

42º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS
SPG24 MÍDIAS DIGITAIS, SUBJETIVIDADES E DIFERENÇAS

**#INSPIRING VERSUS SOLIDÃO: O DISCURSO SOBRE O
CANADÁ PRODUZIDO PELAS MIGRANTES BRASILEIRAS
NAS MÍDIAS DIGITAIS¹**

RODRIGO FESSEL SEGA

DOUTORANDO UNICAMP

RODRIGOFSEGA@GMAIL.COM

¹ Este artigo é uma versão ampliada da discussão apresentada no evento “Colóquio Internacional / IX Fórum De Migrações/Migratic e do V Simpósio De Pesquisa Sobre Migrações”, realizado na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), em 2017, cujo título foi "Falando com os peixes betas que não existem em minha casa': o uso das tecnologias da informação e comunicação pelas brasileiras migrantes no Canadá" e é parte da qualificação de doutorado do autor.

RESUMO

Por não terem uma rede de suporte familiar para migrar para o Canadá, casais brasileiros buscam informações sobre o país principalmente na internet. O crescimento e a mudança nos usos de blogs, canais de *YouTube* e perfis do *Instagram* que discursam sobre o país evidenciam que essa estratégia migratória está diretamente conectada com o universo dessas mídias sociais. Entretanto, uma observação pertinente da pesquisa mostra que a grande maioria da produção desse conteúdo é feito por mulheres. Este trabalho traz o uso privilegiado da *hashtag* *INSPIRING* para o debate, mostrando como ela é utilizada em diversas plataformas, em diferentes linguagens, mas utilizada majoritariamente para mostrar uma imagem romantizada da experiência migratória. Apresentarei a relação entre *#INSPIRING*, encontrada nos conteúdos online, e o sentimento de solidão e isolamento, expresso nas entrevistas através de palavras ou silêncios. Mostro a sinergia entre esses dois contrapontos, como essa relação gesta modelos de masculinidade e feminilidade, assim como também ela estrutura um padrão de corporalidade online, uma “identidade visual mais aceita, difundida e reproduzida pelos migrantes.

INTRODUÇÃO

PAULA²: (...) então, assim, pensa que o cenário que eu vim para cá foi 2013, a Dilma estava bem, a Copa ia acontecer [risos] A Copa ia acontecer e ia ter Olimpíadas no Brasil eu era de eventos. O Canadá ia ter os jogos pan-americanos em 2014... eu falei “meu, vou fazer um curso de eventos.” (...) Eu tinha um futuro brilhante na minha vida: eu ia fazer meu curso de eventos, meu marido ia conseguir um trabalho de TI, eu iria tramar nos (jogos) pan-americanos.. Eu ia para a copa, eu ia para as Olimpíadas e depois o céu era o limite! Aí a realidade aconteceu. Eu cheguei em Toronto, meu curso era uma bosta. A George Brow era um depósito de imigrantes!

A partir de duas pesquisas de campo de caráter etnográfico realizada em 2012 e 2016/17 com mulheres e homens brasileiros que migraram para o Canadá pelo Programa Federal de Trabalhador Qualificado, observei que, além dos migrantes irem casados, ambos têm formação superior e trabalhavam antes de migrar, almejando, inclusive, continuar trabalhando em Toronto. Entretanto, a maioria dessas esposas não seguem esse caminho, apresentando dificuldades em entrar no mercado de trabalho e ficam encarregadas, principalmente, de cuidar do lar e da educação dos filhos.

² Todos os nomes foram trocados para preservar a identidade dos entrevistados.

São majoritariamente essas esposas que iniciam a escrita de blogs pessoais, canais no *YouTube* e contas no *Instagram* contando o dia a dia das famílias no processo de migrar. Todas as minhas interlocutoras se utilizaram dessas plataformas virtuais em algum momento deste processo de mudança e a grande maioria citou o blog e canais do *YouTube* como as principais ferramentas para encontrar informações sobre o processo de migração e adaptação em Toronto. Por não terem uma rede familiar ou de sociabilidade forte na cidade antes de migrarem, o uso dessas tecnologias para conseguir informações e contatos primários é intensa e me leva a percebê-las como uma ferramenta privilegiada neste processo migratório, atuando não como uma “ponte” entre Brasil e Canadá, mas como uma mediação técnica (LATOUR 1994), permeada por desejos, sonhos e expectativas, que agencia subjetividades e comportamentos específicos e de maneiras específicas.

Essas tecnologias, usada pelos imigrantes para conseguir informações, são analisadas não apenas como veículo desses desejos, mas também enquanto recipiente que modifica como nos expressamos, que tem significado e que produz esse significado através de um tipo especial de articulação entre signos e coisas (LATOUR 1994:33). “Sua especificidade precisa ser levada em conta todas as vezes. Os mediadores transformam, traduzem, distorcem e modificam o significado ou os elementos que supostamente veiculam” (LATOUR 2012:65).

É a partir da relação etnográfica entre mídias digitais e entrevistas com migrantes brasileiros que pude perceber e desdobrar as controvérsias dessa comunidade. Sentimentos de isolamento se atrelam às postagens nas redes sociais para que outros brasileiros migrem. Debaterei, especificamente, como o uso da *hashtag INSPIRING* em blogs, *YouTube* e *Instagram* está em sinergia com o sentimento de solidão e isolamento observado nas entrevistas de cunho etnográfico.

TORNAR-SE MIGRANTE É TORNAR-SE MIGRANTE GENERIFICADO

Uma das agendas de pesquisa que apresentei na minha dissertação sobre a comunidade brasileira no Canadá (SEGA 2013) foi a utilização maciça de mídias digitais, tais como blogs, *YouTube* e *Instagram*, para produzir material sobre o processo migratório. Já no trabalho de campo realizado em 2016 e 2017 como parte da pesquisa de doutorado, percebi que essa produção era feita majoritariamente por mulheres brasileiras

qualificadas e cujo produto se destina a incentivar a migração e ajudar os recém-chegados no país. Entretanto, esse conteúdo, apesar de parecer neutro e construído individualmente, ele estimula um desejo de migrar, mas corrobora comportamentos e políticas públicas baseadas em desigualdades de gênero. A produção desse conteúdo é problemático, pois constrange a agenda das mulheres antes mesmo de migrarem, limitando suas escolhas pessoais ao suporte à carreira do marido e criação e educação dos filhos.

Dentre alguns exemplos, falarei inicialmente do caso da Ciranda Brasileira. Em 2012, ao fazer pesquisa de campo pela primeira vez no Canadá, eu participei de um projeto educacional para crianças e adolescentes descendentes de brasileiros chamado Oficina de Português para Crianças. A intenção era incentivar a socialização da primeira geração nascida em Toronto através de brincadeiras lúdicas. Funcionava todo sábado de manhã e as crianças e adolescentes eram separados por idade, em três salas diferentes de uma instituição de caridade ligada a um centro espírita brasileiro. Por conhecer esse programa, perguntei para alguns conhecidos, ao retornar agora em 2016, sobre a Oficina de Português para Crianças e me disseram que havia mudado de nome. Agora, chamava-se Ciranda Brasileira.

A internet me ajudou a retomar o contato com esse projeto. Minha pesquisa encontrou um site em formato de blog, de fundo branco, informações concisas e didáticas. Na página principal, um botão para inscrever a criança para o projeto junto das sessões “apresentação”, “proposta” e “seja um voluntário”. Abaixo, uma parte chamada “TV Ciranda” com um vídeo do *YouTube* intitulado “retrospectiva do primeiro semestre de 2015”, mostrando um resumo audiovisual das atividades realizadas naquele período. Ao lado direito, um campo exclusivo para cadastrar o e-mail e receber informações sobre atividades e eventos do Ciranda. Cadastrei e recebi um e-mail automático pedindo confirmação. Confirmei e fui levado a uma página da *web* avisando que minha inscrição havia sido realizada e que continha um *link* para adicionar o telefone do Cirando à minha agenda telefônica. Fiz o download e abri o arquivo que adicionou o nome Ciranda Brasileira, o e-mail deles, a localização, o site e o nome da organização à minha agenda de telefone pessoal.

Achei impressionante como esse processo se automatizou em um curto período de tempo. Descobri mais tarde que o Ciranda se desvinculou e tornou um projeto autônomo, mas ainda gestado por mães e pedagogas brasileiras. Troquei e-mail com coordenadoras

e participei de um dia do projeto, de finalização do semestre de 2016 com a apresentação das várias atividades realizadas naquele período. Dessa etnografia, retiro duas percepções importantes. A primeira é a forma como as relações são estabelecidas, mediadas pela internet e plataformas online. Deste exemplo, em poucos minutos, já tinha na agenda do meu smartphone todo o contato necessário do projeto. A internet e essas plataformas substituíram algumas etapas “manuais” desse processo e acelerou a aquisição de algumas informações. Essa é uma característica típica das mediações técnicas que, nesse processo, muda a forma com as relações são estabelecidas.

A segunda percepção é que, apesar dessa mudança tecnológica na maneira como as relações são estabelecidas, tanto em 2012 quanto em 2016, a grande maioria dos familiares que estavam ali eram mulheres. Tanto na gestão e execução do projeto quanto os responsáveis que levavam seus filhos para participarem dele, a presença das brasileiras era marcante. Não é coincidência, também, que a grande maioria do conteúdo audiovisual produzido online é feito por mulheres. Apesar de parecerem situações distintas, elas estão conectadas porque elas que estão realizando a tarefa de dar suporte para o marido e filhos, sejam os seus ou o dos outros. Essa “performance do suporte”, bastante associada a uma performance tradicional de gênero e feminilidade, é intensamente repetida e reproduzida nesse grupo social. No horizonte de possibilidades do tornar-se migrante, o comportamento valorizado positivamente é essa separação tradicional entre homem/público – mulher/privado, homem/trabalho – mulher/do lar. Tanto quem produz o conteúdo audiovisual quanto quem consome esse material são frutos dessa separação.

Um produto textual e audiovisual feito por migrantes brasileiras qualificadas é a criação da própria verdade a cerca dessa realidade. Trago o conceito de performatividade de gênero de Judith Butler (2002) ao debater mídias sociais não como um empréstimo ou uma analogia para pensar o tornar-se migrante, mas por entender que essa criação social, seja no nível micro – pessoal – ou macro – estatal ou de grupo social – é transposta das relações de gênero estabelecidas no Brasil. Não há mudança de status social, entre cidadão brasileiro para migrante qualificado, que não acompanhe uma política de regulamentação do gênero.

O ato discursivo performativo é um comportamento aprendido pela vivência cotidiana, como “prática reiterativa e citacional pela qual o discurso produz os efeitos que nomeia” (BUTLER 2002:18). A construção das estratégias migratórias dos

brasileiros qualificados é a própria construção das relações hierárquicas e desiguais do gênero. Não é por aleatoriedade e nem por um cálculo meramente racional (que desconsidere essas posições masculinizadas e feminilizadas) que as estratégias migratórias dos brasileiros qualificados são construídas, mas ela é a própria construção das relações de gênero da vida cotidiana desses sujeitos. Experienciada como algo naturalizado, tornar-se migrante qualificado no Canadá é, portanto, uma derivação da maneira com que as regulações de gênero atuam na sociedade brasileira.

Por esse motivo que não tem como pensar, por exemplo, em políticas públicas para migrantes qualificados sem considerar, anteriormente, a incorporação das perspectivas de gênero nessas políticas. É dessa desigualdade naturalizada nesse grupo social no Brasil que os comportamentos e estratégias migratórias são criados e reiterados. Tornar-se migrante é tornar-se migrante generificado, com oportunidades desiguais de inserção na comunidade canadense.

O DUPLO MOVIMENTO SINERGÉTICO

A força dessas regulações de gênero está justamente em conseguir naturalizar classificações, modelos ou comportamentos, uma vez que ao ser repetidamente citada essa norma produz um apagamento dos próprios dispositivos que a produzem. No processo de migrar, são essas regulações que articulam a ideia de migrante, de migração, do fluxo de brasileiros qualificados e do próprio Canadá. Por isso, entendo que o gênero não deve ser compreendido como uma identidade estável ou um *locus* de ação do qual decorrem vários atos; em vez disso, ele é uma identidade tenuemente constituída no tempo, instituído num espaço externo por meio de uma repetição estilizada de atos (BUTLER 2003). As mídias sociais, neste caso, nos ajuda a perceber essa repetição. É nas plataformas online, em sites como *YouTube*, *Instagram* e blogs, principalmente, que essas repetições aparecem e é através deles que as repetições são criadas e reinventadas.

É nessas plataformas online que podemos perceber as contradições dessa regulação. Entre o mostrar e o apagar, entre a presença e a ausência, ocorre um duplo movimento sinérgico. O primeiro é o da externalização e objetificação desses comportamentos, traduzidos em texto, imagens e sons. O segundo é a naturalização dessa tradução das experiências vividas no social, um apagamento desse processo criativo e associativo de redução dessas experiências. Gostaria de me estender um pouco mais

nesses argumentos e, inicialmente, desfazer algumas noções basilares a respeito da materialização e armazenamento dessa informação.

O processo de tornar-se migrante se desenvolve a partir das informações adquiridas por esses brasileiros nas plataformas online. Isso ocorre não porque há, por exemplo, um histórico familiar de migração para o Canadá, nem uma relação direta com o país. Essa vontade de migrar como qualificado para o país vem do consumo do material produzido online. São códigos computacionais que materializam essas informações e sentimentos, não enquanto forma, mas enquanto relação entre dois lugares. É daí que vem a potencialidade de pertencimento desse meio online. Tal qual Latour (2004), faço uma distinção entre a materialidade, isso que estou chamando de forma, e essa relação estabelecida entre dois lugares.

A informação não é um signo, e sim uma relação estabelecida entre dois lugares, o primeiro, que se torna uma periferia, e o segundo, que se torna um centro, sob a condição de que entre os dois circule um veículo que denominamos muitas vezes forma, mas que, para insistir em seu aspecto material, eu chamo de inscrição. (Latour 2004:40)

Um blog, por exemplo, funcionaria como um museu de história natural, onde cada peça foi trazida e colocada em uma sessão específica para representar um lugar. A materialidade dele, isto é, as cores, o tamanho das letras, a disposição dos textos, as fotografias, as imagens, sons, botões, *hashtags*, enfim, a forma que essa informação é veiculada denomino aqui de inscrições. Essa separação entre inscrição e informação é importante, pois é desse processo de frequentar um blog como quem visita um museu que as experiências migratórias se desenvolvem e a sensação de pertencimento aflora. É através da redução da experiência vivida no cotidiano que se consegue dar acesso às representações sobre a vida no Canadá.

Essa redução da qual falo é a transformação da experiência em texto, imagens e sons nas plataformas online. No dia a dia, vários sentimentos e emoções são experimentadas pela migrante que produz um conteúdo online sobre o Canadá, mas ao sentar na frente de uma câmera para filmar um vídeo para seu canal do *YouTube*, por exemplo, ela vai selecionar um tema e algumas poucas experiências. Ao se preparar para ligar a câmera, escolher a luz ideal, o fundo do vídeo, a maquiagem e a roupa que irá vestir, isto é, ao se relacionar com o objeto técnico que é a câmera e com a plataforma que o vídeo será armazenado, aquelas emoções e sentimentos experimentados sofrem um

deslocamento dos seus sentidos. A experiência, que é múltipla emocionalmente e nem sempre coerente, é reduzida em algumas emoções, selecionada para que a informação seja apresentada de forma coerente. É desse movimento, de redução da experiência cotidiana, que estou chamando de informação.

Verifica-se que a informação não é uma “forma” no sentido platônico do termo, e sim uma relação muito prática e muito material entre dois lugares, o primeiro dos quais negocia o que deve retirar do segundo, a fim de mantê-lo sob sua vista e agir à distância sobre ele. (...) A informação não é inicialmente um signo, e sim o “carregar”, em inscrições cada vez mais móveis e cada vez mais fiéis, de um maior número de matérias.

A produção de informações permite, portanto, resolver de modo prático, por operações de seleção, extração, redução, a contradição entre a presença e a ausência num lugar. Impossível compreendê-la sem se interessar pelas instituições que permitem o estabelecimento dessas relações de dominação, e sem os veículos materiais que permitem o transporte e o carregamento. (LATOIR 2004:42)

O importante para essa análise é perceber que criar uma informação específica é também criar assimetrias entre aquilo que pode ser expresso e aquilo que não pode. É hierarquizar comportamentos e emoções sobre o processo migratório, mas de uma maneira mediada e valorativa. As operações descritas por Latour (2004) de seleção, extração, redução é exatamente o processo de escolher o que é colocado na rede, mas nunca de forma neutra.

PAULA: (...) O *YouTube* é uma coisa que está ganhando muito espaço e acho que é por causa dessa superficialidade da informação, o vídeo é uma coisa que é muito mais palatável. E aí vou dar um *blink*, sabe? Vou dar um *highlight* por causa de cada mídia. Quem quer realmente avançar em alguma coisa no *YouTube*, eles recomendam que você *post* pelo menos uma vez por semana, tipo, o ideal é postar duas vezes por semana no mesmo horário para ganhar o público. Por isso que tem tanta gente querendo entrar em *YouTube* também, porque como no *YouTube* tem as propagandas, tem o *advertisement*, quem paga para o *Youtuber* é o próprio *YouTube* porque é um percentual da receita que eles têm do anunciante.

ENTREVISTADOR: E você sabe mais ou menos quanto é que o *YouTube* paga?

PAULA: Tem um algoritmo que calcula isso que você vai ter. Ele vai ver o número de inscritos que tem no seu canal e o número de visualizações. Então tem alguns algoritmos que o *YouTube* tem e aí ele vai te remunerar o percentual daquilo e aí isso é pago em dólar. “Então, amigo, você dá joinha, se inscreve no canal!”, entendeu? Porque é o joinha e é o “se inscreve no canal” e a visualização até o final que tudo isso vai contribuir para o *Youtuber* ter uma receita disso. Eu acho que as mídias que focam nisso elas tão focando nessa receita: “Em algum momento alguma coisa que eu faço vai viralizar.... O mundo vai me conhecer. Então, ‘dá o joinha e se inscreve no canal’”. A performance [de] quem está de olho nessa mídia tá focando nisso. Duas vezes por semana... E aí você vai ver que o título do vídeo ele vai ser um título

sempre absurdo. Porque é uma coisa que é muito chamativa. Tem dois caras que eu descobri que eles (...) são *YouTubers* profissionais mesmo. Se você entrar nesse [canal] você vai ver o estereótipo de um canal comercial no *YouTube*. Você vai ver a linguagem, a chamada, a tipografia... Tem receita! O que você tem que ter em mente – eu vou colocar meu lado comunicóloga para falar com você – tudo tem uma receita.

ENTREVISTADOR: Qual é a receita? Qual a diferença da receita, por exemplo, do *YouTube*, do *Instagram*, do *Snapchat*...?

PAULA: Então, eu não tenho muita afinidade com algumas mídias, eu vou te falar de algumas coisas que eu andei pesquisando. É muito dinâmico. (...) E aí lembra da receitinha: a chamada criativa, o cara quer captar inscrito, ele quer número de *view*, tá? Ninguém dá ponto sem nó. Tem um *Instagram* que chama “13 anos depois”. Que é de uma menina que mora na França. Ela é jornalista da GNT. (...) Essa moça, eu acho que ela ainda está na fase da vaidade, que ela ainda não capitalizou, ela deve estar fazendo alguma coisa para capitalizar esse público depois, tá? Ela expõe a vida [dela e] ela expõe também a vida da filha, ela usa o tom rosa, branco, cinza. A filha dela só tem roupa cinza e cor de rosa. Os fundos são claros... Esse é um *Instagram* com um grande potencial comercial. As mensagens que ela fala, de maternidade... Ela vive a vida perfeita. A filha dela não se suja, não enfia o dedo no nariz, não... Não come Cheetos.

ENTREVISTADOR: Sempre sorrindo.

PAULA: Sempre sorrindo. Meu, todo mundo quer ter essa vida! Você não quer? Eu quero!

ENTREVISTADOR: [risos] Nossa, é verdade mesmo. Bem *clean*, né?

PAULA: Meu, para mim isso é assustador, Rodrigo!

ENTREVISTADOR: É assustador. Na Disney! Nossa...

PAULA: Né? E aí eu faço sucesso também no meu *Instagram* de vez em quando. Então tipo, de *timeline* com manipulação de cor, de filtro, ver as fotos que combinam...

ENTREVISTADOR: Ah, é?

PAULA: É! [risos]. Se uma fotinho não está combinando eu vou lá e apago. E aí assim, um *Instagram* comercial de verdade ele tem algumas regrinhas de ouro: você ter uma identidade visual que seja só aquilo. Então, do tipo, “Ah, você não pode postar duas *selfies* seguidas”; (...) tem a galera que está mais focada. Uma dica que a pessoa usa o *Instagram* comercialmente é quando você tem as duas caixinhas, quando você tem o *follow* e o contato.

ENTREVISTADOR: Ah, entendi!

PAULA: E aí... por exemplo, as meninas do [nome do canal], elas pegaram esse gancho do mais bem humorado, do ser engraçado, dos esquetes, que tem umas gringas que fazem isso também. E elas usam basicamente, o *Instagram* meio como plataforma para divulgar o que elas postam.

ENTREVISTADOR: Mas isso não acontece muito com o Facebook? Eu vejo que a maioria das pessoas usam o Facebook para divulgar os outros canais.

PAULA: Sem dúvidas. Mas por que? Aí o viés comercial de novo. Não tem almoço de graça, Rodrigo, põe isso na sua cabeça! Por quê? Porque para você divulgar... Quando o Facebook mudou as regras... Porque antes a gente tinha um certo controle sobre a *timeline*. Mas o Zuckerberg – que não é bobo, nem nada – ele tinha que ganhar dinheiro com aquilo tudo, né? Não estava sendo suficiente. Então é o seguinte: para você ter alcance no Facebook, você tem *sponsor* o post. Então você tem que colocar dinheiro naquilo. (...) Então, por exemplo, se eu posto alguma coisa no Facebook, ele tem um limite de alcance dentro da minha base. Então, vamos supor: você tem 100 pessoas, ele vai aparecer na *timeline* de duas pessoas. Mas se você *sponsor*... Você aumenta.

ENTREVISTADOR: E você pode escolher de aparecer primeiro? Prioridades? É isso?

PAULA: Tem muita! Tem gente, hoje, que é só estrategista disso, que vai apertar os parafusos. Então você tem todos os parâmetros que você coloca no

Facebook no *sponsor* post. (...) O *Instagram* está ficando cada vez uma ferramenta mais poderosa porque tá integrando coisas que [antes] eram separadas, ele está melhorando. Muita gente acaba usando o *Instagram* como ferramenta de divulgação porque no *Instagram* você não paga, no Facebook você paga.

ENTREVISTADOR: Ah, entendi... Tá. Mas o que que é que ele tá agregando que você falou, assim?

PAULA: o *Instagram* tem o *live*, que é quando você fazer *broadcasting*. O que era o *quervy scop*, que era uma coisa separada, tipo, o *quervy scop* era do Twitter, né?

ENTREVISTADOR: Não sei.

PAULA: É. O que era *quervy scop* e o que tinha no Facebook, agora o *Instagram* também tem. O *instastories* que era o Snapchat... Agora você pode ter o *instastories* no *Instagram*. Então é uma plataforma que está ficando mais robusta.

ENTREVISTADOR: Sim. Sim. Ahh, entendi. Então você acha que tem bastante gente usando o *Instagram*, mais?

PAULA: Eu acho... E aí, o Facebook, por você ter que fazer o *sponsor* aí tem as estratégias, né? Então, por exemplo, tem muitos grupos no Facebook de brasileiros no Canadá, brasileiros amigos no Canadá, brasileiros cheirosos no Canadá, brasileiros fedidos no Canadá, brasileiros de azul no Canadá... E é o que as pessoas fazem, é você postar nos grupos para divulgar. Eu já testei isso (...) quando eu faço um *post*, né? E você acompanha o *analytics*, que no *analytics* você vê tudo, né? É o *big brother* da coisa. Quando você tá no *analytics* você vê [que] o *Instagram* manda menos para o site, porque ele tem uns lance que ele usa habilidade também. No *Instagram* o *link* vai para o perfil, você pode perceber, “Ai, o *link* está na bio”, porque no *Instagram* não é clicável. E o Facebook ele é muito mais popular no Brasil, ele ainda continua popular no Brasil. Então a grande parte do tráfego do site, vem do *Instagram*. O blog hoje ele é uma plataforma de armazenamento de conteúdo, né? Geral. Para quem vai num nível a mais, mas eu acho que dificilmente as pessoas vão sozinhas no blog. Acho que elas vão sozinhas no blog quando elas tem uma pesquisa específica para fazer ou quando elas direcionadas.

ENTREVISTADOR: No caso pelo Facebook, por exemplo?

PAULA: Ou pelo *Instagram*, por isso que as chamadas de *Instagram*, de Facebook, elas tem que ser muito apelativas, muito forte para chamar as pessoas.

No exemplo acima podemos observar que essas operações de seleção, extração e redução não são neutras e diversos fatores são considerados ao fazer uma postagem em alguma plataforma online. Paula, neste excerto, foca suas observações no viés comercial, mas é um consenso no campo que essas ferramentas demoram para trazer um retorno financeiro considerável para quem produz esse tipo de conteúdo, o que me permite considerar as outras motivações desses migrantes.

Por enquanto, importa refletir sobre esse roteiro explicitado pela entrevistada, que corrobora a hipótese que as informações não são neutras. Podemos observar que existem regras bem definidas para as postagens. Há uma ligação entre uma foto e outra, uma linguagem que conecta e estrutura esses espaços, oferecendo um controle daquilo que é produzido online. A partir do momento que se domina a tecnicidade da mediação, a

informação é transformada também pela forma como ela é apresentada. Transformar informação também é produzir informação. Uma associação bem sucedida é aquela que se domina tanto a tecnicidade das inscrições, ou seja, os comandos e a linguagem computacional da forma ou veículo, como citou Latour, quanto as valorização social dessas operações.

A eficiência das mediações técnicas no processo migratório para o Canadá é que nele opera uma redução da experiência cotidiana múltipla para uma história singular, mas conectada também com outras histórias. São realizadas essas operações supracitadas e selecionados fatos específicos da trajetória percorrida, contada de maneiras similares, histórias curtas, objetivas e coerentes, recorrendo a uma cosmologia de signos compartilhada. O blog, o canal do *YouTube* a conta no *Instagram*, enquanto mediadores técnicos, potencializam a informação, materializam a experiência e torna-a mais facilmente difundida.

Entretanto, nessa associação ciborgue entre humanos e máquinas, entre brasileiras migrantes e plataformas online, essa informação é transformada em uma universalidade relativa (LATOURE 2004:44), ou seja, reduz a experiência dessas mulheres em um produto audiovisual, mas unifica, universaliza essas experiências específicas com outras mulheres – plataformas, apresentando um roteiro funcional e padronizado, reduzindo suas controversas e tecendo uma inteligibilidade ao processo migratório. A *hashtag* é um bom exemplo aqui, pois elas têm uma coerência interna, uma coerência entre si e dão a coerência ao processo. Elas são a materialização dessa conexão, desse duplo movimento sinérgico entre a externalização e a naturalização de comportamentos específicos. A posição de destaque no texto e nas páginas evidencia a maneira como elas valorizam e hierarquizam determinadas experiências e detrimento de outras. As operações de seleção, extração e redução não são neutras, pois nosso ciborgue mulheres – plataforma cria outra experiência no universo online da comunidade brasileira no Canadá. Ele parece coerente online porque essas operações não estão expostas, não são discutidas nem mostradas. O processo criativo e trabalhoso de produzir esse material, de traduzir essa experiência, as não é mostrado e essas valorações e hierarquizações aparecem, por fim, naturalizadas.

Junto a esse processo de naturalização, a quantidade e a repetição em larga escala dão centralidade a essas mediações técnicas e fazem com que os consumidores desse material se sintam pertencentes a esse universo. É desenvolvida uma relação emocional e sinérgica com essas representações.

Prestemos atenção por um instante à inversão das relações de força entre aquele que viaja numa paisagem e aquele que percorre com o olhar o mapa recém-desenhado. Da mesma forma que as aves do museu ganhavam, pelo empalhamento, uma coerência que as tornavam todas comparáveis, assim também todos os lugares do mundo, por mais diferentes que sejam, ganham, através do mapa, uma coerência ótica que os torna todos mensuráveis. Por serem todos planos, os mapas podem ser sobrepostos, e permitem, portanto, comparações laterais com outros mapas e outras fontes de informação, que explicam esta formidável amplificação própria dos centros de cálculo. Cada informação nova, cada sistema de projeção favorece todos os outros. (LATOURE 2004:46-7)

No começo deste artigo, comparei didaticamente o blog a um museu. Apesar de ser um espaço específico que te “transporta” para outro lugar, há um comportamento identificado entre os migrantes qualificados que não se vê entre os visitantes de um museu de história natural, por exemplo, que é a repetição. Apenas algumas pessoas frequentam um museu várias vezes por dia, e menos ainda frequentam vários museus com a mesma temática diariamente. É aqui que a analogia com o museu perde sua força.

A busca incessante por informações é típica dos primeiros anos, quando ainda o visto não foi conseguido. A repetição é compulsiva, e é comum ouvir histórias de brasileiros que consumiram todo o conteúdo de um determinado blog, mesmo este estando ativo por mais de cinco anos, por exemplo. Então, o fenômeno da repetição e do consumo de um produto que é ambientado em um universo que se cita o tempo todo é um fenômeno característico desse grupo social. Aquilo que Latour chama de “centro de cálculo”, supracitado, é a inteligibilidade de várias informações e emoções traduzidas em inscrições compatíveis entre si, possível de serem comparadas e mensuradas. É através da repetição e citação de um modelo específico de tradução da realidade que essas performances dão a sensação de pertencimento ao brasileiro, familiarizando ele na comunidade canadense e impulsionando o fluxo migratório para o Canadá.

A REPETIÇÃO E A CITAÇÃO

Gostaria de analisar a maneira como a repetição e a citação ocorrem nas plataformas online. É aqui que Butler e Latour se conectam. Trago a ideia de performatividade de gênero para refinar o conceito de mediação técnica de Bruno Latour. Ao pensar a repetição de atos estilizados pela mediação técnica, conseguimos pensar como essa tradução também é uma reafirmação de comportamentos sociais específicos

através dos processos de hierarquizações e valorizações. São os automatismos das mediações técnicas que influenciam e recriam os comportamentos performatizados de gêneros, apesar de se mostrarem distantes dessas intenções. No caso dos migrantes qualificados, esse processo se dá pelo uso dos *links* presentes nas *hashtags*.

Vejam os exemplos dos blogs. De maneira não linear, ele cita ele mesmo através de *links*. A página inicial de um blog, que é a página principal da apresentação do conteúdo proposto, é repleta de conexões para outras páginas. Essas conexões ocorrem porque algumas palavras e imagens receberam um comando específico que, ao serem clicadas, transportam o usuário para outra página. Esse comando associado a algumas palavras ou imagens é denominado de *link* e é dessa maneira que os discursos se citam repetidamente. O *link* é a materialização da conexão entre conteúdos, a corporificação visual de um caminho não-linear que une dois lugares diferentes, mas que se conectam por terem alguma relação entre si. É dessa maneira associativa, facilitada por um *link*, que discursos e comportamentos no universo online são naturalizados.

São os *links* dão a coerência interna para um discurso. São eles que citam repetidamente as outras informações, localizando-as relacionalmente nessa rede de conhecimento e, ao mesmo tempo, naturalizando os discursos que apresenta. O *link* não é somente o caminho em si, aquilo que leva o leitor para outro lugar, mas também a sinalização desse caminho, mostrando a possibilidade de ir para este outro lugar. Uma formatação bastante popular de um *link* é uma palavra ou expressão sublinha e na cor azul, destoando do resto do texto que, comumente, está na cor preta, em um fundo claro e sem estar sublinhado. O cursor, ao se posicionar em cima do *link*, também muda de uma seta para uma mão fechada com o dedo indicador apontado para o atalho. Descrevi aqui apenas um formato bastante popular e cada site tem uma formatação específica, mas a ideia ainda é a mesma: diferenciar os *links* de palavras comuns, sinalizando que aquele texto ou imagem é diferenciado por conectar vários conteúdos. É a hierarquização de palavras e imagens mais importantes no texto, a seleção e organização de comportamentos mais importantes para aquele grupo social.

Em blogs, além de *links* no decorrer do texto, é muito comum o uso das *tags*, uma forma aprimorada do *link*. Do inglês, *tag* significa etiqueta e a função dela em uma postagem é agregar postagens que se relacionem entre si. É uma palavra-chave específica que aponta para as temáticas discutidas no blog. Normalmente, ela é uma palavra grifada (igual ao *link*) e aparece logo abaixo do título, em destaque antes de começar o texto. É

comum, nas colunas laterais, ter uma lista de *tags*; as vezes inclusive numerada com a quantidade que cada *tag* foi usada em todo o blog. Outras vezes, em sites mais profissionais, elas aparecem em destaque na parte superior do blog. Neste caso, são poucas as *tags* ou são selecionadas só algumas, as mais principais e que é o foco do blog.

No *Instagram* acontece algo parecido, que são as *hashtags*. Também do inglês, a palavra significa cerquilha, ou do senso comum “jogo da velha”, que é o sinal “#”. Muito utilizada no Facebook, Twitter e *Instagram*, as *hashtags* são mecanismos de busca parecidos com as *tags* dos blogs, palavras-chave que ajudam a localizar a postagem numa rede de informações. Ao usar uma (ou várias) *hashtags* no texto, a intenção é associar a postagem com alguma discussão maior, fazendo com que outros usuários encontrem mais facilmente o seu conteúdo. A diferença das *tags* para as *hashtags* é que as primeiras reúnem as postagens de um único blog e as segundas reúnem todo o conteúdo produzido sobre aquele assunto de diferentes usuários. No Twitter, ainda, há um ranking das *hashtags* mais utilizadas, chamado de *trending topics*, mostrando uma tendência dos assuntos mais falados naquela plataforma.

De qualquer modo, as *tags* ou *hashtags* são importantes, pois evidenciam os assuntos mais discutidos e valorados em determinada plataforma. Uma das *tags* mais utilizadas (e importantes na criação desse sentimento de pertencimento) é a *#INSPIRING*. Ela representa um sentimento muito comum online, utilizado como recurso estratégico na produção do conteúdo. *#INSPIRING* é aquele tipo de postagem que vai inspirar, motivar e emocionar o expectador. Vai mostrar uma história de coragem e superação das dificuldades. É o roteiro descrito pela Paula: fotografias ao por do sol, sorrisos, um café próximo à janela molhada da chuva, um contraste de luzes vivo, ângulos ajustados às bordas, cores claras, tons pastel... Postagens que remetem sentimentos de grotesco, sujo, esquisito, deprimido ou raivoso não são feitas. É uma constelação de emoções que remetem ao bom, bonito, gostoso, agradável, esperançoso ou belo.

PAULA: A filha dela só tem roupa cinza e cor de rosa. Os fundos são claros... (...) As mensagens que ela fala, né? Da... De maternidade... Ela vive a vida perfeita. (...) A filha dela não se suja, não enfia o dedo no nariz, não.... Não come Cheetos. Sempre sorrindo. Meu, todo mundo quer ter essa vida! Você não quer? Eu quero!

Tanto os componentes textuais – títulos, *tags*, menus, *links*, o texto principal – quando os visuais – fotografias, botões, ícones, ilustrações, vídeos – seguem esse roteiro.

Quando o blog ou o *Instagram* não usa *#INSPIRING* de maneira explícita, seja como *tag* ou *hashtags*, as sensações que ela evoca estão sugestionadas por toda a plataforma. Apesar do *YouTube*³ não ter a lógica de *link* e *tags* dessa forma, essas emoções também estão presentes na maioria dos vídeos, inclusive sendo citada a palavra “inspirar” nas postagens. Mesmo sites e blogs que tem uma abordagem mais financeira sobre o Canadá também usam desse recurso emocional em algum momento para atrair brasileiros que queiram migrar.

Portanto, os *links*, *tags* e *hashtags* nesse processo, ou seja, a citação e a repetição nas diferentes plataformas, evocam um sentimento romantizado. Devido a centralidade dessas mediações técnicas, é esse sentimento sobre o Canadá que impulsiona o fluxo migratório, dando um tipo de coerência específica ao valorizar algumas emoções e omitindo outras. A busca compulsória por informações sobre o processo migratório faz com que um sentimento de pertencimento ao Canadá aflore, antes mesmo de migrar. A sensação de morar no país é performatizada primeiro online e validada através da citação repetitiva de um rol de emoções comuns. Habitar o Canadá, portanto, é habitar primeiro a representação do Canadá pelas mediações técnicas, pelas interações “ciborguéticas” entre mulheres – plataformas.

O excerto acima que me ajudou a refletir sobre o sentimento de romantização nas mídias sociais também me chamou a atenção não apenas do consumo desse tipo de produto, mas da produção dele. Porque essas migrantes brasileiras estariam produzindo esse tipo de produto? Porque Paula quer ter esse tipo de vida higienizada, asséptica? Qual silêncio que motiva essa escrita eloquente?

O fato de serem em sua maioria mulheres que escrevem e produzem conteúdo audiovisual sobre esse processo migratório nos oferece pistas para a análise dessa realidade migratória *sui generis*. É através dessas tecnologias que as redes sociais entre imigrantes se constroem e se reorganizam. Potencializam as relações sociais, possibilitando com que seus usuários experienciem o que é ser migrante antes mesmo de saírem do Brasil. É nessa relação que são desenvolvidas habilidades específicas e recriadas, com o tempo, outra percepção de si e do mundo.

³ Em meados de 2018, o *YouTube* mudou o sistema de buscas de sua plataforma, possibilitando adicionar *hashtags* clicáveis no título e na descrição do vídeo. Além disso, ele passou a oferecer até três *hashtags* prontas para serem inseridas acima dos títulos. Ao clicar nelas, o *YouTube* leva o leitor para uma página de resultado de pesquisa da própria plataforma com os vídeos relacionados aquela *hashtag* específica ou de vídeos com mais *hashtag* daquele tipo.

DIVISÃO TRADICIONAL DE GÊNERO

São poucos os brasileiros documentados que migram solteiros. A grande maioria são casais – e muitos são recém-casados –, pois o governo canadense favorece no sistema de pontos quem já migra com um parceiro ou parceira. Apesar da maioria das mulheres e homens terem uma formação acadêmica e trabalharem no Brasil, é muito comum uma organização interna onde a carreira do homem é favorecida e a esposa se encarrega de cuidar da casa e dos filhos. Essa organização é vista como temporária, apenas para os primeiros meses ou anos até o casal se adaptar. Entretanto, ela acaba marcando profundamente a trajetória do casal, gerando desigualdades entre os homens e mulheres migrantes.

Uma pista para identificar essa separação foi perceber que a produção de blogs, canais de *YouTube* e *Instagram* são produzidos majoritariamente por mulheres. Por enquanto, gostaria de focar na construção dessa divisão e a produção de uma percepção generificadas nesse processo.

MARIANA: O Ângelo acabou mudando a nossa história porque a hora que ele pegou os nossos dois currículos.... A gente fez uma entrevista por Skype com ele – isso mais ou menos em agosto de 2015. Aí ele falou, “Meu, por que você não põe a Mariana para estudar?”. Porque aí nesse ponto, a gente já tava assim, “Pô, tem imigração para o Canadá?”. Entendeu? Conforme a gente foi abrindo as pesquisas. É um país que te dá a opção de estudar, o outro trabalha. A gente foi conhecendo essa parte. Então aí o jogo começou a mudar. Então na verdade, agora o foco é sair do Brasil. Entendeu? O princípio da pesquisa era o Gustavo continuar... Fazer alguma coisa para melhorar o emprego dele lá. E também que era um sonho dele ser professor. Aí o Ângelo falou, “Cara, você já tem um MBA” – eu só tenho a graduação, então não tenho a especialização nenhuma ainda, aí ele falou, “Então por que que você não coloca ela para estudar e o seu MBA aqui no Canadá já tem um peso, já tem um valor, entendeu? E aí vocês invertem”. No sentido assim, “Ela no mercado de trabalho sem nenhuma [pós-graduação], só com a graduação, ela vai ganhar bem menos do que você indo para o mercado de trabalho com um MBA, então inverte o quadro”. E aí a gente ficou [pensando] e ele indicou a *Centennial* para esse curso de projetos baseado no meu currículo. Daí ele falou, “Você já tem nessa área de business... O seu perfil, o jeito...”. Porque você responde todo um questionário para eles, manda os currículos, e aí ele analisa tudo isso e te faz a entrevista por Skype. Então quando ele chega na entrevista, ele já chega preparado para te orientar no que você vai fazer. Foi o dinheiro mais bem investido da minha vida até hoje, foi essa consultoria (...) [risos]

Ângelo é um dos muitos consultores de migração para o Canadá. A empresa de São Paulo tem a finalidade de ajudar a encontrar o melhor caminho para os brasileiros migrarem, mas também é um termômetro de como está sendo a estratégia migratória

mais fácil. Mariana e Gustavo passaram a considerar o processo migratório quando Ângelo os incentivou a fazer o que outro migrante apelidou de “dobradinha”: enquanto alguém do casal estuda um curso técnico, os chamados *colleges*, podendo trabalhar por 20h semanais, a outra parte do casal “ganha” o visto de trabalho por 40h. Essa prática sempre foi presente na comunidade brasileira, mas nos últimos anos tem se popularizado cada vez mais devido à chamada “experiência canadense”, a experiência de trabalhar no país que soma pontos no processo migratório.

Cada vez mais brasileiros estão migrando não pelo programa de atração de mão de obra qualificada, o *Entry Express*, mas indo com o visto de estudo – trabalho e o(a) parceiro(a) com o visto de trabalho para se candidatar futuramente como migrante. É um passo atrás quando analisamos o roteiro mais comum percorrido por esses brasileiros há alguns anos atrás, mas tem uma garantia maior por já ter um contato com o mercado de trabalho, uma experiência educacional no país e uma rede de migrantes que dão suporte.

Entretanto, a separação de tarefas dentre os membros do casal no momento de migrar é feita baseada principalmente em uma divisão tradicional de gênero, utilizando inclusive dessa mesma justificativa para diferentes comportamentos. Um exemplo interessante é a resposta da uma mesma interlocutora a respeito do pagamento das contas no processo.

ENTREVISTADOR: Você consegue me dizer se fizeram um projeto para vir para cá.

MARIANA: Sim.

ENTREVISTADOR: Vocês demoraram um tempo, vocês pensaram, vocês foram atrás e tal... Vocês pensaram enquanto um casal, né? Então vocês dividiram algumas tarefas entre vocês.

MARIANA: Sim.

ENTREVISTADOR: Sabe me dizer como que foi a divisão dessas tarefas?

MARIANA: A divisão é mais assim: eu fico responsável pelo planejamento e o Gustavo pagamentos, sabe? (...) Então assim, eu chego com os orçamentos, com as ideias. E a gente senta e fala “Tá beleza. O caminho vai ser esse”. O primeiro dia que a gente sentou e falou, “Ah, beleza, vai ser Canadá”, a gente estava no Starbucks, e eu lembro até hoje que eu peguei um guardanapo e eu tracei [um plano]. Falei, “Olha, a melhor hipótese vai ser essa, a hipótese média vai essa e a pior vai ser essa” [risos]. Então a gente vai gastar xis aqui, xis aqui e xis aqui. Aí eu falei para o Gustavo “Nossa, há um ano eu já era uma *project manager*, não tinha essa noção” [risos]. Porque essa semana eu tive uma matéria que é Probabilidade, que você faz exatamente isso. Você tem três caminhos para seguir, opções que você tem para escolher como gerente de projeto, nas três você tem que coloca qual vai ser o seu maior ganho ou sua maior perda em cada escolha. E sem querer a gente fez esse rascunho, entendeu?

Mariana foi responsável pelo planejamento orçamentário para o Canadá e seu marido Gustavo pela parte do pagamento das despesas. É interessante perceber como a parte do planejamento é entendida por Amanda como criativa, quem traz as ideias. A separação entre criatividade e lógica, entre quem planeja e quem executa, é uma fala muito recorrente, sempre associado há ideais de feminilidade e masculinidade.

MARIANA: Eu pesquiso mais *YouTube*, o Gustavo pesquisa muita notícia. O Gustavo tem costume de notícia. Ele usa o *Facebook* mais como um *hub* de notícias do que seguir pessoas: ele não segue quase ninguém. Ele fala para mim que o meu *Facebook* é muito chato, só tem pessoas. Eu falo, “Pô, é para seguir pessoas” [risos]. Porque ele segue tipo, *NY Times*, o Estadão e não sei o que. Então você pega o *hub* dele é só notícia: Terra, não sei que... E aí ele é mais as notícias. E eu sou mais de assistir vídeo e tudo. Tipo, por exemplo, a *Mandy*, que eu acho que é uma das mais conhecidas. Vi todos os vídeos dela – porque eu ficava pensando, “Pô, como é que eu vou fazer para comprar produto de limpeza?”; “Como é que eu vou...”, sabe aquelas coisas? Coisa de mulher. E aí eu consumi muito.

Foi bastante citado nas entrevistas esse tipo de justificativa para comportamentos e decisões, principalmente no início do processo. Clivagens entre público/privado, criativo/lógico, técnico/afetivo eram evocadas principalmente ao final das falas, como que legitimando determinado comportamento. Uma justificativa que naturaliza esse comportamento e reitera práticas já esperadas socialmente por esse grupo. As informações obtidas online confirmam esse discurso generificados. Um exemplo é um canal de *YouTube* da brasileira Juliana, que faz “vlog diário”.

Em vários momentos dos seus vídeos, Juliana reafirma essas clivagens tradicionais de gênero, mesmo quando está desenvolvendo tarefas de organização lógica da vida do casal. Ela entende de códigos computacionais, câmeras de vídeo, edição de imagem, marcas de câmeras fotográficas, etc, mas ela nunca exalta essas qualidades. Quando ela está cozinhando ou fazendo compras, em contrapartida, ela sinaliza que é “coisa de mulher”, por isso as realiza.

O processo de migração para o Canadá envolve uma estratégia familiar um pouco diferente do que estamos acostumados na historiografia migratória por ser uma estratégia de um casal recém-formado e não de uma família extensa com um histórico migratório (por exemplo, ASSIS 2003). Entretanto, ainda assim, se constitui por práticas familiares de um casal, às vezes já com filhos ou ainda com a intenção de ter. O que gostaria de

chamar a atenção é a organização dessa estratégia migratória e as percepções que homens e mulheres constroem de si e para si nesse processo.

Tornar-se um migrante, nesse caso, é ter como referencial as categorias de masculinidades e feminilidades fixas, excluindo algumas outras possibilidades de experiências existentes. Apesar da potencialidade que a migração oferece de reinventar comportamentos e redescobrir novos gostos e desejos, esses novos rearranjos familiares se baseiam em performances tradicionais de gênero, ao qual a carreira do marido é privilegiada e a mulher fica confinada ao lar, à organização da rotina familiar e cuidado e educação dos filhos.

PAULA: Aí o meu amigo falou assim “meu, você tem que escrever um blog” e aí eu falei “Dani, eu não sou famosa, minha família não é famosa, enquanto eu tô falando com você eu tô mexendo na panela de pressão, tipo, oi?” [risos] “não, essa sua experiência pode ser útil para outras pessoas... começa e escreve”. Ele falou “registra o domínio.” Aí meu marido chegou em casa eu falei “sabe o Dani, ele me falou que eu tenho que escrever um blog e para eu registrar o domínio” Aí ele falou “ah, eu acho legal” porque na época eu estava falando com os peixes betas que não existem na minha casa. Tipo, eu não falo com ninguém. A única frase que eu falo de manhã e quando eu vou no Starbucks e a mulher fala assim “good morning” E aí eu falo “good morning. Can I have my mociatto?” E aí a gente sorri um para a outra e até meus filhos voltarem da escola esse é meu único contato humano. Tipo, as aulas que eu faço são à noite por causa da logística das criança e como eu faço um curso que é totalmente genérico eu não tenho uma turma. Eu entro e saio da classe sem falar com ninguém! Eu só falo com as pessoas, e você pode ver que eu sou uma pessoa que fala pouco, [risos] eu só falo com as pessoas quando o professor manda porquê ninguém fala.

A escrita do blog alivia algumas tensões próprias desse processo migratório. Uma delas é uma forma de combater a solidão e o isolamento dessas mulheres, colocando em contato com outras imigrantes brasileiras. Escrever um blog, filmar um vídeo para o canal ou fotografar para o *Instagram* é uma maneira de repensar o processo, traz reflexividade para mulheres que estão sendo obrigadas a reestruturar suas expectativas com relação ao Canadá. O processo migratório tem uma consequência impremeditada que é a mulher ter que ficar em casa, algo que a maioria delas não esperava fazer. Investir na carreira do marido e na criação e educação dos filhos, neste caso, é não investir na própria carreira, atividade que a grande maioria dessas brasileiras tinham no Brasil e pretendiam continuar exercendo no Canadá ao migrar.

As grandes maiorias das entrevistas feitas com mulheres brasileiras apontaram um planejamento equivocado das expectativas de empregabilidade e a vontade de serem

mães. Ao me explicarem como planejavam conciliar a inserção no mercado de trabalho canadense e a gravidez, o período de gestação e os primeiros anos dos filhos, dúvidas e hesitações eram recorrentes em suas falas. Algumas, inclusive, não percebiam que caso seguissem como o planejado, essas duas atividades teriam que ser exercidas concomitantemente, dificultando uma delas de ocorrer. Ao entrevistar migrantes brasileiras com mais anos no Canadá, percebi que a gestação e cuidado com os filhos era sempre colocado em primeiro plano, em detrimento da inserção no mercado de trabalho.

FABIANA: Eu fui uma imigrante que sofri muito para me adaptar, entendeu?

ENTREVISTADOR: Por quê?

FABIANA: Porque eu acho que, primeiro, porque não era meu objetivo de vida vir. E aí eu acho que todos os fatores que são da adaptação pesaram muito para mim. O frio: eu fui para Montreal – a gente morou em Montreal, inicialmente. Então o frio pesava. O fato de ter muita pouca gente lá, porque até hoje tem menos gente, muito menos gente do que aqui em Toronto. Então é visível a quantidade menor de pessoas, a frieza das pessoas. O fato de eu nunca ter morado fora, entendeu? Então uma série de coisas. Eu acho que também Montreal é bem fechada para o mercado de trabalho, diferente daqui. Eles têm um protecionismo com o *quebecois*. Apesar de eu amar o *quebecois*, tá? Sinceramente. Mas eles são mais protecionistas. Então, logo que eu cheguei eu fui bastante desencorajada de continuar a fazer Direito lá e tal. Um ano depois eu fiquei grávida, então, assim, eu fiquei grávida nessa situação de imigrante, mais uma coisa nova, né? Um novo papel que eu assumo, mas juntando o imigrante, mais a maternidade, né? Duas funções novas na minha vida. Foi bem difícil o início. Eu acho que eu demorei pelo menos uns 8 anos para começar a ter meu espaço.

LEANDRO: Acho que para a Fabiana o mais difícil foi ter largado o trabalho. Quando ela chegou no Canadá, ela perdeu o senso de quem ela era – porque quando ela estava no Brasil, ela tinha uma profissão, ela era reconhecida pela as atividades que ela fazia, ela era paga, ela tinha um reconhecimento da sociedade pelas atividades que ela prestava, o salário. Além do óbvio, que todo mundo fala – amigos, família e tal – eu acho que para a Fabi, principalmente, ela não é, e nunca vai ser e nunca quer ser e não quero que ela seja “A mulher do Leandro”, entendeu?

FABIANA: Eu não tenho nem dúvida, jamais, nada, nunca voltaria ao que era no início. Nunca! Eu acho que foi o pior momento – um dos piores talvez – da minha vida

São decisões que parecem pequenas e circunstanciais, mas mudam toda a trajetória das mulheres brasileiras. O discurso mais comum é que essa separação de gênero será apenas num primeiro momento, até a família se estabilizar, pois os planos do casal é que cada um trabalhe e continue com sua carreira.

Não apenas não é discutido a solidão e o isolamento como também é incentivado na rede uma experiência que inspire outras mulheres, que incentivem elas. Não é ao acaso que a palavra *INSPIRING*, assim como a *#INSPIRING*, são muito utilizadas e

geram mais comentários e visualizações. Não é apenas um nicho de mercado que tem um público leitor ávido para consumir esse conteúdo, mas também, do outro lado da tela, tem alguém disposto a escrever sobre isso, a repetir e performar essa vivência.

PAULA: É uma vida super editada, né? (...) A minha vida no *Instagram* é super editada, também. E eu tento pegar recortes dos dias que eu tô mais sã [risos]. Que eu vou aterrorizar menos as pessoas [risos]. (...) eu sei que as pessoas quando elas me abordam é assim: “Eu sei que não é fácil [risos], eu sei que não é fácil, mas eu estou considerando...” [risos] (...) Tipo, “Tô ligada que o buraco é mais embaixo.” Eu nunca desencorajo. Se eu contar minha história na íntegra que nem eu contei para você, a pessoa fala, “Meu, nunca vou fazer isso”. “Os caras queimaram centenas de milhares de reais [risos], os caras são loucos, eu não vou fazer o que esses caras fizeram”. Muitas vezes eu posto para convencer a mim mesma que there is hope, sabe? (...) É um mantra para eu mesma sintonizar, eu falo, “Olha, tá tudo certo”. Eu tenho fases e é muito normal quando eu estou muito sozinha, muito sem nada para fazer, com certeza eu vou postar mais.

ENTREVISTADOR: Você acha que tem a questão de isolamento que ele impulsiona isso?

PAULA: É.... Tipo, quando eu estou muito sozinha, muito... É porque aí você vai postar um negócio, aí você vai conversar com uma pessoa, aí uma pessoa vai te chamar no Messenger, sabe? É muito chamar a atenção. E é difícil você se reconhecer nesse papel, eu não acho legal.

ENTREVISTADOR: Sim. Mas você acha que é uma condição de estar aqui morando no Canadá?

PAULA: Ah, sem dúvida. Se eu estivesse trabalhando, se eu tivesse um monte de amigos... Ai! Eu não ia tá postando nada na internet não, eu ia tá vivendo a minha vida! [risos] (...) As melhores noites para mim são as noites que o povo vem aqui para minha casa, nem pego no celular, nem faço *take*. [risos] Não é?

Num primeiro momento, essa divisão tradicional de gênero performada no Canadá pode parecer um caso isolado da comunidade brasileira. A imagem construída globalmente de um país livre de preconceitos que busca a igualdade de gênero poderia nos fazer pressupor apressadamente que essa performance está ligada mais a carga cultural dos brasileiros do que a política explícita canadense. Um dos exemplos mais atuais da construção dessa imagem canadense diz respeito a uma menina paquistanesa chamada Malala.

Malala Yousafzai sofreu em atentado terrorista no final do ano de 2012. Na época, sua fama local e suas postagens com o pseudônimo de Gul Makai num blog sobre educação de meninas no Paquistão chamou a atenção do Talibã. O grupo nacionalista fundamentalista islâmico coordenou uma ação que levou a adolescente de 15 anos ao hospital com um tiro que atravessou sua cabeça, nuca e ombros. Malala sobreviveu e se tornou uma ativista pelo direito das mulheres e educação das meninas no Paquistão e

mundo árabe. Em 2014, aos 17 anos, foi a mais jovem vencedora do Prêmio Nobel da Paz e aos 19 foi indicada ao cargo de Mensageira da Paz da ONU.

Malala se tornou um símbolo de luta pelos direitos das mulheres à educação. Sua fama se tornou mundial e ela passou a viajar pelos países realizando palestras sobre as dificuldades enfrentadas por jovens que querem estudar em países subdesenvolvidos. A imagem da menina com um véu na cabeça, baleada por tentar estudar e que desafiou um grupo fundamentalista islâmico é um símbolo poderoso que está diretamente relacionado aos ideais de democracia, direitos humanos e igualdade de gênero. Esses ideais, evocados constantemente por países ocidentais na luta contra aquilo que está massificado no imaginário social como fundamentalistas islâmicos ou terroristas, fizeram da Malala uma ideia poderosa. Em 2017, o primeiro ministro do Canadá Justin Trudeau concedeu à menina que sobreviveu a cidadania honorária canadense. Esse é um dos muitos exemplos que o governo canadense se preocupa com ideias de democracia e igualdade de gênero em esferas globais. O exemplo de país acolhedor de refugiados do mundo árabe, entretanto, apresenta políticas um tanto discriminatórias em suas leis de migração.

A socióloga canadense Monica Boyd (1997) faz uma análise de cada programa migratório e demonstra como as políticas estatais do Canadá assumem e sustentam condutas discriminatórias, colocando a mulher na posição de dependente. Mesmo quando as políticas não são voltadas para um sexo determinado, fatores conjunturais e ideológicos colocam a mulher nessa situação.

The dependency relations associated with the categories of admission are not mandated to be sex-specific. But two interrelated factor make it so. First, gender stratification in countries of origin often privilege men with respect to entry criteria. Women are less likely to have the same education, paid work experience, occupationally related skills, and investment-related income as their male counterparts. Second, partly because of better chances at meeting admission criteria based on education and economic characteristic, and partly because of gender roles, men are more likely to follow a 'scout' model in which they will migrate first and then seek reunification with their families. As a result, women are more likely than men to enter under sponsorship arrangements, such as those inherent in the family class (BOYD 1997:154)

Apesar de o texto ser de 1997, a maioria dos homens ainda acaba entrando no Canadá pela categoria denominada "Sponsor" (Patrocinador) ou "Principal Applicant" (Requerente Principal) e suas esposas migram na categoria denominada "Sponsorship" (Patrocinada), ou seja, o marido é o candidato principal no processo e a esposa será

patrocinada por ele. Ele assina um termo que compromete ser responsável por prover as necessidades essenciais para a família (esposa, filhos e outros familiares migrantes) por um período de três anos,

“(...) prometendo fornecer alimentação, roupas, abrigo, combustível, utilitários, utensílios domésticos, exigências pessoais, e outros bens e serviços incluindo tratamento dentário, oculista e outros cuidados com a saúde. O candidato ainda assume que o dinheiro, bens e serviços proporcionados por ele é suficiente para financiar as pessoas que irão junto com ele, se comprometendo que nenhum membro da família solicitará assistência social governamental.”
(CANADA 2009:4)

Como o exemplo acima evidencia, a política migratória não exige que o candidato principal se identifique necessariamente enquanto homem, mas, os fatores culturais e assimetrias de gênero apreendidos no país de origem influenciam para que ele esteja nessa posição e as políticas migratórias favorecem que a dependência feminina se configure no decorrer do processo. O Canadá, portanto, não garante que as mulheres entrem no mercado de trabalho, mas incentiva que as práticas culturais dos seus imigrantes sejam respeitadas. No caso brasileiro, e de muitos outros países acolhidos pela Canadá, isso significa que as estruturas de subordinação feminina e ideais de feminilidades e masculinidades tradicionais são incentivadas como uma política de Estado.

Por fim, deixo um relato dos últimos dias do trabalho de campo. Naquela ocasião, tive a possibilidade assistir uma palestra da Katarina Stephenson, diretora da Divisão de Imigração, Refugiados e Cidadania Canadense, sobre como funciona o processo de migração. A palestra era só para alunos latino-americanos da pós-graduação e, ao final, muitos ficaram empolgados com as possibilidades de migrar e morar documentados no Canadá. Entretanto, perguntei a ela se o governo tem alguma política pública específica para inserir as mulheres no mercado trabalho, pois havia percebido, pela minha pesquisa, que as mulheres são constrangidas a ficarem em casa e com o tempo acabam passando por situações de isolamento e depressão. Katarina me disse que esse era um dado que estava aparecendo agora, mas que o governo ainda estava pensando em soluções de como resolver estas questões. Apesar do desconforto, a diretora disse que essas políticas eram muito importantes e que precisavam sim ser pensadas. Ficou claro neste momento, para mim, que apesar de parecer distante, o uso da *#INSPIRATION* e a romantização desse

fluxo estavam conectadas tanto por práticas étnicas interpessoais quanto por políticas públicas estatais, brasileiras ou canadenses.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise primária dos dados obtidos no trabalho de campo no Canadá, busco problematizar o uso das mediações tecnológicas por brasileiras e brasileiros que migraram para o país através do programa governamental de atração de mão de obra, em especial o *Federal Skilled Worker Program*. Este fluxo migratório ganha destaque no cenário dos deslocamentos internacionais contemporâneo devido à sua especificidade ao articular o uso intensivo das tecnologias da comunicação interseccionado à uma rígida construção de feminilidade e masculinidade no decorrer do processo de mudança. A questão central problematizada aqui é como a produção e a reorganização das assimetrias de gênero são interpretadas e praticadas por esses indivíduos

Parafraseando Donna Haraway, a tecnologia não é neutra (KUNZRU 2009:32), pois incorpora os desejos do social. Entretanto, não apenas sua incorporação é motivo de análise, mas também sua disseminação, suas vetorizações nas produções de desejos. Ao compreender “o gênero como produto e processo de um certo número de tecnologias sociais”, identifiquei esses blogs, canais do *YouTube* e contas do *Instagram* como uma tecnologia de gênero, aos moldes de De Lauretis (1994:208), constituído de saberes e mecanismos capazes de disseminar assimetrias generificadas nos sujeitos, oferecendo uma inteligibilidade de ser migrante associada à normas e comportamentos específicos. Por esses motivos, gênero é entendido aqui enquanto ato discursivo performativo, enquanto comportamento aprendido pela vivência cotidiana, como “prática reiterativa e citacional pela qual o discurso produz os efeitos que nomeia” (BUTLER 2002:18).

A performatividade do gênero, importante no processo migratório, é compreendida como um ideal regulador (FOUCAULT 1993), pois ele não apenas armazena códigos e scripts duráveis que facilitam a análise do pesquisador, mas gesta desejos e comportamentos que, ao mesmo tempo, são construídos e constroem a própria noção do que é um “bom migrante”, um migrante bem-sucedido – ou um casal bem-sucedido. Não apenas nos informa as práticas sociais, mas articula discursos morais, gesta representações e corporalidades privilegiadas, naturalizando e privilegiando categorizações generificadas. O migrante desejado pelo governo canadense é gestado

muito antes de conseguir o visto e entrar na província de Ontário e a eficiência da seletividade migratória está justamente na naturalização desse “bom migrante”.

A força dessas regulações de gênero está justamente em conseguir naturalizar classificações, modelos ou comportamentos, uma vez que ao ser repetidamente citada essa norma produz um apagamento dos próprios dispositivos que a produzem. Por isso, entendo que o gênero não deve ser compreendido como uma identidade estável ou um *locus* de ação do qual decorrem vários atos; em vez disso, ele é uma identidade tenuemente constituída no tempo, instituído num espaço externo por meio de uma repetição estilizada de atos (BUTLER 2003).

Percebo essa redundância, por exemplo, nas associações dessas tecnologias de comunicação, como blogs, *Instagram*, *YouTube*. É uma associação comum e que ajuda a reiterar aquilo que já foi dito, a reforçar discursos e disseminá-los através de outras inscrições. As tecnologias reúnem essas inscrições de materialidades diferentes dando coerência ao próprio processo migratório por meio de uma prática reiterativa e citacional pela qual o discurso produz os efeitos que nomeia.

Essas tecnologias em si, esse veículo de inscrições, não apenas transformam a informação, reduzindo e ampliando, mas faz isso de forma a apagar os dispositivos que produziram esse efeito, invisibilizando essa construção. Tecnologias e gênero, portanto, têm algo em comum, uma coerência interna que, em sinergia com aqueles que desejam migrar, potencializam o processo migratório e constitui sujeitos específicos mediante essas experiências.

Por isso, corroboro com Motta (2002) que não são apenas os corpos sexuados que dão suporte às representações de gênero, mas é o todo da natureza e da vida social que é passível das construções humanas a respeito de gênero. Ênfase esse aspecto para não cair na falácia de observar apenas os sujeitos e seus comportamentos generificados, mas também artefatos, tecnologias, eventos, políticas e leis, pois também estes são categorizados nos modos pelos quais a distinção entre as características femininas e masculinas se concretizam nas ideias das pessoas (STRATHERN 1988:ix).

Entender gênero além da corporalidade humana, mas na cosmologia das relações, das trocas, dos objetos, eventos, políticas, tecnologias e instituições é importante, pois, pensando com Boyd e Grieco (1998), busco compreender como os processos migratórios desses imigrantes altamente qualificados são marcados pelas desigualdades de gênero,

incentivando os maridos à realização profissional e isolando suas esposas em casa ou confinando em sites de relacionamentos virtuais.

BIBLIOGRAFIA

ASSIS, Gláucia de Oliveira. De Criciúma para o mundo: gênero, família e migração. **Campos-Revista de Antropologia**, v. 3, 2003.

BOYD, Monica. Migration policy, female dependency and family membership: Canada and Germany. In: EVANS, Patricia M.; WEKERLE, Gerda R. **Women and the Canadian welfare state: Challenges and change**. University of Toronto Press, 1997.

BOYD, Monica; GRIECO, Elizabeth M. **Women and Migration: Incorporating Gender In To International Migration Theory**. Working Paper n. 98-139. Center for the Study of Population, Florida State University, 1998.

BUTLER, Judith. Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”. Buenos Aires: Paidós, 2002

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CANADA. Citizenship and Immigration Canada. **Application to Sponsor and Undertaking**. 2009

DE LAURETIS, Teresa. A Tecnologia do Gênero. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.). **Tendências e Impasses - O Feminismo como Crítica da Cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, p. 123-132, 1994.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I: a vontade de saber**. 13ª ed, Rio de Janeiro: Edições Graal, 1993.

KUNZRU, Hari. “Você é um ciborgue”: um encontro com Donna Haraway. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano**. 2ª ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, p. 33-118, 2009.

LATOUR, Bruno. On technical mediation. **Common knowledge**, v. 3, n. 2, p. 29-64, 1994.

LATOUR, Bruno. Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: Edufba, 2012.

LATOUR, Bruno. Redes que a razão desconhece: laboratórios, bibliotecas, coleções. **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, p. 39-63, 2004.

MOTTA, Flávia de M. **O sexo dos anjos: gênero e representações sobre animais no litoral catarinense**. In: ALMEIDA, H. B., COSTA, R. G., RAMIREZ, M. C., & SOUZA, E. R. D. **Gênero em Matizes**. Bragança Paulista: Coleção Estudos CDAPH, 2002.

SEGA, Rodrigo F. **Projeto Canadá: seletividades e redes de imigrantes brasileiros qualificados em Toronto**. 2013. 183f. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Centro de Educação e Ciências Humanas, CECH, Universidade de São Carlos, São Carlos 2013.

STRATHERN, Marilyn. *The Gender of the Gift. Problems with Women and Problems with Society in Melanesia*. Berkeley: University of California Press, 1988