

## “Obrigada por ter vindo aqui”: A rede social como lugar de práticas e criação de experiência entre jovens<sup>1</sup>

Aline Amaral Paz<sup>2</sup>  
Sandra Rúbia da Silva<sup>3</sup>

**Resumo:** Este artigo propôs apresentar práticas de consumo por jovens em ambientes online. Através de uma análise de inspiração etnográfica, para pensar a internet enquanto campo de ação, produção e compartilhamento de práticas independentes e autônomas. A pesquisa se desenvolveu tendo como objeto empírico a descrição e análise da comunidade Kaneki na plataforma de rede social do Facebook. Com esta pesquisa, podemos verificar toda uma organização descentralizada e planejada por jovens para a manutenção de regras, orientações, missões e uma série de práticas que acontecem neste ambiente online em grupos no Facebook. Constatamos jovens coordenando jovens, neste campo de direitos e deveres exercidos pelos mesmos, sob uma filosofia de justiça e proteção.

**Palavras-chave:** Consumo; Jovens; Práticas; Rede social.

### INTRODUÇÃO

Este artigo tem origem a partir do desenvolvimento do exercício metodológico pensado para a nossa pesquisa de dissertação que está em curso. Estudamos práticas de consumo por jovens suicidas em ambientes online, nesta imersão etnográfica encontramos uma comunidade online, a qual nomeamos Kaneki.

A comunidade Kaneki<sup>4</sup> é formada por aproximadamente 46 grupos no Facebook. Para este momento da pesquisa, estamos em 4 dos 46 grupos, portanto as informações que temos são limitadas ao acesso que tivemos aos grupos fechado. Os grupos são distribuídos entre divisões organizadas por temas e funções. A Kaneki foi criada por jovens e tem por objetivo central combater práticas de esplanação. Os membros desta comunidade entendem por esplanação, principalmente, quando meninos atacam meninas, expondo comentários, fotos ou relatos de meninas, sem a autorização delas na

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) bolsista Capes, integrante do Grupo de Pesquisa em Consumo e Culturas Digitais, e-mail: alineamaralpez@gmail.com.

<sup>3</sup> Prof. Dr<sup>a</sup>. do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, coordenador do Grupo de Pesquisa em Consumo e Culturas Digitais, email:sandraxrubia@gmail.com

<sup>4</sup> A origem do nome da comunidade partiu de um meme que surgiu no fórum anônimo 4chan. Ele retrata a história de um animador de festas que cuidava de crianças. E um dia durante uma festa num parque, uma das crianças caiu no lago e se afogou, o cuidador foi acusado de abuso e pedofilia. Desde então, a história é usada para fazer uma crítica social a pessoas que abusam de outras na internet.

internet. Os grupos são distribuídos em divisões, cada divisão tem um ou mais responsáveis. Cada divisão possui temas diversos e bastante alternativos que variam entre zoeira (ruim e boa), humor negro, críticas sociais, fandonas, unicórnios e amorzinho, os quais iremos descrever melhor na próxima sessão. Nos grupos da comunidade, se alternam entre membros gerais da rede social por afinidades de conteúdos e membros administradores e moderadores de grupos e páginas no Facebook, que administram além de grupos da Kaneki, outros grupos fora da comunidade.

A comunidade não existe apenas na rede social do Facebook, há ações mobilizadas na rede social do Ânimo (Rede social para os Otakus- pessoas que gostam de desenhos orientais), por isso nossa escolha pelos nomes fictícios serem de animes. A comunidade também tem perfil no Instagram e realiza reuniões de grupos e equipes no site Discord (é um aplicativo de voz sobre IP proprietário e gratuito, projetado para comunidades de jogos).

Já nas primeiras imersões em campo através da etnografia para internet (HINE, 2015), percebemos uma organização complexa desenvolvida pela Kaneki. Esta comunidade a qual iremos nos debruçar como objeto empírico deste artigo, é coordenada e mantida por jovens que estudam, planejam e mantêm ações nas redes.

Nestes ambientes online, são postas em ação práticas planejadas e organizadas por jovens, usando o Facebook como campo de exercício autônomo e espaço de criação de experiência. As plataformas digitais de sociabilidade são espaços de ação, colaboração e descentralização. Nestes ambientes são desenvolvidas práticas que nem sempre estão visíveis nas timelines, pelo contrário, há organizações privadas e secretas, que buscam centralizar pessoas que tem objetivos comuns.

Para Clay Shirky (2011) há uma escala de valores de compartilhamento. Estes valores dizem respeito aos objetivos que as pessoas possuem ou desenvolvem para compartilhar informações na rede online. Para o autor as motivações sociais induzem a participação, ou seja, quando existem motivações coletivas, há maiores chances de produção da cultura participativa e colaborativa. Para isso, existem as formas de compartilhar, que são pessoal, comum, público e cívico.

Hine (2000) descreve a internet como um campo de estudo que possibilita pesquisar os objetos online, tanto como cultura, quanto como artefato cultural, considerando as práticas exercidas no universo online pelas pessoas. Como cultura,

---

pensa todas as práticas que são produzidas a partir do online e como artefato cultural, pensa todas as práticas sociais que são incorporadas do off-line para o online.

Para Miller (2016) não há distinção entre o off-line e o online, ou seja, a mídia social é integrada na vida das pessoas. Não há sentido separar, o que na realidade, é uma continuação. Considerando o autor, que o mais importante é entender as razões pelas quais as pessoas escolhem estes ou àqueles conteúdos para postar, compreendendo o gerenciamento e o auto controle que as plataformas exercem sobre o indivíduo, mas sempre ponderando que as mídias e as redes, são o que as pessoas fazem delas.

Neste contexto, com intuito de descrever e compreender as práticas exercidas pela comunidade Kaneki, na construção de sentidos, experiências e movimentos descentralizados, dividimos este artigo: Na primeira sessão, nos utilizaremos de conceitos para argumentar as práticas desenvolvidas em ambientes online pensando o consumo como conceito central. Segundo, será a descrição do objeto empírico, a comunidade Kaneki. Terceiro, faremos a análise da comunidade e por último as considerações finais.

### **O consumo da rede social digital: Criando experiências e mobilizando práticas**

Um novo modelo para as relações humanas vem modificando toda a estrutura dos relacionamentos sociais, tanto em âmbito individual, quanto coletivo. A vida se transforma na maneira de como os vínculos são criados e quase instantaneamente desfeitos ou desconectados a partir dessa sociabilidade mediada pelo consumo dos ambientes conectados, na internet incorporada e cotidiana (HINE, 2015). Socializar informações e criar laços de sociabilidade em tempo real, não estando nos lugares geográficos onde são realizadas estas práticas, mas ao mesmo tempo estando num lugar comum, são características fundamentais do consumo desta estrutura.

Quando Canclini (1995) argumenta com Douglas e Isherwood sobre o consumo, “o consumo serve para pensar”, busca nesta afirmação, afastar a ideia de que consumir está distante da racionalidade. O autor define consumo como “é o conjunto de processos socioculturais nos quais são feitas as apropriações e usos dos produtos” (1995, p.43), advogando que é necessário entender o consumo para além da prática individual e da noção de compulsão e irracionalidade, como é acusado por juízos morais. Também pensa o consumo na produção e construção de bens simbólicos sobrepostos ao valor de uso e troca.

---

Deste modo, é necessário pensar o consumo das plataformas de redes sociais, nos seus diferentes aspectos e apropriações, para além das premissas do senso comum e posições moralistas que busquem em discursos que legitimem o consumo por sua utilidade e quando considerado supérfluo, como vício, falta do que fazer ou perda de tempo, argumentos questionáveis, referendando-se a quem está sempre conectado, ou seja, sempre consumindo ambientes online. A questão que nos concentramos aqui foi: O que esses jovens estão fazendo e produzindo com o consumo desses ambientes online?

Miller (2013) apresenta a perspectiva do consumo pela teoria da cultura material que considera ser um conjunto de disciplinas inclusivas que estudam trechos, termo que o autor não determina num conceito fechado, mas considera “Cultura material não é mais bem-definida que trecho” (2013, p.05). Um trecho pode ser desde um e-mail, um beijo ou um papel, são todas as coisas que tocam a existência cotidiana dos indivíduos, constituindo-os como tal. Nem sempre são coisas que podem ser tocadas.

O autor vai contra toda ideia construída de que o consumo material diminui nossa humanidade, pensa a materialidade como o estudo dos trechos que vão das suas universalidades as particularidades, e vice-versa. A cultura material compreende todos os significados construídos através dos objetos que nos tornam humanos e dão sentido a nossa existência. Não há superficialidade, naquilo que sustenta o indivíduo tal como ele é e vive, determina o autor “as coisas fazem as pessoas, tanto quanto as pessoas fazem as coisas” (2013, p.131). Entender a cultura material é um caminho para compreender as pessoas e os relacionamentos.

Barbosa e Campbell (2006) relatam a escassez de pesquisas sobre o consumo, ainda o que existe neste campo é restrito a pesquisas moralistas e negativas voltadas para a produção. Consideram que apesar de nem todo mundo produzir do ponto de vista econômico, todas as pessoas em medidas diversas, consomem. E num paradoxo, não produzir em nossa sociedade é considerado negativo, enquanto que não consumir, é positivo. Pensam os autores em três abordagens que constituem a sociedade humana, que nem sempre foram entendidas como consumo, nos aspectos de mediar relações e conferir status social, na construção de subjetividades e identidades e na criação de experiências que possibilitam expressar as materialidades diversas.

Segundo os autores, falta desenvolver pesquisas sobre o consumo que deem conta da nova perspectiva proposta do consumo nas suas especificidades e

---

particularidades locais, considerando que “Nessa nova perspectiva, a cultura deixa de ser uma totalidade substantiva, um patrimônio com fronteiras claramente definidas que pode se perder ou ganhar e adquire uma dimensão de processo ou luta...” (BARBOSA e CAMPBELL, 2006, p.31).

Apresentam os autores a complexidade de definir o consumo devido a diferentes correntes teóricas nos mais amplos aspectos do negativo ao positivo, como também na delimitação do fenômeno consumir. Pensando o consumo do bem material que é adquirido e no bem consumido que não diminui no ato, como por exemplo, o consumo da leitura de um livro. O que podemos acrescentar o consumo da internet e dos sites de plataformas de redes sociais que mobilizam acesso à cultura, comunicação e informação, como bens que não diminuem e não se esgotam a medida que consumimos.

Para Miller et al. (2016) nas mídias sociais, o conteúdo é mais significativo que o lugar de manifestação do conteúdo, ou seja, as plataformas digitais são secundárias aos comportamentos manifestados nelas através das práticas de consumo. Consideram que o acesso ao consumo da internet pode ser uma ferramenta de mobilidade social, a partir do conceito de Bordieu dos três tipos de desigualdade: o capital econômico, capital social e o capital cultural. Desta forma, mobilidade social não diz respeito a ter mais dinheiro, mas sim, em saber como utilizar as formas de capital da maneira certa para conseguir melhorar a posição social. Ainda, essa mobilidade social, promove uma igualdade maior nas redes online, mas, isso não representa nenhuma garantia de mudança na desigualdade off-line.

Para o autor e coautores não há distinção entre o virtual e o real, as redes sociais digitais funcionam como um espaço/lugar dos acontecimentos e problematizações do cotidiano das relações humanas. Por isso, se torna tão relevante estudar estes espaços online, que são ressignificados pelo consumo, reconhecendo a sua dinamicidade e adaptabilidade em tempo real e constante.

Propõe ainda o autor, que as plataformas digitais atuam mais que um meio de comunicação e não podem ser compreendidas de forma isolada. Onde as manifestações comportamentais são interferidas pela cultura em que o indivíduo pertence e são articuladas entre o público e o privado. Também por gêneros diversos e variados de interação, onde as pessoas constroem significados particulares a partir do consumo das redes de contatos online. É na investigação destes consumos particulares que se pode entender características da contemporaneidade.

Miller descreve o conceito de sociabilidade escalonável e o conceito de polimídia (MILLER, 2016). O primeiro está relacionado à maneira como as pessoas utilizam as redes de forma a organizá-las por escalas e níveis hierárquicos de privacidade e informações disponíveis publicamente ou não. Na teoria de polimídia, considera o autor que as redes não podem ser pensadas isoladamente uma das outras, no sentido de que as mídias são utilizadas com objetivos e práticas diferentes, dependentes dos usos que as pessoas fazem e dos contextos culturais.

O consumo é um elo que une as pessoas. Esse elo, que perpassa coisas, identidades, gostos, idealizações, preferências são elaboradas através de práticas que ocupam todo nosso sistema social. Tais práticas acontecem por meio de processos cotidianos que produzem experiências em vários aspectos na vida dos indivíduos e coletividades.

Os membros da comunidade que pesquisamos, utilizam as redes de contato online para criar e expressar experiências neste consumo em rede, se mobilizam em torno de práticas que funcionam como elo de ligação, vinculadas a toda dinâmica das redes sociais digitais.

### **A comunidade Kaneki: Relatos de uma forasteira em um campo de luta, resistência e significação**

A kaneki é uma Sociedade Autônoma Seleta Alternativa, no qual tem princípios filosóficos baseados no que eu penso de certo ou errado, a visão que eu tenho de mundo é no que o grupo é baseado como se fossemos um só, aqui buscamos o conhecimento, compartilhar experiência e nos tornarmos uma irmandade no qual o principal objetivo é expandir para as pessoas que precisem de nós. A ideologia da comunidade foi baseada no certo ou errado, baseada onde o Bem e o mal coexistem, que com o Mal pode se fazer o bem e o bem pode-se fazer o mal, o certo está acima de tudo. A zoeira é um exemplo disso, a zoeira é um meio que incluir as pessoas dentro da nossa sociedade, para orientar e também corrigir, o Jack e o Stan foram criados para fazer essa controversa no grupo, no caso "O Mal pode fazer o bem", é a forma que eles ensinam, de certa maneira quando alguém é zoado demais acaba se tocando do que ta fazendo, até em meio de um esculacho, abre os olhos. Aqui também somos contra a explanação desde 2014, tenho essa luta. A kaneki originalmente foi feita para acolher meninas que eram explanadas na internet e assim poderíamos cuida-las e protege-las, o grupo vem passando por diversas evoluções e cada dia mais vai evoluindo em sua força como também organizacionalmente falando, nossa organização cada vez vai se transformando e se aperfeiçoando para que a ideologia, crença e o nosso conhecimento coexistam e que todos os membros possam ter acesso a tudo isso. (Descrição da comunidade segundo nossos interlocutores.)

“Forasteira” assim a pesquisadora foi nomeada na pesquisa. Nosso principal interlocutor, o qual chamamos de Gohan, é um dos administradores da comunidade, foi ele que nos inseriu nos grupos e explicou através de muitas conversas online, como a

Kaneki funciona e quais as práticas e objetivos centrais dela estar no Facebook com os grupos e em outras redes.

Os grupos da comunidade no Facebook se dividem entre zoeira (ruim e boa) e humor negro. Nestes grupos são compartilhados conteúdos com críticas sociais, com apelo do humor, sarcasmo e memes famosos que circulam na internet. Também tem grupos de fãdons, para fãs de filmes, séries, bandas, há também os grupos de unicórnio e amorzinho, que são grupos, segundo Gohan, voltado para meninas.

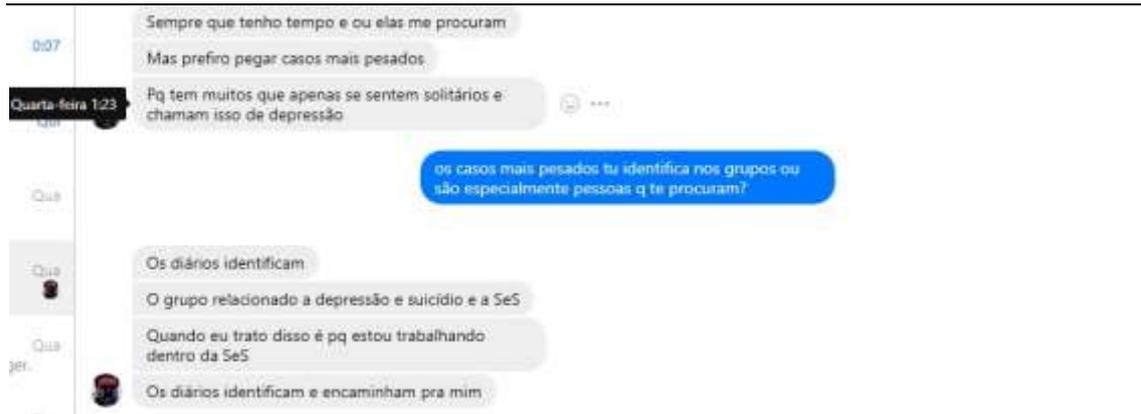
Num dos grupos centrais, o primeiro que tive contato na comunidade, os membros se organizam para agir nos diversos grupos no Facebook. Marcam reuniões, definem ações e regras para serem aplicadas por administradores de grupos que estão vinculados a comunidade.

Nas duas imagens abaixo, vimos formas de funcionamento da comunidade. Na primeira, Gohan me explica um dos grupos, o qual é específico para ensinar meninas a se defender. A segunda imagem é uma postagem no grupo, falando de uma aliança que é desfeita de um dos grupos da comunidade, convidando as meninas a entenderem mais como funciona a Kaneki.



Também, Gohan me colocou, noutro grupo, neste, acontece à orientação de como funciona a comunidade Kaneki por aulas. É um arquivo de postagens com 10 aulas, contanto a história de como surgiu à comunidade e as ideologias que seguem.

Neste grupo selecionam pessoas para orientação do funcionamento da comunidade, explicam as subdivisões, os cargos e os pilares. Na imagem abaixo, Gohan explica como funciona a ajuda que eles prestam a um grupo de jovens suicidas, através do sistema de diários.



Os grupos podem cair<sup>5</sup> no Facebook, por vários motivos, que podem ser principalmente pela união de grupos de uma comunidade. Integrantes de grupos combinam de denunciar um grupo específico, através de ataques de membros e assim o Facebook, tira do ar o grupo atacado. Isso, segundo Gohan, pode gerar guerras virtuais.

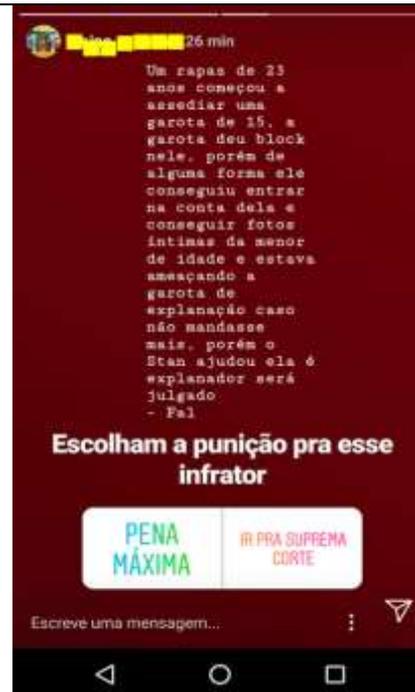
No caso da Kaneki, por exemplo, nessas reuniões que eles fazem nos grupos, detectam algum que está causando desordem e difamando meninas através da esplanção, então eles se mobilizam e “derrubam o grupo” que seria fazer com que o Facebook exclua. Também podem invadir o grupo, membros da Kaneki hackeiam administradores de grupos e tomam seu lugar na administração.

A comunidade age, principalmente para defender assédios que as meninas sofrem nos grupos. Há muitos casos em que as meninas dos grupos são esplanadas publicamente e segundo Gohan, essa é uma questão que leva a pessoa ao suicídio e também a excluir suas redes sociais: “Com a crescente onda de esplanção os donos do nosso grupo resolveram criar algo pra evitar ou ao menos amenizar isso para as meninas, pois gerava muitos suicídios e depressivos”. Por isso, a comunidade foi reformulada desde 2014 para dar abrigo e proteção às meninas, segundo Gohan, explica:

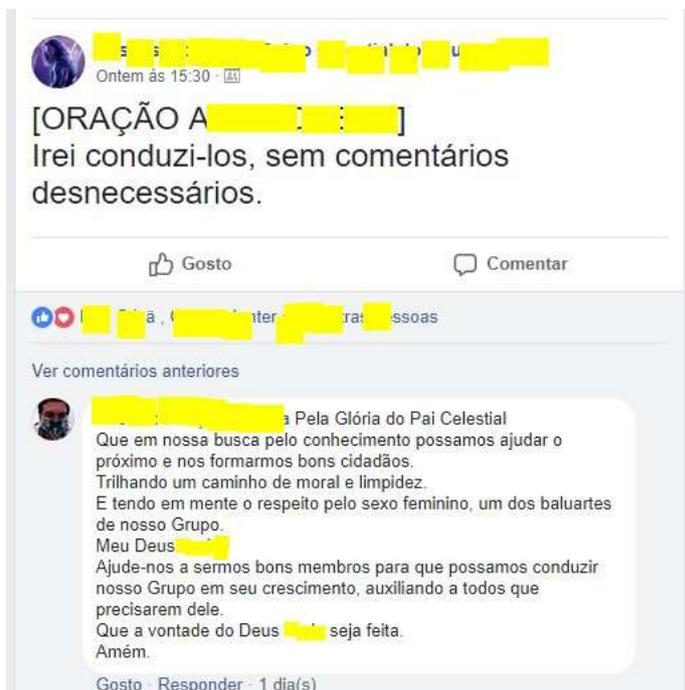
A comunidade é a junção de todos esses grupos. Todas essas pessoas fazem parte da comunidade incluindo vc ... a diferença que você é uma forasteira não instruída ainda. Que não tem ciência de tudo isso. O grupo tem um sistema de patentes para dividir e medir conhecimento dos membros. Sendo elas: Forasteiro, Soldado, Mito, Shark, Prodígio, Tio, Mestre, Chan, Herói.

Abaixo, dois prints tirados do Instagram da comunidade, o primeiro com as formas de fazer o esplanador responder por seus atos de esplanção e o segundo com um caso, ainda em julgamento pelos membros da comunidade.

<sup>5</sup> Segundo Gohan, eles podem derrubar os grupos no Facebook, na união de vários integrantes da comunidade para retirar o grupo do ar e também ser tomado pela e para comunidade. Onde integrantes do grupo passam a ser administradores do grupo tomado, ou caído.



Na imagem abaixo, vemos a filosofia que a comunidade segue por meio de uma oração que eles postam regularmente no grupo central. As postagens são programadas com dias e horas certos para serem compartilhadas por membros selecionados e com cargos hierárquicos na comunidade.



Perguntei ao Gohan que o grupo central da comunidade fazia, ele respondeu: “é como se fosse o centro de comando, lá são dadas às principais decisões para a comunidade e para os grupos, mas tbm tem muita zoeira interna”.

Uma das interlocutoras, também administradora de grupo e membro da comunidade, foi a responsável por me iniciar na comunidade, testou meu interesse enquanto pesquisadora e me passou o contato do principal interlocutor até o momento, o Gohan. Nos últimos contatos, ela me disse estar disponível para auxiliar, encerrando a conversa com a seguinte expressão: “Obrigada por ter vindo aqui”.

Gohan entendendo que eu estava preparada e já sendo orientada para entrar no grupo central. Me incluiu e postou uma mensagem no grupo, que escreveu conforme compreendeu do que eu falei para ele sobre a pesquisa.



Perguntei a ele, o que acontece quando um grupo está sendo usado para influenciar pessoas a cometer suicídio entre outras coisas, se eles interferem diretamente, ele respondeu:

Se não tomado, é dizimado. Lembra do caso baleia azul? Passou na televisão que foi feita investigações. Mas quando os repórteres foram falar sobre as missões e teve várias reportagens no jornal sobre o assunto. Essas pessoas respondendo positivamente era a Kaneki. Um dos maiores grupos na época foi roubado pelos nossos administradores. E fizemos um trabalho de contenção do que estava acontecendo. Salvamos mais de 700 pessoas na época.

Perguntei a ele, como aconteceu esse processo de contenção, como ele tem essa estimativa de 700 pessoas, ele respondeu: “Na época os depressivos e suicidas, procuravam o grupo BLUE whale (baleia azul) para receber os desafios/missões que terminavam em suicídio. E eles entravam em contato com os administradores pra receber as info, das missões. Mas como roubamos o grupo, quando eles entravam em contato, havia o trabalho de contenção pela kaneki”.

Abaixo, prints de atividades e ações da comunidade. Na Imagem A o principal administrador da Kaneki chama os administradores dos grupos para se dirigirem a um

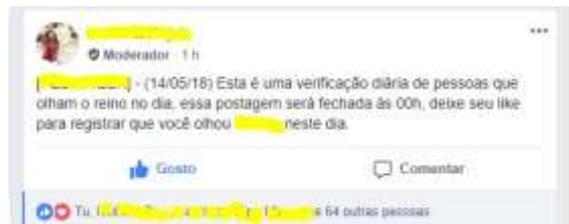
grupo de reuniões, no qual eu não estou inserida. Na imagem B uma das moderadoras de um dos grupos, posta uma verificação de pessoas que interagem no grupo, as pessoas que são identificadas sem interagir por muito tempo são excluídas. Na imagem C, eles marcam outra reunião com membros da comunidade.

Observamos, que estas postagens são de dois grupos os quais eles me colocaram da comunidade. Não temos acesso a mais informações detalhadas ainda.

A



B



C



Perguntei a ele, como eles roubavam os grupos, por que os grupos no Facebook são criados a partir de uma conta particular e pra excluir precisa ter a acesso a essa conta, ele respondeu: “Isso é algo que n podemos expor, pois temos nossos próprios meios. Essa é a parte que o Goku (outro adm de grupo) desconfia de todos. Pq infelizmente nem todos são dignos de receber conhecimento. Pois como disse são atos clandestinos que usamos para o bem, mas infelizmente nem todos pensam assim. Logo por isso a um filtro pra tudo na comunidade. Bom, só posso dizer que há vários meios de fazer n somente um”.

Gohan me disse que nada é completamente de graça nessas relações na internet, quando perguntei se eles ganhavam alguma coisa com isso. Existem, segundo ele, moedas de troca relativas aos cargos e hierarquias nos grupos da comunidade, anjos, arcanjos, guardiões, entre outros, tais como, lealdade, mérito, conhecimento e fama.

Perguntei se o perfil dele era fake, ele disse que não, questionei se ele não tinha medo que alguém hackeasse o perfil dele, ele respondeu: “Se eu te passar minha senha você não entra na minha conta. Tô falando que no meu perfil a medida de segurança menor é a senha. Eu já fiz esse teste em grupos de pseudos hackers, de entregar minha senha e deixar por 30 minutos sem alterar e ninguém entrou”.

Perguntei por que eles não estavam no whatsapp, ele respondeu: “WhatsApp por

si só já é perigoso, pois gera um cadastro de CPF no número, informações que podem ser acessadas”. Porém, Gohan se comunica com a equipe, que são pessoas de mais confiança, por grupos também no Whatsapp, mas que não é aberto para público, nem nos grupos do Facebook.

Gohan explica que os grupos são segmentados e distribuídos em ações e pessoas, falando também que quanto mais distribuídos entre os grupos no Facebook e criando alianças com grupos, fortalece a comunidade e é menos provável ataques e mais provável detectar esplanações. Numa conversa também com um dos administradores de um dos grupos, Goku, me disse estar em mais de 1000 grupos no Facebook. O papel dele é vigiar estes grupos, estar por dentro do que está acontecendo nestes grupos do Brasil.

Fizemos nesta sessão, uma descrição da comunidade Kaneki, apresentando seus modos de funcionamento, práticas e distribuições dentro do Facebook e em outras redes sociais. Na sessão seguinte, articulamos observações da inserção do campo para ter um olhar mais analítico da comunidade Kaneki, suas práticas e relações promovidas por jovens na internet.

### **Análise da comunidade Kaneki: Práticas de consumo da rede social por jovens**

Percebemos na descrição das ações desenvolvidas pela comunidade Kaneki, que além da distribuição de tarefas, que incluem desde a organização de chats, postagem com diferentes fins, como no caso da postagem de verificação, existem grupos com diferentes propostas dentro da mesma comunidade.

Vimos que estas atividades possuem um valor para os membros. Este valor não é material, é um valor simbólico, emocional e moral dentro do grupo. Estes valores concorrem com as funções, quanto mais valor se adquire no grupo, através da execução e colaboração nos grupos, mais alto é a possibilidade de se ter valor nesta comunidade. Há uma negociação constante para atribuições de cargos e funções que funcionam através do valor da meritocracia.

A filosofia da comunidade diz que os membros ao mesmo tempo podem fazer o bem e podem fazer o mal. A lógica que prevalece e é considerada o mais importante pela comunidade é fazer o que é certo. Independente de ser o bem ou o mal. Exemplo disso, é quando eles atacam grupos ou são atacados, agem de forma descentralizada, mas organizada para eliminar esplanadores.

---

Como podemos observar em vários relatos, eles trocam informações, colaboraram uns com os outros e aprendem juntos, por meio de chats e grupos criados para isso. Como por exemplo, o grupo de meninas que foi criado para ensina-las a se proteger.

Há uma consciência percebida referente à percepção da mídia e a divulgação de informação. Em muitos relatos observamos a cuidado que eles tem com a informação e como ela pode ser usada contra ou a favor de quem usa. Não apenas nos relatos, mas as fotos dos perfis, os nomes alterados, como uma estratégia de proteção as lógicas da mídia de acessar todos os dados possíveis dos usuários.

Fica evidente que os usuários constroem e consomem a rede com práticas que podem subverter o controle da rede, são as táticas segundo Certeau (1994) e os modos de uso que transformam a mídia social, como descreve Miller (2016) por meio da ação humana como fonte de construção social da mídia, complexa e organizada.

Como vimos, os membros da comunidade se comunicam por grupos e chats de forma organizada, mas descentralizada. A comunicação serve para definir ações, repassar informações, aprender funções, orientar e ser orientado e para organizar os grupos. Funciona através da “sociabilidade escalonável” os membros utilizam as redes por escalas e níveis hierárquicos de privacidade e informações.

Também utilizam outras redes sociais para gerenciar todas as atividades. No Instagram fazem lives, postam histories referente a pedidos de ajuda de meninas e expõem os esplanadores. Na rede do Ânimo e Discord, marcam reuniões e encontros programados. Evidenciando que as redes não podem ser pensadas isoladamente uma das outras, elas se complementam e são usadas com diferentes propósitos (MILLER, 2016).

As redes de contato online para essa comunidade funcionam como uma forma de obter capital social. Nestes grupos, são vistos, ouvidos e úteis. Possuem nestes ambientes, alto nível de sociabilidade. A forma de verificação dos membros é uma maneira de mostrar que está ali e de manter o capital social nos grupos, com a possibilidade de ser excluído, caso fique muito tempo sem aparecer.

Neste ambiente conectado, é possível com a participação mais autônoma de muitas vozes, criar novas pautas e ações descentralizadas dos poderes das instituições sociais (COLDRY, 2016 / BENKLER, 2006). É o caso, da forma estabelecida pela comunidade de julgamento coletivo e a prática da justiça que não é realizada por parte

da instituição social da polícia. Por exemplo, vimos num dos relatos a queixa por parte de membros de que as meninas são ignoradas ou sem valor ou voz ativa quando sofrem abusos e são expostas nas redes sem a autorização delas.

Notamos que os elementos cooperação, competição e conflito, ruptura e agregação, adaptação e auto-Organização dos processos dinâmicos e circulares das redes sociais, que formam e mantem a existência da estrutura social (RECUERO, 2011), estão na base da rede social formada na interação entre os membros da comunidade Kaneki.

Há em algumas colocações, como na oração da comunidade que é postada seguidamente pelos membros, um aspecto religioso. Também é percebido na foto do atual dono da comunidade que está com um lenço da bandeira do Brasil e na fala de alguns administradores, certo patriotismo. Eles consideram que estão prestando um serviço ao sistema, às instituições. Numa fala de Gohan ele disse: “não somos contra o sistema, queremos concertar falhas”.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Abordamos neste artigo, problematizações que nossa pesquisa de dissertação propõe a estudar, através da busca em entender práticas de consumo por jovens suicidas em ambientes online, detectamos esta comunidade que desenvolve práticas e cria experiências entre jovens conectados.

A comunidade Kaneki representa as transformações na contemporaneidade promovidas pelas redes de conexão online, mostrando como os espaços são ocupados, organizados e entrelaçados com o mundo off-line.

Percebemos jovens construindo significados particulares, que se tornam local e global. Analisamos mobilizações juvenis descentralizadas e colaborativas num complexo processo de práticas e consumo da rede online.

Desta forma, as tecnologias da comunicação e informação incorporadas no cotidiano dos jovens, se transformam na apropriação para além de bens materiais, em bens simbólicos, criando significados culturais e ajudando a ressignificar outros sentidos sociais.

Percebemos que os espaços online, são espaços de legitimação da existência das juventudes na contemporaneidade. Estes espaços servem para lutas e resistência às

opressões do dia a dia dos membros. Como também são lugares de aprendizado, colaboração e trocas informacionais.

Neste sentido, a comunidade Kaneki, ao mesmo tempo em que presta um serviço na prevenção de divulgação indevida de material não autorizado quase sempre de meninas na internet, também se torna uma organização desregulada por leis oficiais que opera fora das normas legislativas e institucionais de direitos e deveres, julgamento e punição, coordenada por um grupo de jovens organizado, voluntário e autônomo, nas redes sociais digitais.

## REFERÊNCIAS

BENKLER, Yochai. **The Wealth of Networks: How Social Production Transforms markets and freedom**, 2006.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. – 1º ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

HINE, Christine. **Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied e Everyday**. Londres : Bloomsbury Academic, 2015

DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: Para uma antropologia do consumo**. Tradução de Plínio Dentizien. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

MILLER, Daniel. **Troços, trechos e coisas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MILLER, Daniel; COSTA, Elisabetta; HAYNES, Nell; MCDONALD, Tom; NICOLESCU, Razvan; SINANAN, Jolynna; SPYER, Juliano; VENKATRAMAN, Shriram; WANG, Xinyuan. **How the World Changed Social Media**. London, 2016..

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

WINOCUR, Rosalía. Robinson Crusoe. **Tiene celular: La conexión como espacio de control de la incertidumbre**. México: Siglo XXI editores, 2009.