de Estudos da Comunicação** (Impresso), v. 15, p. 309-324, 2014.
- ALVES, M. S. Coxinhas e petralhas: o fandom político como chave de análise da audiência criativa nas mídias sociais. **Revista Geminis**, v. 1, p. 117-146, 2016.
- AMARAL, A. Redes sociais, linguagem e disputas simbólicas. **ComCiência**, n. 131 Campinas, 2011.
- BARROS, C. Representations of poverty and digital inclusion: Clashes over alterity in the field of technology and the virtual universe. **Journal of Latin American Communication Research**, v. 2, p. 92-114, 2012.
- boyd, d.; ELLISON, N. B. Social Network Sites Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 210-230, out. 2007.
- CANCLINI, N. G.. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2000.
- GUEDES, Fernanda Cristina Cardoso. **Uma visita ao Museu Nacional. Classes populares e o consumo da cultura expresso em sites de redes sociais**. 2018. 176 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, 2018.
- HINE, C. Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia. *In*: CAMPANELLA, B.; BARROS, C. (org.). **Etnografia e consumo midiáticos: novas tendências e desafios metodológicos**. E- papers, 2016, p. 11-28.
- LEMOS, A. Os sentidos da tecnologia: cibercultura e ciberdemocracia. *In*: LEMOS, A.; LÉVY, P. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010, p. 21-31.

LÉVY, P. A mutação inacabada da esfera pública. In: LEMOS, A.; LÉVY, P.. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LIVINGSTONE, S.. Tomando oportunidades arriscadas na criação de conteúdo jovem: o uso pelos adolescentes de sites de redes sociais para intimidade, privacidade e expressão própria. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, ano 9, v. 9, n. 25, p. 91-118, ago. 2012.

MADIANOU, M.; MILLER, D.. **Polymedia**: towards a new theory of digital media in interpersonal communication, 2012

PEREIRA DE SÁ, S. Somos Todos Fãs e Haters? Cultura Pop, Afetos e Performance de Gosto nos Sites de Redes Sociais. **Revista ECO PÓS**, v. 19, n. 3, p. 50-67, 2016.

POLIVANOV, B=. Apropriações de Sites de Redes Sociais em Cenas de Música Eletrônica: Distinção, Sociabilidade e Marcas Identitárias. **Interin** (UTP), v. 17, p. 96-116, 2014.

POLIVANOV, B.; SANTOS, D. Términos de relacionamentos e Facebook, desafios da pesquisa etnográfica em sites de redes sociais. In: CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla (org.). **Etnografia e consumo midiáticos**: novas tendências e desafios metodológicos. E-papers, 2016, p. 179-196.

RAMOS, J. Etnografia e digitalização. In: CAMPANELLA, B.; BARROS, C. (org.). **Etnografia e consumo midiáticos**: novas tendências e desafios metodológicos. E-papers, 2016, p. 29-46.

RECUERO, R. **As Redes Sociais na Internet e a Conversação em Rede**, 2012. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/ciseco.pdf>. Acesso em: 01 out. 2020.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

REZENDE, R. A catarse cotidiana: performances dramáticas no Facebook. **Culturas Midiáticas**, v. 7, p. 1-15-15, 2014.

SCHAU, H.; GILLY, M.. We Are What We Post? Self-Presentation in Personal Web Space. **Journal of Consumer Research**, v. 30, 2003.

SODRÉ, M. Sentir, Comunicar e Compreender. In: **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis, Vozes, 2006. p. 17-73.