

UNIVERSIDADE FEEVALE

Programa de Pós-Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social

Linha de Pesquisa em Linguagens e Tecnologias

Nível de Mestrado

LUÍS GUSTAVO BIER SCHÜLER

**COMPORTAMENTO SUICIDA NO FACEBOOK: MEDIAÇÕES TECNOSSOCIAIS
NA ERA DA SOCIEDADE DA PLATAFORMA**

Novo Hamburgo

2020

LUÍS GUSTAVO BIER SCHÜLER

**COMPORTAMENTO SUICIDA NO FACEBOOK: MEDIAÇÕES TECNOSSOCIAIS
NA ERA DA SOCIEDADE DA PLATAFORMA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social da Universidade Feevale como requisito para obtenção de grau de Mestre.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Sandra Portella Montardo

Novo Hamburgo

2020

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

Schüler, Luís Gustavo Bier.

Comportamento suicida no facebook : mediações tecnossociais na era da sociedade da plataforma / Luís Gustavo Bier Schüler. – 2020.

107 f.; il. color. ; 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Processos e Manifestações Culturais) – Universidade Feevale, Novo Hamburgo-RS, 2020.

Inclui bibliografia e apêndice.

“Orientadora: Prof.^a Dr.^a Sandra Portella Montardo”.

1. Plataformas digitais. 2. Facebook. 3. Suicídio. 4. Mídia social. I. Título.

CDU 343.614

Bibliotecária responsável: Tatiane de O. Bourscheidt – CRB 10/2012

LUÍS GUSTAVO BIER SCHÜLER

**COMPORTAMENTO SUICIDA NO FACEBOOK: MEDIAÇÕES TECNOSSOCIAIS
NA ERA DA SOCIEDADE DA PLATAFORMA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social da Universidade Feevale como requisito para obtenção de grau de Mestre.

Novo Hamburgo, ____ de _____ de 2020.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Sandra Portella Montardo
Universidade Feevale

Prof^a. Dr^a. Patricia Brandalise Scherer Bassani
Universidade Feevale

Prof. Dr. Carlos Frederico de Brito d'Andréa
Universidade Federal de Minas Gerais

Agradecimentos

No decorrer da jornada que aqui se encerra pude contar com diversas pessoas que se fizeram de extrema relevância para a conclusão deste ciclo. Com uma importância imensurável na minha vida, não há como não agradecer àquelas que proporcionaram, de alguma forma, situações que me possibilitaram chegar até aqui.

Agradeço primeiramente aos meus pais, Luis Paulo Schüler (*in memoriam*), Gisela Galleano Bier e Luiz Carlos da Silva por todo apoio e incentivo nos momentos que mais precisei. Aos meus irmãos, Cláudia, Ana e William. Amo vocês!

À minha orientadora, Sandra Portella Montardo, por ter aceitado encarar esse desafio junto comigo e me ensinado tanto durante esse processo. És um exemplo de profissional que terei sempre como referência. Muito obrigado!

Ao meu professor e amigo Daniel Dalalana Bertoglio, por ter sido meu mentor e grande incentivador da minha entrada na pesquisa acadêmica. Tenho sempre comigo tuas palavras e ações. *Grazie mille!*

Ao meu amigo Carlos Henrique Rôssa, sobretudo por ter sido a minha inspiração para escolher esse caminho.

Aos colegas de curso, com os quais muito aprendi durante esses anos em que compartilhamos experiências.

Aos professores Carlos D'Andrea, Débora Ferrari e Patrícia Bassani pelos ensinamentos e contribuições.

Por fim, agradeço à ASPEUR pela bolsa parcial que viabilizou o desenvolvimento dessa investigação.

Gratidão!

“Nada é permanente, exceto a mudança”.

Heráclito

RESUMO

A presente pesquisa teve como objetivo analisar os aspectos da plataforma de mídia social Facebook que podem contribuir para a configuração do comportamento suicida por uma perspectiva tecnossocial. A investigação foi orientada pela seguinte questão de pesquisa: de que maneira se configura o comportamento suicida na plataforma digital Facebook? Os objetivos específicos foram: 1) identificar aspectos da plataforma que podem contribuir para a socialização em torno do tema suicídio; 2) analisar a influência dos algoritmos da plataforma na configuração do comportamento suicida; 3) observar as trocas sociais em grupos relacionados ao tema e como a plataforma interfere nesse contexto. A base teórica parte da questão do suicídio sob uma perspectiva sociológica (DURKHEIM, 2000; BAUMAN, 2005) aos Estudos de Plataforma (VAN DIJCK, 2013; VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018; GILLESPIE, 2018b; D'ANDREA, 2020), passando pela questão dos Algoritmos de Relevância Pública (GILLESPIE, 2018a) e da Sociabilidade Programada (BUCHER, 2018). A amostra foi constituída de 472 postagens publicadas entre abril e maio de 2020 em dois grupos do Facebook relacionados ao suicídio, um de acesso público e outro privado. O método utilizado foi constituído pela Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011) em conjunto com uma observação de inspiração etnográfica (FRAGOSO, RECUERO e AMARAL, 2011; HINE, 2015). Os resultados da observação da amostra realizada a partir das categorias baseadas em Van Dijck (2013), revelaram que a configuração do comportamento suicida nos grupos do Facebook pode ocorrer a partir das três dimensões dos construtos tecno-culturais da plataforma: tecnologia, usuários/usos e conteúdo, que são concebidos e mantidos sob as determinações dos três aspectos de sua estrutura socioeconômica: propriedade, governança e modelo de negócio.

Palavras-chave: Plataformas digitais. Facebook. Grupos do Facebook. Suicídio. Comportamento Suicida.

ABSTRACT

This research aimed to analyze the aspects of the social media platform Facebook that can contribute to suicidal behavior configuration from a technosocial perspective. The investigation carried out was guided by the following research question: how is suicidal behavior configured on the digital platform Facebook? The specific objectives were: 1) to identify aspects of the platform that can contribute to socialization around the suicide theme; 2) analyze the influence of the platform's algorithms on the configuration of suicidal behavior; 3) observe social exchanges in theme related groups and how the platform interferes in this context. The theoretical basis comes from suicide from a sociological perspective (DURKHEIM, 2000; BAUMAN, 2005) to Platform Studies (VAN DIJCK, 2013; VAN DIJCK, POELL and DE WAAL, 2018; GILLESPIE, 2018b; D'ANDREA, 2020), going through the issue of Public Relevance Algorithms (GILLESPIE, 2018a) and Programmed Sociability (BUCHER, 2018). The sample consisted of 472 posts published between April and May 2020 in two Facebook groups related to suicide, one publicly accessible and the other private. The method used was constituted by Content Analysis (BARDIN, 2011) together with an observation of ethnographic inspiration (FRAGOSO, RECUERO and AMARAL, 2011; HINE, 2015). The results of the observing the sample, made from the categories based on Van Dijck (2013), revealed that the configuration of suicidal behavior in Facebook groups can occur from the three dimensions of the technocultural constructs of the platform: technology, users/uses and content, which are designed and maintained under the determinations of the three aspects of its socioeconomic structure: ownership, governance and business model.

Keywords: Digital Platforms. Facebook. Facebook Groups. Suicide. Suicidal Behaviour.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – TAXA DE SUICÍDIO POR 100.000 HABITANTES.....	29
FIGURA 2 – ÓBITOS CID10 (X60–X84) POR ANO (BRASIL)	30
FIGURA 3 – ÓBITOS CID10 (X60–X84) NO ANO DE 2017 POR UF (BRASIL)	31
FIGURA 4 - PAINEL DE SITUAÇÃO DA COVID-19 POR PAÍS	35
FIGURA 5 – REPRESENTAÇÃO DE REDE SOCIAL ATRAVÉS DE UM GRAFO.....	37
FIGURA 6 – MODELO DE VAN DIJCK PARA ANÁLISE DE PLATAFORMAS DIGITAIS	45
FIGURA 7 - THEFACEBOOK.....	48
FIGURA 8 - FEED DE NOTÍCIAS DO FACEBOOK	50
FIGURA 9 - POSTAGEM EM GRUPO APARENTE NO FEED DE NOTÍCIAS DO FACEBOOK.....	53
FIGURA 10 - CONFIGURAÇÃO PARA CRIAÇÃO DE GRUPO NO FACEBOOK	54
FIGURA 11 - PÁGINA DE CRIAÇÃO E GERENCIAMENTO DE REGRAS DE UM GRUPO	55
FIGURA 12 - GRUPO PÚBLICO SELECIONADO PARA A PESQUISA	64
FIGURA 13 - GRUPO PRIVADO SELECIONADO PARA A PESQUISA	64
FIGURA 14 - ARQUIVO ROBOTS.TXT DO FACEBOOK	65
FIGURA 15 - TENTATIVA DE COLETA DE DADOS PELA GRAPH API	66
FIGURA 16 - MENSAGEM INFORMANDO A PAUSA NA VERIFICAÇÃO INDIVIDUAL	67
FIGURA 17 - GRUPO CADASTRADO NA APLICAÇÃO DESENVOLVIDA.....	70
FIGURA 18 - POSTAGEM CADASTRADA NA APLICAÇÃO DESENVOLVIDA	71
FIGURA 19 - LISTA DE POSTAGENS	72
FIGURA 20 - DADOS EXTRAÍDOS EM FORMATO JSON.....	72
FIGURA 21 - GRUPO ARQUIVADO	76
FIGURA 22 - CONTROVÉRSIAS NO DISCURSO DE DIRETRIZES DA COMUNIDADE.....	78
FIGURA 23 - IMAGENS DE AUTOMUTILAÇÃO COLETADAS DO GRUPO CONFISSÕES DE SUICIDAS.....	79
FIGURA 24 - CONFIGURAÇÃO DE APROVAÇÃO AUTOMÁTICA DE MEMBROS EM UM GRUPO	80
FIGURA 25 - REGRAS DE ACESSO AO GRUPO PRIVADO	81
FIGURA 26 - PUBLICAÇÃO DE ADMINISTRADORA NO GRUPO CONFISSÕES DE SUICIDAS	82
FIGURA 27 - ORDENAÇÃO DE PUBLICAÇÕES EM GRUPOS	85
FIGURA 28 - RECURSOS PARA GERAR CONTEÚDO EM GRUPOS.....	87
FIGURA 29 - INCENTIVO AO SUICÍDIO EM COMENTÁRIO.....	88
FIGURA 30 - SENTIMENTOS COMUNS DE PESSOAS SUICIDAS	89

FIGURA 31 - VÍDEO CONTENDO IMAGENS EXPLÍCITAS PÓS SUICÍDIO	90
--	----

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – INFORMAÇÕES SOBRE ARTIGOS INCLUÍDOS NA REVISÃO DA LITERATURA	23
QUADRO 2 - FUNÇÕES NO GERENCIAMENTO DE GRUPOS	55
QUADRO 3 - DIFERENÇAS ENTRE EXCLUIR E ARQUIVAR UM GRUPO DO FACEBOOK	76

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - DESCRIÇÃO DAS QUESTÕES DE PESQUISA	21
TABELA 2 - TERMOS E PALAVRAS ALTERNATIVAS, SINÔNIMOS OU TERMOS RELACIONADOS .	22
TABELA 3 – CRITÉRIOS DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO	22
TABELA 4 – DADOS DE GRUPOS ARMAZENADOS NA APLICAÇÃO	69
TABELA 5 – DADOS DE POSTAGENS ARMAZENADOS NA APLICAÇÃO.....	70
TABELA 6 - CATEGORIAS DE ANÁLISE A PARTIR DE VAN DIJCK (2013).....	74

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	O SUICÍDIO.....	29
2.1	O SUICÍDIO EM TEMPOS DE COVID-19.....	34
3	PLATAFORMAS DIGITAIS DE MÍDIAS SOCIAIS	37
3.1	PLATAFORMAS DIGITAIS.....	39
3.1.1	Aspectos Tecno-culturais e Socioeconômicos	44
3.2	O FACEBOOK.....	47
3.2.1	Sociabilidade Programada	50
3.2.2	Os Grupos.....	52
3.3	ALGORITMOS DE RELEVÂNCIA PÚBLICA (ARP)	56
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	60
4.1	PRÉ-ANÁLISE.....	63
4.1.1	Coleta de dados.....	65
4.1.2	Categorias.....	73
5	FACEBOOK - COMPORTAMENTO SUICIDA E MEDIAÇÕES	75
5.1	A CONFIGURAÇÃO DO COMPORTAMENTO SUICIDA NOS GRUPOS FACEBOOK	93
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	99
	APÊNDICE A – LESÕES AUTOPROVOCADAS INTENCIONALMENTE (CID-10)	104

1 INTRODUÇÃO

Molly Russell era a mais nova das três filhas de um casal britânico que vive no norte de Londres. Aos seus 14 anos, parecia uma adolescente comum, que pensava no futuro entusiasmada – ao menos foi como seu pai, Ian Russell, a descreveu em reportagem à BBC¹. Em uma noite de novembro de 2017, Molly fez seu dever de casa e preparou os materiais na mochila para ir à escola no dia seguinte – o que nunca aconteceu. Ela foi encontrada morta em seu quarto pela família na manhã posterior, havia cometido suicídio. Em um caderno, deixou uma mensagem escrita à mão, que dizia: *“I’m sorry. I did this because of me. I’m the problem on everyone’s life. I love you all. Stay strong. I’m proud of you. Bless you, Molly”* (CRAWFORD, 2019).

Após o suicídio de Molly, a família acessou seus perfis em plataformas de mídia social na tentativa de compreender a morte da adolescente e encontrou uma série de conteúdos que incentivavam a automutilação e também o suicídio, bem como outros que visavam o auxílio das pessoas que buscam por esses temas (CRAWFORD, 2019). Mesmo meses após sua morte, o Pinterest² continuava enviando e-mails automatizados para o endereço de Molly contendo imagens de automutilação e o perfil da jovem no Instagram³ estava tomado por conteúdo relacionado ao suicídio, desde os perfis que ela seguia, até postagens recomendadas no seu Feed (GERRARD e GILLESPIE, 2019). Diante disto, o pai de Molly afirmou: “não tenho dúvida de que o Instagram ajudou a matar minha filha” (CRAWFORD, 2019), e iniciou uma série de denúncias direcionadas às plataformas de mídia social que tomaram maior proporção na Inglaterra, onde houve protestos públicos até que o secretário de saúde, Matt Hancock, ameaçou processar as empresas que não removessem definitivamente este tipo de conteúdo de suas plataformas (GERRARD e GILLESPIE, 2019). A pressão fez com que o Instagram tomasse algumas medidas, anunciando que havia proibido imagens gráficas de automutilação – até então, a plataforma continha apenas uma regra⁴ que informava

¹ Disponível em: <https://www.bbc.com/news/av/uk-46966009/instagram-helped-kill-my-daughter>.

² Disponível em: <https://pinterest.com/>.

³ Disponível em: <https://www.instagram.com>.

⁴ Regras da comunidade do Instagram (apenas na língua inglesa). Disponível em: <https://help.instagram.com/477434105621119>.

que perfis que “glorificassem” a automutilação ou o suicídio poderiam ser removidos ou desabilitados, dependendo de ações de denúncia por parte de outros usuários. Mas plataformas como o Instagram não estão apenas servindo de *hosts* para estes conteúdos, elas acabam os recomendando para alguns de seus usuários – muitas vezes vulneráveis – com base no que os algoritmos determinam como sendo suas preferências e, mesmo violando as próprias regras, os amplificam de maneira importante dentro do seu ambiente (GERRARD e GILLESPIE, 2019).

Algoritmos de recomendação estão entre os classificados por Gillespie (2018a) como Algoritmos de Relevância Pública – ARP, e que, segundo o autor, “exercem uma função crescentemente importante em selecionar qual informação deve ser considerada mais relevante para nós, uma característica crucial da nossa participação na vida pública” (GILLESPIE, 2018a). Deste modo, as plataformas de mídia social mostram o conteúdo que o usuário tem interesse com base em suas buscas anteriores e uma série de outros dados que coletam dele, moldando sua experiência dentro da plataforma na tentativa de fazer com que eles permaneçam por mais tempo conectados. Se um usuário busca por conteúdo relacionado à depressão, os algoritmos de recomendação então compreendem que este é um tema de interesse e farão com que o *Feed* deste usuário apresente conteúdos semelhantes, podendo refletir sua saúde mental de forma amplificada e até distorcida (GERRARD e GILLESPIE, 2019).

Segundo o relatório Digital 2019 (KEMP, 2019), os usuários ativos de plataformas de mídia social já somam 45% da população mundial, 9% a mais do que no ano anterior, 2018 (KEMP, 2019). No Brasil, o Facebook⁵ é uma das principais plataformas dessa categoria, sendo utilizado por cerca de 93 milhões de brasileiros diariamente⁶. No ambiente da plataforma é possível encontrar informações sobre os mais diversos assuntos e, entre eles, está o suicídio. Devido às variadas formas de interação presentes nesse ambiente, a socialização em torno do tema também tende a ocorrer de forma variada, o que pode ser observado através do tipo de conteúdo relacionado ao suicídio que pode ser encontrado nele: desde descrições de métodos para cometê-lo, postagens em forma de texto, imagens, vídeos e comentários, depoimentos de pessoas que já tentaram, relatos de pessoas que perderam alguém

⁵ Disponível em: <http://www.facebook.com>.

⁶ Disponível em: <https://br.newsroom.fb.com/company-info/>. Acesso em 19 maio 2019.

próximo, até casos de suicídio assistido. Todo esse conteúdo de valor público circula nesse ambiente moldado por algoritmos, cujo conhecimento sobre seu funcionamento permanece em detrimento de uma empresa privada.

O suicídio apresenta-se como um problema social de grande relevância para a saúde pública mundial, sendo caracterizado como resultado de uma complexa interação entre fatores de ordem biológica, genética, psicológica, sociológica, cultural e ambiental (OMS, 2006). Estudos da Organização Mundial da Saúde (OMS) indicam a ocorrência de aproximadamente 800.000 mortes por ano, e é estimado que cerca de seis pessoas são afetadas por cada uma delas, dentre familiares, amigos ou conhecidos. Ademais, são contabilizadas mais de vinte tentativas de suicídio para cada adulto que de fato o concretizou (OMS, 2017).

Observa-se que a taxa de suicídio apresentada por estudos sempre foi mais alta entre indivíduos mais velhos do que entre mais jovens; porém, esta tendência vem se modificando em escala mundial desde os anos 90 e, atualmente, ele é a segunda principal causa de morte de pessoas com idade entre 15 e 29 anos, tanto em países desenvolvidos como em países em desenvolvimento (OMS, 2014). No Brasil, segundo o Ministério da Saúde (2017), para essa mesma faixa etária as mortes por suicídio ocupam a quarta posição, ficando atrás somente de causas externas como acidentes de trânsito e violência. Estudos indicam, ainda, que esses jovens estão entre os maiores usuários de plataformas de mídia social no mundo, que são pessoas entre 18 e 34 anos de idade e representam 59% do total (KEMP, 2019).

Existem vários fatores, segundo Turecki e Brent (2016), que podem ser considerados de risco para o desenvolvimento do comportamento suicida, sejam eles de ordem social, individual ou ambiental. Um deles é, dentro do que foi classificado pelos autores como “falta de coesão social”, as mudanças rápidas na estrutura ou valores sociais. O que, segundo Bauman (2001), pode ser explicado através da liquidez e volatilidade características da sociedade contemporânea: na modernidade líquida, que desorganiza todas as esferas da vida social tal como eram conhecidas até então, há uma sensação de angústia e desconforto causada: pelas incertezas da vida fluida; pelas mudanças constantes na estrutura e nos valores da sociedade; e a necessidade do indivíduo construir sua identidade a partir de sua experiência pessoal. Recuero (2009, p. 12) atenta para o papel das tecnologias digitais diante dessa fluidez líquido-moderna quando afirma que elas “[...] ocupam

um papel central nas profundas mudanças experimentadas em todos os aspectos da vida social”. Entretanto, sinaliza que “a natureza, os motivos, prováveis e possíveis desdobramentos dessas alterações são extremamente complexos, e a velocidade do processo tem sido estonteante” (RECUERO, 2009, p. 12).

Segundo Van Dijck, Poell e De Waal (2018), vivemos em uma Sociedade da Plataforma, onde as estruturas sociais e as plataformas digitais estão ligadas de maneira inextricável, de modo que elas não refletem o social, mas sim produzem as estruturas sociais em que vivemos. Nela, a criação de valor público para o bem comum é frequentemente confundida com a criação de valor econômico, servindo a uma série de interesses públicos e privados ao mesmo tempo (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018). Os autores (2018, p. 5) definem plataforma como sendo:

[...] uma arquitetura digital programável projetada para organizar interações entre usuários – não apenas usuários finais, mas entidades corporativas e órgãos públicos. Ela é voltada para a coleta sistemática, processamento algorítmico, circulação e monetização de dados do usuário (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018, p. 5, tradução minha).

As plataformas não são neutras e nem mesmo isentas de valores, elas fazem parte de um ecossistema que possui as suas próprias regras e atua através de seus próprios mecanismos – regras e valores que podem não condizer com os das estruturas sociais as quais estão inseridas – e, desta forma, tornam os seus usuários dependentes de sua infraestrutura para realizar atividades corriqueiras na vida social, como comunicação e interação com outros indivíduos da sociedade (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018). Elas proveem tecnologias (*software* e às vezes *hardware*) e serviços que ajudam a codificar as atividades sociais em uma arquitetura computacional, processam dados e metadados por meio de algoritmos antes de apresentar a sua lógica interpretada a partir de interfaces amigáveis no navegador ou em aplicativos, refletindo as escolhas estratégicas do seu proprietário (VAN DIJCK, 2013), que não produzem o conteúdo, mas fazem escolhas importantes sobre ele (GILLESPIE, 2018b, p.19). Contudo, as informações oferecidas aos usuários dessas plataformas podem ser adaptadas especificamente às suas preferências, tanto por ele próprio, quanto pelo provedor, fazendo com que o conteúdo consumido por um usuário possa se diferenciar do outro de maneira discrepante (GILLESPIE, 2018a) e também pode conduzi-los, assim, para dentro de

“filtros-bolha” (PARISER, 2011) que influenciam diretamente na diversidade do conhecimento público e do diálogo político, “onde encontramos apenas as notícias que esperamos encontrar e as perspectivas políticas que já nos são caras” (GILLESPIE, 2018a).

No Facebook, o *Feed* de Notícias é o espaço que concentra os *posts* personalizados que cada usuário recebe, – sejam eles em forma de textos, fotos, vídeos, imagens ou outros elementos – agenciado pelos algoritmos que definem o que deve ser exibido ou não (JURNO e D`ANDRÉA, 2017). Trata-se, segundo Jurno e D`Andréa (2017), de “um conjunto de diversas interações e ressignificações textuais que nos é exibido sob a forma de fragmentos quando acessamos nosso perfil pessoal” e que tem como uma das principais características a sua transformação constante, ou seja, não se repete em tempo algum (JURNO e D`ANDRÉA, 2017). Os algoritmos, de acordo com os porta-vozes oficiais do Facebook, organizam estas informações dentro da interface da plataforma através das ações de cada usuário que, desta forma, dita os critérios de classificação de relevância para elas, mas, apesar de possuírem grande importância nesse processo, sabe-se pouco sobre eles e suas verdadeiras ações na criação de sua lógica própria para administração dos fluxos de informações (JURNO e D`ANDRÉA, 2017).

Ainda de acordo com Jurno e D`Andréa (2017), as informações que são geradas por algoritmos têm por fim diversos objetivos, como o de governar uma sociedade ou gerenciar uma organização, por exemplo. Dados que seriam então utilizados com a finalidade de beneficiar as sociedades acabam por ser empregados de forma a monitorar, repreender, persuadir, disciplinar e explorar pessoas, tornando a análise crítica das escolhas de conteúdo feitas pelas plataformas de mídia social necessária, uma vez que não podem ser vistas como neutras, pois influenciam em articulações públicas e na circulação de informações (JURNO e D`ANDRÉA, 2017).

Outro fator relevante para a justificativa deste estudo é que, ao contrário do que alguns mitos relacionados ao suicídio afirmam, pessoas que falam sobre o assunto não estão apenas querendo chamar atenção para si, assim como ele não é um ato impulsivo e, pelo contrário, pode ter sido ponderado durante algum tempo – evidências podem ser observadas através de mensagem verbal/não-verbal ou comportamental (OMS, 2006). Sabendo-se que, segundo Recuero (2012), os grupos sociais se apropriam das plataformas de mídia social e que elas possibilitam a reconstrução de práticas do dia a dia, onde são criados espaços conversacionais

semelhantes aos da conversação física, pode-se afirmar que é possível também a reprodução da ideação suicida nestes espaços, considerando-se as devidas limitações características de cada plataforma.

Werlang (2013), enfatiza que a prevenção é possível e que deve ser buscada, mas para isso é necessário a qualificação de profissionais e um trabalho conjunto com a comunidade:

O comportamento suicida pode ser prevenido e, para isso, um bom planejamento e a criação de programas envolvendo diversos profissionais qualificados para tal fim são necessários. A comunidade, evidentemente, deve ser trabalhada conjuntamente. Não só podemos trabalhar com os profissionais que estão no posto de saúde, mas também com os voluntários que desenvolvem algum tipo de trabalho nos bairros, com igrejas, organizações não governamentais (ONGs). A prevenção do comportamento suicida é um grande desafio não só para a Psicologia, mas para toda a sociedade, por ser um desafio social, econômico e político (WERLANG, 2013, p.28).

A importância da prevenção é confirmada através da publicação do manual *Preventing Suicide* pela Organização Mundial de Saúde (OMS) no ano de 2014. Além disso, a OMS afirma que a maioria das pessoas suicidas comunica seus pensamentos e intenções suicidas, “elas frequentemente dão sinais e fazem comentários sobre o assunto” (OMS, 2000).

Deste modo, considerando-se que o suicídio é um desafio social, econômico e político; que o Facebook é um fenômeno midiático, social e cultural; que plataformas digitais não são neutras e o funcionamento de seus algoritmos tornam suas ações passíveis de uma análise crítica, o comportamento suicida no Facebook torna-se um fator de interesse científico, dadas as manifestações culturais presentes neste meio e as possibilidades de compreensão dos fenômenos direta e indiretamente relacionados a ele.

Ademais, na tentativa de aumentar a eficácia na identificação de casos de comportamento suicida nas plataformas de mídia social, a realização de uma análise dos aspectos da plataforma Facebook que podem contribuir para a socialização em torno tema pode revelar aspectos determinantes para a prevenção, buscando a compreensão dos fenômenos e movimentos decorrentes desse comportamento no contexto estudado.

A cultura digital no Brasil, sendo ela representada neste trabalho pela utilização das tecnologias da informação como meio de reprodução de

discursividades e ações por sujeitos na plataforma Facebook, é um elemento que caracteriza a diversidade cultural. E o comportamento suicida no contexto abordado, dentre a heterogeneidade de motivos pelos quais ocorre, pode ser considerado uma manifestação resultante de processos de exclusão característicos das sociedades contemporâneas.

A motivação pessoal que justifica este estudo parte tanto da formação acadêmica do autor na área da Tecnologia da Informação, quanto de estudos pessoais e realizados no Projeto de Ensino de Segurança da Informação WSS (*World Security Society* - FEEVALE), os quais estão relacionados com a análise de fenômenos comportamentais em plataformas de mídia social. Estes estudos surgiram desde que tomei conhecimento da possibilidade de se trabalhar com algoritmos em um grande volume de dados (*big data*) e extrair deles padrões que tornam possível a interpretação e a descoberta de fenômenos de diversas naturezas, bem como as possíveis consequências do seu uso. O Programa de Pós-Graduação em Diversidade Cultural e Inclusão Social proporcionou-me o contato mais próximo com o estudo das Ciências Humanas e Sociais, motivando o uso de uma análise crítica dos algoritmos e sua influência na vida social. Assim, tem modificado minha visão acerca do papel das tecnologias na vida humana.

Evidências da intenção de suicídio muitas vezes são divulgadas por pessoas em ambientes *online*, e diversos estudos sobre o comportamento suicida têm sido realizados nos últimos anos. Luxton, June e Fairall (2012) realizaram uma análise da influência, seja ela positiva ou negativa, das plataformas de mídia social em relação ao comportamento suicida sob a perspectiva da saúde pública. Turecki e Brent (2016) demonstraram que o comportamento suicida é heterogêneo, apresentaram uma visão geral dos fatores de risco e as possibilidades de tratamento. Al-Mosaiwi e Johnstone (2017) analisaram o uso elevado de palavras absolutistas⁷ em fóruns na internet, relacionando-o diretamente aos indícios de ansiedade, depressão e ideação suicida. Estes estudos, embora possuam conteúdos de extrema relevância para a análise do comportamento suicida na internet, apresentam uma variedade de

⁷ Luxton, June e Fairall (2012, p. 529) definem palavras absolutistas como: “palavras, frases e ideias que denotam totalidade, tanto em magnitude, quanto em probabilidade”. Os autores afirmam que “os pensamentos absolutistas são independentes do contexto”, “não são qualificados pelas nuances”, e estão relacionados empiricamente com: ideação suicida, transtorno de personalidade limítrofe e transtorno alimentar (LUXTON, JUNE e FAIRALL, 2012).

métodos de pesquisa e não abordam o foco de sua ocorrência em uma plataforma digital e suas características, o que se busca nesta dissertação.

Sendo assim, cabe a realização de um levantamento do estado da arte para que seja possível obter-se uma visão panorâmica sobre a literatura atual em relação ao comportamento suicida na plataforma de mídia social Facebook. Esta análise temática é fundamental para delinear quais questões de pesquisa foram mais exploradas.

A metodologia aplicada na realização desse levantamento teve como base a utilizada por Bischoff et al. (2018) e foi dividida nas seguintes etapas: definição das questões de pesquisa (Tabela 1), definição da estratégia de busca e apresentação dos bancos de dados utilizados, elaboração dos critérios de inclusão e exclusão para filtrar os resultados obtidos na busca e, finalmente, os procedimentos adotados para extração de dados dos estudos selecionados.

Tabela 1 - Descrição das questões de pesquisa

#	Questão de pesquisa	Motivação	Variável
Q1	Quais as questões de pesquisa abordadas no estudo?	Identificar as questões de pesquisa abordadas no estudo.	Questões de pesquisa
Q2	Quais métodos de pesquisa foram utilizados?	Identificar os métodos de pesquisa utilizados com mais frequência nos estudos atuais.	Métodos de pesquisa

Fonte: Elaborado pelo autor.

A criação das *strings* de busca é a etapa que consiste na concatenação de termos utilizados nos mecanismos de busca a fim de recuperar estudos potencialmente relevantes na literatura atual. Para a definição dos termos, foram realizados os seguintes passos: definição das principais palavras-chave; identificação de palavras alternativas, sinônimos ou termos relacionados (ver Tabela 2); confrontar as palavras-chave selecionadas com as encontradas em artigos já publicados; e associar sinônimos, palavras alternativas ou termos com os operadores lógicos “OR” (em português, “OU”) (BISCHOFF et al, 2018). A escolha por esses sinônimos se justifica pela sua eficácia na recuperação de estudos potenciais. Uma pesquisa prévia mostrou que há uma escassez de publicações relacionadas ao tema na língua portuguesa, portanto foram selecionados termos nos idiomas português e inglês, visto que a língua inglesa, devido à sua universalidade, abrangeu um número maior de estudos científicos.

Tabela 2 - Termos e palavras alternativas, sinônimos ou termos relacionados

Termos principais	Palavras alternativas, sinônimos ou termos relacionados
suicídio, <i>suicide</i>	comportamento suicida, ideação suicida, autocídio, autoquiria, <i>suicidal behavior, suicidal behavior, suicidal ideation</i> .
<i>Facebook</i>	redes sociais, rede social, mídias sociais, mídia social, <i>social media, social networks, social network, Facebook</i> .

Fonte: Elaborado pelo autor.

Foram criadas duas *strings* de busca, uma para resultados em português e outra para resultados em inglês. Isso ocorreu devido à limitação do número de caracteres no campo de busca da ferramenta utilizada.

allintitle: (suicídio OR "comportamento suicida" OR "ideação suicida" OR autocídio OR autoquiria) ("redes sociais" OR "rede social" OR "mídias sociais" OR "mídia social" OR *Facebook*).

allintitle: (*suicide* OR "*suicidal behaviour*" OR "*suicidal behavior*" OR "*suicidal ideation*") ("*social media*" OR "*social networks*" OR "*social network*" OR *Facebook*).

Após a criação das *strings* de busca, foi definido o escopo de pesquisa, que consiste na utilização do Google Acadêmico⁸ como ferramenta de busca. A opção por essa ferramenta se justifica, pois ela cobre diversas bases de dados, incluindo os periódicos, conferências e workshops mais relevantes.

O resultado da aplicação das *strings* de busca no Google Acadêmico foi de 9 estudos na língua portuguesa e 142 estudos na língua inglesa⁹. Devido ao grande número de resultados obtidos, o próximo passo consistiu na aplicação de critérios de inclusão e exclusão a fim de filtrá-los (ver Tabela 3).

Tabela 3 – Critérios de inclusão e exclusão

Critérios de inclusão	Critérios de exclusão
CI1 - Disponível em meio eletrônico	CE1 – Publicado antes de 2015 (aproximadamente 5 anos)
CI2 – Relevância do tema abordado	CE2 - URL de acesso indisponível

⁸ Disponível em: <https://scholar.google.com.br/>

⁹ A amostragem e os filtros realizados podem ser conferidos através do link: <http://bit.ly/2XtiY83>

CE3 - Resumo ou anais; patentes; dissertações; teses; matérias em revistas/jornais; e notas editoriais.

CE4 - Não escrito em português ou inglês

CE5 - Acesso exige pagamento de valores

CE6 – Duplicado

CE7 – Não aborda a plataforma Facebook, mesmo que entre outras.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A aplicação dos Critérios de Exclusão (CE) no processo de filtragem resultou em 15 estudos, sendo que: CE1 eliminou 55 itens, CE2 - 1 item, CE3 - 22 itens, CE4 - 1 item, CE5 - 30 itens, CE6 - 4 itens e CE7 - 25 itens. A filtragem através dos Critérios de Inclusão (CI) foi então realizada a fim de obter-se, dentre os resultados, os estudos mais relevantes para responder às questões de pesquisa definidas anteriormente. O Critério de Inclusão CI1 não eliminou nenhum estudo e CI2 eliminou 2 estudos, resultando em 13 artigos para análise que foram elencados no Quadro 1.

Quadro 1 – Informações sobre artigos incluídos na revisão da literatura

Ano	Título	Autores	Resumo dos objetivos	Principais conclusões
2015	Mediating tragedy: Facebook, aboriginal peoples and suicide	CARLSON, Bronwyn. et al.	O objetivo do estudo é obter insights sobre como os aborígenes australianos utilizam e interagem nas mídias sociais, e como essas tecnologias podem ajudar nas estratégias de prevenção do suicídio.	Os aborígenes estão engajados com o Facebook para procurar e oferecer ajuda para questões relacionadas ao suicídio e à automutilação. Estratégias de prevenção do suicídio podem ser aproveitadas para implementar programas eficazes e apropriados de prevenção.
2015	Social media and suicide prevention: findings from a stakeholder survey	ROBINSON, Jo. et al.	Explorar as maneiras pelas quais as partes interessadas usam as mídias sociais para a prevenção do suicídio e avaliar suas opiniões sobre a utilidade potencial das mídias sociais como uma ferramenta de prevenção do suicídio.	A mídia social foi vista como um meio útil de realizar uma série de atividades de prevenção do suicídio. O site de mídia social que se acredita ter mais potencial para realizar atividades de prevenção ao suicídio foi o Facebook. Havia preocupações sobre os riscos potenciais das mídias sociais, mas os entrevistados sentiram que os benefícios potenciais superavam os riscos.
2016	Online and Social Media Suicide Prevention Interventions for Young People: A Focus on Implementation and Moderation	RICE, Simon. et al.	Implementação de três planos de intervenção com foco na prevenção do suicídio entre jovens em redes sociais.	Intervenções online e baseadas na mídia social proporcionam uma oportunidade para aumentar os sentimentos de conexão nos jovens, um componente-chave da teoria interpessoal do suicídio.
2017	O suicídio na comunicação das redes sociais virtuais: Revisão integrativa da literatura	PEREIRA, Camila C. M.; BOTTI, Nadja C. L.	Revisão integrativa da literatura sobre suicídio em redes sociais.	Na Internet existe fácil acesso a conteúdo sobre o suicídio tanto comunicação pró-suicida, quanto comunicação preventiva. O público jovem apresenta mais vulnerabilidade pela facilidade do acesso aos meios digitais e características inerentes a

				adolescência.
2017	Predictors of Emerging Suicide Death Among Military Personnel on Social Media Networks	BRYAN, Craig J. et al.	Análise do conteúdo gerado por militares americanos falecidos para identificar casos de risco de suicídio entre esses indivíduos.	Os resultados sugerem que certas sequências no conteúdo de plataformas de rede social podem prever a causa e fornecer uma estimativa de quando um usuário de mídia social provavelmente morrerá por suicídio.
2017	Suicide communications on Facebook as a source of information in suicide research: A case study	WONG, Paul W. C.; WONG, Gilbert K.H.; LI, Tim M.H.	Estudo de caso de uma jovem chinesa de 22 anos que se suicidou. Análise dos seus posts em um grupo secreto e fechado pro-suicídio no Facebook.	Depois de estudar suas comunicações no Facebook e os vídeos que acessou pelo YouTube, sabe-se que, pelo menos: 1) essa jovem comunicou seus desejos suicidas com alguém em um contexto de desesperança estimulado pela sensação de perda na saúde física e mental; 2) enquanto ela estava contemplando sua morte, seu desejo e sentimento suicida poderia ter sido reforçado por sua leitura sobre as mensagens pessimistas e negativas dos membros do grupo postadas em um grupo secreto fechado; 3) enquanto ela estava se recusando a tomar os medicamentos prescritos para sua psicose, seu comportamento provavelmente também foi reforçado pelos membros do grupo, já que alguns deles também estavam postando sobre o mesmo assunto; 4) enquanto ela estava procurando por uma maneira desejável de se matar, ela estava indecisa até ter visto vários vídeos sobre pular de uma altura; e isso poderia ter "aumentado" seu sentimento de medo de usar o salto como uma maneira de se matar e escolhera pendurar outros meios de suicídio.
2018	Natural Language Processing of Social Media as Screening for Suicide Risk	COPPERSMITH, Glen. et al.	Utilização de processamento de linguagem natural e <i>machine learning (deep learning)</i> para detectar sinais quantificáveis em torno de tentativas de suicídio a fim de criar um sistema automatizado para estimar o risco de suicídio em triagem.	Embora o projeto de um sistema de intervenção baseado em triagem algorítmica seja tecnicamente possível, as implicações culturais da implementação estão longe de ser resolvidas.
2018	Reaching Those At Risk for Psychiatric Disorders and Suicidal Ideation: Facebook Advertisements to Recruit Military Veterans	TEO, Alan R. et al.	Este estudo testou a eficácia dos anúncios do Facebook para alcançar e recrutar veteranos militares do Iraque e do Afeganistão em um estudo de pesquisa voltado para a saúde mental.	As propagandas no Facebook são eficazes em alcançar rapidamente e com baixo custo veteranos militares, incluindo aqueles em risco de problemas de saúde mental e tendências suicidas, e aqueles que não estão recebendo assistência médica. A imagem e as manchetes do anúncio podem ajudar a otimizar a eficácia dos anúncios para subgrupos específicos.
2018	'He left me a message on Facebook': comparing the risk profiles of self-harming patients who leave paper suicide notes with those who leave messages on new media	BARRET, Jessica R. et al.	Comparação entre textos de pessoas que deixaram uma carta de suicídio e outras que deixaram mensagens em plataformas de redes sociais.	O uso de plataformas de mídia social está relacionado a fatores de risco de repetir automutilação e, mais tarde, suicídio. Cartas ainda indicam um maior nível de intenção suicida.
2018	Ethics and Artificial Intelligence: Suicide Prevention on Facebook	ANDRADE, Norberto N. G. et al.	Visão geral de como o trabalho do Facebook para desenvolver ferramentas de prevenção ao suicídio	O uso da IA para ajudar a prevenir o suicídio desencadeou uma série de questões éticas importantes e complexas que foram abordadas

			começou e evoluiu, e as considerações éticas que surgiram durante o processo na forma de decisões concretas de produtos em torno da implementação dessas ferramentas.	dentro do Programa de Privacidade do Facebook.
2018	Facebook suicide memorial pages: Are they in compliance with WHO's suicide media guidelines?	DUPIUS, Gabrielle; DEONANDAN, Raywat	Aplicação de uma lista de critérios de qualidade da Organização Mundial da Saúde a uma amostra de 75 memoriais do Facebook para jovens entre 15 e 25 anos no Canadá e nos EUA que cometeram suicídio.	O comportamento negativo mais comum é a publicação de imagens angustiantes, algo feito por 90,7% das páginas analisadas. O comportamento positivo mais comum foi a divulgação de fatores de risco de suicídio, o que foi feito por apenas 17,3% das páginas. Homens e mulheres diferiram em que as páginas dos homens eram mais propensas a dar razões simplistas para a morte (25% contra 8,7%), enquanto as páginas das mulheres eram dramaticamente mais propensas a relatar o método de suicídio (38,1% vs 17,3%) embora essas diferenças não tenham sido estatisticamente significantes.
2018	Social Media and Youth Suicide: a systematic review	INTAHCHOMPHOO, Channarong	Revisão sistemática da literatura sobre suicídio de jovens e redes sociais.	Os principais temas de pesquisa na literatura existente são sobre a realização de campanhas de conscientização sobre prevenção do suicídio de jovens, cyberbullying e disseminação de informações sobre técnicas de autoflagelação e conteúdo pró-suicídio.
2019	Are youth suicide memorial sites on Facebook different from those for other sudden deaths?	SCOURFIELD, Jonathan. et al.	Comparação entre conteúdo postado em memoriais de pessoas que morreram por suicídio e acidente de trânsito.	Pessoas que postaram em sites de memorial escreveram mais sobre suicídios, usando palavras mais longas e mais aspas. Palavras que sugerem causação e realização foram mais prevalentes em memoriais suicidas. O conteúdo temático para os dois tipos de morte foi mais semelhante do que diferente. Os memoriais suicidas tinham mais palavras hesitantes, não fluentes e pontos de interrogação, sugerindo que as pessoas estavam lutando para dar sentido a essas mortes.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Analisando os resultados obtidos a partir da leitura e identificação dos principais pontos levantados nos manuscritos, é possível concluir que as questões de pesquisa mais abordadas foram: 1) a possibilidade de utilização da plataforma para campanhas de prevenção ou intervenção, sendo que um dos estudos apontou o Facebook como sendo a plataforma com mais potencial; 2) se os usuários dessas plataformas expressam comportamento suicida, tanto como potenciais suicidas, quanto pouco antes de fazê-lo e a possibilidade de identificação desse comportamento das mais variadas formas, sempre visando o auxílio à prevenção; e 3) a utilização de algoritmos de *machine learning* para uma identificação automatizada e rápida de casos de ideação suicida nesses ambientes. O destaque

para essa última questão é que foi encontrado um artigo do próprio Facebook, intitulado “*Ethics and Artificial Intelligence: Suicide Prevention on Facebook*” (ANDRADE et al., 2018) que descreve o processo de criação das ferramentas de prevenção do suicídio pela plataforma, as implicações éticas dessas ações e as decisões tomadas pela empresa.

Quanto aos métodos utilizados para identificação do comportamento suicida, tem-se a Análise de Conteúdo como o mais frequente, sendo combinado, por vezes, com o uso de inteligência artificial, sendo que o *machine learning* foi a técnica mais recorrente. Além de ser uma tecnologia em ascensão, o *machine learning* apresenta-se como uma ferramenta de grande utilidade para análise de dados, pois é capaz de identificar padrões de maneira automatizada, classificar dados, realizar Análise de Sentimentos (AS) e Análise de Emoções (AE)¹⁰. Sendo assim, utilizá-lo a fim de identificar padrões comportamentais em dados de plataformas de mídia social pode trazer resultados significativos. Entretanto, segundo Andrade et al. (2018), há questões éticas que devem ser consideradas na sua utilização e algumas foram abordadas no estudo relacionado: optou-se por não utilizar a notificação de amigos sobre o comportamento suicida de um usuário, indo de encontro às questões de privacidade estabelecidas pela plataforma e mantendo-se a opção para que esses amigos reportem tal comportamento, caso identificado por eles; as postagens marcadas pelo usuário como ‘visível somente para mim’ não são consideradas pelo algoritmo de *machine learning*, assim como as postagens em grupos secretos; os algoritmos identificam os posts e os classificam em uma escala de maior ou menor potencial de suicídio, então o conteúdo segue para análise humana em uma ordem de prioridade, não excluindo os de menor probabilidade, segundo o Facebook.

A partir desta revisão, constatou-se a escassez de estudos relacionados no Brasil, já que apenas um foi realizado no país, demonstrando a necessidade de serem efetuadas análises sobre o comportamento suicida nas plataformas de mídia social neste cenário, considerando-se que as diferenças culturais e de utilização dessas ferramentas entre diferentes países podem influenciar nos resultados obtidos.

Por fim, os estudos analisados apresentam questões de pesquisa que reforçam a pertinência do estudo do tema e alertam para a falta de uma análise

¹⁰ Sobre as diferenças entre AS e AE, ver SALUSTIANO, 2016. p 33.

crítica dos aspectos da plataforma Facebook que podem influenciar nesse comportamento e na apropriação do seu ambiente pelos usuários que o apresentam. O ineditismo deste estudo é salientado a partir da não identificação de artigos que abordem o tema sob a perspectiva interdisciplinar dos estudos de Ciência, Tecnologia e Sociedade (*Science and Technology Studies – STS*), analisando de maneira crítica as ações da plataforma em relação ao conteúdo largamente disponível em seu ambiente, bem como a ação dos algoritmos que organizam e recomendam estas informações aos seus usuários. As descontinuidades ou observações de que os estudos carecem de continuidade fortalecem e encorajam a busca pelo aprofundamento da questão.

Considera-se que o tema do suicídio, por si só, já carrega consigo uma grande complexidade de cunho humano e social. Aliando-se, então, o fenômeno relativamente recente das plataformas de mídia social – que não são neutras – como ferramentas mediadoras de interações sociais, essa complexidade aumenta exponencialmente. Portanto, este estudo busca responder o seguinte questionamento: de que maneira se configura o comportamento suicida na plataforma digital Facebook?

O objetivo geral deste estudo é investigar de que maneira se configura tecnossocialmente o comportamento suicida na plataforma Facebook. Para perfazê-lo, em termos de objetivos específicos, pretende-se identificar aspectos da plataforma que podem contribuir para a socialização em torno do tema suicídio; analisar a influência dos algoritmos da plataforma na configuração do comportamento suicida; observar as trocas sociais em grupos relacionados ao tema e como a plataforma interfere nesse contexto.

Essa dissertação está organizada em uma estrutura de seis capítulos, sendo o primeiro composto pela introdução do tema proposto, apresentação do problema e dos objetivos. O segundo capítulo contextualiza o fenômeno do suicídio através de dados estatísticos mundiais e nacionais, traz algumas reflexões acerca do tema em estudos sociológicos a partir de Durkheim (2000) e Bauman (2005) e, por fim, o aborda resumidamente em relação à pandemia de COVID-19. O terceiro capítulo apresenta reflexões sobre plataformas digitais de mídias sociais à luz dos *STS* segundo Van Dijck (2013), Van Dijck, Poell e De Waal (2018), Gillespie (2018), Bucher (2018) e D'Andrea (2020), onde também explana-se o Facebook e seus grupos, objetos deste estudo, a partir destes conceitos. O quarto capítulo explora os

procedimentos metodológicos, que são formados pelo método de análise de conteúdo de Bardin (2011) em conjunto com uma observação de inspiração etnográfica que se baseia em Fragoso, Recuero e Amaral (2011) e Hine (2015). No capítulo cinco são apresentadas as análises realizadas no estudo a partir dos conteúdos observados e coletados na plataforma Facebook, conforme o delineamento metodológico. Por fim, no capítulo seis, são discorridas as considerações finais acerca deste estudo.

2 O SUICÍDIO

Suicídio¹¹ ou autocídio¹² é o ato intencional de matar a si mesmo (DURKHEIM, 2000). Quando um indivíduo tem o propósito de pôr um fim à sua própria existência (GANDRA JR, 1984). Por ano, aproximadamente 800.000 pessoas cometem suicídio no mundo – o que equivale a uma morte a cada 40 segundos – e 79% dos casos ocorrem em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento (OMS, 2019a). Segundo Fleischmann (2008), 60% do total de suicídios acontece no continente asiático, onde China, Índia e Japão podem ser responsáveis por 40% das mortes dessa natureza mundialmente. Já o continente americano é responsável por pouco mais de 8%, segundo a *Pan-American Health Organization – PAHO* (2019), algo em torno de 65.000 suicídios por ano. Entretanto, o continente europeu é o que apresenta a maior taxa de suicídios por 100.000 habitantes (Figura 1).

Figura 1 – Taxa de suicídio por 100.000 habitantes



Fonte: Organização Mundial da Saúde (2019b)

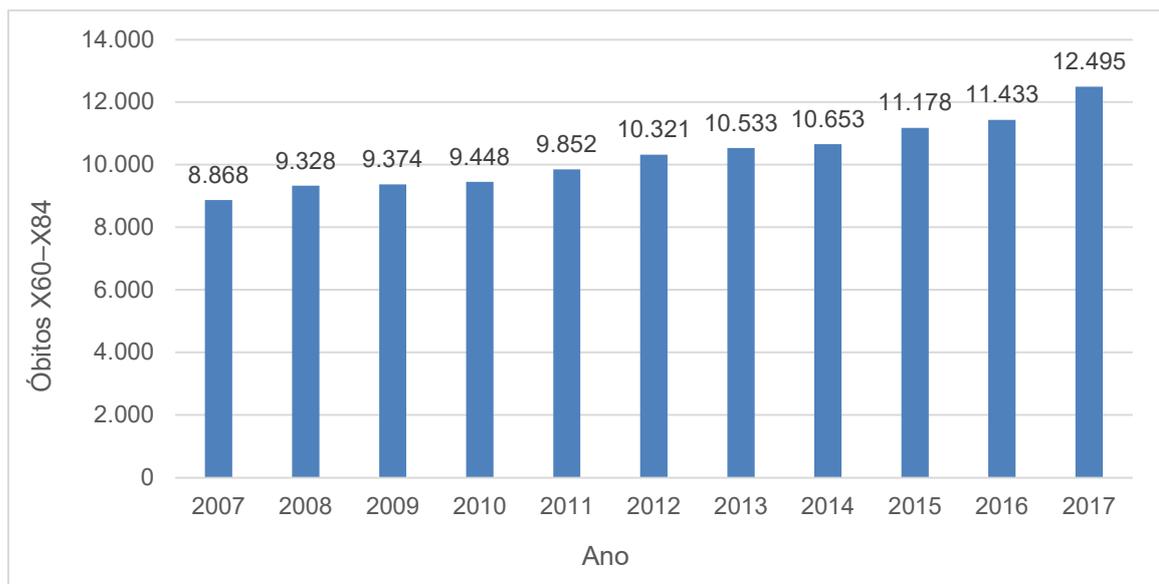
¹¹ Deriva do latim *sui*: "próprio", "de si mesmo"; e do latim *caedere* ou *cidium*: "ação de matar".

¹² Deriva do grego *autos*: "próprio", "de si mesmo"; e do latim *caedere* ou *cidium*: "ação de matar".

Entre os países com a maior taxa de suicídio¹³ estão: Lituânia (31,9), Rússia (31), Guiana (29,2), Coreia (26,9) e Bielorrússia (26,2). As menores taxas se encontram em Antígua e Barbuda (0,5), Barbados (0,8), Granada (1,7), Bahamas (1,7) e Síria (1,9). No Brasil, a taxa é de 6,5 (OMS, 2019b).

O Brasil registrou 12.495 casos de suicídio no ano de 2017, 1.062 mortes a mais do que no ano anterior, 2016, quando foram registradas 11.433 (Figura 2). Esse é o maior aumento do número de óbitos por suicídio dos últimos dez anos. No país, os casos confirmados são sinalizados através do Sistema de Informação de Mortalidade (SIM)¹⁴ a partir do Código Internacional de Doenças (CID-10)¹⁵ utilizando-se os códigos X60–X84 (APÊNDICE A) que caracterizam Lesões Autoprovocadas Intencionalmente.

Figura 2 – Óbitos CID10 (X60–X84) por ano (Brasil)



Fonte: MS/SVS/CGIAE - Sistema de Informações sobre Mortalidade - SIM

Os dados também mostram que as regiões Sul e Sudeste concentram a maioria dos casos de suicídio do país (Figura 3). A Região Sudeste é a mais populosa, com pouco mais de 70 milhões de habitantes segundo o Instituto

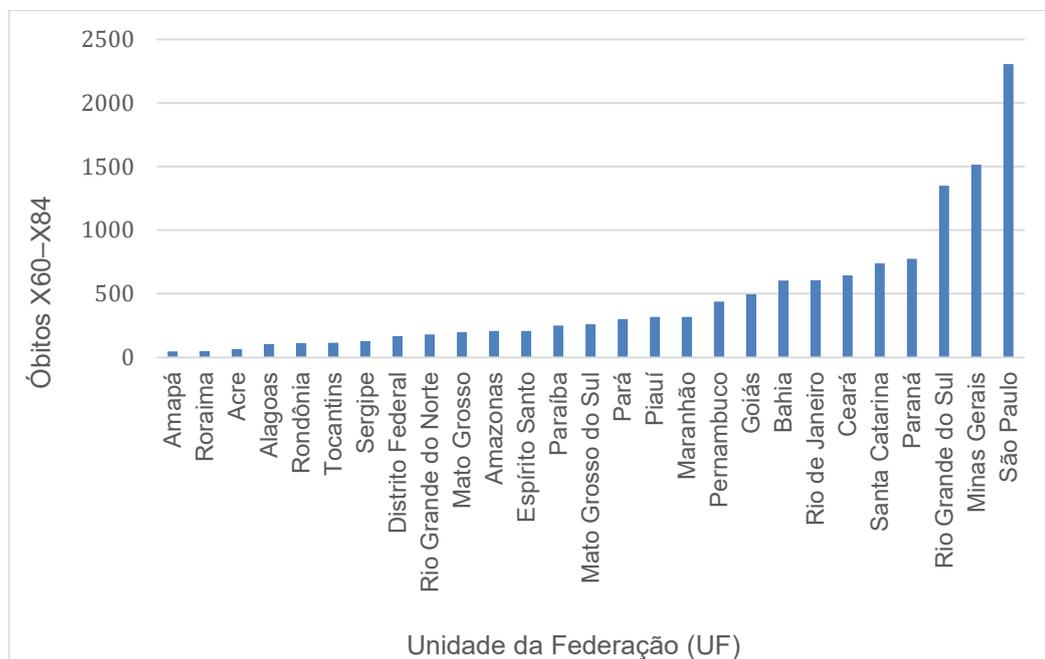
¹³ Quantidade de suicídios por 100.000 habitantes.

¹⁴ Disponível em: <http://datasus.saude.gov.br/sistemas-e-aplicativos/eventos-v/sim-sistema-de-informacoes-de-mortalidade>. Acesso em: 17 junho 2019.

¹⁵ Disponível em: <http://www.datasus.gov.br/cid10/V2008/cid10.htm>. Acesso em: 17 junho 2019.

Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE¹⁶, e 3 dos 4 estados que a compõem estão entre os 7 que mais registraram mortes em 2017. São Paulo apresenta-se como o estado que mais computou óbitos no país, foram 2.306. Na Região Sul, o Rio Grande do Sul aparece na terceira posição, com 1.349 suicídios neste mesmo ano, seguido do Paraná, com 774 e de Santa Catarina, com 739. Fazendo, assim, com que os três estados da Região Sul do país apareçam entre o 5 que mais computaram mortes por suicídio em 2017.

Figura 3 – Óbitos CID10 (X60–X84) no ano de 2017 por UF (Brasil)



Fonte: MS/SVS/CGIAE - Sistema de Informações sobre Mortalidade - SIM

Em sua obra intitulada “Vidas desperdiçadas” (2005), o sociólogo polonês Zygmunt Bauman cita um relatório da Fundação Joseph Rowntree, o qual afirma que o número de jovens que sofrem de depressão dobrou em um período de 12 anos – hoje, estima-se um total de 300 milhões de pessoas¹⁷ – e milhares se veem excluídos da possibilidade de elevar seus níveis de educação e prosperidade. Sabe-se que a depressão é um transtorno que, com intensidade moderada ou grave, pode

¹⁶ Disponível em:

<https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/tabela1.shtm>. Acesso em: junho 2019.

¹⁷ Disponível em:

https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5635:folha-informativa-depressao&Itemid=1095. Acesso em 20 outubro 2018.

levar a sérios problemas de saúde e, nos casos mais graves, ao suicídio (OPAS/OMS, 2018). A análise desse estudo indicou que o aumento expressivo se deve ao fato de que esses jovens cresceram com maior experiência de desemprego, mas segundo Bauman, esse período também trouxe a estes jovens sofrimentos que antes eram desconhecidos. Não necessariamente mais sofrimentos, nem mais agudos, dolorosos e mortificantes, mas diferentes. O que ele chama de mal-estares ou aflições especificamente líquido-modernos.

No final do século XIX, surgia uma das primeiras obras da literatura a analisar o fenômeno do suicídio deixando observar somente as questões individuais, mas considerando também os fatores externos ao indivíduo, ou seja, o grupo social. Em “O suicídio: estudo de sociologia”, Durkheim (2000) afirma que, por mais que o suicídio seja um ato do sujeito, que afeta somente a ele¹⁸ e que pareça que depende exclusivamente de fatores individuais, analisando-se um montante de casos em uma determinada sociedade, por um período de tempo, obtém-se como resultante um conjunto de atos que possuem suas individualidades, mas de natureza eminentemente social.

Assim, se, em vez de vermos neles apenas acontecimentos particulares, isolados uns dos outros e que necessitam cada um por si de um exame particular, considerarmos o conjunto dos suicídios cometidos numa sociedade dada durante uma unidade de tempo dada, constatamos que o total assim obtido não é uma simples soma de unidades independentes, um todo de coleção, mas que constitui em si um fato novo e *sui generis*, que possui a sua unidade e a sua individualidade, a sua natureza própria por conseguinte, e que, além disso, tal natureza é eminentemente social (DURKHEIM, 2000, p. 14).

O sociólogo francês mostra, a partir de dados estatísticos da época, que modificações nas características funcionais da sociedade alteram a taxa de suicídios, criando o que ele chamou de *taxa de mortalidade-suicídio própria à sociedade considerada*, sendo essa definida a partir do conceito de que cada sociedade possui, em um determinado tempo da sua história, uma disposição definida para o suicídio.

Ao analisar o fenômeno, Durkheim leva em consideração que é preciso conhecer a natureza das causas, para que assim seja possível identificar-se a

¹⁸ Desconsidera-se neste momento as consequências resultantes do ato aos outros indivíduos do mesmo círculo social, sejam elas de ordem sentimental, financeira ou qualquer outra.

natureza dos efeitos. Por isso, classificou as causas do suicídio e então definiu os tipos, que foram assim determinados:

- *Suicídio egoísta*: Ao explicar este tipo de suicídio, o autor afirma existirem dois sujeitos em cada indivíduo, fazendo uma alusão ao ser físico e ao ser social como sendo distintos entre si. O egoísmo é, então, a afirmação exacerbada do ser físico sobre o ser social, resultando em uma individualização desmesurada. Isso leva o indivíduo ao que o autor chama de afrouxamento de vínculos entre ele e a sociedade, fazendo com que este não veja mais sentido na vida e perca suas razões para seguir vivendo. Da mesma forma, torna-se menos penoso para ele tomar a decisão de tirar-lhe a própria vida quando não há muitos vínculos que o prendam a ela.
- *Suicídio altruísta*: Este tipo de suicídio caracteriza-se pelo oposto do anterior, ou seja, o ser social é dominante sobre o ser individual, físico. O indivíduo tem seus laços sociais demasiadamente dominantes, então crê que o ato de se suicidar trará algum benefício à sociedade. Durkheim, ao analisar este tipo de suicídio, o observou de duas formas distintas: a primeira define-se pelos indivíduos que não se consideram importantes para a sociedade em que vivem, de maneira que passam a crer que sua contribuição para ela é nula, ou aqueles que se sentem oprimidos por ela; a segunda, é definida por indivíduos que sacrificam a própria vida por um grande ideal, ou sentem-se na obrigação de fazê-lo, devido à sobreposição da sociedade em relação ao ego. Em alguns casos, o suicida é inclusive visto como herói pela sociedade, tendo se sacrificado em favor dela.
- *Suicídio anômico*: Anomia significa ausência ou desintegração das regulações sociais entre as normas da sociedade e o indivíduo, ocorrendo, em muitos casos, por mudanças repentinas e dramáticas seja na questão econômica, social ou em ambas. Pode-se tomar como exemplo uma crise econômica, onde a sociedade torna-se incapaz, mesmo que temporariamente, de tomar a sua função como reguladora. Neste caso, o indivíduo sente-se desamparado e este sentimento soma-se com a perda de riquezas, tornando-o mais propenso ao suicídio. Sendo assim, este tipo difere-se dos dois anteriores na

medida em que não é mais o forte ou o fraco laço social que o define, mas sim a incapacidade da própria sociedade de estabelecer este vínculo.

As causas determinantes para o suicídio podem ser, tanto uma das descritas anteriormente, quando uma associação de duas delas. Mesmo que identificadas essas causas sociais, cada ato é particular devido ao cunho pessoal presente no mesmo. Da mesma maneira, a forma escolhida para executá-lo não pode ser explicada pelas causas sociais do fenômeno (DURKHEIM, 2000).

Por fim, para Durkheim (2000), o suicídio se define como “a expressão individual de um fenômeno coletivo, sustentado por um conjunto de fatores sociais”.

2.1 O SUICÍDIO EM TEMPOS DE COVID-19

Durante o período de coleta de dados desta pesquisa o mundo passou a enfrentar uma pandemia causada pela *Coronavirus Disease 2019* – COVID-19 que, até o momento da escrita dessa dissertação, seguia ocorrendo. Deste modo, cabe situar de forma breve em relação ao que já se sabia sobre a doença até então, bem como o possível aumento de casos de suicídio em função da pandemia.

Em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi alertada sobre vários casos de pneumonia na China, que confirmou ter identificado um novo tipo de coronavírus - causador de uma síndrome respiratória aguda grave (SARS-CoV-2) - poucos dias depois (OPAS, 2020). A declaração de que o surto da doença caracterizava uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional foi feito pela OMS em 30 de janeiro de 2020 e a pandemia foi declarada pela organização em 11 de março do mesmo ano (OPAS, 2020). O primeiro caso¹⁹ de COVID-19 no Brasil foi registrado em 26 de fevereiro de 2020 na cidade de São Paulo e, seis meses depois o país já havia registrado mais de 3,5 milhões de infectados e mais de 100 mil mortes causadas pela doença, estando na segunda posição do ranking mundial registrado pela OMS (Figura 4).

¹⁹ Disponível em: <https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/46435-brasil-confirma-primeiro-caso-de-novo-coronavirus>. Acesso em: 30 agosto 2020.

Figura 4 - Painel de situação da COVID-19 por país

WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard
Data last updated: 2020/8/27, 2:44pm CEST

Overview [Data Table](#) Explore

Situation by Country, Territory & Area

Name	Cases - cumulative total	Cases - newly reported in last 24 hours	Deaths - cumulative total	Deaths - newly reported in last 24 hours	Transmission Classification
Global	24.021.218	267.670	821.462	6.424	
 United States o...	5.719.841 	37.030	177.332	1.131	Community transmission
 Brazil	3.669.995 	47.134	116.580	1.271	Community transmission
 India	3.310.234 	75.760	60.472	1.023	Clusters of cases

Fonte: Organização Mundial da Saúde²⁰

Segundo a Organização Pan-Americana de Saúde – OPAS (2020), o vírus responsável por causar a COVID-19 pode espalhar-se através de contato direto, indireto ou próximo com pessoas infectadas, seja pela saliva, secreções respiratórias ou até pelas gotículas respiratórias expelidas durante a fala, tosse ou espirro (OPAS, 2020). Por se tratar de uma doença respiratória com alta capacidade de transmissão e, até então, desconhecida, ainda sem tratamento nem estratégia de prevenção, as medidas tomadas por governos no mundo todo foram de isolamento/distanciamento social, fechamento de comércio e proibição de algumas atividades em busca de diminuir o risco de transmissão coletiva e, conseqüentemente, evitar a superlotação dos hospitais. Essas medidas se mostraram eficientes na diminuição da transmissão e na redução de mortes causadas pela COVID-19 (O’HARE e VAN ELSLAND, 2020). Porém, Thakur e Jain (2020) alertaram sobre algumas conseqüências delas para a saúde mental das pessoas, sendo considerados pelos autores possíveis fatores e prognósticos de casos de suicídio: a ansiedade causada pelo distanciamento ou isolamento social, especialmente em pessoas com doenças de natureza mental como a depressão; a recessão econômica causada pelo *lockdown* em vários lugares do mundo pode gerar pânico, desemprego em massa, pobreza e perda de moradia; estresse, ansiedade e pressão em profissionais da área da saúde; a discriminação com pessoas infectadas.

²⁰ Disponível em: <https://covid19.who.int/table>

Sendo o suicídio um fenômeno complexo e também multifatorial, alguns dos fatores considerados de risco para o comportamento suicida, como: medo, desesperança, solidão, isolamento, falta de acesso ao tratamento de doenças físicas e de saúde mental, dificuldades financeiras, violência doméstica, alcoolismo e uso de outras drogas, bem como suicídio de pessoas próximas podem se agravar durante este período, aumentando o risco de suicídio (GREFF et al., 2020). O primeiro caso de suicídio relacionado à doença foi registrado na Índia em fevereiro de 2020, quando um homem de 50 anos de idade tirou sua vida durante um período de quarentena voluntária (GOYAL et al., 2020). Ele teria relacionado os sintomas de outra doença viral comum com os de COVID-19 e estaria obcecado por vídeos onde vítimas chinesas seriam expostas e pacientes forçados ao isolamento contra a própria vontade (GOYAL et al., 2020). Outros casos de suicídio na Índia, EUA, Arábia Saudita, Inglaterra, Alemanha e Itália foram relatados por Thakur e Jain (2020).

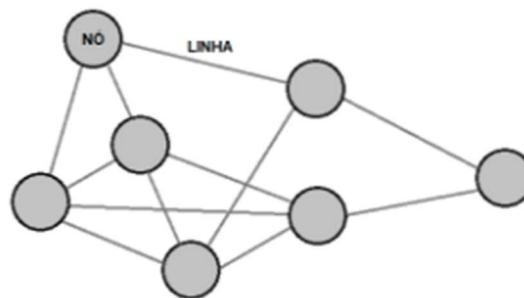
Diante do cenário atual do suicídio no Brasil e do possível aumento do risco do problema em função da pandemia - que ocasionou profundas mudanças em diversas esferas da vida social - e considerando-se que vivemos, segundo Van Dijck, Poell e De Waal (2018), em uma Sociedade da Plataforma onde as estruturas sociais e as plataformas digitais estão ligadas de maneira inextricável, de modo que produzem as estruturas sociais em que vivemos, o próximo capítulo aprofunda os conceitos relacionados às plataformas digitais.

3 PLATAFORMAS DIGITAIS DE MÍDIAS SOCIAIS

Facebook, Instagram, Twitter e outras plataformas de mídia social são frequentemente denominadas no senso comum como “redes sociais”, termo que carrega um significado historicamente distinto, oriundo da Sociologia e cunhado há quase um século²¹. O emprego de termos distintos na intenção de referir-se a este tipo de plataforma, seja no senso comum, seja na bibliografia, motiva uma breve análise da evolução histórica de alguns conceitos e das tecnologias neles empregadas antes do aprofundamento deste estudo, atentando para o importante destaque de suas distinções.

O termo “redes sociais” refere-se, segundo Recuero (2012), às “estruturas dos agrupamentos humanos, constituídas pelas interações, que constroem os grupos sociais”, ou seja, as interações entre indivíduos de determinado grupo social formam uma rede entre eles, através de suas conexões. Elas podem ser vistas como conjuntos que contêm dois elementos básicos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (RECUERO, 2012). Esta abordagem, também vista no estudo de Wasserman e Faust (1999), é mais comumente representada através de grafos (Figura 5).

Figura 5 – Representação de rede social através de um grafo



Fonte: Do autor.

Um grafo $G(N, L)$, algumas vezes chamado grafo não direcionado, possui dois conjuntos de informações: um conjunto de nós, $N \{n1, n2, \dots, ng\}$, e um ou mais conjuntos de linhas, $L \{l1, l2, \dots, lL\}$, entre pares de nós (WASSERMAN e

²¹ Disponível em: <https://medium.com/@raquelrecuero/m%C3%ADdia-social-plataforma-digital-site-de-rede-social-ou-rede-social-n%C3%A3o-%C3%A9-tudo-a-mesma-coisa-d7b54591a9ec>. Acesso em: maio 2020.

FAUST, 1999). Os nós (ou nodos) representam os atores e as linhas representam as conexões entre eles. Os atores moldam as estruturas sociais, utilizando para isso a interação, as relações criadas através de fala e de troca de informações que constituem os laços sociais²².

Nas plataformas de mídia social, segundo Recuero (2009), há um distanciamento entre os atores da interação social, fazendo com que esses não possam ser discernidos com velocidade e precisão, tornando necessário identificá-los como representações ou construções identitárias no ciberespaço (RECUERO, 2009). No início da ascensão deste tipo de plataforma, Boyd e Ellison (2007) as definiram como Sites de Rede Social – SRS, que seriam:

[...] serviços baseados na Web que permitem que indivíduos (1) construam um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado, (2) articulem uma lista de outros usuários com quem compartilham uma conexão e (3) visualizem e percorram sua lista de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema (BOYD e ELLISON, 2007, p. 211, tradução minha).

Nesse período, os SRS eram mais centrados no perfil do usuário, nas suas listas de conexões e as funcionalidades que permitiam mais conexões através das anteriores, já existentes. Ao longo do tempo foram criadas novas funcionalidades, outras foram removidas e a importância de cada um desses recursos mudou, de forma que os fluxos de mídia assumiram um papel de maior destaque e fazendo com que as autoras atualizassem a sua definição, agora considerando também a evolução da Comunicação Mediada por Computador (CMC) e o cenário da Web 2.0 (ELLISON e BOYD, 2013). Conforme Ellison e Boyd (2013, p. 158), um SRS então seria:

[...] uma plataforma de comunicação em rede na qual os participantes 1) têm perfis identificáveis exclusivamente, que consistem em conteúdo fornecido pelo usuário, conteúdo fornecido por outros usuários e/ou dados no nível do sistema; 2) pode articular publicamente conexões, que podem ser visualizadas e atravessadas por outras pessoas; e 3) pode consumir, produzir e/ou interagir com fluxos de conteúdo gerado por usuários, fornecidos por suas conexões no site (ELLISON e BOYD, 2013, p. 158, tradução minha).

²² Para a definição de laço social, ver Wellman (2001, p.7).

Essa nova definição considera os SRS como plataformas de comunicação, ao observar que eles passaram a ter uma maior importância nas atividades de comunicação e compartilhamento de conteúdo – através de fluxos – e apresentaram uma variedade de recursos que suportam essas interações, remodelando os tipos de redes que as pessoas são capazes de construir e manter (ELLISON e BOYD, 2013). Ainda segundo Ellison e Boyd (2013, p. 159), todos os SRS “suportam vários modos de comunicação: um para muitos e um para um, síncrono e assíncrono, textual e baseado em mídia”, recursos que podem ser públicos ou mais privados (ELLISON e BOYD, 2013).

Segundo D’Andrea (2020), é com base nessas abordagens que as plataformas tomam propriedade das lógicas que dão ênfase às conexões para cunhar suas estratégias de coleta de dados dos usuários que por elas trafegam, importantes rastros que expõem suas relações, preferências e outras informações importantes, principalmente para fins comerciais. Por este motivo, sob a perspectiva dos Estudos de Plataforma, o autor afirma que o uso do termo “rede social” em referência a este tipo de plataforma enfatiza apenas sua dimensão relacional, desconsiderando outros aspectos extremamente relevantes: materiais, econômicos, políticos etc. (D’ANDREA, 2020). Sendo assim, considerando-se também que, para compreender a formação do social nesse contexto é preciso ir além dos aspectos tecnológicos, não cabe o uso dos termos “rede social” ou SRS para definir este tipo de plataforma.

3.1 PLATAFORMAS DIGITAIS

Plataformas, sob uma visão geral, são arquiteturas digitais programáveis projetadas para organizar as interações entre usuários, sejam eles usuários finais, empresas ou órgãos públicos (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018). Mas, segundo Van Dijck (2013), elas não são apenas tecnologias intermediárias ou facilitadoras, como são constantemente definidas pelas próprias empresas que as criam e mantêm, e sim mediadores que moldam a performance dos atos sociais. Elas proveem tecnologias (*software* e às vezes *hardware*) e serviços que ajudam a codificar as atividades sociais em uma arquitetura computacional, processam dados e metadados através de algoritmos antes de apresentar a sua lógica interpretada através de interfaces amigáveis no navegador ou em aplicativos (VAN DIJCK, 2013).

[A platform is] ...an online site [or application] that deploys automated technologies and business models to organize data streams, economic interactions and social exchanges between users of the internet (informação verbal)²³.

Gillespie (2018b, p. 18), afirma que o termo plataforma demanda atenção ao contexto o qual é abordado, pois carrega diversos significados e passou por modificações ao longo do tempo, às vezes equaciona coisas que se diferem de maneiras importantes e também é utilizado estrategicamente por *stakeholders* e críticos. Tendo em vista essa questão, especifica-se, segundo Gillespie (2018b, p.18), a definição de plataforma como site online ou serviço que:

- a) hospeda, organiza e divulga o conteúdo compartilhado pelo usuário ou suas interações sociais,
- b) sem ter produzido ou comissionado (a maioria) desse conteúdo,
- c) construído em uma infraestrutura, sob essa circulação de informações, para processamento de dados para atendimento ao cliente, publicidade e lucro.
- d) fazem, e devem fazer, moderação do conteúdo e da atividade dos usuários utilizando alguma logística de detecção, revisão e fiscalização (GILLESPIE, 2018b, p.18).

A interpretação dos algoritmos e as configurações padronizadas das plataformas refletem as escolhas estratégicas do seu proprietário (VAN DIJCK, 2013) em um ambiente onde elas não produzem o conteúdo disponibilizado aos seus usuários, mas fazem escolhas importantes sobre ele (GILLESPIE, 2018b, p.19).

Atualmente, os setores das sociedades se tornaram quase que completamente dependentes da infraestrutura das cinco maiores plataformas, chamadas *Big Five*: Facebook, Amazon, Alphabet-Google, Apple e Microsoft. O Facebook domina o tráfego de dados de 80% de todo o mercado de plataformas de mídias sociais, onde alcança cerca de 2 bilhões de usuários por mês, adquiriu o

²³ Definição fornecida por José Van Dijck na Conferência Anual da Association of Internet Researchers (AoIR), em Berlim, em outubro de 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-ypiiSQTNqo>. Acesso em: 20 junho 2019.

Instagram em 2012²⁴ e o WhatsApp em 2014²⁵ e dispõe de um dos maiores sistemas de identificação online que serve de entrada para outros serviços, o Facebook *login* (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018). A Amazon possui uma plataforma de varejo com sua própria rede logística para distribuição de bens físicos, um dos maiores serviços de computação em nuvem e controla 80 *hubs* em vários setores de serviços (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018). A Alphabet-Google dispõe do maior motor de busca online, o sistema operacional *mobile* Android, a loja de aplicativos Google Play, o navegador Chrome, o serviço de pagamentos Google Pay, o sistema de anúncios Ad Sense, o site de compartilhamento de vídeos Youtube, os sistemas de informação geoespacial Maps e Earth e outros serviços extremamente importantes e pouco visíveis para os usuários, como o Google Cloud de computação em nuvem, Deep Mind e SideWalks Lab de Inteligência Artificial e o Verily Life Sciences na área da saúde (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018). A Apple com seus *hardwares* e sistemas operacionais altamente difundidos e a Microsoft com o sistema operacional Windows e, depois dos anos 90, com o LinkedIn e o serviço de computação em nuvem Azure (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018).

Essas plataformas são definidas como infraestruturais, de forma que todas as outras necessitam do seu ecossistema para serem construídas, também adquirem e lançam suas próprias plataformas setoriais, que são aquelas que atuam em setores públicos ou privados específicos, como transporte, alimentação, hospitalidade, finanças, educação ou saúde – definições que representam os papéis das plataformas, visto que não podem ser classificadas como categorias fixas, já que elas podem atuar como infraestruturais e setoriais ao mesmo tempo (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018).

De certa forma, plataformas podem ser consideradas facilitadores que auxiliam a encontrar informações e na comunicação entre atores online, em contraponto controlam a atividade diária dos usuários em seus ambientes através dos enormes fluxos de dados gerados por eles com a promessa de oferecerem serviços personalizados, contribuirão para a inovação e o crescimento econômico

²⁴ Disponível em <https://dealbook.nytimes.com/2012/04/09/facebook-buys-instagram-for-1-billion/>. Acesso em nov. 2019.

²⁵ Disponível em <https://www.forbes.com/sites/parmyolson/2014/10/06/facebook-closes-19-billion-whatsapp-deal>. Acesso em nov. 2019.

enquanto ignoram as organizações titulares, regulações pesadas e gastos desnecessários (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018). Neste sentido, para as plataformas, os usuários são *exchangers* que trocam seus dados por conveniência e serviços, em sua maioria “gratuitos”²⁶.

Além disso, usuários finais tornaram-se profundamente dependentes de plataformas de mídias sociais como Facebook, Twitter e Instagram para receberem informações de notícias, de forma que elas ganharam uma força muito importante na vida social (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018). O relatório Digital News Report²⁷ do Instituto Reuters (2019), aponta que 64% das pessoas que possuem acesso à internet no Brasil consomem notícias através de plataformas de mídia social, onde o Facebook aparece na primeira posição (54%), seguido do WhatsApp (53%) e do Youtube (42%). Na área da saúde, a inserção das plataformas é visível a partir do aumento da utilização e da criação de dispositivos vestíveis, ou até mesmo a tecnologia dos *smartphones*, que podem medir batimentos cardíacos ou a quantidade de passos que uma pessoa dá por dia, além das inúmeras plataformas digitais que ligam pacientes ou profissionais de saúde. Na educação, salas de aula estão cada vez mais utilizando dispositivos móveis e computadores que contêm software dessas empresas, bem como plataformas específicas para a educação e que também acabam por ter alguma ligação com elas, principalmente na Europa e na América do Norte (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018).

Desta forma, essas plataformas adquirem uma quantidade enorme de dados sobre seus usuários, vindos de diversas fontes, possibilitando-as cruzarem dados sobre suas preferências, saúde, compras, interesses e tornando-se muito poderosos em criarem perfis pessoais sobre cada um deles. As Big Five, então, têm em mãos todos esses fluxos de dados, podendo combiná-los tanto para utilizar na venda de serviços personalizados, quanto para a criação de inteligência artificial, ferramentas de análise e gerar novos conhecimentos (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018).

Além de possuírem este grande poder através dos dados, as plataformas – que são privadas – influenciam diretamente em valores públicos (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018, p. 22). Valor público, segundo Moore (1995, apud VAN

²⁶ Serviços que estão sendo pagos com a disponibilização dos dados desses usuários, que possuem grande valor para as plataformas digitais (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018).

²⁷ Disponível em <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/brazil-2019/>. Acesso em nov. 2019.

DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018, p. 22), “é o valor que uma organização contribui para a sociedade em benefício do bem comum”. E o bem comum, segundo Bozeman (2007, apud VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018), são proposições alcançadas através da participação coletiva na formação de um conjunto de normas e valores compartilhados. Deste modo, a criação de valores públicos para o bem comum é assumida como responsabilidade de empresas, cidadãos e governos, mas a regulação cabe somente aos governos (HELBERGER, PIERSON e POELL, 2017). Mas, na Sociedade da Plataforma, a criação de valores públicos para o bem comum é confundida com a criação de valores econômicos, servindo a valores públicos e privados ao mesmo tempo (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018). São considerados valores públicos básicos: privacidade, segurança, transparência e acurácia. Outros, da sociedade, são relacionados a quem é responsável por organizá-la online e, visto que essas plataformas são baseadas no Vale do Silício, são empresas americanas que estão tornando outras sociedades – que possuem outras regras – dependentes dos seus serviços e organizando o seu processo democrático (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018).

No contexto do Facebook, os atores são os usuários da plataforma e podem ser identificados através dos seus respectivos perfis individualizados – pois contém dados pessoais, como nome, fotografia, data de nascimento – e as interações entre os indivíduos são representativas das conexões entre os atores, fazendo assim, com que a percepção da “rede social” ocorra através das próprias interações (RECUERO, 2012). Essas plataformas proporcionam espaços de interação com outros indivíduos que se assemelham à conversação, buscando o estabelecimento e/ou a manutenção dos laços sociais; representam espaços de reprodução de práticas sociais, tanto por limitações do espaço físico, da vida moderna, ou apenas pela comodidade da interação online (RECUERO, 2012). A conversação nesses ambientes então, possui formato diferente, pelo fato de ser adaptada à plataforma a qual ocorre e também por possuir uma característica mais pública, coletiva. Além disso, ela deixa rastros dos usuários nesses espaços, permitindo a apropriação desse conteúdo por parte de outros atores dessa mesma rede, que podem ser informações de sentimentos coletivos, tendências, interesses e intenções de grandes grupos de pessoas. Mas, é importante ressaltar que essas conversações não são determinadas pela existência dessas plataformas, e sim elementos de apropriação dos grupos sociais das mesmas, por possuírem um potencial

comunicativo e possibilitarem a reconstrução de práticas do dia a dia (RECUERO, 2012).

Enquanto os usuários se apropriam desses ambientes como plataformas de comunicação, os algoritmos são utilizados como tomadores de decisão que gerenciam, selecionam e organizam a enorme quantidade de dados que circula nos fluxos desses sistemas, tudo isso sem que o seu funcionamento seja claro, sem que saibamos como são constituídos, quais são as suas regras e como operam em diferentes configurações (BUCHER, 2018). Em meio a este cenário surge o conceito de Sociabilidade Programada²⁸, que – não intencionando a interpretação de um determinismo tecnológico – explicita o poder algorítmico e a política que emergem a partir dos arranjos específicos programados das plataformas de mídias sociais e das atividades que ocorrem em função deles: “o Facebook e outros sistemas de *software* suportam e moldam a sociabilidade de maneiras específicas à arquitetura e ao substrato material do meio em questão” (BUCHER, 2018, p. 4).

Alguns estudos sobre a dinâmica sociotécnica, realidades particulares do contexto político e econômico das plataformas de mídia social revelaram que elas, a partir das especificidades de seu design técnico, imperativos econômicos, marcos regulatórios e também caráter público, refletem consequências distintas sobre o que os usuários são capazes de fazer, e efetivamente fazem (GILLESPIE, 2015). Sendo assim, o subcapítulo a seguir aborda o modelo de estudo proposto por Van Dijck (2013), que propõe a análise de plataformas digitais a partir de diferentes aspectos.

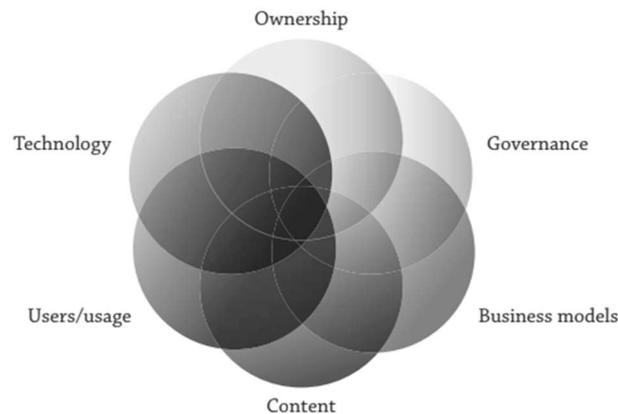
3.1.1 Aspectos Tecno-culturais e Socioeconômicos

Em sua obra *The Culture of Connectivity*, José van Dijck (2013) visa “compreender a coevolução de plataformas de mídia social e a sociabilidade no contexto de uma crescente cultura de conectividade” (VAN DIJCK, 2013, p. 28, tradução minha) e utiliza, para isso, da Teoria Ator-Rede (TAR) e da abordagem da economia política em uma combinação para formar um modelo de múltiplas

²⁸ Definido por Bucher (2018), que observa que o termo “programar”, neste contexto, significa “montar” e “organizar”, enquadrando os algoritmos como entidades dinâmicas e performativas. Já a sociabilidade, refere-se à maneira pela qual entidades humanas e não humanas são associadas e reunidas, possibilitando a sua interação (BUCHER, 2018, p. 4).

camadas, utilizado pela autora na análise das plataformas Facebook, Twitter, Flickr, Youtube e Wikipedia. A abordagem analisa as plataformas dissecando-as individualmente (ver Figura 6) como construtos tecno-culturais (tecnologia, usuários/ usos e conteúdo) e estruturas socioeconômicas (status de propriedade, governança e modelos de negócio) (VAN DIJCK, 2013).

Figura 6 – Modelo de Van Dijck para análise de plataformas digitais



Fonte: Van Dijck (2013, p. 28)

Iniciando pelos construtos tecno-culturais, a tecnologia é compreendida a partir das características tecnológicas que compõem a plataforma analisada, como os *dados* e *metadados* armazenados e manipulados por *algoritmos*, apresentados através de *interfaces gráficas* que possuem *comportamentos padrão* impostos pela empresa através de *protocolos* que regularizam as ações dos usuários. No caso do Facebook, um recurso tecnológico complexo que pode representar mais de um desses aspectos tecnológicos é o *Feed* de Notícias, onde circulam dados (as publicações em forma de texto, imagens, vídeos, por exemplo) e metadados (*tags* em imagens etc.) que são apresentados na interface gráfica de forma ordenada pelos algoritmos. Resumidamente, tecnologia se refere à maneira como uma plataforma fornece *software* e, algumas vezes *hardware*, e serviços que auxiliam na codificação de atividades sociais em uma arquitetura computacional, moldando a performance dos atos sociais e não atuando apenas como facilitadoras (VAN DIJCK, 2013).

Em relação a usuários/ usos, a autora refere-se ao engajamento do usuário com a plataforma e suas características tecnológicas, considerando tanto as formas de uso explícitas quanto as implícitas; considerando que os usuários podem ser, ao

mesmo tempo, consumidores e produtores de conteúdo; e fazendo uma distinção entre o uso pretendido e a apropriação que realmente acontece nesse ambiente (VAN DIJCK, 2013).

O último aspecto tecno-cultural analisado no modelo é o conteúdo, que diz respeito aos objetos (texto, fotografias e vídeos, por exemplo) que são produzidos na plataforma e que nela circulam de acordo com suas condições tecnológicas. Uma característica destacada pela autora nessa sessão é que o conteúdo cultural, independente do formato apresentado, gera opiniões sobre os gostos ou interesses de usuários e, embora gostos e desejos comuns possam ser utilizados para descobrir laços e afiliações de grupo, eles também fornecem informações preciosas sobre tendências sociais e preferências do consumidor. As plataformas também preferem padronizar o conteúdo, o que pode facilitar tanto para os usuários no momento de buscá-lo, quanto para o direcionamento algorítmico - que funciona melhor com conteúdo padronizado (VAN DIJCK, 2013).

A outra metade dos aspectos analisados nesse modelo compõe a estrutura socioeconômica. Propriedade, o primeiro elemento analisado nessa categoria, refere-se ao funcionamento das plataformas como um sistema de produção: embora várias plataformas de mídia social tenham iniciado como organizações sem fins lucrativos, de propriedade coletiva e centradas no usuário, com o tempo e o crescimento se construíram como empresas centradas no proprietário que visam o lucro (VAN DIJCK, 2013). Ainda sobre a propriedade, Van Dijck (2013) destaca como as plataformas maiores – sobretudo as *Big Five* – buscam constantemente maior controle sobre as informações a partir da compra de outras, menores, apropriando-se de suas tecnologias e também através de parcerias entre elas mesmas, compartilhando dados sobre seus usuários.

A governança está relacionada às formas de governança adotadas pelas plataformas, geralmente através de Termos de Serviço (TS) que estabelecem as normas de uso, privacidade, propriedade e outras regulamentações que definem a relação contratual entre plataforma e usuário. O controle sobre o TS está principalmente nas mãos dos proprietários, que podem ajustar as condições a qualquer momento sem o consentimento prévio dos usuários. Destaca-se que os TS também regem o uso de metadados por provedores de serviços e terceiros e a maioria deles inclui cláusulas sobre o direito do proprietário da plataforma sobre o uso ou venda dos dados e metadados fornecidos pelos usuários (VAN DIJCK,

2013). D'Andrea (2020) destaca a moderação de conteúdo como forma de governança das plataformas, redefinindo-a como “um conjunto heterogêneo de mecanismos e práticas de ordem técnica, política, jurídica e comercial que regulam seu funcionamento” (D'ANDREA, 2020, p.34).

Por fim, os modelos de negócio estão ligados às questões estratégicas da empresa em relação aos seus objetivos, entrega de valor e monetização. Alguns modelos comuns entre as plataformas são o *freemium*, onde todos os usuários possuem acesso a todo o conteúdo de maneira gratuita, porém usuários pagantes não visualizam anúncios; e o modelo de assinatura onde conteúdo limitado é disponibilizado gratuitamente para os usuários, que precisam pagar para acesso ilimitado. Em sua maioria, os modelos de “acesso grátis” são sustentados por anúncios que, a partir da lógica de propaganda em massa criada pelas mídias tradicionais, foram modificados para serem direcionados à públicos específicos e, mais tarde, surgem os sistemas de recomendação. À medida que as plataformas de mídia social evoluem, os modelos de negócios são alterados para testar sua força evolutiva. As plataformas testam modelos diferentes enquanto também experimentam a quantidade de invasão que os usuários do ciberespaço ainda consideram aceitável (VAN DIJCK, 2013). O conjunto das características apresentadas nesse modelo explicita o papel de plataformas – sobretudo as *Big Five*, como o Facebook – como mediadoras que moldam a performance dos atos sociais.

3.2 O FACEBOOK

Em fevereiro de 2004, estudantes da Universidade de Harvard criaram uma plataforma chamada *Thefacebook* (Figura 7) (KLEINA, 2019). Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Chris Hughes e Eduardo Saverin fundaram o site idealizado a partir de uma atividade que já acontecia no campus: em folhas de papel distribuídas para os calouros eram descritos perfis de alunos e funcionários (KLEINA, 2019; PHILLIPS, 2019). Na plataforma, até então limitada a alunos de Harvard, era possível criar um perfil com foto, algumas informações pessoais, buscar perfis de outros alunos e adicionar amigos à rede (KLEINA, 2019).

Figura 7 - Thefacebook



Fonte: Kleina (2019)

Em um período de 24 horas, 1.200 estudantes já haviam criado seus perfis no *Thefacebook* e, em um mês, esse número já ultrapassava a metade dos alunos de graduação da universidade (PHILLIPS, 2019). A rede foi estendida a outras universidades e cresceu tão rapidamente que em 2005 já alcançava instituições de ensino de fora dos EUA, quando mudou o nome para Facebook (PHILLIPS, 2019). Em 2006 deixou de ser de uso exclusivo de universitários e passou a permitir cadastros com qualquer endereço de e-mail válido, atingindo a marca de 30 milhões de usuários no ano seguinte (KLEINA, 2019).

Em 2010, Zuckerberg deu uma entrevista²⁹ à revista americana *Time* afirmando que a missão do Facebook era “construir uma rede onde o padrão é social”, adotando o termo “compartilhar” como a palavra-chave para disseminar essa ideia. Van Dijck (2013, p. 45), relata que essa fala foi assumida por outros executivos da empresa, tornando-se uma espécie de “mantra” repetido por eles com a intenção de afirmar que o Facebook não visava ser apenas uma empresa, mas seguir os interesses da sociedade (VAN DIJCK, 2013). Apesar dos valores ditos defendidos na fala da empresa, o que se vê na realidade é que, ao implementar

²⁹ Disponível em: <http://content.time.com/time/business/article/0,8599,1983721,00.html>. Acesso em: junho 2019.

seus algoritmos e suas estratégias de interface, o Facebook “definiu como a interação social online deve ser conduzida e seus usuários responderam a essa direção com uma mistura de conformidade e resistência” (VAN DIJCK, 2013). Pela expressividade da plataforma, suas práticas acabaram por influenciar substancialmente as normas sociais e culturais que reforçam valores legais, como afirma Van Dijck (2013):

Because of its leading position in the SNS [Social Newtork Sites] segment, the platform's practices substantially influenced the social and cultural norms that bolster legal values such as privacy and control over data (VAN DIJCK, 2013, p. 46).

Analisando a plataforma através dos aspectos tecno-culturais e socioeconômicos, Van Dijck (2013) demonstra a evolução do termo “compartilhamento” ao longo do tempo. Por tratar-se de um termo ambíguo, pode referir-se à distribuição de informações pessoais entre os usuários da plataforma, mas também implica a divulgação dessas informações pessoais a terceiros (VAN DIJCK, 2013). Além disso, através das conexões possíveis com outros usuários da plataforma e as interações “likes”, os termos “amizade” e “gosto” foram imputados com significados tecno-culturais e socioeconômicos específicos. Os usuários contestaram as noções expandidas de privacidade e controle de informações do Facebook ao longo dos anos, resistindo a mudanças nos níveis de tecnologia e governança, além de protestar contra novos modelos de negócios, como a inserção de histórias de “amigos” promovidos nos seus *Feeds* de Notícias (VAN DIJCK, 2013).

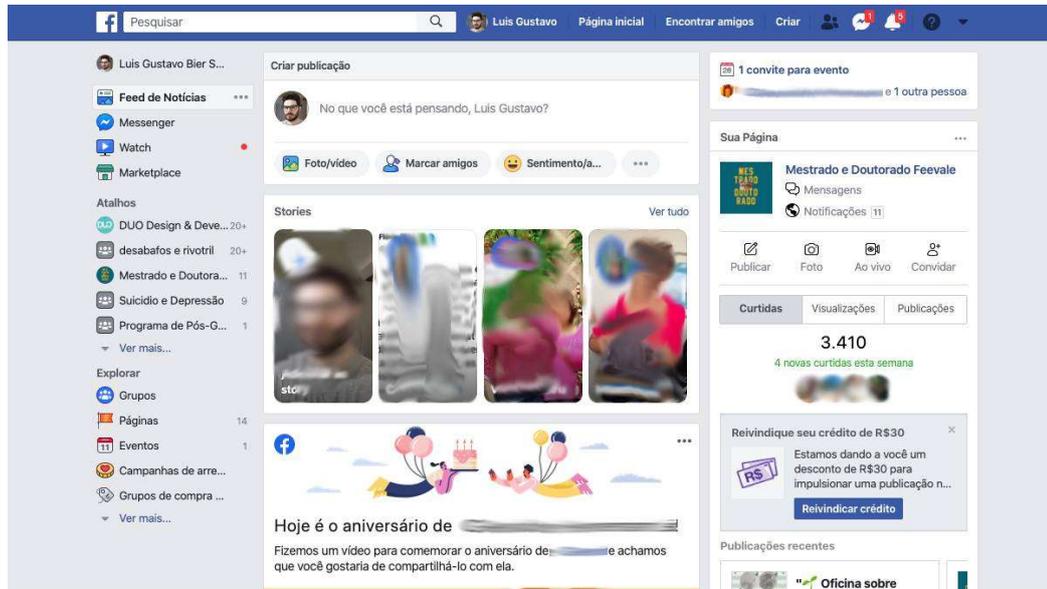
Jurno e D'Andréa (2017) definem o Feed de Notícias como:

[...] uma composição textual dinâmica, um conjunto de diversas interações e ressignificações textuais que nos é exibido sob a forma de fragmentos quando acessamos nosso perfil pessoal no Facebook. Trata-se da reunião de posts, status, fotos, vídeos, imagens e outros extratos textuais que conformam textos e sentidos a partir das nossas próprias experiências. O [*Feed* de Notícias] FN não existe antes do acesso, ele se materializa quando abrimos o Facebook, e jamais se repete por estar em constante transformação (JURNÓ e D'ANDRÉA, 2017).

Quem molda o conteúdo disponível para cada usuário em seu *Feed* de Notícias (Figura 8) são os algoritmos da plataforma que, criados com a promessa de

entregar um conteúdo “mais relevante” para os usuários, consideram uma série de ações proferidas por eles para determinar o que é ou não considerado relevante para cada um (JURNO e D’ANDRÉA, 2017).

Figura 8 - Feed de Notícias do Facebook



Fonte: Facebook

3.2.1 Sociabilidade Programada

Com quase 2,5 bilhões de usuários ativos por mês³⁰, o Facebook se tornou uma das maiores plataformas de mídia social e já faz parte da vida cotidiana de muitos deles, onde conexões se iniciam e se mantêm. Com toda esta habitualidade os usuários acabam por não refletir sobre o envolvimento da plataforma nos relacionamentos interpessoais, visto que todas as ações realizadas por eles na plataforma, desde a criação do perfil, implicam uma relação direta com os algoritmos. Por isso, é importante que se compreenda que este tipo de plataforma tem a capacidade de ativar relacionamentos, mas também é preciso atentar para como, quando, por quem, com que finalidade e quais os mecanismos o fazem (BUCHER, 2018).

³⁰ Disponível em: <https://br.newsroom.fb.com/company-info/>. Acesso em novembro 2019.

Após a criação da conta no Facebook, o usuário é direcionado para o preenchimento do modelo de perfil pessoal, onde a identidade precisa ser definida a partir de um conjunto fixo de padrões que atendam às necessidades da lógica algorítmica da plataforma – do contrário, com dados incompatíveis entre diferentes usuários, as conexões não fariam sentido (BUCHER, 2018). Os algoritmos precisam que os dados sejam preparados para que eles possam processá-los, e a categorização é uma importante intervenção semântica e política neste processo, pois define como as coisas são e como elas devem ser (GILLESPIE, 2018a). Segundo Bucher (2018, p. 5), “o modelo fornecido pelo Facebook ao fazer *login* constitui apenas uma das muitas formas de categorização que ajudam a preparar os algoritmos de dados” e “a política de categorização é mais pertinente em questões relativas à inclusão e exclusão”, visível quando o Facebook utiliza de algoritmos e agentes humanos na seleção do que deve ser visto ou não e, em alguns casos, demonstra suas políticas de censura, mas demonstra principalmente a subjetivação nas operações algorítmicas e na arquitetura do banco de dados da plataforma (BUCHER, 2018).

As amizades são organizadas de forma programática na plataforma com o intuito de fazer com que os usuários permaneçam mais tempo conectados e interagindo e, para isso, simulam e aumentam a noção de que eles possuem uma história compartilhada entre os amigos; fornecem diversas ferramentas e técnicas de suporte à memória; auxiliam a encontrar amigos do passado através de sugestões; disparam notificações sobre aniversários de amigos; destacam postagens de amigos com os quais não houve interação durante um longo período de tempo. Esse tipo de ação faz com que os usuários sejam lembrados constantemente do seu comprometimento com os amigos, do seu papel social, e se sintam investidos em seus relacionamentos (BUCHER, 2018).

[...] o software, pode-se afirmar, funciona como uma força sugestiva que encoraja os usuários a se conectarem e se envolverem com as pessoas de maneiras que são proporcionadas pela plataforma e que a beneficiam. Do ponto de vista da economia política crítica, a sociabilidade e a conectividade são recursos que alimentam o desenvolvimento de novos modelos de negócios. Plataformas não ativam impulsos relacionais em um esforço para serem agradáveis. Por fim, alguém se beneficia financeiramente das atividades online dos usuários (BUCHER, 2018, pág. 6, tradução minha).

Usuários conectados visualizam anúncios, o Facebook ganha com anúncios personalizados na plataforma e este é um dos motivos pelos quais os algoritmos são programados em direção à sociabilidade, para que eles permaneçam mais tempo ativamente engajados, retroalimentando também estes algoritmos com mais dados para a personalização de anúncios.

O Facebook dirige as conexões de forma que muitas vezes se torna difícil reconhecer, criando momentos que fazem com que os usuários pensem que são incidentais, mas, conforme Bucher (2018, p. 7) “o algoritmo do *Feed* de Notícias desempenha um papel poderoso na produção das condições para o inteligível e o sensível, operando para tornar certos usuários mais visíveis às custas de outros” exibindo no *Feed* de Notícias uma visualização editada do que os amigos estão fazendo, em uma ordem de importância definida por ele (BUCHER, 2018). Ainda, D’Andrea (2020) aponta para a limitação do serviço de busca interna do Facebook que, ao não facilitar a recuperação de informação deixa clara a sociabilidade programada, dando ênfase ao *Feed* de Notícias.

Portanto, conforme Bucher (2018, p. 7), entende-se a Sociabilidade Programada como “a noção de que formações e conexões sociais são condicionadas por algoritmos e governadas pelas configurações sociotécnicas e político-econômicas de plataformas de mídia específicas”, mas é importante observar que ela não é realizada apenas em função das tecnologias e suas propriedades, mas sim do código, das pessoas e do contexto – do contrário, caminha-se no sentido de um determinismo tecnológico (BUCHER, 2018).

3.2.2 Os Grupos

O Facebook possui uma funcionalidade que é a criação de/participação em grupos relacionados a temas específicos. Essa funcionalidade cresceu ao longo do tempo e, em 2014, a empresa chegou a lançar um aplicativo específico para gerenciamento dos grupos, que foi descontinuado em 2017³¹. Atualmente, as postagens em grupos compõem também o *Feed* de Notícias dos usuários (Figura 9)

³¹ Disponível em <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/120626-aplicativo-facebook-groups-encerrado-mes.htm>. Acesso em novembro 2019.

que participam deles, ou seja, também são informações consideradas pelos algoritmos que selecionam quais informações são consideradas mais relevantes para eles (MOSSERI, 2018).

Figura 9 - Postagem em grupo aparente no Feed de Notícias do Facebook



Fonte: Facebook

Essas postagens não só aparecem no *Feed* de Notícias, como sua frequência aumentou consideravelmente desde o anúncio³² da alteração dos algoritmos, em janeiro de 2018, com o intuito de “aproximar as pessoas”. Essa ação também significou a diminuição de conteúdos de Páginas, vídeos e conteúdo de empresas e, ao mesmo tempo, aumentou a visibilidade do conteúdo dos Grupos (MOSSERI, 2018).

Qualquer usuário da plataforma pode criar um grupo, adicionar pessoas e definir seu nível de privacidade, ou seja, se será Público ou Privado, e a visibilidade: se será Visível ou Ocultado (Figura 10). Detalhadamente, um grupo Público permite

³² O anúncio foi feito na página oficial Facebook Newsroom e postado na plataforma por Mark Zuckerberg. Disponível em: <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/news-feed-fyi-bringing-people-closer-together/>. Acesso em novembro 2019.

que qualquer usuário acesse as informações contidas nele, como quem participa do grupo ou o conteúdo publicado. Um grupo Privado apenas permite que membros tenham acesso ao conteúdo publicado e usuários que dele participam. Um grupo Visível possibilita que qualquer usuário da plataforma o encontre através de pesquisa ou recomendação algorítmica, já o grupo Ocultado não é possível de ser encontrado por usuários que não sejam participantes dele.

Figura 10 - Configuração para criação de grupo no Facebook

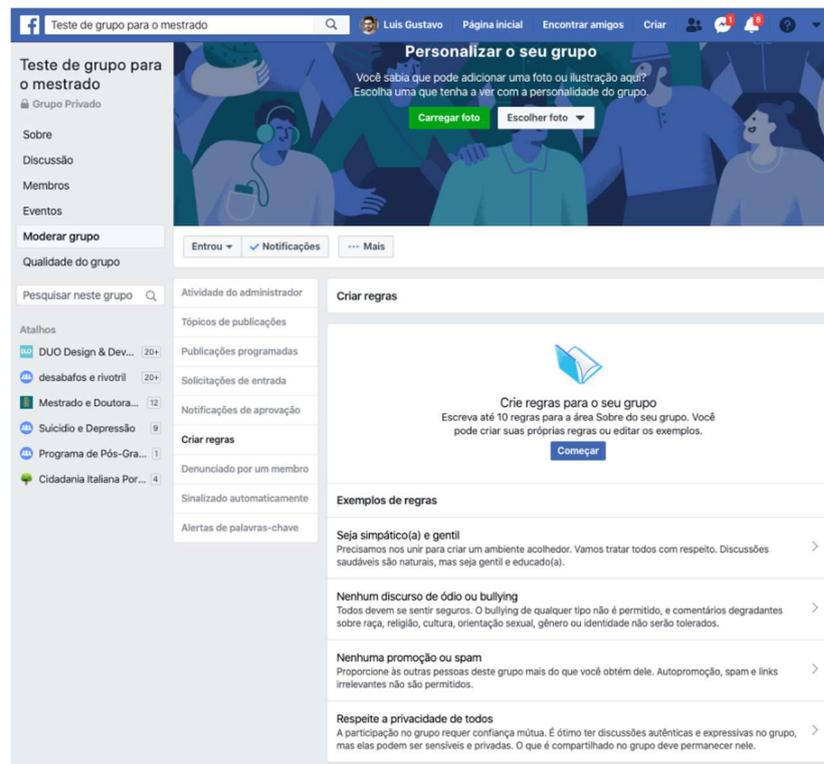
A imagem mostra a interface de criação de grupo no Facebook, dividida em duas partes principais:

- Formulário de Criação (à esquerda):**
 - Título: "Criar novo grupo".
 - Descrição: "Os grupos são ótimos para fazer coisas e manter contato apenas com as pessoas que você quer. Compartilhe fotos e vídeos, tenha conversas, faça planos e muito mais."
 - Campos para "Dê um nome ao seu grupo" e "Adicione algumas pessoas" (com campo de digitação).
 - Seção "Selecione o nível de privacidade" com opções:
 - Privado** (ícone de cadeado): "Somente membros podem ver quem está no grupo e o que é publicado nele."
 - Visível** (ícone de olho): "Qualquer pessoa pode encontrar este grupo."
 - Seção "Ocultar grupo" com opção:
 - Ocultado** (ícone de olho com X): "Somente membros podem encontrar este grupo."
 - Botão "Criar" e opção "Fixar nos atalhos".
- Detalhes de Privacidade (à direita):**
 - Título: "Selecione o nível de privacidade".
 - Opções de privacidade:
 - Privado** (ícone de cadeado): "Somente membros podem ver quem está no grupo e o que é publicado nele."
 - Público** (ícone de globo): "Qualquer pessoa pode ver quem está no grupo e o que é publicado nele."
 - Privado** (ícone de cadeado): "Somente membros podem ver quem está no grupo e o que é publicado nele."
 - Seção "Ocultar grupo":
 - Visível** (ícone de olho): "Qualquer pessoa pode encontrar este grupo."
 - Visível** (ícone de olho com checkmark): "Qualquer pessoa pode encontrar este grupo."
 - Ocultado** (ícone de olho com X): "Somente membros podem encontrar este grupo."

Fonte: Facebook

Os grupos Privados também permitem que usuários com o papel de administrador criem regras para moderação do conteúdo e tenham acesso a uma série de funcionalidades relacionadas ao gerenciamento do grupo (Figura 11).

Figura 11 - Página de criação e gerenciamento de regras de um grupo



Fonte: Facebook

Existem dois papéis possíveis para pessoas que gerenciam grupos no Facebook: administrador ou moderador. Cada um desses papéis pode exercer funções específicas (Quadro 2) no gerenciamento de um grupo, sendo o administrador o papel que acumula mais permissões e determina que serão os moderadores.

Quadro 2 - Funções no gerenciamento de grupos

	Administrador	Moderador
Tornar outro membro um administrador ou moderador	✓	
Remover um administrador ou moderador	✓	
Gerenciar as configurações do grupo (por exemplo, alterar o nome, a foto da capa ou as configurações de privacidade do grupo)	✓	
Aprovar ou negar solicitações de entrada	✓	✓
Aprovar ou negar publicações no grupo	✓	✓
Remover publicações e comentários em publicações	✓	✓

Remover e bloquear pessoas do grupo	✓	✓
Fixar ou desafixar uma publicação	✓	✓

Fonte: Facebook – Help Center³³

No caso dos grupos Públicos, a função de “Aprovar ou negar solicitações de entrada” também existe, mas qualquer usuário que já é membro tem poder executá-la.

Em uma pesquisa prévia realizada pelo autor na plataforma, foram encontrados diversos grupos públicos e privados relacionados aos temas de depressão e suicídio. Em alguns destes grupos privados, é necessário responder a um questionário e aguardar a análise dos administradores para receber o acesso. Como é possível observar na Figura 8, o autor já participava de alguns grupos relacionados ao tema a fim de realizar uma observação prévia do tipo de conteúdo que é possível encontrar nestes espaços, bem como visualizar as interações que neles ocorrem, sem interagir.

3.3 ALGORITMOS DE RELEVÂNCIA PÚBLICA (ARP)

Este tipo de algoritmo é aquele cuja função é determinar a relevância das informações entregues aos usuários de plataformas de mídia social, em resultados de mecanismos de busca na web e em sistemas de recomendação (GILLESPIE, 2018a). Algoritmos como o de *Trending Topics* (TT) do Twitter, o qual promete entregar aos usuários de uma determinada localidade geográfica os assuntos que são “tendência” no momento, utilizam diversos parâmetros pré-determinados pela plataforma — não somente a quantidade de *tweets* sobre o mesmo tema, mas também se o assunto já esteve nos TT anteriormente, se o volume identificado realmente se trata de novas postagens, ou são apenas *retweets*, e vários outros — para definir a relevância desses temas para o público o qual eles se destinam. Esses parâmetros, além de serem desconhecidos pelos usuários que recebem esses conteúdos, mudam com grande frequência, criando uma discrepância entre o que os

³³ Disponível em: <https://www.facebook.com/help/901690736606156>

usuários esperam receber, ou mesmo creem estarem recebendo, e o que de fato os algoritmos entregam (GILLESPIE, 2011).

O que Gillespie (2018a) ressaltou como mais importante ao definir os ARP, é o fato de que eles estão “produzindo e certificando conhecimento” (GILLESPIE, 2018a). Isto é, os ARP definem, através de uma lógica própria, o que deve ser considerado relevante ao gerar conhecimento sobre determinado assunto, e as pessoas recorrem a eles para buscar esse conhecimento da mesma maneira que o fazem com especialistas (GILLESPIE, 2018a). A partir disto, Gillespie (2018a) sinaliza que os ARP podem apresentar ramificações políticas ao serem inseridos nas práticas de conhecimento humano (GILLESPIE, 2018a).

Primeiramente, os padrões de inclusão e exclusão de dados que serão utilizados posteriormente pelos ARP devem ser considerados em uma análise crítica destes agentes (GILLESPIE, 2018a). Este procedimento é realizado, pois os algoritmos são projetados para trabalharem com dados previamente categorizados e, quando um dado não se enquadra em nenhuma das categorias pré-determinadas pelo seu criador, este é excluído com a finalidade de não interferir no resultado esperado. Então, a categorização — mais precisamente a escolha das categorias — e a decisão do que vai ser excluído e incluído possuem considerável valor político (GILLESPIE, 2018a). O segundo aspecto a ser considerado está relacionado à incessante tentativa das plataformas em antecipar para os usuários os conteúdos que eles “vão querer acessar” no futuro, buscando entender ao máximo os usuários e prevendo-os (GILLESPIE, 2018a). Para isso, coletam um grande volume de dados sobre cada usuário, como localização, dados pessoais, *likes*, cada prática realizada dentro dessas plataformas gera informações que são utilizadas pelos ARP. As questões políticas desse aspecto são a privacidade das pessoas que estão utilizando dessas plataformas, que passam a ter seus dados pessoais comercializados para outras empresas sem mesmo tomar conhecimento sobre isso, e o fato de que “os hábitos de percepção ou interpretação de alguns usuários são tomados como modelo universal, hábitos contemporâneos são imaginados como atemporais, objetivos computacionais particulares são tratados como auto evidentes.” (GILLESPIE, 2018a).

Cada algoritmo tem como premissa tanto um pressuposto sobre a análise adequada de relevância, quanto em uma representação desse pressuposto em uma técnica de avaliação (computacional). Podem existir premissas implícitas

incorporadas na ideia de relevância de um site, podem existir atalhos incorporados em sua representação técnica dessa ideia, e podem existir fricções entre elas duas (GILLESPIE, 2018a, p. 106).

A avaliação dos ARP para determinar o que é o ou não relevante para os usuários faz parte de um cálculo complexo que implica uma quantidade não conhecida de parâmetros e intervenções das redes sociotécnicas por trás deles, parâmetros e intervenções que também são desconhecidos pelos usuários (GILLESPIE, 2018a). Ademais, o termo “relevância” nesse contexto depende da interpretação de cada plataforma, já que seus significados podem ser variados, fazendo com que a criação dos parâmetros consista apenas da subjetividade de seus criadores (GILLESPIE, 2018a). Esse tipo de interpretação dúbia de termos pelas plataformas digitais já foi sinalizada por Van Dijck (2013), quando demonstrou a evolução do termo “compartilhamento” no Facebook ao longo do tempo. Além disso, através das conexões possíveis com outros usuários da plataforma e as interações “likes”, os termos “amizade” e “gosto” foram imputados com significados tecno-culturais e socioeconômicos específicos (VAN DIJCK, 2013). À relevância também estão implicados aspectos culturais e econômicos quando as plataformas digitais inserem objetivos comerciais nestes algoritmos, incluindo anúncios pagos, por exemplo, entre os resultados considerados mais relevantes para um usuário no *Feed* de Notícias do Facebook (GILLESPIE, 2018a). Apesar de todos estes fatos que comprovam o contrário, as plataformas mantêm um discurso que afirma que seus algoritmos são imparciais e objetivos, fundado em descrições vagas e amplas que não explicitam que seus parâmetros foram pré-programados por pessoas (GILLESPIE, 2018a; JURNO e DALBEN, 2018). O fato é que esses algoritmos são moldados por seus criadores e mantenedores, mas também são definidos pelas suas próprias ações a partir das informações que processam e do que seus usuários fazem deles no seu uso cotidiano (GILLESPIE, 2018a). Porém, as plataformas continuam sendo as únicas responsáveis por criá-los e mantê-los, obtendo assim todo o poder sobre eles e, principalmente, sobre o entendimento que os usuários possuem acerca deles, possibilitando a manutenção de uma incerteza sobre seus critérios (GILLESPIE, 2018a).

Por fim, as plataformas criam o que Gillespie (2018a) chama de “públicos calculados”, que são uma espécie de apresentação algorítmica, ou categorização, do público em certos grupos, moldando a própria percepção de si desse público

dentro das plataformas (GILLESPIE, 2018a). Esse tipo de categorização tem como base preferências e previsões algorítmicas estabelecidas por interações prévias nesses ambientes. Os problemas dessa criação seriam a extrapolação, ou seja, a generalização de algum fato para diante de uma população inteira com base em uma parcela desta, visto que o ARP só tem acesso aos dados dos usuários daquela plataforma a qual ele pertence e, mais importante, as intenções pelas quais as plataformas criam essas representações e se elas passam a se tornar legítimas por seus usuários ou pelas autoridades (GILLESPIE, 2018a).

Este capítulo apresentou os principais aspectos referentes aos estudos de plataforma e uma breve contextualização acerca da plataforma digital Facebook, formando a base teórica para a análise da configuração do comportamento suicida na plataforma, que será realizada a partir do delineamento metodológico descrito a seguir.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os capítulos iniciais deste estudo evidenciaram a intenção de realizar-se uma análise crítica dos aspectos da plataforma Facebook que podem contribuir para a socialização em torno do tema suicídio, bem como a apropriação dos artefatos tecnológicos disponibilizados em seu ambiente pelos usuários que apresentam o comportamento suicida nesse cenário. Em busca de atingir os objetivos descritos anteriormente, o método desta pesquisa de natureza qualitativa (PRODANOV e FREITAS, 2013) foi composto pela Análise de Conteúdo a partir de Bardin (2011), em conjunto com uma observação de inspiração etnográfica, ou Etnografia não participante, conforme Fragoso, Recuero e Amaral, (2011) e com o apoio dos estudos de Hine (2015).

A abordagem qualitativa aplica-se ao estudo dos produtos das ações e interpretações dos seres humanos sobre eles mesmos, o que fazem, pensam e sentem. Ela é capaz de incorporar a questão do significado e da intenção como inerentes aos atos, às relações e às estruturas sociais (CAVALCANTE, CALIXTO e PINHEIRO, 2014).

Esse tipo de abordagem, além de permitir desvelar processos sociais ainda pouco conhecidos, referentes a grupos particulares, propicia a criação de novas abordagens, revisão e criação de novos conceitos e categorias durante a investigação. Desta forma, a pesquisa qualitativa proporciona um modelo de entendimento profundo de ligações entre elementos, direcionado à compreensão da manifestação do objeto de estudo. É caracterizado pela empiria e pela sistematização progressiva do conhecimento até a compreensão lógica interna do grupo ou do processo estudado (CAVALCANTE, CALIXTO e PINHEIRO, 2014, p.14).

Propondo-se buscar como se configura o comportamento suicida na plataforma de mídia social Facebook considerando não só as conexões e interações entre os indivíduos que ocorrem nesse contexto, mas também os aspectos tecno-culturais e socioeconômicos envolvidos nesse processo, a Análise de Conteúdo será componente dos procedimentos metodológicos desta pesquisa pois, ela possui o foco na qualificação das vivências do sujeito, assim como suas percepções sobre um objeto e seus fenômenos. É a partir dela que se realiza a análise descritiva das informações coletadas, através de um modelo esquemático de três etapas que a

compõe: pré-análise, exploração do material e tratamento dos dados obtidos (BARDIN, 2011).

Segundo Bardin (2011, p. 126), a **pré-análise** é "um período de intuições, mas, tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise". Essa etapa possui três finalidades: a escolha dos documentos; formulação das hipóteses e objetivos; e a elaboração de indicadores que servirão de base para a análise. Na etapa de **exploração do material** ocorre a análise em si, onde os dados são operacionalizados por meio de decomposições e codificações definidas a partir de regras definidas previamente. Por fim, é no **tratamento dos dados** que os resultados brutos são tratados, entram em confronto com a teoria, de modo a gerarem significado para a pesquisa (BARDIN, 2011).

Essa abordagem foi aplicada nos dados relacionados ao suicídio coletados previamente do Facebook, são eles: texto, imagens, vídeos, reações etc. em publicações dentro dos grupos analisados, visando identificar como se configura o comportamento suicida neste contexto, a partir da análise de aspectos da plataforma que moldam a socialização em torno do tema.

Em complemento ao método de Análise de Conteúdo, especificamente durante a fase de pré-análise, a Etnografia auxiliou para com a observação dos grupos do Facebook. Para além do método, segundo Angrosino (2009, p.30) a etnografia é "a arte e a ciência de descrever um grupo humano – suas instituições, seus comportamentos interpessoais, suas produções materiais e suas crenças". Por estar inserido na comunidade analisada, o etnógrafo experimenta sentimentos, analisa práticas e negociações simbólicas que auxiliam na identificação de padrões de comportamento social e cultural (FRAGOSO, RECUERO e AMARAL, 2011).

A partir do momento da criação do ciberespaço – onde a internet passa a ser estruturada de forma a criar um novo espaço de convivência humana, não se resumindo a um espaço de comunicação mediada por computador, apenas – a etnografia passa a se encaixar perfeitamente como método para o seu estudo. Não apenas pela reprodução dos grupos sociais da vida física no meio digital, mas pela criação de novas maneiras de reproduzir-se conteúdo, novas culturas são criadas, como afirma Castells (2012):

Nossos meios de comunicação são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo da nossa cultura. Como a cultura é mediada e

determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos, são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico, e o serão ainda mais com o passar do tempo (CASTELLS, 2012, p.414).

Hine (2015) ajuda a compreender esse novo sistema tecnológico da inserção da internet no dia a dia da sociedade contemporânea e auxilia na justificativa do emprego da etnografia neste estudo através do seu conceito dos 3E's (*Embedded, Embodied and Everyday Internet*): *Embedded Internet* (Internet Incorporada): é o conceito de que a internet está incorporada nos dispositivos utilizados no cotidiano, define-se pela Internet das Coisas (*IoT*³⁴); *Embodied Internet* (Internet Corporificada): Significa que as ações do indivíduo conectado à internet são parte da sua identidade e compõem sua história, não havendo distinção entre elas no mundo virtual e físico; *Everyday Internet* (Internet Cotidiana): não existe mais distinção entre o real e o virtual / online e off-line, a internet está presente nas atividades cotidianas (HINE, 2015). As plataformas de mídia social são, nesse contexto, espaços importantes de sociabilidade e de relações interpessoais. São comunidades online que abrangem interesses sociais e culturais dos indivíduos e, conectando-os através do ciberespaço na atual ubiquidade, permitem e propiciam sentimentos diversos entre seus participantes, comportamentos de revelação, honestidade, apoio recíproco, confiança, expressões de afiliação e de sociabilidade (ZANINI, 2016).

É importante ressaltar que, na observação realizada neste estudo com auxílio da etnografia, o observador é um *lurker*³⁵ que apenas observa as interações no ambiente sem realizar nenhum tipo de intervenção (FRAGOSO, RECUERO e AMARAL, 2011). Optou-se por essa abordagem para que o objeto não seja alterado, visto que possíveis intervenções do pesquisador poderiam influenciar no comportamento dos usuários nos grupos, interferindo nos resultados da pesquisa.

³⁴ *IoT: Internet of Things* (Internet das Coisas), é uma extensão da Internet atual, que proporciona aos objetos do dia-a-dia (quaisquer que sejam), mas com capacidade computacional e de comunicação, se conectarem à Internet. A conexão com a rede mundial de computadores viabilizará, primeiro, controlar remotamente os objetos e, segundo, permitir que os próprios objetos sejam acessados como provedores de serviços. Estas novas habilidades, dos objetos comuns, geram um grande número de oportunidades tanto no âmbito acadêmico quanto no industrial. Todavia, estas possibilidades apresentam riscos e acarretam amplos desafios técnicos e sociais (SANTOS et al., 2016, p. 2).

³⁵ Usuário que entra em listas de discussão, fóruns, comunidades online etc. apenas como observador, sem participação ativa.

Dadas as devidas definições acerca dos procedimentos metodológicos, o próximo subcapítulo trata da aplicação do método em si.

4.1 PRÉ-ANÁLISE

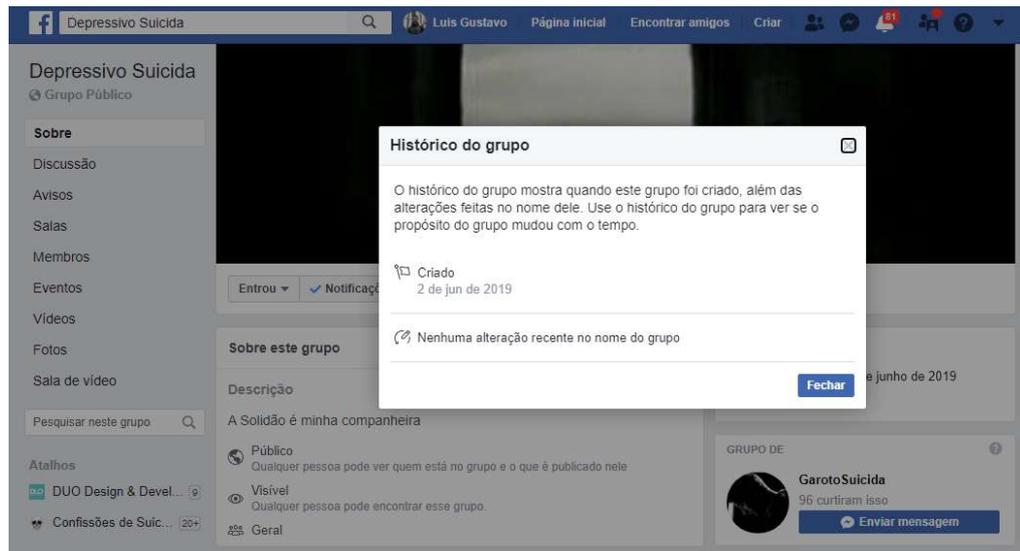
Com base no método de Análise de Conteúdo proposto por Bardin (2011) e detalhado anteriormente, este subcapítulo apresenta os procedimentos realizados ao longo das etapas da fase de pré-análise. Para que fosse possível cumprir a primeira etapa, que consiste na escolha dos documentos, foi necessário delimitar os objetos a serem analisados.

Inicialmente, objetivou-se analisar dois grupos relacionados à área temática em questão, o suicídio, sendo um do tipo Público e outro do tipo Privado. Os critérios para escolha dos grupos foram definidos seguindo esta ordem de importância: tema, quantidade de membros e quantidade de postagens por dia e data de criação. Importante salientar-se que a participação no grupo privado depende da aceitação dos seus administradores. A seleção destes grupos foi realizada de forma empírica a partir da ferramenta de busca da plataforma Facebook, utilizando o perfil pessoal do autor e as palavras-chave “suicídio”, “suicida” e “suicidas”. Optou-se pelo uso deste perfil para que fosse possível observar a ação dos algoritmos do *Feed* de Notícias em relação às postagens realizadas em diversos grupos relacionados ao tema do suicídio em conjunto com o restante do conteúdo já consumido pelo perfil na plataforma, visto que, a criação de um novo perfil para o estudo poderia enviesar os resultados algorítmicos desta última análise. Após a realização das buscas foram aplicados os critérios de escolha citados acima.

O grupo Público selecionado é intitulado “Depressivo Suicida”³⁶. Este grupo foi criado em 2 de junho de 2019 e possuía 28787 membros no dia 25 de março de 2020, quando foi selecionado para a pesquisa possuía uma média de 53 publicações diárias (Figura 12). Sua configuração de visibilidade é “Visível”, ou seja, qualquer usuário do Facebook pode encontrá-lo em uma pesquisa na plataforma.

³⁶ Disponível em <https://www.facebook.com/groups/331367694208765>. Acesso em 25 março 2020.

Figura 12 - Grupo Público selecionado para a pesquisa



Fonte: Facebook

O grupo Privado escolhido é intitulado “Confissões de Suicidas †”³⁷. Foi criado em 6 de março de 2015 e no dia da pesquisa contava com 21389 membros e uma média de 117 publicações diárias (Figura 13). Sua configuração de visibilidade é “Visível”.

Figura 13 - Grupo Privado selecionado para a pesquisa



Fonte: Facebook

³⁷ Disponível em <https://www.facebook.com/groups/811135632268712>. Acesso em 25 março 2020.

Os dois grupos da plataforma Facebook citados compõem então o objeto deste estudo.

4.1.1 Coleta de dados

Para a constituição do corpus da pesquisa, Bardin (2011) sugere que ao menos uma das regras descritas a seguir sejam seguidas, sendo possível combiná-las. A Exaustividade, a qual define que "não se pode deixar de fora qualquer um dos elementos por esta ou aquela razão" (BARDIN, 2011, p.126); A Representatividade, que determina que a amostra deve representar o universo analisado. A Homogeneidade, na qual a escolha dos documentos deve seguir critérios precisos e não apresentar muita singularidade; e, por fim, a Pertinência, que define que os documentos escolhidos devem "ser adequados enquanto fonte de informação, de modo a corresponderem ao objetivo que suscita a análise". (BARDIN, 2011, p.128).

Para este estudo foram consideradas as regras de representatividade, homogeneidade e pertinência, visto que a exaustividade não foi possível de ser aplicada devido à dificuldade de coleta automatizada de dados, que não permite a utilização de *web crawlers*³⁸, *web scrappers*³⁹ ou qualquer outro tipo de automatização. O Facebook informa aos desenvolvedores já nas primeiras linhas do arquivo *robots.txt* que o procedimento é proibido, com exceção de casos pontualmente autorizados por escrito (Figura 14), onde também há um link de acesso aos Termos de Coleta Automatizada de Dados⁴⁰ definidos pela empresa e revisados pela última vez em abril de 2010.

Figura 14 - Arquivo robots.txt do Facebook

```
# Notice: Collection of data on Facebook through automated means is
# prohibited unless you have express written permission from Facebook
# and may only be conducted for the limited purpose contained in said
# permission.
# See: http://www.facebook.com/apps/site_scraping_tos_terms.php
```

Fonte: Facebook.

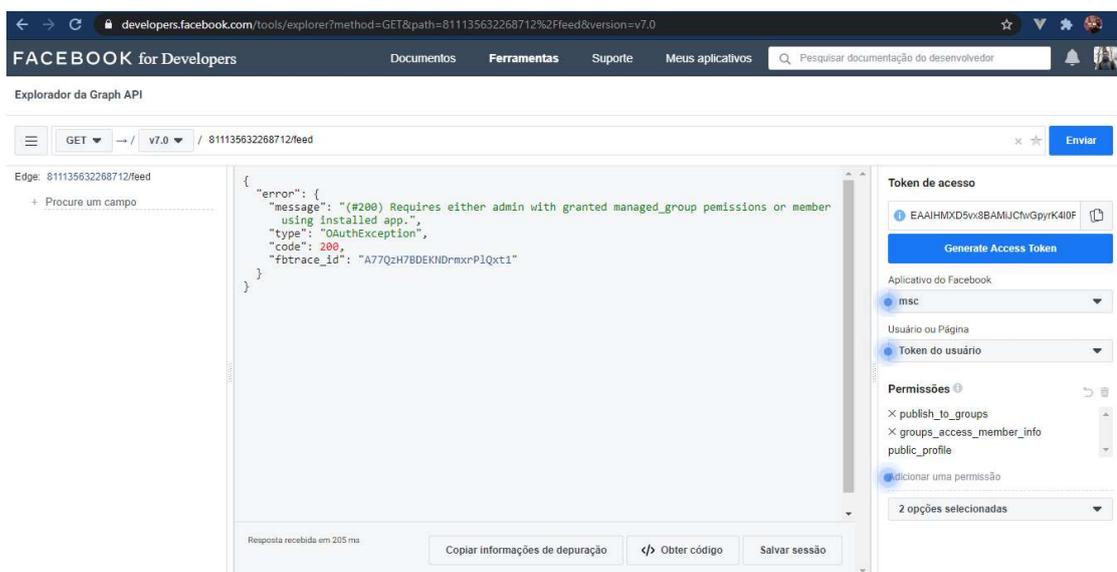
³⁸ *Software* desenvolvido com a finalidade de acessar *links* de um *website* sistemicamente e realizar *download* das páginas acessadas.

³⁹ *Software* desenvolvido com a finalidade de extrair informações de uma página específica da web.

⁴⁰ Disponível em: https://www.facebook.com/apps/site_scraping_tos_terms.php. Acesso em: junho de 2019.

Dado tal impedimento, visto que a violação dos referidos termos é passível de ação judicial, a próxima alternativa seria a tentativa de utilizar a API do próprio Facebook para coleta das postagens relacionadas em maior escala. Para ter acesso à API do Facebook⁴¹ é necessário criar uma conta de desenvolvedor e adicionar uma nova aplicação vinculada à plataforma. Foi utilizada a conta pessoal do autor, a qual já havia vínculo com o Facebook no papel de desenvolvedor, e então criado o aplicativo “msc”. Com o devido acesso à Graph API, foram disponibilizadas as permissões para a aplicação criada anteriormente, gerado o *token* de acesso e realizada a primeira consulta em um dos grupos a serem acompanhados na pesquisa. Mais uma vez o retorno foi negativo, pois o acesso aos dados estava condicionado ao papel de administrador do grupo ou à adição da aplicação criada ao respectivo grupo (Figura 15).

Figura 15 - Tentativa de coleta de dados pela Graph API



Fonte: Facebook.

Não foi preciso aprofundar muito a pesquisa sobre os motivos que levaram o Facebook a restringir o acesso a esses dados para descobrir que havia relação com os escândalos já conhecidos envolvendo a plataforma desde 2016. Nos primeiros

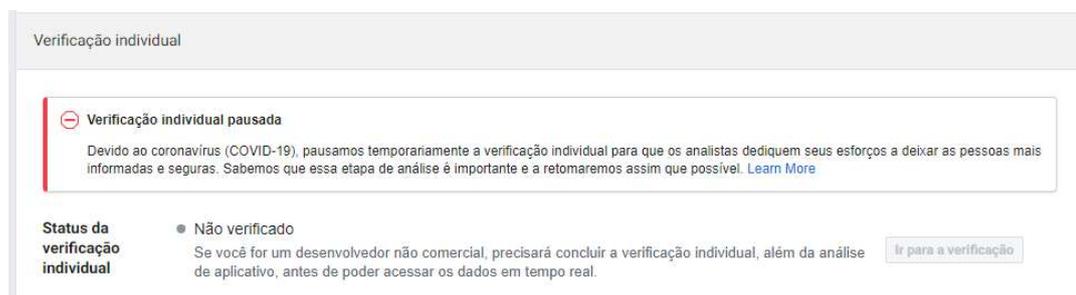
⁴¹ Disponível em <https://developers.facebook.com/docs/graph-api/explorer/>

dias de abril de 2018, ainda em meio às publicações de matérias⁴² ⁴³ de grandes veículos de mídia revelando o uso abusivo de dados de usuários do Facebook pela empresa Cambridge Analytica, Mike Schroepfer, CTO do Facebook, anunciou na página oficial da plataforma uma série de medidas restritivas ao acesso aos dados da sua API. Essas restrições incluíram a API de grupos, conforme trecho descrito na matéria:

Groups API: Currently apps need the permission of a group admin or member to access group content for closed groups, and the permission of an admin for secret groups. These apps help admins do things like easily post and respond to content in their groups. However, there is information about people and conversations in groups that we want to make sure is better protected. Going forward, all third-party apps using the Groups API will need approval from Facebook and an admin to ensure they benefit the group. Apps will no longer be able to access the member list of a group. And we're also removing personal information, such as names and profile photos, attached to posts or comments that approved apps can access (SCHROEPFER, 2018).

Além da necessidade de liberação do administrador do grupo, era preciso também uma aprovação do próprio Facebook para utilizar a *Groups API*, a qual também não foi possível solicitar devido à situação em que o mundo se encontrava durante a execução desta pesquisa. A pandemia de COVID-19 fez com que o Facebook desativasse temporariamente o processo de aprovação de uma aplicação para desenvolvedores individuais, que passou a estar disponível apenas para empresas (Figura 16).

Figura 16 - Mensagem informando a pausa na verificação individual



Fonte: Facebook.

⁴² The Guardian: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. Disponível em: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>

⁴³ BBC: Facebook scandal 'hit 87 million users'. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/technology-43649018>

Tais restrições impossibilitaram quaisquer automatizações no processo de coleta de dados, tornando a extração manual a única alternativa possível de ser realizada no momento encontrada pelo autor. Para tal, foi utilizada a técnica de captura de tela⁴⁴ (*print screen* ou *screenshot*) no sistema operacional Microsoft Windows 10, utilizando a Ferramenta de Captura⁴⁵, a fim de registrar as postagens nos grupos em imagens, organizando os arquivos em diferentes pastas, por grupo, e as imagens nomeadas com a data e hora da postagem. Como as postagens podem conter grandes quantidades de comentários, o que poderia dificultar o processo de captura das imagens contendo todos os dados, foi estabelecido que a captura da imagem das postagens com os seus comentários ficaria limitada ao tamanho máximo visível no monitor utilizado. Considerando essa limitação, foi utilizado um monitor com resolução de 1920x1080px na posição vertical, criando um cenário de 1080x1920px, ou seja, 1920px de altura. Ainda, buscando obter o máximo do conteúdo, durante o processo de coleta das imagens foi utilizado o recurso de tela cheia do navegador Google Chrome, que esconde a barra de navegação do sistema operacional e do próprio navegador, preenchendo toda a tela com o conteúdo da plataforma.

Inicialmente, esta técnica se mostrou positiva por possibilitar observação não participante nos grupos enquanto a coleta de dados era realizada, mas pouco eficiente ao acessar os dados coletados para análise. Visto que essa dificuldade na análise poderia desenvolver grande impacto no processo metodológico, iniciou-se o desenvolvimento de uma aplicação simples para armazenamento das imagens em um banco de dados local, acrescentando alguns metadados que pudessem facilitar a análise e recuperação de informações. Para o desenvolvimento da aplicação foi utilizada a linguagem de programação JavaScript, com Node.js para o *server-side* e o framework Vue.js para o *client-side*. Optou-se pelo banco de dados MongoDB. A interface gráfica foi criada com ênfase em possibilitar a organização dos elementos importantes à pesquisa e facilitar a recuperação das informações para análise dos dados, por isso optou-se pela utilização do SemanticUI.

⁴⁴ Captura de tela é uma técnica captura todos os dados visualizados na tela do computador em forma de imagem, com exceção do ponteiro do mouse. No sistema operacional Windows, ao utilizar a tecla de *Print Screen*, a imagem é salva automaticamente na área de transferência.

⁴⁵ Informações sobre a Ferramenta de Captura do Microsoft Windows 10 podem ser obtidas em: <https://support.microsoft.com/pt-br/help/13776>. Acesso em: 30 agosto 2020.

Buscando seguir as diretrizes éticas para pesquisa na internet descritas no documento *Internet Research: Ethical Guidelines 3.0*⁴⁶ da *Association of Internet Researchers – AoIR*, o acesso à aplicação é somente local, no computador do autor e não possibilita acesso externo sequer na rede local a qual este estiver conectado. O código-fonte desta aplicação foi armazenado em repositório privado na plataforma GitHub, por possibilitar o seu versionamento e segurança ao evitar eventuais perdas ocasionadas por falhas de *hardware*. O banco de dados é local, com *backup* manual realizado eventualmente na conta pessoal do autor na plataforma OneDrive disponibilizada pela Universidade Feevale. Tanto o código-fonte, quanto o banco de dados não contêm informações pessoais dos usuários do Facebook. As imagens coletadas, que podem conter informações sensíveis como nome de usuário e imagem do perfil, são armazenadas apenas em repositório local a fim de evitar qualquer violação de privacidade destes. Neste caso, um backup em disco rígido removível também é realizado.

Quanto ao funcionamento básico da aplicação: primeiramente, foi criado um cadastro de grupos para manter alguns dados importantes dos grupos analisados, visto que alterações podem ocorrer ao longo da pesquisa, como mudança do nome, tema, e até mesmo a exclusão de um ou mais grupos utilizados como objeto de pesquisa. Os dados armazenados referentes aos grupos estão relacionados na Tabela 4.

Tabela 4 – Dados de grupos armazenados na aplicação

Campo	Descrição
<i>Name</i>	Nome do grupo do Facebook
<i>URL</i>	URL de acesso ao grupo. Ex.: http://www.facebook.com/id_do_grupo
<i>Created Date</i>	Data de criação do grupo
<i>Privacy</i>	Nível de privacidade (Público / Privado)
<i>Visibility</i>	Nível de visibilidade (Visível / Ocultado)

⁴⁶ Disponível em: <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>. Acesso em: agosto 2020.

<i>Join Date</i>	Data de entrada no grupo (campo opcional)
<i>Members</i>	Número de membros do grupo na data de entrada/cadastro

Fonte: Elaborado pelo autor.

A Figura 17 representa um exemplo da tela de visualização do cadastro de um grupo na aplicação desenvolvida.

Figura 17 - Grupo cadastrado na aplicação desenvolvida

The screenshot shows a mobile application interface with a dark navigation bar at the top containing icons for 'Groups', 'New Group', 'Posts', and 'New Post'. Below the navigation bar, the title 'Show group' is displayed. The main content area contains a form with the following fields:

- Name:** Confissões de Suicidas †
- URL:** https://www.facebook.com/groups/811135632268712
- Created date:** 2015-03-06T00:00:00.000Z
- Privacy:** Privado (dropdown menu)
- Visibility:** Visível (dropdown menu)
- Join date:** (empty field)
- Members:** 17621

Below the form, there is a blue link labeled 'Edit group'.

Fonte: do autor.

Em um segundo momento, foi desenvolvido o cadastro de publicações referentes a um grupo previamente cadastrado. Da mesma forma que no cadastro de grupos, a Tabela 5 relaciona os dados armazenados na aplicação para cada publicação.

Tabela 5 – Dados de postagens armazenados na aplicação

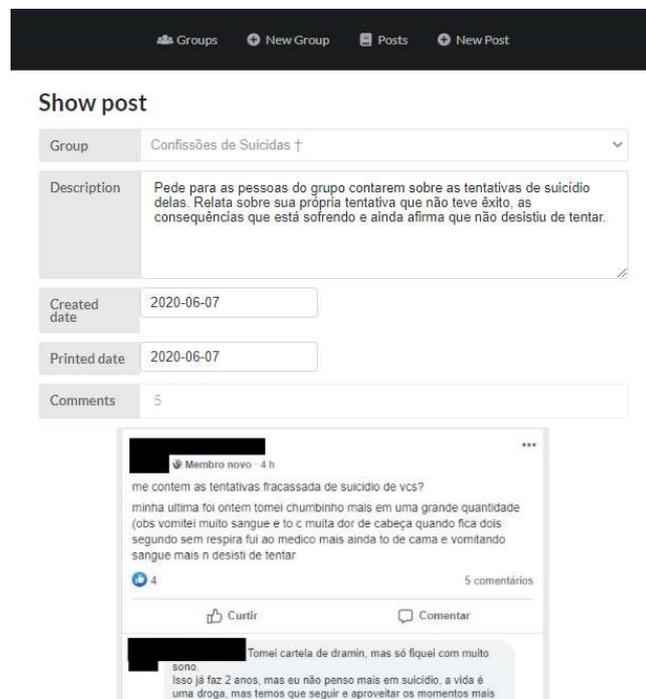
Campo	Descrição
<i>Group</i>	Nome do grupo do Facebook relacionado à publicação (lista de grupos cadastrados previamente)
<i>Description</i>	Descrição da publicação. Destinado às observações relevantes e anotações de campo.
<i>Created Date</i>	Data de publicação

<i>Printed Date</i>	Data da coleta da imagem
<i>Comments</i>	Quantidade de comentários
<i>Image</i>	Espaço destinado ao <i>upload</i> da imagem

Fonte: Elaborado pelo autor.

A Figura 18 representa um exemplo da tela de visualização de uma publicação cadastrada na aplicação desenvolvida.

Figura 18 - Postagem cadastrada na aplicação desenvolvida



Fonte: do autor.

Após o cadastro das informações, a aplicação disponibiliza uma lista paginada para facilitar a consulta dos itens, que estão ordenados por data. Essa lista apresenta uma pré-visualização de alguns dos dados de cada registro (Figura 19).

Figura 19 - Lista de postagens

Group	Post	Created date	Show	Edit	Delete
Confissões de Suicidas	Questiona se alguém já teve vontade de largar tudo e morar na rua. Muitos comentários de pessoas afirmando que sim, alguns inclusive dizendo que já o fizeram. Uma pessoa afirmou que, dada a sua situação, logo mais não terá outra opção.	2020-04-01	Show	Edit	Delete
Confissões de Suicidas	Selfie cobrindo parte do rosto com a mão e um breve texto resumindo sua história. Ele compartilha do seu sofrimento desde a escola, quando sofreu bullying por causa da obesidade, ficou anos fora da escola, emagreceu e depois foi abusado sexualmente. Já tentou suicídio duas vezes.	2020-04-01	Show	Edit	Delete
Confissões de Suicidas	Desabafo. Conta sobre seus sentimentos naquele momento, vários emojis de choro.	2020-04-01	Show	Edit	Delete
Confissões de Suicidas	Desabafo. Dezesete anos de idade, afirma comportamento agressivo e sempre estragar seus relacionamentos com as pessoas. Afirma que se automutila, tem uma saúde frágil e baixa auto-estima. Sente medo por estar tendo pensamentos suicidas.	2020-04-02	Show	Edit	Delete
Confissões de Suicidas	Tentativa de suicídio com ingestão de grande quantidade de remédios. Voltou atrás e 4h depois foi buscar ajuda no grupo para diminuir os efeitos que estava sentindo.	2020-04-04	Show	Edit	Delete
Confissões de Suicidas	Texto extenso, desabafo. Conta que se automutilava e que um término de relacionamento recente a fez voltar a fazê-lo.	2020-04-04	Show	Edit	Delete
Confissões de Suicidas	Relata que sempre tentou ajudar outras pessoas a tirarem ideia suicida da mente delas, porém agora está passando pela mesma situação e não consegue evitar. Menciona brevemente uma cirurgia e experiência de quase morte. Diz que sente que deveria ter morrido e por isso já quis tentar se suicidar, porém não tem coragem para fazê-lo. Contou para sua mãe, mas sente que ela não compreendeu a real gravidade do problema.	2020-04-04	Show	Edit	Delete
Confissões de Suicidas	Descreve suas dores físicas, insônia e sentimento de incapacidade de levantar da cama para fazer qualquer coisa. Diz que só pensa em morrer e está cansada de sofrer.	2020-04-06	Show	Edit	Delete
Confissões de Suicidas	Descreve alguns comportamentos comuns em pessoas que estão em depressão e reclama da falta de compreensão das pessoas próximas. Alega que depois do suicídio do depressivo se sentem culpadas, acusando-as de egoístas.	2020-04-06	Show	Edit	Delete
Confissões de Suicidas	Diz que o suicídio não ocorre quando a pessoa tira sua vida de fato, mas quando acorda todos os dias sentindo um vazio.	2020-04-06	Show	Edit	Delete

Fonte: do autor.

Por fim, também é possível o acesso aos dados em diferentes formatos de arquivo a partir do banco de dados MongoDB, o que facilita no caso de necessidade de exportá-los para outras ferramentas. A Figura 20 demonstra parte dos dados extraídos em formato JSON.

Figura 20 - Dados extraídos em formato JSON

```

1  [{"_id": {"
2    "$oid": "5f1df01bc4365008c8f8f753"
3  }},
4  ],
5  {"group": "5ee58aea407ad6408c576328",
6  "description": "Questiona se alguém já teve vontade de largar tudo e morar na rua. Muitos comentários de pessoas afirmando que sim, alguns inclusive dizendo que já o fizeram. Uma pessoa afirmou que, dada a sua situação, logo mais não terá outra opção.",
7  "createdDate": {"
8    "$date": "2020-04-01T03:00:00Z"
9  }},
10 "printedDate": {"
11   "$date": "2020-07-11T03:00:00Z"
12 }},
13 "comments": 44,
14 "image": "2020-04-01-15-06.png",
15 "v": 0
16 }, {"_id": {"
17   "$oid": "5f1df98dc4365008c8f8f754"
18 }},
19 {"group": "5ee58aea407ad6408c576328",
20 "description": "Selfie cobrindo parte do rosto com a mão e um breve texto resumindo sua história. Ele compartilha do seu sofrimento desde a escola, quando sofreu bullying por causa da obesidade, ficou anos fora da escola, emagreceu e depois foi abusado sexualmente. Já tentou suicídio duas vezes.",
21 "createdDate": {"
22   "$date": "2020-04-01T03:00:00Z"
23 }},
24 "printedDate": {"
25   "$date": "2020-07-11T03:00:00Z"
26 }},
27 "comments": 20,
28 "image": "2020-04-01-16-44.png",
29 "v": 0
30 }, {"
31

```

Fonte: do autor.

Finalizada a construção da ferramenta customizada para auxiliar nas fases de coleta e análise de dados, iniciou-se o período de 60 dias de acompanhamento, coleta e armazenamento das postagens. Visto que a construção dessa aplicação

não estava prevista na qualificação do projeto que originou a pesquisa, houve impacto no prazo inicialmente estipulado para início dessas atividades e, em adição, a fase pré-análise demonstrou que a análise se faria mais eficiente em postagens após um curto período de tempo de sua criação e não em tempo real, pois os dados retroativos contém maior número de interações – no caso do Facebook, reações, comentários e compartilhamentos. Considerando-se esses dois fatores, as postagens analisadas compreendem o período de 01 de abril de 2020 a 31 de maio de 2020, totalizando 61 dias.

Como descrito anteriormente, foi utilizado o perfil do autor na plataforma para o acompanhamento dos grupos e do *Feed* de Notícias, coletando as publicações apresentadas no *Feed* do grupo durante esse período. Para acesso ao grupo privado foi necessário solicitar autorização aos administradores, que foi realizada através do preenchimento de um formulário contendo regras específicas do grupo, criadas por eles. Não houve interação (reações, comentários, compartilhamento etc.) com as publicações nos referidos grupos, apenas observação e captura de imagens.

Ao todo, foram armazenadas 472 postagens no banco de dados local, sendo 283 do grupo “Confissões de Suicidas †” e 189 do grupo “Depressivo Suicida”. Cada postagem foi cadastrada com os metadados nos campos específicos da aplicação desenvolvida, tal como a descrição do autor durante o processo de observação de inspiração etnográfica.

4.1.2 Categorias

Visando atender aos objetivos dessa pesquisa e tendo em vista os aspectos relacionados às plataformas digitais aprofundados no capítulo 3, neste subcapítulo são definidas as categorias de análise para posterior exploração do material, conforme previsto no método de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011). Para tal, observa-se os aspectos tecno-culturais e socioeconômicos conforme o modelo de análise de plataformas de Van Dijck (2013), detalhado na seção 3.1.1.

A partir do modelo de Van Dijck (2013), são definidas então duas grandes categorias (Tabela 6): a primeira refere-se aos **construtos tecno-culturais** e está dividida em três subcategorias: tecnologia, usuários/usos e conteúdo; a segunda

grande categoria refere-se à **estrutura socioeconômica** e também conta com três subcategorias, que são: propriedade, governança e modelos de negócio.

Tabela 6 - Categorias de análise a partir de Van Dijck (2013)

Categoria	Subcategoria
	Tecnologia
Construtos tecno-culturais	Usuários/usos
	Conteúdo
	Propriedade
Estrutura socioeconômica	Governança
	Modelos de negócio

Fonte: Elaborado pelo autor.

Estas categorias de análise baseadas em Van Dijck (2013) buscam dar ênfase aos estudos de plataforma para desvendar como o Facebook pode influenciar na configuração do comportamento suicida, especificamente nos grupos analisados, através da articulação com os conceitos teóricos levantados nas seções anteriores.

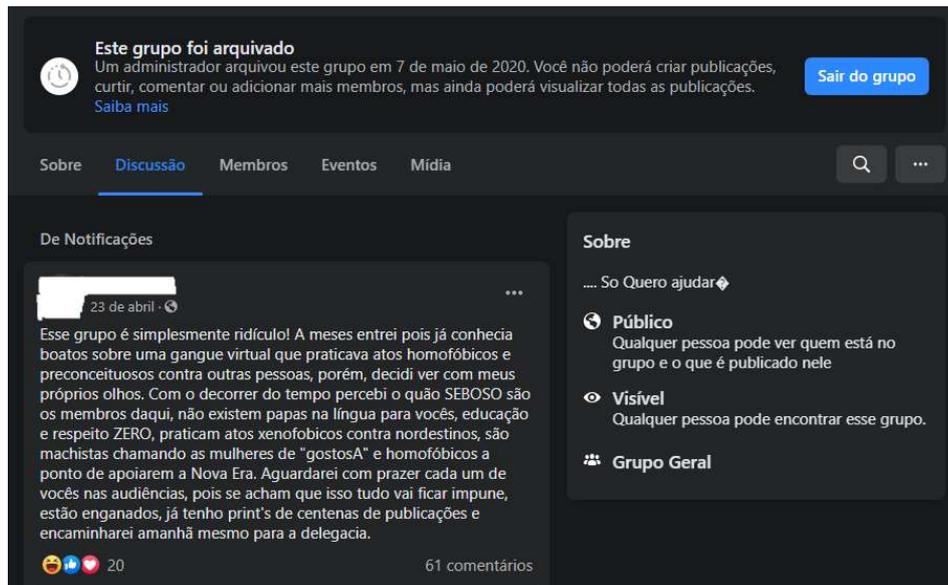
5 FACEBOOK - COMPORTAMENTO SUICIDA E MEDIAÇÕES

Neste capítulo será apresentada a análise a partir das categorias definidas no capítulo 4. Embora tratem de aspectos distintos e bem definidos, elas se convergem em diversos momentos durante a análise e, por isso, a ordem em que as subcategorias estão distribuídas foi adaptada priorizando o atingimento dos objetivos do estudo. Ulteriormente, apresenta-se a exploração dos resultados.

Assim como as plataformas e seus algoritmos mudam constantemente (GILLESPIE, 2011), os grupos Facebook também podem ser alterados ou até excluídos, tanto pela plataforma, que pode disponibilizar novos recursos ou remover algum existente, quanto pelos seus administradores ou moderadores (ver Quadro 2). O nome ou tema do grupo pode mudar, suas regras e até mesmo a apropriação que os membros fazem dos recursos disponibilizados. Inicialmente, o grupo do tipo Público escolhido para análise não era o citado no método, mas outro intitulado “Suicídio...”⁴⁷ e criado em 21 de maio de 2019. O grupo contava com mais de 15 mil membros e possuía relevante número de postagens diárias. No início do mês de abril de 2020 pude observar um grande volume de publicações com conteúdo preconceituoso, pedofilia, misoginia, deboche, incentivo ao suicídio, conteúdo sexual e ofensivo para com os membros do grupo surgirem. Alguns usuários afirmavam em postagens que “invadiram o grupo”, prática que revelaram ser comum entre eles, pois combinavam a invasão de outros grupos nesse ambiente. Segundo eles, o objetivo seria postar o maior número de conteúdo que fere as diretrizes para a comunidade do Facebook até que o grupo fosse desativado. A técnica surtiu efeito: a Figura 21 mostra que o grupo foi arquivado em 7 de maio de 2020, juntamente com uma publicação de um membro que afirmou no dia 23 de abril que iria entrar em contato com as autoridades policiais para denunciar os atos criminosos que estavam ocorrendo naquele ambiente. As reações e comentários foram sarcásticas por parte dos invasores e a origem do arquivamento teria partido de um administrador do grupo, segundo informação que consta na plataforma.

⁴⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/453109445259391>. Conteúdo disponível somente para membros do grupo devido ao seu arquivamento. Acesso em: 30 agosto 2020.

Figura 21 - Grupo arquivado



Fonte: Facebook.

Mesmo após o seu arquivamento, muitas das referidas postagens ainda estavam disponíveis para consulta – desde que o usuário fosse um membro do grupo – e não sofreram moderação por parte da plataforma nem de seus administradores. O Facebook permite que um grupo seja Arquivado ou Excluído, duas ações que refletem de maneira diferente sobre a disponibilidade das informações – um grupo arquivado pode ter essa ação revertida, por exemplo. O detalhamento das diferenças entre excluir e arquivar um grupo do Facebook podem ser vistas no Quadro 3.

Quadro 3 - Diferenças entre excluir e arquivar um grupo do Facebook

	Quando excluir um grupo...	Quando arquivar um grupo...
O grupo será exibido na pesquisa?	Não	Não, a menos que você seja um membro, administrador ou moderador existente.
A ação é reversível?	Não	Sim. Os grupos podem ser desarquivados por um administrador.
Os administradores do grupo podem realizar essa ação?	Não. Somente a pessoa que criou o grupo e que for também o administrador atual poderá excluir o grupo. Se o administrador criador não for mais membro do grupo, qualquer administrador do	Sim

	grupo poderá excluí-lo.	
Membros novos podem participar do grupo?	Não	Não
Os administradores ou membros do grupo podem publicar, comentar ou adicionar fotos e vídeos?	Não	Não
Os administradores podem remover publicações, comentários, fotos e vídeos?	Não	Sim
Os administradores podem remover e bloquear pessoas do grupo?	Não	Sim
Os administradores podem editar informações do grupo, incluindo descrições ou fotos?	Não	Não

Fonte: Facebook – Central de Ajuda⁴⁸

Governança

Observei nesses primeiros momentos muitos aspectos relacionados à governança (VAN DIJCK, 2013; GILLESPIE, 2018b; D’ANDREA, 2020). O Facebook, assim como outras plataformas, estabelece seus Termos de Serviço, Padrões da Comunidade e moderam conteúdo com o objetivo de, segundo D’Andrea (2020, p.34) “estabelecer regras, negociar condutas, identificar e decidir o que é ou não publicável” de forma a manter o discurso controverso de democracia e neutralidade (D’ANDREA, 2020). Especificamente em relação ao suicídio, a plataforma mantém uma página⁴⁹ que descreve seus “esforços em prol da prevenção”, relacionando alguns recursos tecnológicos como: denúncias de publicações e uso do aprendizado de máquina para identificar palavras ou frases relacionadas ao tema e oferecer ajuda de especialistas. A página também expõe suas políticas relacionadas ao tema e demonstra a tentativa de manter um discurso que reforce a neutralidade:

[...] embora não permitamos que as pessoas comemorem ou promovam autoagressão ou suicídio, permitimos que discutam suicídio e automutilação. Queremos que o Facebook seja um espaço onde as pessoas possam compartilhar suas experiências, aumentar a conscientização sobre esses problemas e buscar o apoio umas das outras. Em alguns casos, podemos restringir o conteúdo a adultos com mais de 18 anos, incluir uma tela de sensibilidade e fornecer

⁴⁸ Disponível em:

https://www.facebook.com/help/1754012771545090?helpref=related&ref=related&source_cms_id=901690736606156

⁴⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/safety/wellbeing/suicideprevention>

recursos para alertar as pessoas de que o conteúdo pode ser desagradável. [...] Não queremos que as pessoas compartilhem conteúdo que promova a autoagressão, mas também não queremos remover a publicação e envergonhar ou irritar a pessoa que publicou (FACEBOOK, 2020).

Além de não explicitar quais regras definem se uma publicação será mantida, removida ou receberá um rótulo indicando “conteúdo sensível”, em outra sessão na mesma página citada anteriormente as controvérsias tomam o discurso, que agora passa a afirmar a proibição de imagens de autoagressão e inclusive o banimento de conteúdo ficcional relacionado ao suicídio (Figura 22).

Figura 22 - Controvérsias no discurso de diretrizes da comunidade

- Tornamos mais rígida a nossa política de autoagressão para não permitir mais imagens explícitas de cortes, mesmo quando alguém está buscando ajuda ou se expressando como uma forma de ajuda na recuperação.
- Agora nossa política também bane conteúdo ficcional com autoagressão ou suicídio, como memes e ilustrações, e conteúdo que tenha métodos ou materiais.
- Agora, exibimos uma tela de sensibilidade sobre cortes de autoflagelação cicatrizados para evitar a promoção não intencional de autoagressão.
- Também tornamos mais difícil a procura desse tipo de conteúdo, mas ainda deixamos espaço para as pessoas fazerem conexões em nossa plataforma com o intuito de obter ajuda em sua recuperação. Também estamos trabalhando para impedir que esse tipo de conteúdo seja recomendado na página Explorar do Instagram.

Fonte: Facebook⁵⁰

Ainda, durante a fase de observação dos grupos, tive contato com diversas imagens de automutilação (Figura 23), cortes e cicatrizes e foram raros os momentos em que estas estavam sinalizadas como “conteúdo sensível”.

⁵⁰ Disponível em: <https://www.facebook.com/safety/wellbeing/suicideprevention/expertengagement>

Figura 23 - Imagens de automutilação coletadas do grupo Confissões de Suicidas



Fonte: Adaptado do Facebook (2020).

Ainda que as regras definidas nas diretrizes, em conjunto com os termos de serviço, não bastem para evitar práticas consideradas inadequadas ou até ilegais⁵¹, a moderação de conteúdo – seja ela automatizada através de algoritmos, estritamente manual ou um conjunto de técnicas – acaba sendo o principal componente da governança da plataforma (D’ANDREA, 2020). O grupo arquivado ainda continha várias publicações apresentando conteúdo relacionado aos temas de autoagressão e suicídio, contrariando as afirmações do Facebook, o que torna evidente as divergências entre o discurso e a ação de moderação neste caso.

Especificamente nos grupos, a questão da governança emergiu na pesquisa antes das fases de observação e coleta de dados, quando foi necessário solicitar autorização para participação. O grupo Público teve acesso concedido rapidamente, visto que todos os membros podem realizar a ação. Já no grupo Privado foi preciso concordar com as Regras do grupo definidas pelos administradores. Conforme demonstrado na seção 3.2.2, essas regras e as perguntas de participação são definidas na criação do grupo e podem ser alteradas posteriormente. Neste

⁵¹ O Art. 122 do Código Penal brasileiro define pena para quem “induzir ou instigar alguém a suicidar-se ou a praticar automutilação ou prestar-lhe auxílio material para que o faça”. Disponível em: <http://corpus927.enfam.jus.br/legislacao/cp-40#art-122>. Acesso em: 13 agosto 2020.

momento o Facebook também sugere alguns exemplos de regras baseadas nos Padrões da Comunidade, o que pode ser observado como uma tentativa da plataforma de fazer com que os usuários colaborem com o cumprimento de suas diretrizes. A criação das Regras do grupo e/ou Perguntas de Participação não é um item obrigatório.

A resposta às perguntas e o aceite dos termos não garante a participação no grupo, mas servem de apoio para a tomada de decisão dos administradores, que também podem definir alguns requisitos para a aprovação automática de membros. Nesse caso, os critérios para aceitar ou não um usuário em um grupo não depende da plataforma diretamente, mas ela direciona através de um número limitado de opções, quais as possíveis regras para aprovação automática de membros (Figura 24).

Figura 24 - Configuração de aprovação automática de membros em um grupo

Aprovação automática de membros ✕

Selecione todos os seus requisitos para que um membro pendente tenha a participação no seu grupo aprovada automaticamente. Avisaremos quem foi aprovado para que você possa analisar ou desativar essa opção a qualquer momento.

Respondeu a todas as perguntas de participação
Você não configurou as perguntas para os membros pendentes

A cidade atual no perfil público está dentro de 40 quilômetros de:
Escolha a localização...

Tem amizade com pelo menos um membro

Entrou no Facebook há pelo menos um ano
1 ano ▼

Cancelar Salvar

Fonte: Facebook

Observando as – bem específicas e limitadas – quatro opções, nota-se que o aceite das Regras do grupo não está relacionado na lista. Ou seja, não pode ser considerado um critério de aceite automático de novos membros do grupo e, caso o administrador deseje utilizá-lo, deverá analisar todas as requisições manualmente. A limitação de opções e a ausência desse recurso pode ser considerado um exemplo de como a plataforma direciona as ações dos seus usuários já que, conforme Van Dijck (2013, p. 47) o Facebook cria valor nos dados ao agregá-los e processá-los em estratégias de personalização direcionada.

Analisando as Perguntas de Participação e Regras para acesso ao grupo “Confissões de Suicidas” (Figura 25), pode observar que a primeira pergunta já engloba uma série de atitudes frequentes em grupos relacionados ao suicídio. Durante o acompanhamento das publicações presenciei cenários de julgamentos através de comentários, muitas publicações e comentários de cunho religioso (em sua maioria de adeptos de religiões cristãs ou espíritas) sem empatia, principalmente no grupo Público.

Figura 25 - Regras de acesso ao grupo privado

The figure consists of four screenshots of a Facebook group's participation request and rules interface. The group is named "Confissões de Suicidas" and has 21,4 mil membros.

Screenshot 1 (Top Left): Shows the "Responder às perguntas" form. It includes a header with the group name and a close button. Below is a section titled "Sua solicitação está pendente" with a description. A warning message reads: "Respeite a dor dos outros! Ninguém aqui sofre porque quer, eles precisam de ajuda e não de julgamentos! Depressão não é falta de Deus ou religião. É uma doença, então não fale besteiras. (Falta de respeito/semelhantes = BAN)". At the bottom, there are two radio buttons: "Entendi e concordo com todas as regras deste grupo." (selected) and "Não concordo com as regras do grupo." Below that are "Cancelar" and "Enviar" buttons.

Screenshot 2 (Top Right): Shows the "Responder às perguntas" form with a warning message: "Está ciente de que qualquer ato anti ético, repulso, discriminatório e semelhantes, sofrerá possíveis denúncias pela comunidade do Facebook e em casos mais graves, até o envolvimento da polícia caso necessário." Below this are two radio buttons: "Sim, eu entendo perfeitamente e estou de acordo." (selected) and "Não, eu não estou de acordo." Below that is a section titled "Regras do grupo" with a checkbox "Concordo com as regras do grupo" (unchecked). Below that is a list of rules starting with "1 Seja simpático(a) e gentil". At the bottom are "Cancelar" and "Enviar" buttons.

Screenshot 3 (Bottom Left): Shows the "Responder às perguntas" form with the "Concordo com as regras do grupo" checkbox checked. Below that is a list of rules starting with "1 Seja simpático(a) e gentil". At the bottom are "Cancelar" and "Enviar" buttons.

Screenshot 4 (Bottom Right): Shows the "Responder às perguntas" form with a list of rules starting with "4 Respeite os demais membros." and "5 Respeite os Adms e Mdrs." Below that are "Cancelar" and "Enviar" buttons.

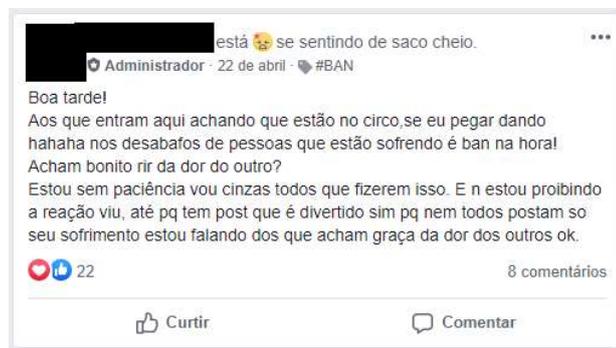
Notification (Bottom): A message box stating: "Os administradores receberam suas respostas e você receberá uma notificação se a sua solicitação de participação for aprovada." with a close button.

Fonte: do autor.

A ação dos administradores em alertar que atitudes dessa natureza não serão toleradas no grupo afirma que a moderação será realizada em caso de descumprimento das regras ou atos criminosos, no caso da segunda pergunta. As

regras são bem consistentes em relação ao tema e demonstram o engajamento de quem as criou. Na prática, presenciei algumas postagens de uma administradora em abril e em maio reforçando algumas das regras do grupo privado e alertando aos que as estavam descumprindo que iria removê-los (Figura 26). As ações de moderação consistentes por parte da administração do grupo podem ser um dos motivos pelos quais ele se mantinha ativo e organizado após cinco anos de sua criação.

Figura 26 - Publicação de administradora no grupo Confissões de Suicidas



Fonte: Facebook.

No caso dos dois grupos analisados, a moderação por parte dos administradores no grupo privado se mostrou mais evidente e frequente através de regras e publicações. Alguns casos de denúncias são feitos de forma pública dentro do ambiente do grupo, quando os usuários solicitam ajuda administradores a partir de publicações ou comentários. Nestes casos também se evidenciou as ações de remoção de usuários, que podem ter suas publicações ou comentários mantidos – a plataforma identifica que o usuário não faz mais parte do grupo – ou não. Como nem sempre essas informações são evidentes, não é possível quantificá-las.

Com efeito, as práticas de governança nos grupos do Facebook vão além das proporcionadas por padrão pela plataforma, onde se cria uma camada a mais de regras e de moderação. Os grupos, por estarem dentro da plataforma e utilizarem dos seus recursos, não poderiam perpassar as regras definidas por ela. Do mesmo modo, precisam lidar com a moderação dos algoritmos e analistas da empresa. A percepção, tanto pela existência de recursos de moderação específicos dos grupos – que são de responsabilidade de usuários administradores e/ou moderadores –, quanto pela baixa moderação em publicações dentro destes grupos, é de que as

regras de moderação de conteúdo dentro dos grupos são diferentes em comparação ao *Feed* de Notícias. Grande parte da responsabilidade por definir o que deve ou não ser publicado – ou mantido – em um grupo, é de responsabilidade dos usuários que o gerenciam. O mesmo é válido para a permanência de usuários dentro do grupo.

As contradições evidenciadas nas regras, bem como entre elas e práticas de moderação podem refletir no comportamento dos usuários que apresentam o comportamento suicida nesses contextos. A plataforma informa que “especialistas afirmam que uma das melhores formas de ajudar a evitar suicídios é fazer com que a pessoa que está sofrendo mantenha contato com quem se preocupa com ela” (FACEBOOK, 2020), porém suas ações para garantir que isso ocorra na prática estão pautadas em controvérsias.

Tecnologia

Além da governança e divergências em um discurso que visa transparecer neutralidade, não pude deixar de observar os aspectos tecno-culturais presentes na “invasão” do grupo arquivado. Evidentemente, a configuração de privacidade do grupo como Público pode ter facilitado a prática, no momento em que qualquer outro usuário pôde aceitar a participação de um dos usuários “invasores” e este liberar o acesso para restante. Mas antes disso, a plataforma permite a criação de um perfil contendo foto, nome de usuário e diversas outras informações relacionadas ao usuário. Estes “invasores” precisaram valerem-se desses recursos para acessar e efetuar suas publicações consideradas indevidas e até criminosas no grupo. Esses recursos não garantem a identidade dos usuários e, mesmo que muitos possuíssem nomes e foto de perfil de pessoas aparentemente reais, poderiam estar se aproveitando do anonimato para tais atos. No Brasil, a Constituição Federal define que “é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato” (BRASIL, 1988). Mesmo assim, é comum o uso de dados falsos na plataforma para criação de perfis, como pude observar em muitos dos usuários em ambos os grupos que acompanhei durante a pesquisa.

Sendo possível a omissão de dados pessoais e o anonimato no Facebook, autoridades se baseiam, muitas vezes, em dados como o Endereço de *IP*⁵² para identificar um usuário pela sua localização em casos de investigações policiais. Em 2014, o Facebook facilitou o anonimato ao criar a possibilidade de acesso através da rede Tor⁵³ e, em 2016 anunciou⁵⁴ que mais de 1 milhão de usuários já se utilizavam desse recurso. Essa ação, embora dificulte a ação de autoridades na identificação de possíveis criminosos, garante o acesso de pessoas que vivem em países que restringem o acesso da população à plataforma, como é o exemplo da China. O discurso da matéria apresentada pelo Facebook foi de encontro à ideia de preocupação com a comunidade, com aqueles usuários que prezam pela privacidade e pela segurança, mas poderia ser visto como uma estratégia de negócio que revela mais sobre seu status de propriedade e modelo de negócio: mais usuários disponibilizando dados na plataforma, resultando em mais anúncios direcionados sendo visualizados e, por fim, mais lucro.

Ainda sobre a tecnologia, os algoritmos da plataforma podem ser destacados como um dos recursos mais polêmicos, evidenciados principalmente por Gillespie (2018a). O Facebook mantém uma articulação do seu algoritmo como imparcial com o objetivo de certifi-cá-lo como um ator sociotécnico confiável, de resultados relevantes e alta credibilidade, o que faz com que a plataforma mantenha seu discurso de neutralidade em favor de não assumir responsabilidades sociais e econômicas por suas ações (GILLESPIE, 2018a). Ao mesmo tempo, os algoritmos – especificamente os ARP – fazem parte de redes sociotécnicas heterogêneas, são entidades instáveis e utilizam de dados previamente categorizados para realizarem suas lógicas que não são neutras nem apolíticas (JURNO e DALBEN, 2018). Diante de muitas controvérsias reveladas desde os escândalos que iniciaram em 2016, houve uma pressão pública para que o Facebook fornecesse mais informações sobre o funcionamento dos seus algoritmos (JURNO e D’ANDREA, 2017).

⁵² *Internet Protocol address (IP)* é um rótulo numérico atribuído a cada dispositivo conectado a uma rede de computadores.

⁵³ Rede escondida (*darknet*) que demanda a utilização de um *software* específico para acesso e garante o anonimato.

⁵⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/notes/facebook-over-tor/1-million-people-use-facebook-over-tor/865624066877648/>. Acesso em: 30 agosto 2020.

Como exemplo de uma “ação de resposta” da plataforma às pressões, a campanha Close Together⁵⁵ do Facebook anunciada por Mark Zuckerberg em 2017 trouxe grande ênfase nos grupos, com a promessa de “torná-los mais visíveis”, “unir pessoas” e criar “comunidades relevantes”. De fato, as publicações de grupos ficaram bem visíveis no *Feed* de Notícias durante a fase de observação, mesmo que não houvesse interações de minha parte. Nesse período, eu acessava diariamente ambos os grupos, visualizava vídeos, comentários, interações de outros usuários, mas não curtia, não comentava, não compartilhava. Ingenuidade seria pensar que a simples navegação em determinado ambiente não fosse rastreada. Lembro-me de algumas vezes, inclusive, ter chegado até os grupos através do *Feed* de Notícias, informação que certamente não passou despercebida para os algoritmos.

A relevância é um termo frequente nesse contexto. Ela pauta discursos rasos sobre as ações dos algoritmos e determina, muitas vezes, como alguns recursos tecnológicos da plataforma são apresentados. Segundo Gillespie (2018a), a avaliação dos ARP para determinar o que é o ou não relevante para os usuários faz parte de um cálculo complexo que implica uma quantidade não conhecida de parâmetros e intervenções das redes sociotécnicas por trás deles, parâmetros e intervenções que também são desconhecidos pelos usuários (GILLESPIE, 2018a). Observa-se que, diferentemente do *Feed* de Notícias, nos grupos existe a possibilidade de personalizar a ordem com que as publicações são apresentadas (Figura 27).

Figura 27 - Ordenação de publicações em grupos



Fonte: Facebook

⁵⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/notes/mark-zuckerberg/bringing-the-world-closer-together/10154944663901634/>. Acesso em: 31 agosto 2020.

Mesmo que seja disponibilizada a opção de “publicações mais relevantes”, o padrão de apresentação de conteúdo observado para os grupos é o de “publicações recentes”. Ainda assim, a ideia de relevância nesse caso segue como uma questão sem resposta, podendo indicar, a partir de indícios dos ARP, que se trata de lógicas de recomendação de conteúdo com base em dados levantados sobre os usuários. Recomendação que pode, no caso de conteúdo relacionado ao suicídio, intensificar o problema e contribuir para a configuração do comportamento suicida. Questiona-se também, por que essas opções personalizadas de ordenação de conteúdo não estão disponíveis no *Feed* de Notícias?

Do mesmo modo, quando uma publicação possui muitos comentários alguns deles são ocultados e apenas dois ficam visíveis no *feed* dos grupos. As regras que definem quais deles serão apresentados para os usuários não são claras. Em alguns casos observa-se grande diferença entre as datas de publicação de cada comentário destacado, única informação que poderia explicitar a lógica por trás dessa tecnologia. Conforme afirma Van Dijck (2013, p. 46), “*the devil is in the default*”.

Usuários/usos

Essa subcategoria é complexa, conforme afirma Van Dick (2013), não só por abranger a atividade humana consciente dos usuários e um “inconsciente tecnológico”, mas por eles desenvolverem o papel tanto de produtores de conteúdo, quanto de consumidores (VAN DIJCK, 2013). Neste caso, a Análise de Conteúdo foi o principal componente da metodologia utilizada para análise.

Os usuários dos grupos se apropriam de diferentes formas dos recursos disponibilizados pela plataforma, porém alguns comportamentos comuns foram observados durante a análise. Tanto no grupo privado, quanto no grupo público, pôde-se constatar que os recursos de geração de conteúdo mais utilizados durante o período de análise foram: publicações via texto, imagens e vídeos; vídeo ao vivo (live) e “sentimento/atividade”, descrito por meio de um *emoji* e texto como o usuário estaria se sentindo naquele momento (Figura 28).

Figura 28 - Recursos para gerar conteúdo em grupos



Fonte: Facebook.

Conteúdo também é gerado através de comentários em publicações de outros usuários, que antes de postá-los atuaram como consumidores e podem ter interagido a partir de reações.

Segundo a OMS (2006), pessoas que pensam em suicídio muitas vezes dão evidências a respeito disso através de mensagem verbal/não verbal. Nesse sentido, encontram nos grupos da plataforma um local para expressar sentimentos em um ambiente em que possam, conforme alguns usuários afirmaram “não serem julgados”. Algumas publicações demonstraram a falta de compreensão de pessoas próximas quanto a essa situação, quando os grupos analisados se tornaram o meio para comunicar-se com outras pessoas, buscando identificação ou mesmo, ajuda. Observou-se grande quantidade de pessoas dispostas a conversar e auxiliar outros membros dos grupos. Em ambos os grupos analisados, postagens que possuíam mais comentários, por exemplo, eram aquelas em que um membro ameaçava suicidar-se ou quando o conteúdo despertava maior sentimento de identificação. Já os comentários mais frequentes foram os que comunicavam disponibilidade para conversa privada, seguidos de conteúdos de teor religioso.

Embora a maioria das pessoas presentes de forma ativa nos grupos analisados apresentassem comportamentos que demonstraram estarem precisando de ajuda/dispostas a ajudar, esses ambientes não estavam isentos de pessoas mal-intencionadas, conforme evidenciado no caso do “grupo invadido” e presenciado em alguns momentos durante a fase de observação. Não foram raros os casos de

incentivo ao suicídio, apresentados tanto em forma de identificação por outros membros, quanto de forma maliciosa, conforme por ser observado na Figura 29.

Figura 29 - Incentivo ao suicídio em comentário



Fonte: Facebook

Também foram presenciados casos de discussão sobre métodos de suicídio no grupo público, caso que não ocorreu no grupo privado. Alguns usuários do segundo grupo, inclusive, demonstraram cautela no momento de publicar comentários que pudessem ser identificados pelos algoritmos ou pela moderação como impróprio.

O Facebook regulamenta através das suas políticas de governança como deve ou deveria ser o uso dos recursos tecnológicos dentro da plataforma, que também são construídos de maneira a impor essas mesmas regras. Algumas vezes, os usuários podem, conforme Van Dijck (2013) apresentar resistência a essas imposições.

Claramente, os usuários que “invadiram” o grupo citado no início da análise apresentaram diversas formas de resistência às regras de governança impostas pela plataforma. Os membros ativos dos grupos demonstraram o uso de alguns recursos, como a utilização de palavras com grafia incorreta propositalmente, visando dificultar a ação dos algoritmos, por exemplo. Outra ação dos usuários que pode ser considerada forma de resistência às limitações tecnológicas impostas pelo Facebook é a recorrente migração das discussões dos grupos para a plataforma WhatsApp, onde a moderação de conteúdo não ocorre.

Conteúdo

O conteúdo está ligado às outras duas categorias do eixo dos aspectos tecno-culturais e, segundo Van Dijck (2013), os tipos de conteúdo que serão adotados em uma plataforma são determinados pela sua relação com as estratégias de negócio e objetivos corporativos. O Facebook possibilita a utilização de diversos tipos de conteúdo: texto, imagem, vídeo e arquivos de diferentes formatos. A análise dessa subcategoria atentou para a heterogeneidade de conteúdos da plataforma tendo em conta que, conforme Van Dijck (2013, p. 36), “para muitos proprietários de plataforma, conteúdo é apenas outra palavra para dados”. Nessa subcategoria, a Análise de Conteúdo também foi o principal componente da metodologia, visto que trata do conteúdo das postagens em si.

Observou-se que, conforme citado na análise de usuários/usos, os tipos de conteúdo mais utilizados nos grupos analisados foram texto, imagens e vídeos, respectivamente.

Em ambos os grupos, conteúdo em formato de texto foi largamente utilizado para expressar sentimentos característicos de comportamento relacionado ao risco de suicídio pela OMS (2000). Puderam ser identificados textos expressando todos os pensamentos demonstrados na Figura 30, tanto em publicações, quanto em comentários. Algumas vezes, esses sentimentos foram apresentados a partir do recurso de aplicação de texto em imagem.

Figura 30 - Sentimentos comuns de pessoas suicidas

Sentimentos	Pensamentos
Tristeza, depressão	“Eu preferia estar morto”
Solidão	“Eu não posso fazer nada”
Desamparo	“Eu não agüento mais”
Desesperança	“Eu sou um perdedor e um peso pros outros.”
Auto-desvalorização	“Os outros vão ser mais felizes sem mim.”

Fonte: OMS (2000)

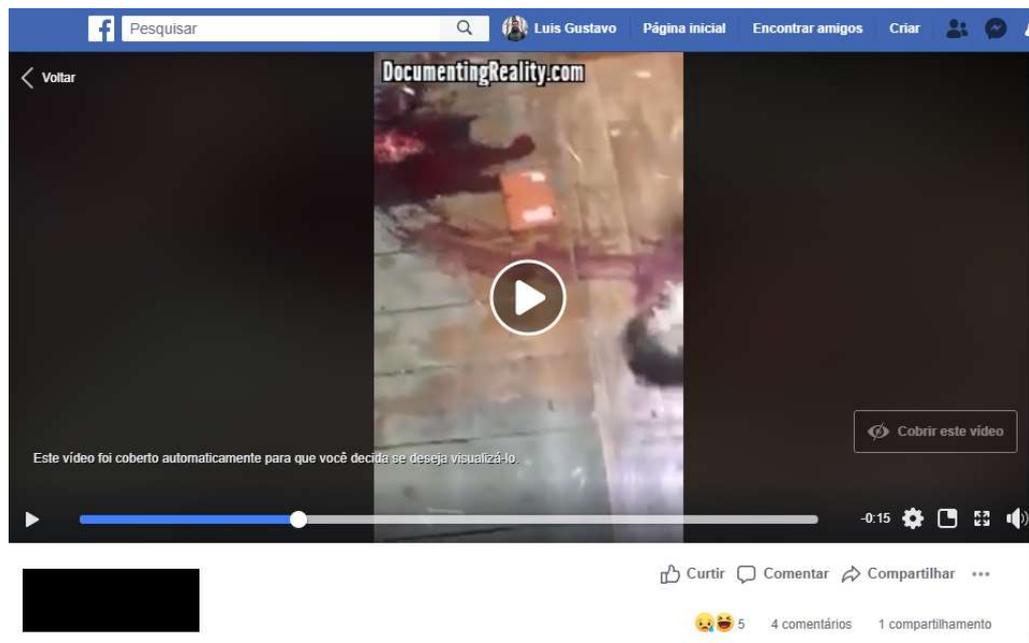
Imagens foram largamente utilizadas, em ambos os grupos, para divulgar situações de automutilação. Em sua maioria representada a partir de cortes em membros superiores e acompanhadas de frases que caracterizam o desamparo.

Algumas vezes, as frases eram escritas através dos cortes no próprio corpo. O grupo público apresentou maior volume de imagens de automutilação.

Este tipo de conteúdo também foi largamente utilizado para apresentar algum texto relacionado aos sentimentos citados na Figura 30, seja com apenas o texto em si, ou acompanhado de imagens diversas de séries, filmes, ilustrações, memes ou *selfies*. Essa última foi recorrente em ambos os grupos e muitas vezes apresentava a pessoa chorando, demonstrando tristeza/sofrimento.

Postagens em forma de vídeo foram mais comuns no grupo público, mas ambos os grupos analisados apresentaram esse tipo de conteúdo. Puderam ser identificados vídeos com mensagens de ajuda ou, indo de encontro às imagens, séries, filmes, ilustrações, memes ou dos próprios membros (mais recorrente no grupo privado). No grupo público se pôde encontrar vídeos apresentando imagens explícitas, como o demonstrado na Figura 31.

Figura 31 - Vídeo contendo imagens explícitas pós suicídio



Fonte: Facebook.

Como visto no caso do primeiro suicídio relacionado com a COVID-19 (GOYAL et al, 2020), a divulgação de imagens/vídeos contendo pessoas que morreram por suicídio pode influenciar as opiniões e comportamentos do público que os acessa, conforme a OMS (2017). Essa afirmação se confirmou nos grupos em relação à exposição de sentimentos relacionados ao tema, que apresentaram

grande teor de identificação demonstrada através de reações e comentários de outros membros.

Propriedade

Caracterizado como uma plataforma infraestrutural, ou seja, que fornece recursos tecnológicos e estruturais para outras plataformas, o Facebook faz parte das *Big Five* e domina o tráfego de dados de 80% do mercado de mídias sociais (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018).

Segundo Van Dijck (2013), este tipo de plataforma busca constantemente aumentar seu controle sobre as informações a partir da compra de outras, menores e que geralmente dependem de sua infraestrutura, apropriando-se de suas tecnologias. Microsoft e Google - que também fazem parte das Big Five - inclusive já tentaram adquirir o Facebook (VAN DIJCK, 2013). O Facebook, seguindo essa lógica, adquiriu o Instagram em 2012⁵⁶ e o WhatsApp em 2014⁵⁷ e, além disso, dispõe de um dos maiores sistemas de identificação online utilizado em outros serviços, o Facebook *login* (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018).

Também em 2012, o Facebook abriu o capital da empresa e, segundo Van Dijck (2013, p.58) “teve o cuidado de criar sua imagem corporativa não como uma multinacional que trabalha no interesse dos acionistas, mas como uma empresa centrada no usuário que deseja compartilhar a propriedade com as pessoas que a fizeram crescer”. Essa ação gerou uma série de reações negativas por parte de usuários, proprietários, anunciantes e acionistas que refletiram na queda do valor das ações da empresa (VAN DIJCK, 2013).

Mesmo que não identificada nenhuma relação direta da propriedade a ser considerada para a configuração do comportamento suicida nos grupos analisados, o status de propriedade (de capital aberto) do Facebook aumentou a pressão para que a plataforma gerasse lucro (VAN DIJCK, 2013), o que pode refletir nas outras categorias analisadas neste estudo, sobretudo a governança e modelo de negócio.

Modelo de negócio

⁵⁶ Disponível em <https://dealbook.nytimes.com/2012/04/09/facebook-buys-instagram-for-1-billion/>. Acesso em nov. 2019.

⁵⁷ Disponível em <https://www.forbes.com/sites/parmyolson/2014/10/06/facebook-closes-19-billion-whatsapp-deal>. Acesso em nov. 2019.

Plataformas como o Facebook, segundo D'Andrea (2020, p.31) “são cada vez mais protagonistas do regime capitalista contemporâneo”, suas ações resultam no aumento de desigualdades e assimetrias tanto local, quanto globalmente (D'ANDREA, 2020). Para a análise dessa subcategoria foi utilizado, principalmente, a observação de inspiração etnográfica realizada nos dois grupos acompanhados na investigação. O imbricamento entre as análises de subcategorias anteriores se faz presente, como já observado nesse capítulo.

O modelo de negócio do Facebook é baseado na venda de anúncios e foi criado a partir da lógica de propaganda em massa das mídias tradicionais, diferenciando-se desse tipo por possibilitar o direcionamento a públicos específicos (VAN DIJCK, 2013). Para compreender esse direcionamento é necessário retomar os conceitos que envolvem as lógicas dos ARP (GILLESPIE, 2018a), responsáveis por definir quais informações são consideradas relevantes para determinado usuário. Conforme Gillespie (2018a), através dos ARP as plataformas criam “públicos calculados”, que são uma espécie de apresentação algorítmica, ou categorização do público em certos grupos, moldando a própria percepção de si desse público dentro das plataformas que, segundo D'Andrea (2020, p.32) possuem “intrínseca relação com o armazenamento, processamento e intercâmbio dos dados fornecidos, de forma voluntária ou não, por seus diferentes tipos de usuários”.

Conforme demonstrado anteriormente no caso de Molly Russel (GERRARD e GILLESPIE, 2019), o resultado de sistemas de recomendação baseados nessas lógicas algorítmicas para pessoas que apresentam risco de suicídio pode ser desastroso. Molly consumia conteúdo relacionado à automutilação e suicídio em plataformas de mídias sociais, que indicavam para ela mais do conteúdo do tipo que havia buscado anteriormente, pois a encaixou dentro de um “público calculado” e indiscriminado, apenas preocupando-se em entregar mais dos seus interesses e o fizeram, mesmo que isso violasse as diretrizes das próprias comunidades das plataformas (GERRARD e GILLESPIE, 2019). A lógica desses sistemas atua com o intuito de manter os usuários no site por mais tempo, visualizando e clicando em anúncios que geram renda para as empresas que as criam e mantêm. Esses algoritmos são desenvolvidos para analisar as preferências de um usuário e recomendar para ele o conteúdo considerado mais relevante, não estando preparados para trabalhar em benefício coletivo (GERRARD e GILLESPIE, 2019).

Nos grupos analisados, consequências dessas lógicas puderam ser vistas nos recursos tecnológicos presentes, principalmente, em configurações padronizadas de visualização de conteúdo: comentários que são destacados em uma publicação seguem uma lógica padronizada e não explicitada e postagens de grupos são disponibilizadas no *Feed* de Notícias, que segue a lógica dos ARP. Mesmo que a ordenação padrão das publicações nos grupos seja definida como “recentes primeiro”, a opção de “publicações mais relevantes” está disponível para os usuários.

O modelo de negócio do Facebook, como plataforma infraestrutural, também pode causar consequências indiretas para a configuração do comportamento suicida, por exemplo, a partir do compartilhamento de dados dos seus usuários com outras plataformas e serviços. Durante a fase de pré-análise, pôde-se evidenciar a restrição de acesso aos dados públicos da API do Facebook que, conforme afirma D’Andrea (2020, p. 32) cresce juntamente com as parcerias com empresas as quais recebem acessos privilegiados. Ainda, ações como a reprodução de vieses e preconceitos pelos algoritmos, bem como questões econômicas, podem contribuir para o aumento da desigualdade social e desencadear fatores considerados de risco para o desenvolvimento do comportamento suicida.

5.1 A CONFIGURAÇÃO DO COMPORTAMENTO SUICIDA NOS GRUPOS FACEBOOK

O suicídio, conforme Durkheim (2000), é a expressão individual de um fenômeno coletivo, sustentado por um conjunto de fatores sociais. Ao realizar a análise da configuração do comportamento suicida - que é um fenômeno complexo e multifatorial – nos grupos do Facebook, foi considerado também um modelo de categorias capazes de englobar diferentes fatores da plataforma que pudessem contribuir para esse fim. Sendo umas das *Big Five*, a característica de plataforma infraestrutural (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018) do Facebook e suas lógicas direcionadas ao modelo de negócio se tornam mais evidentes ao analisá-lo a partir das categorias propostas no modelo de Van Dijck (2013).

Na perspectiva do eixo dos construtos tecno-culturais, as tecnologias dispostas na plataforma e analisadas a partir dos grupos, destacando-se as ações

dos ARP (GILLESPIE, 2018a) presentes no ambiente, aumentam o contato dos membros desses grupos com conteúdos relacionados ao tema, podendo influenciar as opiniões e comportamentos do público que os acessa OMS (2017).

Os usuários e os usos que fazem dessas tecnologias, tendo em conta o que a plataforma disponibiliza como recurso padrão e as maneiras muitas vezes “adaptadas” pelos usuários para tentar burlar as regras impostas por ela, acabam muito direcionados pela lógica da sociabilidade programada (BUCHER, 2018), podendo dificultar o controle do que pode ou não ser encontrado nesses ambientes.

Ao dispor de uma lógica tecnológica que influencia e direciona os usuários em seus usos para atender seu modelo de negócio, o Facebook disponibiliza formas de geração de conteúdo que podem influenciar diretamente na configuração do comportamento suicida, imbricando as subcategorias com o eixo da estrutura socioeconômica.

A partir da governança, o Facebook tenta controlar o que pode ou não circular na plataforma de forma que, nos grupos, é mais evidente que os administradores possuem papel central na moderação de conteúdo. As controvérsias constatadas em normas impostas pela plataforma referentes ao comportamento suicida e outras ações que podem afetá-lo, direta ou indiretamente, impactam na experiência destes usuários dentro dos grupos, que acabam tendo acesso a muitos conteúdos que podem influenciá-los no desenvolvimento do comportamento suicida.

Verificou-se que o modelo de negócio do Facebook determina o funcionamento de suas características tecnológicas em conjunto com seu status de propriedade, que visa o lucro. Lógicas de compartilhamento de dados e recomendação de conteúdo se sobressaem às regras de governança e ao discurso de preocupação social mantido pela plataforma em páginas relacionadas à prevenção do suicídio⁵⁸.

Por fim, considera-se que a configuração do comportamento suicida nos grupos do Facebook pode ocorrer a partir das três dimensões dos construtos tecno-culturais: tecnologia, usuários/usos e conteúdo, que são concebidos e mantidos sob as determinações dos três aspectos de sua estrutura socioeconômica: propriedade, governança e modelo de negócio. Sobretudo, a Governança impera na medida em

⁵⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/safety/wellbeing/suicideprevention>

que todas as subcategorias apresentam suas características a partir das lógicas determinadas nas práticas de regulação da plataforma.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo investigou o comportamento suicida na plataforma digital Facebook por uma perspectiva tecnossocial. A partir do modelo de análise de plataformas de Van Dijck (2013) foram estabelecidas as categorias que guiaram a aplicação de uma análise de conteúdo que, em conjunto com uma observação de inspiração etnográfica em grupos relacionados ao tema suicídio, auxiliou no objetivo de responder o seguinte questionamento: de que maneira se configura o comportamento suicida na plataforma digital Facebook?

Inicialmente, foi realizado um levantamento do Estado da Arte a fim de se obter uma visão panorâmica sobre a literatura em relação ao comportamento suicida no Facebook, quais as questões de pesquisa e os métodos mais utilizados para análise do fenômeno. A partir desta revisão, se constatou a escassez de pesquisas relacionadas no Brasil, já que apenas uma foi realizada no país. Os estudos analisados apresentaram questões de pesquisa que reforçam a pertinência do estudo do tema, mas alertaram para a falta de uma abordagem tecnossocial dos aspectos da plataforma Facebook que podem influenciar na configuração desse comportamento.

A partir da análise, foi possível observar muitas expressões de pensamentos considerados de risco pela OMS (2000) para o desenvolvimento do comportamento suicida nos grupos analisados. Estas expressões foram evidenciadas a partir da apropriação de diferentes recursos tecnológicos disponibilizados pela plataforma pelos usuários. Assim, considera-se que a configuração do comportamento suicida nos grupos do Facebook pode ocorrer a partir das três dimensões dos construtos tecno-culturais: tecnologia, usuários/usos e conteúdo, que são concebidos e mantidos sob as determinações dos três aspectos de sua estrutura socioeconômica: propriedade, governança e modelo de negócio.

Desde a ideação deste trabalho seu tema já era emergente e despertava grande preocupação em termos de saúde pública. Não obstante, uma pandemia de escala mundial surge de encontro ao momento da coleta e análise dos dados afetando diversas esferas da vida em sociedade e, sobretudo, aumentando o impacto de problemas estruturais aos mais frágeis frente ao cenário político e econômico atual do Brasil, bem como potencialmente intensificando dificuldades já enfrentadas por aquelas pessoas que já sofriam com transtornos de natureza

mental. Tal quadro reforça a pertinência da preocupação com políticas de saúde mental e a emergência no auxílio aos menos favorecidos economicamente, que representam uma grande parcela da população brasileira. Em adição, é de suma importância destacar que a possível influência da pandemia no aumento de publicações nos referidos grupos não diminui a importância do problema fora deste cenário.

Dada a relevância do tema e as lacunas encontradas no levantamento do Estado da Arte, o estudo contribuiu para o avanço da pesquisa relacionada ao comportamento suicida no cenário de “plataformização” (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018). Acredita-se que a compreensão do fenômeno nesse cenário pode ser de grande valia para as estratégias de prevenção do suicídio.

Durante a pesquisa, uma das dificuldades encontradas foi o arquivamento do grupo Suicídio..., que havia sido selecionado para análise. Essa ação acabou ocasionando a necessidade de se refazer a busca por um grupo do tipo público. As ações de moderação, tanto do Facebook, quanto dos administradores dos grupos analisados trouxeram dificuldades na recuperação de postagens removidas.

As plataformas apresentam grande mutabilidade, conforme Van Dijck, Poell e De Wall (2018), e nesse sentido, o Facebook lançou uma nova interface gráfica⁵⁹ em maio de 2020, com recursos tecnológicos diferentes dos utilizados nessa análise e que está sendo disponibilizada gradualmente aos usuários. A falta de acesso a esta interface para inclusão de seus recursos na análise pode ser considerada uma limitação dessa pesquisa.

Por mais que essa pesquisa tenha buscado ser abrangente quanto aos aspectos da plataforma Facebook que podem contribuir para a configuração do comportamento suicida abordando, inclusive, as apropriações dos recursos tecnológicos pelos usuários, a inclusão do fenômeno comportamental – no que diz respeito às questões psicológicas dos sujeitos envolvidos, enquanto humanos que são – à luz da Psicologia pode acrescentar resultados de grande valia em trabalhos futuros.

Por fim, a era da sociedade da plataforma (VAN DIJCK, POELL e DE WAAL, 2018) emerge uma série de novos desafios para a ciência, sejam eles de ordem

⁵⁹ Disponível em: <https://about.fb.com/news/2020/05/the-new-facebook-com/>. Acesso em: 8 agosto 2020.

tecnológica ou social. É desejo do autor que este estudo possa contribuir para reflexões acerca das plataformas e suas influências na sociedade, bem como para a emergência das ações públicas em relação à saúde mental.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AL-MOSAIWI, Mohammed; JOHNSTONE, Tom. **In an Absolute State**: Elevated Use of Absolutist Words Is a Marker Specific to Anxiety, Depression, and Suicidal Ideation. *Clinical Psychological Science*, [s.l.], v. 6, n. 4, p.529-542, 5 jan. 2018. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1177/2167702617747074>.
- ANDRADE, Norberto N. G. de et al. **Ethics and Artificial Intelligence**: Suicide Prevention on Facebook. *Philosophy & Technology*, [s.l.], v. 31, n. 4, p.669-684, dez. 2018. Springer Nature. <http://dx.doi.org/10.1007/s13347-018-0336-0>.
- ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001. 278 p.
- _____. **Vidas desperdiçadas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005. 170, [1] p. ISBN 9788571108738
- BISCHOFF, Vinicius et al. **Integration of feature models**: A systematic mapping study. *Information and Software Technology*, [s.l.], set. 2018. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.infsof.2018.08.016>.
- BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. **Social Network Sites**: Definition, History, and Scholarship. *Journal Of Computer-mediated Communication*, [s.l.], v. 13, n. 1, p.210-230, out. 2007. Oxford University Press (OUP). <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.
- BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Brasília: Senado Federal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 04 setembro 2020.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Suicídio**. Saber, agir e prevenir. v. 48. n. 30. Ministério da Saúde, 2017.
- BUCHER, T. **If...Then**: Algorithmic power and politics. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. [6. ed.]. São Paulo: Paz e Terra, 2012. 698 p.
- CAVALCANTE, Ricardo Bezerra; CALIXTO, Pedro; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. **Análise de Conteúdo**: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. *Informação & Sociedade: Estudos*, João Pessoa, v. 24, n. 1, p.13-18, abr. 2014.

CRAWFORD, Angus. **Instagram ‘helped kill my daughter’**. BBC, 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/av/uk-46966009/instagram-helped-kill-my-daughter>>. Acesso em: 29 setembro 2019.

D’ANDREA, Carlos. **Pesquisando plataformas online**: conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020. ISBN 978-65-5630-009-2.

DURKHEIM, Émile. **O suicídio**: estudo de sociologia. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ELLISON, Nicole B.; BOYD, Danah M. **Sociality through Social Network Sites**. In Dutton, W. H. (Ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University Press, pp. 151-172. 2013.

FACEBOOK. **Prevenção contra o suicídio**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/safety/wellbeing/suicideprevention>>. Acesso em: 31 agosto 2020.

FLEICHMANN, Alexandra. **World Suicide Prevention Day 2008**: Around one million people die each year by suicide. Organização Mundial da Saúde. Genebra, 2008. Disponível em: <https://www.who.int/mental_health/prevention/suicide/wspd_2008_statement.pdf>

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011. 239 p.

GANDRA JR, Domingos da Silva. **Suicídio na perspectiva antropológica**. In: D’ASSUMPÇÃO, Evaldo Alves; D’ASSUMPÇÃO, Gislaine Maria; BESSA, Halley Alves (coord.). *Morte e suicídio: uma abordagem multidisciplinar*. Petrópolis: Vozes, p. 176 – 182, 1984.

GERRARD, Ysabel; GILLESPIE, Tarleton. **When algorithms think you want to die**. Wired. 2019. Disponível em: <<https://www.wired.com/story/when-algorithms-think-you-want-to-die/>>. Acesso em: 29 setembro 2019.

GILLESPIE, Tarleton. **A relevância dos algoritmos**. Parágrafo, São Paulo, v. 6, n. 1, p.95-121, jan.-abr. 2018a. Tradução de: Amanda Jurno.

_____. **Can an algorithm be wrong?** Twitter Trends, the specter of censorship, and our faith in the algorithms around us. Culture Digitally. 19/10/2011. Disponível em: <<http://culturedigitally.org/2011/10/can-an-algorithm-be-wrong/>>. Acesso em: 20/06/2019.

_____. **Custodians of the internet**: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. New Haven: Yale University Press, 2018b.

_____. **Platforms intervene**. Social Media + Society, v. 1, n. 1, 2015.

GOYAL, K. et al. Fear of COVID 2019: first suicidal case in india !. **Asian Journal Of Psychiatry**, [S.L.], v. 49, mar. 2020. Elsevier BV.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ajp.2020.101989>.

GREFF, A. P. et al. **Saúde mental e atenção psicossocial na pandemia COVID-19**: suicídio na pandemia COVID-19. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2020. 24 p. Cartilha.

HELBERGER, Natali; PIERSON, Jo; POELL, Thomas. **Governing online platforms**: From contested to cooperative responsibility. The Information Society, [s.l.], v. 34, n. 1, p.1-14, 27 dez. 2017. Informa UK Limited.
<http://dx.doi.org/10.1080/01972243.2017.1391913>.

HINE, Christine. **Ethnography for the internet**: Ebedded, Embodied and Everyday. Londres, Bloomsbury, 2015. 240p.

JURNO, Amanda C.; DALBEN, Silvia. **Questões e apontamentos para o estudo de algoritmos**. PARÁGRAFO: REVISTA CIENTÍFICA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA FIAM-FAAM, v. 6, p. 17-29, 2018.

JURNO, Amanda; D'ANDRÉA, Carlos. **(In)visibilidade algorítmica no “Feed de Notícias” do Facebook**. Contemporânea, v.15, n.2, 2017, p.463-484.

KEMP, Simon. DATAREPORTAL. **Digital 2019**: Brazil. Disponível em:
<<https://datareportal.com/reports/digital-2019-brazil>>. Acesso em: 22 junho 2019.

KLEINA, Nilton. **A história do Facebook, a maior rede social do mundo**. Tecmundo. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/mercado/132485-historia-facebook-maior-rede-social-do-mundo-video.htm>>. Acesso em: 24 junho 2019.

LUXTON, David D.; JUNE, Jennifer D.; FAIRALL, Jonathan M. **Social Media and Suicide**: A Public Health Perspective. American Journal of Public Health, [s.l.], v. 102, n. 2, p.195-200, maio 2012. American Public Health Association.
<http://dx.doi.org/10.2105/ajph.2011.300608>.

MOSSERI, Adam. **Bringing People Closer Together**. Facebook Newsroom. 11 janeiro 2018. Disponível em: <<https://about.fb.com/news/2018/01/news-feed-fyi-bringing-people-closer-together/>>. Acesso em: 2 novembro 2019.

O'HARE, Ryan; VAN ELSLAND, Sabine L. **Coronavirus measures may have already averted up to 120,000 deaths across Europe**. Imperial College London. Disponível em: <<https://www.imperial.ac.uk/news/196556/coronavirus-measures-have-already-averted-120000/>>. Acesso em: 30 agosto 2020.

OMS. **Prevenção do suicídio**: um manual para profissionais da saúde em ação primária. Organização Mundial da Saúde. Genebra, 2000.

_____. **Prevenção ao suicídio**: um recurso para conselheiros. Organização Mundial da Saúde. Genebra, 2006.

_____. **Preventing suicide: a global imperative.** Organização Mundial da Saúde. Genebra, 2014.

_____. **Preventing suicide: a resource for media professionals, update 2017.** Organização Mundial da Saúde. Genebra, 2017.

_____. **Suicide: key facts.** Disponível em: <<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/suicide>>. Acesso em: 17 junho 2019a.

_____. **World Health statistics data visualizations dashboard: Suicide.** Disponível em: <<http://apps.who.int/gho/data/node.sdg.3-4-viz-2?lang=en>>. Acesso em: 17 junho 2019b.

OPAS, Organização Pan-Americana de Saúde. **Folha informativa COVID-19.** Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19>>. Acesso em: 20 agosto 2020.

OPAS/OMS, Organização Pan-Americana de Saúde. **Folha informativa - Depressão.** Disponível em: <https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5635:folha-informativa-depressao&Itemid=822>. Acesso em: 20 outubro 2018.

PAHO. Pan American Health Organization. **Suicide Mortality.** Disponível em: <http://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=12948:suicide-mortality&Itemid=820&lang=en>. Acesso em: 18 junho 2019.

PARISER, Eli. **The Filter Bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think.** Nova Iorque: The Pinguim Press, 2011.

PHILLIPS, Sarah. **A brief story of Facebook.** The Guardian. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/2007/jul/25/media.newmedia>>. Acesso em: 24 junho 2019.

PRODANOV, Cleber C.; FREITAS, Ernani C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2012. 238p.

_____. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre, RS: Sulina, 2009.

SALUSTIANO, Skrol. **Análise de Sentimento.** In: SILVA, Tarcízio; STABILE, Max. (Org.) Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações. São Paulo: Uva Limão, 2016, p. 29-52.

SHROEPFER, M. **An Update on Our Plans to Restrict Data Access on Facebook.** Facebook. 2018. Disponível em: <<https://about.fb.com/news/2018/04/restricting-data-access/>>. Acesso em: 19 julho 2020.

THAKUR, V.; JAIN, A. COVID 2019-suicides: a global psychological pandemic. **Brain, Behavior, And Immunity**, [S.L.], v. 88, p. 952-953, ago. 2020. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bbi.2020.04.062>.

TURECKI, G.; BRENT, D. A. **Suicide and suicidal behaviour**. *The Lancet*, v. 387, n. 10024, p.1227-1239, mar. 2016. Elsevier BV. [http://dx.doi.org/10.1016/s0140-6736\(15\)00234-2](http://dx.doi.org/10.1016/s0140-6736(15)00234-2).

VAN DIJCK, José. **The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media**. Oxford: Oxford University Press, 2013.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The Platform Society: Public Values in a Connective World**. Oxford: Oxford University Press, 2018.

WASSERMAN, Stanley; FAUST, Katherine. **Social Network Analysis: methods and applications**. In: *Structural analysis in social the social sciences series*. Cambridge: Cambridge University Press, (1994) 1999. v. 8. 857 p. ISBN 0-521-38707-8

WELLMAN, Barry. **Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking**. *International Journal Of Urban And Regional Research*, [s.l.], v. 25, n. 2, p.227-252, jun. 2001. Wiley. <http://dx.doi.org/10.1111/1468-2427.00309>.

WERLANG, Blanca. **Suicídio: Uma questão de saúde pública e um desafio para a Psicologia clínica**. In: CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. *Suicídio e os desafios para a Psicologia*. Brasília: CFP, 2013. Cap. 2. p. 25-29.

ZANINI, Débora. **Etnografia em mídias sociais**. In: SILVA, Tarcízio; STABILE, Max. (Org.) *Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações*. São Paulo: Uva Limão, 2016, p. 163-185.

APÊNDICE A – LESÕES AUTOPROVOCADAS INTENCIONALMENTE (CID-10)

CID-10 - Código Internacional de Doenças (http://www.datasus.gov.br/cid10/V2008/cid10.htm)		
X60-X84 Lesões autoprovocadas intencionalmente		
Inclui: lesões ou envenenamento auto-infligidos intencionalmente suicídio (tentativa)		
Código-Descrição	Inclui	Exclui
X60.- Auto-intoxicação por e exposição, intencional, a analgésicos, antipiréticos e anti-reumáticos, não-opiáceos	derivados (da) (do): · pirazolona · 4-animofenol drogas antiinflamatórias não esteróides salicatos	
X61.- Auto-intoxicação por e exposição, intencional, a drogas anticonvulsivantes [antiepilépticos] sedativos, hipnóticos, antiparkinsonianos e psicotrópicos não classificados em outra parte	antidepressivos barbitúricos derivados da hidantoína iminostilbenos metaqualona e seus derivados neurolépticos psicoestimulantes succimidias e oxazolidina-diona tranqüilizantes	
X62.- Auto-intoxicação por e exposição, intencional, a narcóticos e psicodislépticos [alucinógenos] não classificados em outra parte	cannabis (derivados da) cocaína codeína heroína lisérgida [LSD] maconha mescalina metadona morfina ópio (alcalóides)	
X63.- Auto-intoxicação por e exposição, intencional, a outras substâncias farmacológicas de ação sobre o sistema nervoso autônomo	parassimpaticolíticos [anticolinérgicos e antimuscarínicos] e espasmolíticos parassimpaticomiméticos [colinérgicos] simpaticolíticos [antiadrenérgicos] simpaticomiméticos [adrenérgicos]	
X64.- Auto-intoxicação por e exposição, intencional, a outras drogas, medicamentos e substâncias biológicas e às não especificadas	anestésicos (gerais) (locais) antibióticos sistêmicos e outros medicamentos antiinfeciosos gases terapêuticos hormônios e seus substitutos sintéticos medicamentos de ação sobre o aparelho: · cardiovascular · gastrointestinal medicamentos e drogas de ação sobre o metabolismo da água, dos sais minerais e do ácido úrico medicamentos sistêmicos e hematológicos preparações de uso tópico produtos que atuam sobre os músculos lisos e esqueléticos e sobre o aparelho respiratório vacinas	

X65.- Auto-intoxicação voluntária por álcool	<p>álcool:</p> <ul style="list-style-type: none"> · SOE · butílico [1-butanol] · etílico [etanol] · isopropílico [2-propanol] · metílico [metanol] · propílico [1-propanol] <p>fusel [óleo fusel]</p>	
X66.- Auto-intoxicação intencional por solventes orgânicos, hidrocarbonetos halogenados e seus vapores	benzeno e seus homólogos clorofluorcarbonos petróleo (derivados) tetracloro de carbono [tetraclorometano]	
X67.- Auto-intoxicação intencional por outros gases e vapores	<p>dióxido de enxofre gás (de):</p> <ul style="list-style-type: none"> · escapamento de um veículo a motor · iluminação · lacrimogêneo <p>monóxido de carbono óxidos de nitrogênio</p>	emanações e vapores de metal (X69.-)
X68.- Auto-intoxicação por e exposição, intencional, a pesticidas	desinfetantes por fumigação (fumigantes) fungicidas herbicidas inseticidas produtos usados na proteção de florestas raticidas	adubos e fertilizantes (X69.-)
X69.- Auto-intoxicação por e exposição, intencional, a outros produtos químicos e substâncias nocivas não especificadas	adubos e fertilizantes aromáticos corrosivos, ácidos e álcalis cáusticos colas e adesivos metais, incluindo suas emanações e vapores plantas e substâncias alimentares venenosas sabões e detergentes tintas e corantes	
X70.- Lesão autoprovocada intencionalmente por enforcamento, estrangulamento e sufocação		
X71.- Lesão autoprovocada intencionalmente por afogamento e submersão		
X72.- Lesão autoprovocada intencionalmente por disparo de arma de fogo de mão		
X73.- Lesão autoprovocada intencionalmente por disparo de espingarda, carabina, ou arma de fogo de maior calibre		
X74.- Lesão autoprovocada intencionalmente por disparo de outra arma de fogo e de arma de fogo não especificada		
X75.- Lesão autoprovocada intencionalmente por dispositivos explosivos		
X76.- Lesão autoprovocada intencionalmente pela fumaça, pelo fogo e por chamas		
X77.- Lesão autoprovocada intencionalmente por vapor de água, gases ou objetos quentes		
X78.- Lesão autoprovocada intencionalmente por objeto cortante ou penetrante		
X79.- Lesão autoprovocada intencionalmente por objeto contundente		

X80.- Lesão autoprovocada intencionalmente por precipitação de um lugar elevado	queda intencional de um nível a outro	
X81.- Lesão autoprovocada intencionalmente por precipitação ou permanência diante de um objeto em movimento		
X82.- Lesão autoprovocada intencionalmente por impacto de um veículo a motor	colisão intencional com: <ul style="list-style-type: none"> · bonde (carro elétrico) · trem (comboio) · veículo a motor 	queda de aeronave (X83.-)
X83.- Lesão autoprovocada intencionalmente por outros meios especificados	lesão autoprovocada intencionalmente por: <ul style="list-style-type: none"> · eletrocussão · queda de aeronave · substâncias cáusticas, exceto intoxicação (envenenamento) 	
X84.- Lesão autoprovocada intencionalmente por meios não especificados		