



UNIVERSIDADE  
**LUSÓFONA**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA**

**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARQUITETURA, ARTES E TECNOLOGIAS DA  
INFORMAÇÃO**

**DOUTORAMENTO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**

# **LUTO E PÓS-MORTE DIGITAL: IMPLICAÇÕES DAS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO PÓSTUMA**

Tese apresentada a provas públicas para a obtenção do grau de Doutor em Ciências da  
Comunicação, orientada pela Professora Doutora Ana Margarida Ferreira Rato Jorge

Ionara Talita Pereira da Silva, nº 22001297

2025

[www.lusofona.pt](http://www.lusofona.pt)

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARQUITETURA, ARTES E TECNOLOGIAS DA**  
**INFORMAÇÃO**  
**DOUTORAMENTO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**

**LUTO E PÓS-MORTE DIGITAL: IMPLICAÇÕES DAS**  
**TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO PÓSTUMA**

**VERSÃO FINAL**

Tese defendida em provas públicas na Universidade Lusófona, Centro Universitário de Lisboa no dia 31/03/2025, perante o júri, nomeado pelo Despacho de Nomeação n.º: 43/2025, de 15 de janeiro, com a seguinte composição:

**Presidente:**

Prof. Doutor José Manuel de Figueiredo Gomes Pinto, Universidade Lusófona;

**Arguentes:**

Profª Doutora Rita Adriana Couto Ferreira Corrêa de Sepúlveda, Universidade Nova de Lisboa;

Profª Doutora Ludmila Lupinacci Amaral, Universidade de Leeds;

**Vogais:**

Profª Doutora Ana Sofia Pereira Caldeira, Universidade Lusófona;

Profª Doutora Rita Sofia Grácio Alberto, Universidade Lusófona;

**Orientador:**

Profª Doutora Ana Margarida Ferreira Rato Jorge, Universidade Lusófona

## Epígrafe

Não tenho medo da morte  
Mas sim medo de morrer  
Qual seria a diferença  
Você há de perguntar  
É que a morte já é depois  
Que eu deixar de respirar  
Morrer ainda é aqui  
Na vida, no Sol, no ar  
Ainda pode haver dor  
Ou vontade de mijar

A morte já é depois  
Já não haverá ninguém  
Como eu aqui agora  
Pensando sobre o além  
Já não haverá o além  
O além já será então  
Não terei pé nem cabeça  
Nem fígado, nem pulmão  
Como poderei ter medo, hein  
Se não terei coração?

Não tenho medo da morte  
Mas medo de morrer, sim  
A morte é depois de mim  
Mas quem vai morrer sou eu  
Derradeiro ato meu  
E eu terei de estar presente  
Assim como um presidente  
Dando posse ao sucessor  
Terei de morrer vivendo  
Sabendo que já me vou

Aí nesse instante, então  
Sentirei quem sabe um choque  
Um piripaque, um baque  
Um calafrio ou um toque  
Coisas naturais da vida  
Como comer, caminhar  
Morrer de morte matada  
Morrer de morte morrida  
Quem sabe eu sinta saudade, hein  
Como em qualquer despedida

*Não Tenho Medo da Morte*, Canção de Caetano Veloso e Gilberto Gil

## **Dedicatória**

Em memória de  
Italo (meu irmão), Pedro (meu pai) e Duda (meu tio)

## **Agradecimentos**

Uma tese de doutoramento é um trabalho solitário, mas, ao mesmo tempo, coletivo, no qual cada pessoa contribui de diferentes formas e a seu jeito. Por diversos motivos, agradeço:

Primeiramente, à minha orientadora e mentora, Ana Jorge, que, durante os últimos quatro anos, esteve presente do início ao fim, acreditando no meu trabalho mais do que eu mesma, especialmente nos momentos em que a dor do luto e a saudade de casa foram mais fortes do que eu. Agradeço pela paciência, dedicação, profissionalismo, ética, ferramentas de trabalho e por proporcionar condições para que esta tese fosse concluída. A ela atribuo o meu despertar apaixonado para a investigação acadêmica, que certamente influenciará meu percurso profissional daqui em diante.

Agradeço às minhas colegas Filipa Neto, Ana Kubrusly e Francisca Porfírio, e a toda a equipa do On&Off. Agradeço aos meus professores Manuel José Damásio e José Bragança de Miranda, e estendo os agradecimentos à Patrícia Franco, pelas céleres respostas a cada e-mail e solicitação.

Agradeço às pessoas que entrevistei, que gentilmente se dispuseram a dedicar um tempo de suas vidas para que parte desta investigação se concretizasse, aceitando o convite para partilharem suas experiências mais profundas sobre a vida, a morte e a finitude humana.

Agradeço à Shenia Karlsson, psicóloga clínica, amiga e parceira, pelas inúmeras trocas sobre os dilemas existenciais nas madrugadas infinitas durante a pandemia da COVID-19. E agradeço à minha médica de família, Madalena Marques, que, por mais de um ano, me acompanhou periodicamente com toda a sensibilidade e profissionalismo. Aproveito para reforçar aqui a importância do Serviço Nacional de Saúde.

Agradeço ao Glauber, minha amizade mais duradoura e permanente, que, nos últimos 22 anos, me apoiou em absolutamente todas as empreitadas que me propus a realizar na vida – e não foram poucas. Agradeço à Bruna, amiga e parceira de caminhada, por sempre me lembrar da minha capacidade de resiliência, por acreditar em mim e por ser minha maior incentivadora.

Agradeço à Maria, pelo carinho e amizade; à Carla, pelo incentivo e apoio; ao Pedro, pelas conversas e risadas; à Márcia, por todos os brigadeiros; e a todas as pessoas que me acolheram em Portugal, sem deixar de mencionar meus colegas do Alkantara.

Especialmente, agradeço à minha mãe, Iolanda, por todo o esforço que fez para que eu me tornasse a primeira pessoa, em várias gerações da nossa família, a chegar ao ensino superior.

E a Francisca e Rita, minhas avós materna e paterna, inspirações de vida, que, apesar de não terem tido acesso à educação formal, são para mim referências de sabedoria e conhecimento ancestral.

Agradeço às minhas irmãs, Ilanara e Sara, por todo amor e torcida, e aos meus sobrinhos: Rayla, Josué, Kauna, Isaac, Benjamin e Esther.

Agradeço ao Raphael, meu companheiro de vida, por todo amor, parceria, apoio, atenção, compreensão, empatia e presença ao longo desta jornada.

Agradeço ao Arthur, meu filho, que, mesmo sendo ainda um adolescente, foi capaz de compreender minhas escolhas, decisões e ausências, apoiando-me e sendo o meu refúgio.

## **Resumo**

A gestão e exploração comercial de dados digitais póstumos são impulsionados por uma indústria emergente na Economia Digital, levantando desafios éticos e conflitos existenciais nas pessoas em processo de luto. A pesquisa acadêmica sobre luto online e morte digital provém de países como Estados Unidos e o norte da Europa, deixando lacunas sobre diferenças entre contextos socioculturais. Esta tese investiga essas dinâmicas analisando a percepção, a partir da experiência de pessoas em processo de luto, falantes da língua portuguesa, a fim de explorar as motivações e compreender o dilema entre deixar ir e o medo de esquecer, proporcionado pelas tecnologias digitais emergentes. Partindo da Teoria Construtivista Fundamentada, adotaram-se métodos mistos de recolha e análise de dados para explorar percepções, significados, representações e implicações associados à comunicação digital póstuma. O trabalho empírico consistiu em três estudos: o primeiro analisou as políticas de privacidade da Meta Platforms e os recursos como contato legado, herdeiro digital e perfil memorial; o segundo investigou dinâmicas em grupos de apoio ao luto no Facebook, incluindo narrativas de perdas durante a pandemia da COVID-19 e práticas de memorialização por pais enlutados, a partir das *affordances* da plataforma; e o terceiro, por meio de entrevistas semiestruturadas, explorou a gestão de legados digitais e as percepções de pessoas em luto e moderadores de grupo de apoio ao luto em Portugal sobre serviços digitais pós-morte. Os resultados revelam o desconhecimento em Portugal sobre os impactos dessas tecnologias no luto, mas revelam um interesse das pessoas em luto sobre a possibilidade de interagir com entes queridos com mediação da IA. Esta investigação contribui para ampliar a discussão sobre identidade póstuma, herança digital e direitos digitais, a partir do desenvolvimento de uma literacia sobre morte digital.

*Palavras-chave:*

*Pós-morte digital; affordances; comunicação póstuma digital; inteligência artificial; Meta.*

## **Abstract**

The management and commercial exploitation of posthumous digital data is driven by an emerging industry in the Digital Economy, raising ethical challenges and existential conflicts for people in mourning. Academic research on how to mourn digital death online comes from countries such as the United States and Northern Europe, leaving gaps about differences between socio-cultural contexts. This thesis investigates these dynamics by analyzing the perceptions of Portuguese-speaking mourners to explore their motivations and understand the dilemma between letting go and the fear of forgetting provided by emerging digital technologies. Based on Constructivist Grounded Theory, mixed methods of data collection and analysis were adopted to explore perceptions, meanings, representations, and implications associated with posthumous digital communication. The empirical work consisted of three studies: the first analyzed Meta Platforms' privacy policies and features such as legacy contact, digital heir, and memorial profile; the second investigated dynamics in bereavement support groups on Facebook, including narratives of loss during the COVID-19 pandemic and memorialization practices by bereaved parents, from the platform's affordances; and the third, through semi-structured interviews, explored the management of digital legacies and the perceptions of bereaved people and bereavement support group moderators in Portugal about postmortem digital services. The results reveal a lack of knowledge in Portugal about the impact of these technologies on bereavement but show that bereaved people are interested in the possibility of interacting with loved ones with AI mediation. This research contributes to broadening the discussion on posthumous identity, digital inheritance, and digital rights, based on the development of digital death literacy.

*Keywords:*

*Digital afterlife; affordances; digital posthumous communication; artificial intelligence; Meta.*

## Abreviaturas, Siglas

D2L	Comunicação unidirecional – Dos mortos para os vivos
DAI	<i>Digital Afterlife Industry</i>
DI	<i>Digital Immortal</i>
G20	Grupo dos Vinte
IA	Inteligência Artificial
IoT	Internet das Coisas
L2D	Comunicação unidirecional – Dos vivos para os mortos
PCT	Tecnologias de Comunicação Póstumas
RGPD	Regulamento Geral de Proteção de Dados
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
UE	União Europeia
UX	Experiência do utilizador
RA	Realidade Aumentada
VPN	Rede Virtual Privada
VR	Realidade Virtual
SNS	Serviço Nacional de Saúde

# Índice

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
<b>ESTRUTURA DA TESE</b> .....	<b>22</b>
<b>I PARTE – ENQUADRAMENTO TEÓRICO</b> .....	<b>25</b>
<b>CAPÍTULO 1 – TECNOLOGIAS DIGITAIS E CAPITALISMO</b> .....	<b>26</b>
1.1 INTRODUÇÃO .....	26
1.2 TECNOLOGIA E SOCIEDADE .....	30
1.3 CAPITALISMO DE PLATAFORMA .....	33
1.4 DATAFICAÇÃO .....	37
1.5 <i>QUANTIFIED SELF</i> E <i>SELF-TRACKING</i> .....	42
1.6 COLONIALISMO DE DADOS E CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA .....	45
1.7 DIREITOS DIGITAIS, LITERACIA DIGITAL E CIDADANIA DIGITAL .....	50
1.8 ATIVOS DIGITAIS .....	54
1.9 COMUNIDADES AFETIVAS E COMUNIDADES IMAGINADAS .....	57
<b>CAPÍTULO 2 – NOVOS PARADIGMAS SOBRE A MORTE E O LUTO NA ERA DIGITAL</b> .....	<b>62</b>
2.1 INTRODUÇÃO .....	62
2.2 MORTE DIGITAL E LUTO ONLINE .....	63
2.3 INDÚSTRIA DA PÓS-MORTE DIGITAL .....	76
2.4 IDENTIDADE, SELF E VIDA DIGITAL PÓSTUMA .....	81
2.5 IMORTALIDADE DIGITAL .....	87
<b>II PARTE – ESTUDO EMPÍRICO</b> .....	<b>101</b>
<b>CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA</b> .....	<b>102</b>
3.1 OBJETIVOS E QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO .....	102
3.2 EPISTEMOLOGIA E ÉTICA DA INVESTIGAÇÃO .....	104
3.3 DESENHO DA INVESTIGAÇÃO .....	108
3.4 ESTUDO 1 – ESTUDO DE CASO META PLATFORMS .....	110
3.5 ESTUDO 2 – OBSERVAÇÃO DE GRUPOS DE ENLUTADOS NO FACEBOOK .....	112
3.6 ESTUDO 3 – ENTREVISTAS COM MODERADORES DE GRUPOS DE APOIO E PESSOAS EM LUTO .....	118
3.6.1 <i>Preparação para as entrevistas</i> .....	119
3.6.2 <i>Entrevistando moderadores</i> .....	121
3.6.3 <i>Entrevistando Pessoas em luto</i> .....	122
3.6.4 <i>Preparação para a análise</i> .....	125
3.7 PROCEDIMENTOS ÉTICOS .....	127

<b>CAPÍTULO 4 – COMO A META MONETIZA COM A MEMÓRIA DOS QUE JÁ PARTIRAM .....</b>	<b>131</b>
4.1 INTRODUÇÃO .....	131
4.2 DE THE FACEBOOK A META PLATFORMS.....	131
4.3 OS NEGÓCIOS DA META.....	136
4.4 CENTRO DE PRIVACIDADE.....	139
4.5 TERMOS DE UTILIZAÇÃO.....	142
4.6 A META E OS MORTOS.....	147
4.6.1 <i>Contato Legado</i> .....	148
4.6.2 <i>Memorial</i> .....	149
4.6.3 <i>Remover a conta permanentemente</i> .....	149
4.6.4 <i>Acesso aos conteúdos da conta de uma pessoa falecida</i> .....	150
4.6.5 <i>Remoção de conta de pessoas incapacitadas clinicamente</i> .....	150
4.7 AFFORDANCES DO FACEBOOK: QUANDO A MORTE ESTÁ NO FEED.....	152
<b>CAPÍTULO 5 – GRUPOS DE APOIO AO LUTO NO FACEBOOK .....</b>	<b>157</b>
5.1 INTRODUÇÃO .....	157
5.2 CARACTERIZAÇÃO DOS GRUPOS .....	158
5.2.1 <i>Grupo A</i> .....	158
5.2.2 <i>Grupo B</i> .....	161
5.3 NARRATIVAS DE MEMÓRIAS .....	164
5.4 AMBIGUIDADES DA NOÇÃO DE PÚBLICO E PRIVADO .....	167
5.5 CONTINUIDADE DOS LAÇOS.....	168
<b>CAPÍTULO 6 – PRÁTICAS E PERCEÇÕES ENTRE MODERADORES E PESSOAS EM LUTO .....</b>	<b>171</b>
6.1 INTRODUÇÃO .....	171
6.2 MODERADORES DE GRUPOS DE APOIO AO LUTO.....	173
6.2.1 <i>Dinâmicas das associações</i> .....	174
6.2.2 <i>Como os utentes têm acesso</i> .....	176
6.2.3 <i>Perfil de quem procura as associações</i> .....	176
6.2.4 <i>Suporte durante a pandemia</i> .....	177
6.2.5 <i>Utilização de tecnologias digitais durante o luto</i> .....	178
6.2.6 <i>Pós-morte digital</i> .....	179
6.3 PESSOAS EM LUTO .....	181
6.3.1 <i>O dilema entre deixar ir e o medo de esquecer</i> .....	182
6.3.2 <i>Transformando perfis em memorial</i> .....	187
6.3.3 <i>Algoritmos</i> .....	188
6.3.4 <i>Perceção sobre as Políticas das plataformas</i> .....	190
6.3.5 <i>Serviços digitais pós-morte</i> .....	193

6.3.6	<i>Herança e património digital</i> .....	195
6.3.7	<i>Preparando a própria morte digital</i> .....	196
6.3.8	<i>IA para falar com os entes queridos que já faleceram</i> .....	198
6.3.9	<i>Vidas digitais póstumas</i> .....	201
<b>CONCLUSÕES</b> .....		<b>204</b>
CONTRIBUTOS DA INVESTIGAÇÃO.....		204
IMPLICAÇÕES: AMEAÇAS E RISCOS.....		214
RECOMENDAÇÕES.....		218
LIMITAÇÕES E PESQUISA FUTURA.....		220
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....		<b>222</b>
<b>ANEXOS</b> .....		<b>233</b>

## Índice de Tabelas

Tabela 1: Narrativas dominantes e contra narrativas do capitalismo de plataforma 1.....	36
Tabela 2: Categorização do que são ativos digitais.....	55
Tabela 3: Tipos de comunicação unidirecional. Elaborado pela autora.....	92
Tabela 4: Questões, objetivos e métodos. Elaborado pela autora.....	109
Tabela 5: Códigos para estudo de caso Meta Platforms.....	112
Tabela 6: Grupos de apoio ao luto no Facebook criados por utilizadores.....	114
Tabela 7: Livro de código de análise dos dados de observação em grupos de pessoas em luto no Facebook.....	116
Tabela 8: Organizações de apoio ao luto.....	121
Tabela 9: Perfil dos entrevistados. Elaborado pela autora.....	124
Tabela 10: Livro de código das entrevistas com pessoas em luto.....	126
Tabela 11: Procedimentos éticos adotados ao longo da investigação.....	129
Tabela 12. Elaborado pela autora. Fonte: Formulário 10-K.....	136
Tabela 13: Versões da Política de privacidade da Meta 2016-2014.....	141
Tabela 14: Serviços e Termos de utilização. Elaborado pela autora. Fonte: Centro de Privacidade da Meta.....	146

## Índice de Figuras

Figura 1: Home do website da ETER9. Captura de ecrã em 09/12/2024 .....	86
Figura 2: Projeto de chatbot da Microsoft patenteado em 2020 (USPTO, 2020, p. 3) .....	90
Figura 3: Modelo de uma arquitetura imortal digital de alto nível (Burden, 2020, p. 145) .....	96
Figura 4: Interface do Centro de Políticas de Dados da Meta. Captura de ecrã 30/10/2024.....	140
Figura 5: Centro de Privacidade da Meta. Captura de ecrã 30/10/2024 .....	140
Figura 6: Centro de Privacidade da Meta. Captura de ecrã 30/10/2024 .....	150
Figura 7: Home do website facebook.com. Captura de ecrã 30/10/2024 .....	151
Figura 8: Solicitação de adesão ao Grupo A. Acesso em: 30/04/2023 .....	158
Figura 9: Solicitação de adesão ao Grupo B. Acesso em: 05/04/2023 .....	162
Figura 10: Captura de ecrã. Post Grupo A. Acesso em: 30/07/2023 .....	165
Figura 11: Captura de ecrã. Post Grupo B. Acesso em: 07/06/2023 .....	166
Figura 12: Captura de ecrã Grupo A. Acesso em: 10/06/2023 .....	167
Figura 13: Captura de ecrã Grupo A. Acesso em: 09/07/2023 .....	169

## Índice de Gráficos

Gráfico 1: Número de reações Grupo A .....	160
Gráfico 2: Número de reações Grupo B.....	163

## Introdução

Em *Notas Sobre o Luto*, a escritora Chimamanda Ngozi Adichie, partilha sua experiência pessoal mais profunda, ao descrever a morte de seu pai, em junho de 2020. Num pequeno livro em formato de notas, ela oferece um relato comovente, de fácil leitura e compreensão, mas com reflexões sobre o impacto do luto em sua vida e de como a morte desafia a percepção de identidade, presença, tempo e finitude.

Ao descrever o choque inicial da notícia de que seu pai havia falecido, Adichie expressa a dor como sendo física, sufocante, desesperadora. Expõe a fragilidade enquanto tenta compreender seus próprios sentimentos. De origem nigeriana, da etnia *igbo*, a escritora detalha os rituais e as tradições de sua cultura, o que me surpreendeu pela riqueza de detalhes, mas também pelas diferenças culturais. Para o povo *igbo*, o luto é familiar, a casa fica cheia de gente.

“(…) esse jeito africano de lidar com o luto tem seu valor; o luto exteriorizado, performático e expressivo, no qual se atende a todos os telefonemas e se conta e reconta o que aconteceu, no qual o isolamento é um anátema e ‘pare de chorar um refrão” (Adichie, 2021, p. 24).

Todavia, a autora foi impedida de juntar-se a sua família na Nigéria devido às restrições da pandemia da COVID-19, já que ela morava nos Estados Unidos. Ao relatar o momento em que recebeu a notícia, o Zoom passou a ser a única forma de cumprir as tradições familiares. Foi um substituto forçado, na tentativa de estar próxima, de participar, de ajudar na organização do funeral. Mesmo que antes da morte do pai as videochamadas fossem frequentes para falar com ele, tornaram-se, então, um momento de dor; o mesmo ecrã que antes mostrava o pai a tentar atender as chamadas sem saber como manusear o telemóvel passou a ser o que refletia a sua dor, de saber que ele já não mais ia atender.

A história contada no *bestseller* *Notas sobre o Luto* poderia ser contada por mim. Assim como o pai de Chimamanda, o meu irmão mais novo faleceu, também em 2020. Numa tarde de domingo fui surpreendida com a notícia repentina de seu falecimento. Havíamos falado pelo WhatsApp poucas horas antes de ele partir. Fiquei paralisada por alguns meses e faço das palavras de Chimamanda as minhas. O luto é uma dor física, porque é tão intensa que nem conseguimos explicar. Assim como ela, eu também não pude viajar até o meu país para me despedir. Estávamos no primeiro mês da pandemia da COVID-19, com fronteiras fechadas e

isolados em casa. E de repente, eu me vi apegada a fotografias e áudios, de quando éramos crianças e da última vez que nos encontramos pessoalmente. Alguns meses antes, eu havia lido um artigo acadêmico que falava justamente sobre morte digital. E diante das questões que eu me coloquei pessoalmente, pensei que outras pessoas estariam a passar por aquele tipo de experiência, ora confortante, ora distorcida do que sempre foram as normas sociais sobre o luto. Alguns meses depois, eu elaborei as perguntas de investigação e que nortearam o meu percurso nos últimos anos. Essa tese não é sobre a minha experiência pessoal, ou sobre meus sentimentos. Foi preciso abrir mão dos ‘preconceitos’ que a metodologia escolhida exigiu. Mas a motivação parte de uma curiosidade motivada pela minha vivência, que será refletida na minha escrita e no percurso que fiz até aqui.

Desde o advento da Internet, em 1982, a compreensão cultural das interações sociais mudou radicalmente. As tecnologias digitais estão integradas de tal modo nas rotinas das pessoas que a omnipresença dos *smartphones* está transformando não apenas o cotidiano, mas também a maneira como as pessoas percebem e discutem a morte, o morrer e a finitude. Enquanto alguns utilizam as redes sociais para partilhar eventos cotidianos, outros apropriam-se delas para discutir as questões mais complexas da existência humana. Com o surgimento das comunidades virtuais e das tecnologias digitais emergentes, o registo da morte e a experiência do luto estão sendo reconfiguradas. E as fotografias não são mais suficientes para lembrar os nossos mortos, já é possível conversar com eles através de um *chatbot*.

Na Era Digital, as fotografias, vídeos e toda e qualquer atividade nos ambientes digitais passam a ser «vestígios da nossa existência», enquanto sociedade no tempo presente. As plataformas de redes sociais são o instrumento que permitem essa transposição entre a vida, a morte e a imortalidade digital. A «presença digital ou existência digital» pode ser vista como um meio de plena conexão, onde os ambientes digitais se tornam espaços ritualísticos, que apesar de superficiais proporcionam um sentido de ‘presença’ da pessoa falecida. Todavia, essa forma de mediação digital levanta a questão da eficácia da comunicação existencial ou se, em vez disso, resulta numa virtualização que pode interferir na verdadeira experiência do luto provocando experiências complexas de emoções e sentimentos na relação que a pessoa enlutada tem consigo mesmo, com o ente querido falecido e com o seu contexto social e cultural (Lagerkvist, 2019).

O conceito de «pós-morte digital» é definido como a continuação de uma presença num espaço virtual, em que, mesmo após a morte, a pessoa que faleceu segue existindo a partir do que ela mesmo deixou como vestígios da sua passagem por este ‘lado de cá’. Essa existência

não é por vontade própria do morto, mas porque, nós, os vivos, através dos nossos dispositivos eletrônicos, insistimos em voltá-los à vida. A terminologia adotada na última década sobre morte digital tem sido discutida por investigadores de diferentes disciplinas e áreas do conhecimento, desde as Ciências Sociais e Humanidades, nas suas diferentes áreas, mas concentrada na filosofia, história, sociologia, antropologia, psicologia, e estudos dos *media* e comunicação.

Com a transformação digital, amplamente abraçada pelo capitalismo e que acelerou o processo de digitalização e virtualização da vida quotidiana, os consumidores geram uma quantidade de dados e metadados que deixam para trás durante a sua vida e, também, depois da morte. Essa dataficação surge em plena ascensão da Economia Digital e permeia as esferas individuais e coletivas, públicas e privadas, nos aspetos mais básicos da vida em sociedade, desde enviar uma mensagem no WhatsApp, a como planear a própria morte, pensando em quem irá herdar a *playlist* de músicas do Spotify ou a coleção de *e-books* comprados na Amazon.

No entanto, o tema ainda é relativamente desconhecido quando se trata da morte, porque ninguém quer falar sobre morte ou morrer. Preferimos discutir qualquer assunto, mas evitamos falar sobre esta experiência universal no nosso círculo familiar e entre amigos, mas, cedo ou tarde todos nós vamos passar por ela.

À medida que o desenvolvimento de tecnologias digitais avança e o engajamento digital aumenta, mais pessoas deixam pegadas digitais, e conseqüentemente, uma grande quantidade de dados digitais é gerada, aumentando a necessidade de infraestrutura. Com isso, aumenta também a demanda para o desenvolvimento de serviços e produtos, para dar conta dos interesses das empresas, governos, instituições, mas, também, das pessoas. Os dispositivos eletrônicos tornaram-se parte da vida e da morte nas sociedades contemporâneas. A partir desta constatação, apreender a experiências daqueles que desejam criar a imortalidade digital (um fenómeno ainda em estágio inicial, mas que já apresenta uma série de problemáticas emergentes) ou lidar com a presença online dos que já partiram é uma questão essencial para situar a mortalidade humana nas «novas geografias da morte» (Maddrell, 2020), sobretudo, na maneira como a pandemia da COVID-19 trouxe a morte para o debate público, principalmente nas redes sociais.

A preocupação sobre como gerenciar e explorar comercialmente os legados digitais é uma demanda não só das *big tech*, de governos e mais do que nunca dos indivíduos. O fato é que existe uma demanda de formulações a nível académico que investiguem o tema na

perspetiva dos impactos na vida e na morte das pessoas. A utilização de nossos dados pessoais por uma indústria que cresce a cada dia, sem a devida reflexão e até mesmo de compromisso ético, deve ser amplamente discutido, da filosofia à economia e política. Entretanto, uma das lacunas que essa tese pretende contribuir na literatura sobre o tema está voltada para compreender como os utilizadores de outras realidades sociais e culturais se relacionam com as redes sociais e as tecnologias emergentes diante do luto e das questões existenciais como a morte, mais concretamente os países do Norte da Europa e Estados Unidos, onde a produção académica tem centrado mais força.

A aclamada série de televisão britânica, *Black Mirror*, lançada em 2013, é amplamente citada na literatura e ajudou os teóricos a exemplificar o fenómeno da morte digital. O primeiro episódio da segunda temporada, *Be Right Back* apresenta a história de um jovem casal que se muda para uma casa no campo para o início de uma vida feliz. Até que um acidente põe fim a vida de Ash, deixando Martha sozinha e grávida. Enquanto enfrenta o luto, Martha é inscrita por uma amiga, contra a sua vontade, em um programa experimental que conecta os vivos aos entes queridos falecidos. O sistema baseado em inteligência artificial (IA) cria uma versão digital de Ash, a partir do legado que ele mesmo publicou, *tweetou* ou enviou por e-mail durante toda a sua vida. O programa então replica a sua personalidade, permitindo que Martha converse com a versão digital do marido, que ela alimenta diariamente ao carregar ainda mais fotografias e vídeos, fazendo com que o Ash digital fique cada vez mais próximo do que era o Ash vivo.

Não é de hoje que a ficção científica e o universo dos videojogos criam mundos imaginários, até então impossíveis de virarem realidade. No entanto, o desenvolvimento de tecnologias emergentes como a IA tem contribuído para um tipo de mercado, que, nos moldes do que sempre foi a indústria funerária, oferece serviços dos mais variados para ajudar pessoas em luto, tanto que a «indústria da pós-morte digital» classificada por Öhman e Floridi (2017) passa a contar com recursos altamente tecnológicos para resolver quase todo o tipo de dor.

Neste contexto, a transformação digital que, com a promessa de promover o desenvolvimento económico investindo na digitalização de serviços, tem impulsionado um tipo de indústria que monetiza e explora as experiências mais subjetivas, como a morte, o luto e a imortalidade. O crescente volume de registos digitais exige um aumento na interação póstuma online e, conseqüentemente, receitas para as empresas a depender do modelo de negócio. É neste cenário que empresas que integram a indústria da pós-morte digital têm um terreno fértil para expandir, sem nenhum compromisso ético sobre os impactos que este mercado poderá provocar na vida das pessoas. E da ficção científica passamos a ter registos em documentários

enquanto experiências reais, aplicações e, mais recentemente, a possibilidade de subescrever serviços de *chatbot* para conversar com as réplicas dos entes queridos que já partiram.

Em 2020, a emissora sul-coreana *Munhwa Broadcasting Corporation* (MBC) lançou a série documental *Meeting You* e tornou possível o último encontro entre Jang Ji-sung e sua filha, Na-yeon, que faleceu em 2016, aos sete anos, uma semana após ser diagnosticada com uma doença misteriosa. O diretor do documentário disse que não sabia qual método seria utilizado quando decidiu produzir a série. A ideia original era apenas reunir memórias da família de um ente falecido, como vídeos, fotografias e entrevistas. Ao se deparar com a tecnologia de realidade virtual (RV), decidiu tornar o encontro literalmente possível. “A mãe não estava apenas triste, mas queria reencontrar a criança (...) A mãe queria fazer alguma coisa por ela, mas não podia fazer nada”, disse em entrevista. Quando o diretor coloca os óculos RV no rosto da mãe, a imagem projeta Na-yeon virtual a correr chamando “Mãe”. O pai de Na-yeon e seus três irmãos assistem tudo através de um monitor. Em lágrimas, ao ver a filha com o seu vestido cor-de-rosa favorito, Jang diz a Na-yeon virtual o quanto ela sentiu falta dela com uma voz trêmula e chorosa. “Mamãe sentiu tanto sua falta, Na-yeon”. A seguir, o filme é repleto de cenas emocionantes, entre mãe e filha, com troca de afetos, tentativas de toque, que são sobrepostas por uma imagem distorcida das mãos da mãe sobre o corpo virtual da criança. Todo o processo de reprodução da imagem, gestos, voz, trejeitos foi criado a partir de fotografias, vídeos e registros guardados pela família (Gyu-lee, 2020; Silva, 2024).

Já em 2023, a cantora e compositora Elis Regina, um dos maiores nomes da música brasileira, esteve envolvida numa polêmica campanha publicitária da Volkswagen, fabricante alemã de veículos, que celebrou 70 anos de presença no Brasil. Na publicidade, Elis Regina, que faleceu em 1982, protagoniza o filme, ao lado de sua filha, Maria Rita, também cantora. Num dueto póstumo, as duas cantam uma das canções mais emblemáticas da música brasileira. A campanha em si não seria um problema, mas causou comoção nas redes sociais e críticas por ressuscitar digitalmente a artista, chegando a ser suspensa por utilizar IA e *deepfakes*, que mapeou milhares de fotografias e vídeos de Elis Regina. Posteriormente, todo o banco de dados foi aplicado sobre a imagem de uma atriz, que na edição final, ganhou as feições e o rosto de Elis Regina. Após denúncias, o conselho de ética do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar) considerou “improcedente o questionamento de desrespeito à figura da artista, uma vez que o uso da sua imagem foi feito mediante consentimento dos herdeiros”, autorizando a veiculação da campanha nacionalmente (Conar, 2023).

A presença digital de mortos pode criar a sensação de “continuidade”, mas também de desconforto. As pessoas em luto tendem a lutar contra a “versão digital” de seus entes queridos, que pode parecer real, mas não é (Kneese, 2023). Por outro lado, há também um tipo de protocolo de como pessoas em luto devem se comportar, que emoções devem tornar públicas, muitas vezes associadas a padrões sociais ou mesmo visões distorcidas do que é vivenciar um luto. A representação da pessoa falecida pode ser idealizada ou distorcida, levando a uma ambiguidade entre a realidade da perda e da relação construída, provocando tensão e uma espécie de alienação, onde a presença digital mediada pode não refletir a relação que o enlutado tinha com a pessoa falecida (Öhman, 2024).

Como um campo fértil e em desenvolvimento, a ‘tanatecnologia’, área de investigação sobre a intersecção entre a morte e as tecnologias digitais pareceu-me instigante e bastante desafiadora. Como campo de estudo, surge num contexto sócio-histórico-cultural marcado por ambivalências, dilemas e questões sobre o ‘eu’, ‘nós’ e os ‘algoritmos’. No entanto, as questões existenciais que inquietam a humanidade não são nenhuma novidade. A diferença é que, atualmente, além dos dilemas tradicionais já amplamente discutidos por filósofos, artistas, escritores, poetas, passamos a lidar com questões existenciais, mas nos ambientes digitais, pressupondo que os mistérios da finitude ganham novas perguntas. Com o desenvolvimento acelerado de tecnologias emergentes, surgem serviços de todos os tipos, desde plataformas para gerir redes sociais após a morte do utilizador, as que enviam o último e-mail e as que prometem uma «vida digital póstuma», ou seja, um tipo de imortalidade após a morte do corpo biológico, a partir dos restos e legados digitais que deixamos nas plataformas, sites e qualquer sítio por onde navegamos na Internet.

As pesquisas até ao momento estão concentradas nas práticas e significados culturais representados nos ambientes digitais, principalmente quando se trata do luto em relação ao digital. Todavia, há pouca compreensão sobre como o universo da pós-morte digital tem operado e impactado seus destinatários assim como a sociedade como um todo.

Esta tese adota uma abordagem baseada na Teoria Construtivista Fundamentada (Charmaz, 2014), utilizando métodos mistos de recolha e análise de dados para explorar como os fenómenos emergentes das vidas digitais póstumas são compreendidos pelas pessoas em luto falantes da língua portuguesa. Esta abordagem permitirá atingir quatro objetivos específicos pretendidos: i) analisar como operam plataformas digitais que ofertam serviços de memoriais online, especificamente, a empresa Meta Platforms, bem como suas dinâmicas e estratégias comerciais, modelos de negócios, políticas de privacidade e utilização de dados dos utilizadores

que já faleceram; (ii) identificar padrões nas mensagens dos grupos online de apoio ao luto; para, assim (iii) perceber as causas e motivações do fenômeno dos laços contínuos a partir dos legados digitais na expressão do luto online; e, por fim, (iv) identificar valores, representações, sentidos, percepções e dinâmicas para perceber como os indivíduos entendem a pós-morte digital.

A partir dos objetivos propomos responder três perguntas de investigação, que surgem do próprio caminho que se fez a partir da literatura.

*Q1 – Quais são as implicações e oportunidades da indústria da pós-morte digital?*

*Q2 – Quais são as dinâmicas de criação e funcionamento, narrativas das publicações e como pessoas em luto interagem nos grupos de Facebook criados especificamente para práticas de luto online a partir das affordances disponibilizadas pela plataforma?*

*Q3 – Qual a percepção das pessoas em luto sobre a utilização de dados de ente queridos falecidos pelas plataformas de redes sociais e como percebem a sua própria morte digital?*

Embora a investigação surja de uma experiência pessoal, é importante salientar que não se trata de uma experiência clínica, ou sobre a minha dor do luto, o que certamente poderia ser interpretado como uma limitação ao estudo. No entanto, e embora seja desafiante, a minha própria experiência assegurou que eu não desse início ao percurso a partir de suposições e preconceitos, ou sobre teorias e modelos de luto, pois como objeto do estudo, não é o luto em si que é investigado, mas como as tecnologias digitais implicam na experiência de pessoas em processo de luto. Portanto, as práticas da teoria construtivista fundamentada impõem que “a reflexividade inclui o exame da forma como os interesses, as posições e os pressupostos do investigador influenciaram a sua investigação” (Charmaz, 2014, p. 344). Isto leva a um exercício constante de manter-se dentro, e ao mesmo tempo ser capaz de interpretar o conjunto dos dados. “Uma abordagem construtivista teoriza o trabalho interpretativo que os participantes na investigação fazem, mas também reconhece que a teoria resultante é uma interpretação. A teoria depende do ponto de vista do investigador; não está nem pode estar fora dele”, acrescenta Charmaz (2014, p. 398).

Como parte do percurso desta tese, ressalto que integrei, simultaneamente, a equipa do

estudo exploratório denominado On&Off – Atmosferas de Des/Conexão<sup>1</sup>, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), em que fui investigadora responsável por um estudo, durante 24 meses. A experiência de integrar uma equipa multidisciplinar com colegas mais experientes foi extremamente valiosa e aproveitada nesta investigação. Possibilitou não só uma parceria, como o apoio na construção dos procedimentos éticos, possibilitando que eu não me sentisse sozinha, o que contribuiu para uma investigação consistente e uma experiência enriquecedora.

Por fim, a relevância e a originalidade desta tese fundamenta-se na lacuna identificada na literatura e nos dados sobre a perceção das pessoas em luto sobre direitos digitais e tecnologias de comunicação póstuma. Apesar de a morte aparecer frequentemente nos nossos telemóveis, ainda há uma cultura em negar a morte, em escondê-la. O que interfere na própria noção dos utilizadores, em geral, sobre direitos digitais póstumos numa cultura de hiperconectividade em que a presença digital persiste mesmo após a morte do nosso corpo físico. Tanto que a Assembleia da República Portuguesa aprovou a Lei n.º 27/2021, instituindo a Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital<sup>2</sup>, que em específico trata do direito ao testamento digital no Artigo 18.º:

#### Direito ao testamento digital

1 - Todas as pessoas podem manifestar antecipadamente a sua vontade no que concerne à disposição dos seus conteúdos e dados pessoais, designadamente os constantes dos seus perfis e contas pessoais em plataformas digitais, nos termos das condições contratuais de prestação do serviço e da legislação aplicável, inclusive quanto à capacidade testamentária.

2 - A supressão póstuma de perfis pessoais em redes sociais ou similares por herdeiros não pode ter lugar se o titular do direito tiver deixado indicação em contrário junto dos responsáveis do serviço. (PORTUGAL. Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital, 2021).

No entanto, durante essa investigação a lei mencionada passou despercebida por todos em geral, o que reforça a importância desta tese para contribuir na ampliação do debate e na formulação de políticas públicas e ferramentas de monitorização da aplicação da lei, haja vista que ela incide justamente num cenário em que as *big tech* não são reguladas, portanto, não estão

---

<sup>1</sup> <https://cicant.ulusofona.pt/research/projects/668-on-off-atmospheres-of-dis-connection>

<sup>2</sup> Artigo 18º do DL n.º 27/2021 de 17 de maio de 2021 na redação atual. Disponível em: <https://files.diariodarepublica.pt/1s/2021/05/09500/0000500010.pdf>

sujeitas a cumprirem leis nacionais.

## **Estrutura da tese**

A tese apresenta uma I Parte teórica que visa identificar conceitos e teorias emergentes para situar o fenómeno da morte digital no âmbito da Economia Digital e, assim, recuperar os fatores históricos que vêm dando pistas dos impactos das tecnologias digitais nos paradigmas e normas sociais sobre a morte, o morrer e o luto. A II Parte apresenta os resultados da investigação, a partir da abordagem metodológica, visando aproximar a literatura existente sobre a interceção entre tecnologias digitais e morte, num olhar atento para pessoas que falam a língua portuguesa, em processo de luto. Neste sentido, visando contribuir com o campo de investigação da ‘tanatecnologia’ com experiências, para além das identificadas na I Parte, ainda concentradas em países do Norte Global e de língua inglesa.

O Capítulo 1 discute conceitos que surgem a partir de um novo tipo de capitalismo, baseado no *big data* e que passa a explorar os aspetos quotidiano mais simples das pessoas, numa lógica de extração, exploração e mineração de grandes quantidades de dados, semelhante ao que foi o colonialismo histórico. O capítulo aborda a centralidade do poder económico e político das plataformas de redes sociais, que impactam nos direitos digitais e na própria forma que as pessoas passaram a se ‘autoquantificar’, ou seja, gerar dados e metadados sobre elas mesmas. Esses dados passam a ser ativos económicos, baseado em análises preditivas que estão a impactar na construção da própria identidade pessoal e coletiva e impondo condições de vigilância e controlo.

O Capítulo 2 apresenta o conceito de pós-morte digital, recupera a literatura interdisciplinar produzida a partir de investigações e reflexões que ajudaram a construir os primeiros passos da ‘tanatecnologia’, como área de estudo que busca compreender os dilemas e os impactos das tecnologias digitais no luto. Além disso, discute a imortalidade digital como um campo problemático, acentuado pela Economia Digital e quem vem pondo questões éticas, operacionais e filosóficas sobre a vida digital de uma pessoa que continua após a sua morte biológica. O que incidiu na categorização de serviços digitais pós-morte como uma indústria em ascensão e que extrapolou a ficção científica para chegar aos telemóveis.

Na II Parte, o Capítulo 3 apresenta o percurso da investigação e a abordagem metodológica que vai buscar na Teoria Construtivista Fundamentada os métodos necessários, assim como a epistemologia e a ética da investigação, que norteou todo o trabalho realizado. Por considerar que esta tese contém dados sensíveis, aborda as complexidades das emoções

humanas e questões existenciais num contexto cultural em que a morte é um tema delicado, foi necessário estabelecer ferramentas, procedimentos e posicionamentos centrados na ética do início ao fim do processo.

O Capítulo 4 apresenta o resultado de um estudo de caso, que se deu a partir da imersão etnográfica no Centro de Privacidade da Meta Platforms para percorrer as hiperligações e compreender o modelo de negócios da empresa, no que diz respeito às políticas de privacidade e termos de utilização de seus produtos e serviços, no contexto da herança digital, contato legado e perfil memorial.

O Capítulo 5 vai discutir as *affordances* do Facebook nos grupos criados para expressão do luto online e como são as dinâmicas, narrativas e mensagens de pessoas em luto que utilizam a rede social para criar espaços privados de validação da dor e apoio mútuo.

O Capítulo 6 apresenta os resultados das entrevistas semiestruturadas com moderadores de grupos de apoio ao luto e pessoas em processo de luto. Os grupos são criados por associações sem fins lucrativos que se dedicam a proporcionar espaços de partilha e apoio durante o luto em Portugal. Este Capítulo apresenta a forma como as pessoas em luto lidam com os legados digitais dos entes queridos falecidos e como pensam (ou não) sobre a sua própria morte digital.

Por último, as Conclusões analisam as divergências e identifica os conflitos nas implicações da indústria da pós-morte digital e nas novas formas online de luto e da criação de vidas póstumas digitais. As Conclusões oferecem uma perspetiva geral e apresenta recomendações e limitações do estudo.

## **I Parte – Enquadramento Teórico**

# Capítulo 1 – Tecnologias digitais e capitalismo

## 1.1 Introdução

A ‘economia digital’ como elemento fundamental do desenvolvimento tem sido amplamente difundida na última década por governos, empresas, organismos internacionais e investigadores. Surgiu como um ‘mantra’ na pós-crise de 2007 e apontou caminhos de sucesso nas mais diversas áreas, com a promessa de aumentar a produtividade, promover o desenvolvimento social e inovar a gestão estatal. A digitalização traria benefícios e tornar-se-ia um fator determinante em diversas esferas, como apontou o Fórum Económico Mundial. “A digitalização é a causa de transformações abrangentes e em grande escala em vários aspetos dos negócios, proporcionando oportunidades incomparáveis de criação e captura de valor, ao mesmo tempo que representa uma importante fonte de risco” (Mundial, Fórum Económico, 2018, p. 3).

Em 2017, o G20 escolheu a economia digital como o seu tema norteador sinalizando como um importante elemento do desenvolvimento global e com um papel significativo no crescimento económico, fator que aumentaria a produtividade e abriria espaço para novos mercados, numa aposta visível de que este seria o melhor caminho a ser seguido, mas reconhecendo os impactos e os riscos. “O impacto da transformação digital nas nossas economias e vidas já é vasto e continua a crescer, mas, em muitos aspetos, permanece desconhecido”, (Information Centre, G20, 2017).

O Fórum Económico Mundial (2020), a partir da adoção da nomenclatura ‘Digital Economy’, ressalta os potenciais da revolução imposta pela alta conectividade das pessoas, produtos e serviços que se valem das técnicas avançadas de análise de dados. A Comissão Europeia lançou em 2021 a estratégia *2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade*, numa ampliação do *Building a European Data Economy*, que evidenciou os interesses regionais no fomento da competitividade, na digitalização de serviços, criação de empregos e nas políticas de educação. No contexto da pandemia da COVID-19, o bloco pretendia “aumentar a sua autonomia estratégica no domínio da tecnologia, desenvolver novas regras e tecnologias para proteger os cidadãos contra a contrafação de produtos, os crimes cibernéticos e a desinformação, além de resolver o problema do fosso digital” (Europeia, Comissão, 2021). Há uma agenda claramente imposta não só pelas empresas, mas pelos governos de forma geral.

O fenómeno da ‘transformação digital’ implica também na urgência das indústrias repensarem seus modelos de negócios, identificando novas oportunidades para criar e capturar valor. Novos modelos de negócios criam oportunidades, dependências e novos riscos. Neste contexto, os dados não são só mais uma preocupação dos cientistas no âmbito académico ou um subproduto de processos organizacionais. A transformação digital é, antes de tudo, uma transformação cultural que tem provocado mudanças nos diversos setores da sociedade e integrou as novas tecnologias aos processos nas organizações (Iansiti & Lakhani, 2014).

Os dados tornaram-se centrais e essenciais para os diversos setores do capitalismo contemporâneo. As indústrias focadas em novas tecnologias, finanças, infraestrutura, manufatura e energia estão tratando os dados como uma forma de capital. Até há pouco tempo, as empresas decidiam por não recolher dados pois o armazenamento comportava custos altíssimos. No entanto, para as empresas que operam na Economia de Dados ou na Economia Digital, “apagar dados devido aos custos de armazenamento seria como queimar pilhas de dinheiro ou deitar fora barris de petróleo”, (Sadowski, 2019, p.1). Ao compreendermos os dados como ativo económico podemos analisar com melhor clareza a dinâmica das empresas, sobretudo, as que compõem a indústria das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e de como os dados funcionam como *commodities* convertidos em valor monetário, mas como base de um regime económico.

Neste contexto, as plataformas de comunicação são caracterizadas pela combinação de seu modelo de infraestrutura programável e extensível e seu modelo de negócios, que geralmente consiste em conectar utilizadores finais aos seus anunciantes mediando essas relações (Bucher, 2020; Gillespie, 2010; Helmond, 2015). Portanto, é a interação entre os utilizadores de uma mesma rede social, como o Facebook e o Instagram que gera valor. Na literatura encontramos diversas nomenclaturas que se referem à relação política económica entre dados e capitalismo. Ao longo desta tese adotaremos o termo «capitalismo de plataforma» (Pasquale, 2016); (Srnicsek, 2019).

Os dados são um componente fundamental da economia política do século XXI. Assim como as corporações são orientadas para o lucro, agora devemos esperar que as organizações sejam orientadas para os dados, ou seja, “a vontade de acumular dados impulsiona agora novas formas de fazer negócios e de governação. É um fator-chave nas principais decisões empresariais” (Sadowski, 2019, p. 01). Assim, enquadrar os dados como uma forma de capital sobre os imperativos que motivam as organizações contemporâneas, as maneiras pelas quais o valor pode ser derivado dos dados e a importância normativa da extração de dados será

fundamental ao longo desta tese, seguindo as ideias de Sadowski (2019).

O enquadramento teórico dos «dados como capital» e um «recurso natural», que está em toda a parte e livre para ser tomado reforça os regimes de «acumulação de dados». Sadowski (2019) parte da Teoria Marxista, que sugere que os dados são uma forma distinta de capital, mas que tem suas raízes no capital económico. O que ele chama de capital de dados vai além do reconhecimento sobre o mundo. São *bits* de informação gravados digitalmente, processados por máquinas, facilmente aglomerados e altamente móveis. Assim como o capital social e cultural, o capital de dados pode ser convertido em capital económico. Portanto, “o capital de dados está institucionalizado na infraestrutura de informação para a recolha, o armazenamento e o processamento de dados, ou seja, os dispositivos inteligentes, as plataformas online, a análise de dados, os cabos de rede e as explorações de servidores” (*ibidem*, p. 04).

Essas características do capital de dados significam que pode ser continuamente capturado e circulado. Portanto, a recolha de dados é impulsionada pela lógica da acumulação de capital descrita na teoria marxista. Se, por um lado, os dados são lançados como matéria-prima, a atual abordagem dos *media* ao constatar a intensa abordagem, já clichê, de que os ‘dados são o novo petróleo’, por outro, os dados são lançados como uma mercadoria produzida pela interação digital de pessoas publicando no Facebook, clicando no Google, se exercitando com as aplicações da Fitbit e todas as outras coisas que fazemos, que criam dados e sobre os quais os dados são criados (Sadowski, 2019).

A construção de uma literatura sobre economia política crítica de dados e alguns dão conta de uma significativa e relevante área de discussão. Os sistemas de dados estão repletos de relações de desigualdade graças às tecnologias, como a Internet das Coisas (IoT). As plataformas online e as redes sociais, baseada em análises preditivas de dados são como «produtos e serviços digitais» e, portanto, parte da economia digital, que cresce em ritmo acelerado (Sadowski, 2019; Srnicek, 2019). Isso, por sua vez, significa que os dados são uma forma fundamental de capital para tudo, desde as casas inteligentes à cidade inteligente, finanças, governança, produção, distribuição, dispositivos de consumo e sistemas corporativos. Ou seja, “sem dados, muitas destas tecnologias e organizações não poderiam funcionar e muito menos gerar valor” (Sadowski, 2019, p. 2). Todavia, a recolha de dados tem uma influência poderosa na forma como governos e empresas violam direitos fundamentais, como o direito à privacidade (Zuboff, 2015), conforme aprofundaremos nas próximas seções.

Na Era Digital, a tecnologia em rede foi proclamada como uma força revolucionária de

dar poder ao povo. Foi-nos prometido o acesso infinito ao conhecimento, novas formas de criatividade, a promoção dos negócios artesanais e em pequena escala e o fortalecimento da democracia. No entanto, as primeiras ideias utópicas foram gradualmente perdendo espaço para um novo tipo de ‘capitalismo empreendedor’ e tornaram-se partes do que Buckingham (2020) denomina como «capitalismo digital». O mesmo deu-se no que seria o futuro da educação, que a tecnologia transformaria o aprendizado, capacitaria os alunos e libertaria os professores. Porém, o que vimos até o momento não se concretizou como prometido (Buckingham, 2020).

As TIC assumiram a centralidade para além da Internet, mas na ‘economia digital’ e na própria sociedade. A relevância não se dá apenas porque alcançam bilião de pessoas em todo o mundo, mas como se valorizam no mercado e no que diz respeito aos riscos mediados nos debates políticos, na esfera cultural, no incentivo às práticas de consumo excessivo, na própria saúde mental e bem-estar dos indivíduos. Provocados pelo rápido desenvolvimento de tecnologias emergentes, a economia digital vem ganhando força com a incorporação de tecnologias digitais nos aspetos mais simples da vida quotidiana. Jin (2019) discute os riscos que a inteligência artificial (IA) representa para a privacidade. Ao analisar o ecossistema fundamentado em dados, o autor enfatiza que a recolha, o tratamento e a utilização de informações pessoais, especialmente as relacionadas à IA, se tornaram ativos essenciais nesse modelo, que se expande cada vez mais nas atividades económicas (Jin, 2019; Valente, 2020).

A crescente demanda eleva o valor dos dados, resultando em uma competição pela sua recolha e tratamento. Essa dinâmica se observa tanto em plataformas dedicadas a isso, como as redes sociais, quanto em empresas que, embora não tenham a gestão de dados como foco principal, começam a integrá-la em suas operações. Um exemplo disso são as redes varejistas que adotam programas de fidelidade com o objetivo de mapear os padrões de consumo de seus clientes. Esses sistemas, dotados de inteligência, dependem de volumes cada vez maiores de dados pessoais e contextuais para aprimorar sua capacidade de aprendizado e fornecer respostas mais precisas, sob a justificativa de oferecer serviços de melhor qualidade aos consumidores. Esse fator torna a IA fundamental na valorização dos dados, uma vez que depende deles para operar, ao mesmo tempo que os sistemas inteligentes realizam cruzamentos de dados cada vez mais complexos, dificultando a monitoração tanto por parte dos utilizadores, que não sabem o que de fato é recolhido e tratado quanto de autoridades regulatórias (Jin, 2019).

Ao contrário das estatísticas que sinalizam uma recuperação económica, o período tem sido marcado por uma desaceleração da produtividade com os níveis de emprego abaixo do período da pré-crise económica, afetando, principalmente, países da periferia do sistema.

Destaca-se o acirramento das disputas políticas e da construção de novos ciclos expansivos que desequilibram o não tão sólido quadro geopolítico, com a crescente onda fascista e/ou ultradireitista, sustentadas pela xenofobia, desinformação e na propagação do discurso de ódio (Valente, 2020). Além disso, há o risco de práticas discriminatórias, injustiça e outros danos aos utilizadores, que são expostos a todo o tipo de violação de privacidade em decorrência da falta de transparência dos sistemas de IA (Valente, 2020; Jin, 2019).

## **1.2 Tecnologia e sociedade**

Partindo de Karl Marx, a tecnologia serve o propósito de aumentar a produção (visando a extração da mais-valia e a acumulação do capital), diminuindo o tempo necessário, mas aumentando a sobrecarga do trabalhador. Neste processo, a tecnologia cumpre a missão de acelerar as condições produtivas e aumentar a concorrência. No final do período manufatureiro na Europa, especificamente na Inglaterra, as unidades produtivas haviam atingido o seu limite na mesma medida em que os trabalho disperso e a resistência dos trabalhadores aumentavam (Valente, 2020).

O aumento do consumo e a demanda de novos consumidores passou a exigir um ritmo ainda maior de produção e o trabalho manual padecia de limitações físicas do ser humano. Essas novas condições de produção aceleradas pelo desenvolvimento da tecnologia produtiva (máquinas) permitiram introduzir um fator produtivo que não dependesse das habilidades humanas dos trabalhadores. Foi neste período de profundas mudanças que foi possível introduzir na linha de montagem das fábricas mulheres e crianças, com salários mais baixos, uma vez que se dispunham a receber menos que os homens, dada a sua falta de prática e experiência. O capitalismo atinge a sua maturação e Marx chegou a referir que a aplicação da tecnologia no capitalismo passou a ser um «meio de guerra» dos capitalistas contra os trabalhadores (Antunes, 2017, p. 42).

Deste modo, a Revolução Industrial não inventa o capitalismo, mas serve-se dela. “Marx sugere uma tendência de evolução das forças produtivas como características centrais do capitalismo” (Valente, 2020, p. 76). Ou seja, as novas tecnologias, por exemplo, poderiam ser vistas, a partir do olhar marxista, como evolução de modos de produção. Embora contraditório e como parâmetro do desenvolvimento histórico, esses novos meios de produção abrem possibilidades para uma revolução neste próprio meio de produção (Antunes, 2017).

Em outro momento Marx enfatiza que a evolução das forças produtivas é não só mediada, como regulada pelas relações sociais de produção. Sua abordagem sobre tecnologia parte de um discurso sobre como a inovação está diretamente vinculada ao processo económico e a criatividade, embora não sendo um elemento único não deixa de ser importante. Apesar que, em tempos de estagnação as invenções por maior potencial que apresentem não necessariamente recebem financiamento e que estas possuem melhores condições em ciclos económicos expansivos. E, por fim, as lutas de classes, aspeto fundamental na teoria marxista, sendo estas que, em períodos de crise económica e por novos padrões de estágios expansivos são fortemente impactadas (Valente, 2020, p. 76).

Para o filósofo francês Jacques Ellul (1964), um dos principais expoentes do conceito de «neutralidade tecnológica», vivemos uma intensa ‘invasão técnica’ nos tempos modernos e em todos os campos da atividade humana, desde “a morte, procriação, nascimento, tudo deve se submeter à eficiência técnica e à sistematização” (Ellul, 1964, p.128). Para o autor, “tudo o que é técnica é necessariamente utilizado assim que está disponível, sem distinção de bem ou mal. Esta é a principal lei da nossa época,” (*ibidem*, p. 99). Não há neutralidade envolvida na tecnologia moderna e que o capitalismo não criou o nosso mundo, mas as máquinas sim. Na sociedade tecnológica, as pessoas falam com as máquinas, não há mais diálogo face a face, a natureza, a cultura e o sagrado desaparecem (*ibidem* p. 5).

Já para o filósofo alemão Martin Heidegger (1977), a tecnologia moderna é uma invenção puramente instrumental do sujeito racional cartesiano sobre a natureza. A propensão para o autodesenvolvimento inerente à natureza, seu princípio de mudança encontrado em si mesma, está sendo manipulada através da intervenção do «agente racional humano» para servir a fins funcionais. Heidegger toma como exemplo a pedra, que tem o potencial de se tornar muitas coisas. Mas é através da intervenção racional humana que uma pedra pode se tornar uma ponte. O princípio orientador é a sua eficiência. É um mero meio para um fim funcional e eficiente. A eficiência é o único princípio orientador da tecnologia moderna. Heidegger adverte que “a humanidade está a ser enquadrada pela tecnologia, tornando-se uma mera ‘reserva’ à espera de ser utilizada por ela” (Heidegger, 1977, p. 36) e nenhuma questão ética está sendo levantada.

Se considerarmos que as contribuições de Heidegger e Ellul se deram em meados do século XX, os questionamentos propostos por eles são totalmente relevantes para o contexto contemporâneo. A questão de conviver com a tecnologia parece ser tão longa quanto a história da humanidade. No entanto, o dilema que vivenciamos em nosso mundo contemporâneo é

certamente inédito. Os desenvolvimentos explosivos na área das TIC parecem não ter limites. O impacto é sentido em praticamente todos os aspetos de nossa existência, tanto em nível individual quanto social. A economia é global, o globo é a aldeia e a vida é cada vez mais digital. Todos os domínios da vida são invadidos e cada vez mais ocupados pela tecnologia (Negroponte, 1995; Floridi, 2014). Para Ellul (1964), as ascendências das tecnologias colonizaram cada ‘campo da atividade humana’, numa perspectiva determinista, assim como Heidegger, pretendiam chamar a atenção para os aspetos mais reflexivos sobre como a economia foi beneficiada e diretamente impactada pelo desenvolvimento das máquinas industriais (Valente, 2020, p. 73).

Os pensadores situados no campo sociológico têm tido a preocupação de evidenciar um olhar sobre a tecnologia a partir das controvérsias do campo económico (Valente, 2020) exploradas por seus expoentes e de como essa relação tem se dado ao longo do tempo. A partir de uma abordagem histórica «pós-colonial» cada vez mais frequente nos campos das Ciências Sociais relacionadas com as tecnologias, alguns autores extrapolam a visão eurocêntrica, fortemente presente na conceitualização sobre desenvolvimento tecnológico.

Numa perspectiva latino-americana, Enrique Dussel (1988), filósofo argentino, radicado no México até a morte, questionou o entendimento da relação entre tecnologia e desenvolvimento capitalista centrado no modelo espelhado nos países ricos e/ou desenvolvidos. Sua abordagem propõe uma leitura crítica e sistematizada da visão marxista e evidencia as condições desiguais de desenvolvimento, discute as formas como a tecnologia tem determinado as condições da divisão do trabalho a nível internacional (Dussel, 1988). O autor ressalta as assimetrias do desenvolvimento tecnológico e capitalista que provocaram profundas desigualdades nas colônias de países chave do capitalismo, que perduraram até a metade do século XX. De modo geral, Dussel alerta para o perigo de adotar uma visão histórica que ignora as particularidades e a complexidade do desenvolvimento quando analisado a partir das relações entre tempo, espaço e território.

Já para o filósofo francês Michel Foucault (1974 e 1979), a «biopolítica» representa o mecanismo pelo qual se regula grandes populações ou coletividades, diferenciando-se das práticas disciplinares predominantes na Antiguidade e na Idade Média, que tinham como foco o controle individual. Já o «biopoder» refere-se aos ‘dispositivos e às tecnologias’ de poder utilizadas para administrar e controlar as populações, por meio de técnicas, saberes e instituições. Esse poder concentra-se na gestão de aspetos como saúde, higiene, alimentação, sexualidade, natalidade e costumes, à medida que tais questões passaram a ser tratadas como

preocupações políticas (Furtado & Camilo, 2017).

Numa perspectiva africana, o filósofo camaronês Achille Mbembe (2017), cunhou o conceito de «necropolítica» a partir da percepção eurocêntrica de que o conceito de biopolítica de Foucault não era suficiente para explicar as relações de poder no mundo contemporâneo, especialmente nas regiões do Oriente Médio e do norte da África. Mbembe ampliou a perspectiva de Foucault de que o poder estabelece controle sobre a vida das pessoas e analisa como o poder político exerce controle sobre a morte, decidindo quem pode viver e quem deve morrer. Para Mbembe, o poder se manifesta nos aspetos mais básicos da vida, ampliando-se para o domínio da morte, evidenciado em contextos de extrema violência, guerra, escravidão e colonialismo. No contexto social e político atual, o conceito de «necropolítica» se estende às tecnologias digitais, mas, também, às práticas de guerras utilizando *drones*, armas de destruição em larga escala, tecnologias de reconhecimento facial, desigualdades de acesso às inovações tecnológicas (Mbembe, 2017).

De acordo com Valente (2020), o modelo hegemônico de desenvolvimento europeu é confrontado por novas abordagens que consideram que “há padrões de desenvolvimento tecnológico específicos de cada região”. Entretanto, os padrões de “modelo económico e de representação do mundo”, sobretudo, ocidental foram afirmados, historicamente, a partir dos sistemas de países centrais no ocidente. “a modernidade não é apenas disseminada do Ocidente para outras sociedades. É também produzida de forma autónoma em cada uma das sociedades. Assim, a modernidade assumirá sempre características locais distintas nas suas múltiplas aparições regionais” (Harding, 2011, p. 9). Essas relações históricas de subjugação dos povos e territórios espalhados foi justificada até então como direção do progresso tecnológico “enquanto este nunca se constituiu como modelo linear a ser trilhado por cada nação, mas como uma interdependência na qual as taxas de êxito de determinados países foram obtidas as custas daqueles onde tal avanço se deu de forma mais frágil” (Valente, 2020, p.77).

### **1.3 Capitalismo de plataforma**

Ao longo da última década, o crescimento exponencial de serviços nas «plataformas digitais» tem oferecido uma gama de possibilidades para os utilizadores. Desde comprar um produto na Amazon, ou interagir com os amigos no Facebook e Instagram, publicar vídeos curtos no TikTok, Snapchat, acompanhar e interagir com as notícias no Twitter, ou se deslocar

de Uber, Bolt, pedir uma comida no conforto de casa pelo Glovo, ou arrendar um quarto na casa de uma família simpática e recetiva no Airbnb. As aplicações estão por todos os lados e respondem às necessidades das mais básicas as mais supérfluo. O papel dos utilizadores é ainda mais central e integrado aos artefatos e dispositivos móveis, o que modificou a forma como os indivíduos se relacionam consigo mesmos e com o mundo ao seu redor. A participação dos usuários tornou-se ainda mais central e interligada aos dispositivos móveis, transformando a maneira como as pessoas se conectam consigo mesmas e com o ambiente ao seu redor.

O «capitalismo de plataforma» representa uma nova roupagem do capitalismo na qual a exploração económica de dados ocupa um lugar central de um novo regime de acumulação (Srniczek, 2017). Plataformas são combinações particulares de código e comércio, portanto, “quando as infraestruturas de participação e conectividade são projetadas e os dados são criados e extraídos, essa é a intermediação da circulação económica digital em ação” (Langley & Leyshon, 2017, p. 19). Para criar mercados multilaterais e coordenar efeitos de rede, as plataformas permitem a inscrição de utilizadores por meio de uma «cultura económica participativa». Essa intermediação está alinhada com uma estratégia de modelo de negócio replicável, priorizando o rápido aumento da escala e a extração de receitas de circulação. O modelo executa a estrutura do capital de risco que capitaliza o potencial das plataformas para criar rendas de monopólio (Langley & Leyshon, 2017).

Á medida que o «capitalismo de plataforma» se torna uma maneira cada vez mais utilizada para definir novas formas de exploração da força de trabalho, definição de salários entre outras tarefas distribuídas em «ambientes online», as narrativas de seu impacto desempenharão um papel fundamental em diversas áreas, que vão desde a leis antidiscriminação até a regulamentação de salários, horas e as leis laborais (Pasquale, 2016). As plataformas não apenas organizam os mercados como também determinam o formato que esses mercados adotarão, definindo as regras de interação, o que é ou não-valor e a distribuição deste valor no ecossistema. Por exemplo, a intermediação infraestrutural da circulação económica digital também apresenta um dispositivo que é especialmente significativo para fazer mercados multilaterais e coordenar efeitos na rede (Srniczek, 2017).

Os sistemas de avaliação das plataformas que solicitam avaliações e classificações de utilizadores e classificações, muitas vezes por contrapartes. Vemos como exemplo, motoristas e passageiros da Uber que podem avaliar uns aos outros, assim como anfitriões e hóspedes do Airbnb. Como observa Morozov (2018), para alguns entusiastas do livre mercado, dispositivos de reputação contribuem para tornar a economia compartilhada um mercado quase perfeito,

onde os participantes têm acesso a informações quase totalmente divulgadas sobre as outras partes. No caso do Uber, se você for um cliente desagradável ou um motorista sem atenção, toda aquela rede descobrirá, o que torna as regras e leis para julgar o comportamento desnecessárias, pois elas são feitas pelos próprios utilizadores.

De acordo com van Dijck (2014), as plataformas são «estruturas tecnoculturais» atuando para fazer redes de mercado que padronizam as circulações em que se especializam, sejam ideias, conhecimento, mão de obra ou direitos de uso ativos. Mesmo envolvendo dispositivos legais e contratuais, funcionam por categorização. Assim como a Uber permite a avaliação, o Airbnb disponibiliza categorias de alojamentos que correspondem aos interesses e a carteira do utilizador. Mas o capitalismo de plataforma é realmente um caminho para a oportunidade de trabalho, ou apenas mais uma jogada para acumulação de capital em uma economia cada vez mais estratificada? É o que questiona Pasquale (2016), ao apresentar uma ‘contranarrativa’ às abordagens dominantes do capitalismo de plataforma, como veremos na Tabela 1:

Narrativas dominantes	Contranarrativas
Promovem mercados de trabalho mais justos, permitindo a entrada de baixo custo nesses mercados por serviço. As grandes plataformas digitais ganharam enorme participação de mercado por causa da qualidade de seu serviço.	As plataformas reforçam as desigualdades existentes e promovem a precariedade, reduzindo o poder de barganha dos trabalhadores e a estabilidade do emprego.
As plataformas reduzem o impacto da discriminação aumentando o número de prestadores de serviços em transporte, habitação e outros mercados.	As plataformas aumentam a discriminação ao identificar clientes com perfis baseados em fotos que revelam sua raça ou nomes com identificação racial. Os sistemas de classificação também podem reforçar o viés.
É provável que os reguladores de plataformas reflitam os preconceitos e interesses dos fornecedores estabelecidos (como táxis e hotéis) graças aos laços políticos dos titulares.	Grandes plataformas agora comandam tantos recursos que seus próprios esforços de <i>lobby</i> podem facilmente sobrecarregar os de operadores fragmentados e descoordenados.
As grandes plataformas digitais ganharam enorme participação de mercado por causa da qualidade de seu serviço.	Grandes plataformas digitais ganharam uma enorme participação de mercado por causa da sorte, vantagem do pioneirismo, efeitos de rede, <i>lobby</i> , ilegalidade estratégica e o custo extraordinariamente baixo do capital de investimento devido à flexibilização quantitativa.
As plataformas promovem o crescimento económico ao atrair os desempregados e os subempregados para o mercado de trabalho.	As plataformas minam o crescimento reduzindo os salários à medida que os trabalhadores lutam por trabalhos, oferecendo-se para completá-los por salários mais baixos do que seus concorrentes.
As plataformas promovem a flexibilidade ao dividir os trabalhos em tarefas, permitindo que os trabalhadores reúnam o trabalho em seu próprio ritmo.	Trabalhos de baixa remuneração e trabalho por peça forçam os trabalhadores a estarem ‘prontos para o trabalho’ constantemente para não perder uma oportunidade de trabalhar.
Utilizando perfis de utilizadores orientados por	Os utilizadores podem experimentar a perda de ‘agência’

dados, as plataformas podem canalizá-los preventivamente para os trabalhadores com os quais são mais compatíveis.	quando opções fortuitas ou imprevisíveis são efetivamente ocultas ou obscurecidas.
---	--

Tabela 1: Narrativas dominantes e contra narrativas do capitalismo de plataforma (Pasquale, 2016, p. 311).  
Traduzido pela autora <sup>3</sup>

Pasquale (2016) observa que, enquanto a ciência aspira à convergência em verdades estabelecidas e leis naturais, a narrativa é muitas vezes plural e há mais de um lado de uma história. Segundo ele, para os positivistas, a ciência é mais confiável do que contar histórias, mas fatores como o livre arbítrio humano, a plasticidade das instituições e a opacidade dos pensamentos frequentemente frustram cientistas sociais que almejam previsões precisas como as alcançadas nas ciências exatas. Se quisermos entender melhor os fenômenos econômicos mais importantes de nossos dias, devemos revelar as histórias sobre competição e regulamentação que tanto animam quanto minam os modelos e análises empíricas nas ciências sociais matemáticas e quantitativas. As histórias sobre o capitalismo de plataforma ilustram como práticas abusivas das grandes empresas digitais destroem sua imagem de sucesso meritocrático, revelando a necessidade de regulação e investigações legais. Além disso, Pasquale critica a influência do financiamento sobre a investigação, que pode favorecer narrativas neoliberais focadas no bem-estar do consumidor, enquanto negligencia questões sociais mais amplas. Ele defende a adoção de uma visão progressista, mais abrangente e atenta às desigualdades, enfatizando a importância de abordar temas como regulação, transparência institucional e justiça social (Pasquale, 2016, pp. 317-318).

A questão que envolve as plataformas esta na oferta de acesso a todos, acompanhada de um apelo muitas vezes implícito, por vezes explícito, de que esses serviços são mais genuínos, que parece um mundo aberto, onde qualquer um pode produzir e publicar conteúdos, pois não são media convencionais como a televisão, sendo as plataformas meros facilitadores, apoiadores ou anfitriões. Ou seja, o termo plataforma não surge do nada, mas do esforço não só para vender, convencer, persuadir, condenar, proteger, triunfar. Estas tecnologias por muito tempo são e não são, enquanto tentam estabelecer as suas próprias regras e critérios. Surgem no imaginário popular como retórica da indústria como resultado deste trabalho discursivo

---

<sup>3</sup> Ao propor contranarrativas sobre as narrativas dominantes do capitalismo de plataforma, Pasquale (2016) se baseia no conceito de contra-memória de Michel Foucault, explorado por Medina (2011), in *Toward a Foucaultian Epistemology of Resistance*, 12, observando o papel da contra-memória para resistir e subverter a opressão epistêmica que condena as vidas das pessoas marginalizadas ao silêncio ou ao esquecimento (Pasquale, 2016, p. 311).

(Gillespie, 2010).

Buckingham (2020) apresenta-nos números relevantes sobre como opera o mercado das plataformas digitais. O Facebook<sup>4</sup>, por exemplo, diz ter, à data de 27 de junho de 2017, cerca de 2,2 bilhões de utilizadores, o que gira em torno de 30% da população mundial. Além disso, a Meta é proprietária do Messenger, Instagram e WhatsApp. Nenhuma outra rede social chega perto dos números do Facebook. Esse ambiente ainda tem o Google, que concentra cerca de 90% das buscas na Internet, pelo menos 3,5 bilhões de pesquisas todos os dias. A Alphabet que é uma das empresas criadoras do Google é também a proprietária do YouTube, líder de mercado em sites multimídia, com 5 bilhões de vídeos assistidos e cerca de 80% do mercado. A Amazon controla boa parte do mercado de compras *online* nos Estados Unidos. Essas plataformas não podem ser vistas apenas como empresas de tecnologia. Seu enquadramento deve ser de empresas de *media*, já que desenvolvem ‘*hardware*’ e ‘*software*’, que vem promovendo mudanças estruturais, sobretudo no estabelecimento dos principais significados da comunicação e da vida moderna. Portanto, redes sociais como Facebook, Instagram, e Twitter não são apenas plataformas de trocas de conteúdos, mas empresas que organizam processos culturais e interesses económicos que influenciam os conteúdos e a forma como nos relacionamos com, de e para com eles (Buckingham, 2020).

#### 1.4 Dataficação

Como consequência da economia digital, uma grande quantidade de dados passou a ser extraída e explorada. Nesta seção, discutiremos o fenómeno da «dataficação». Para Andrejevic (2014), a noção de *big data* existe desde o início da consciência. Embora o uso contemporâneo tenha tido diferentes significados, a emergência em dar sentido a um significado ‘tão incompreensível’, de algo intangível, que não se pode tocar ou ver, tem chamado atenção e representa uma preocupação pública sobre a recolha e a utilização de informações pessoais. A extração de dados e a mineração de dados refletem as relações de poder, controle e propriedade e moldam o acesso a recursos de comunicação e informação. Mas, afinal, o que é *big data*?,

---

<sup>4</sup> No Capítulo 4, apresento um estudo de caso sobre os atuais números da Meta Platforms e o seu modelo de negócios, sobretudo, quando nos referimos aos números globais da companhia. Utilizo uma abordagem crítica sobre as informações acerca das contas inativas e como os perfis de pessoas falecidas são considerados nos números gerais.

questiona o autor. A quantidade total de dados sobre tudo, desde a umidade das caixas de transporte, descargas de vasos sanitários em centros comerciais ou *tweets* sobre Justin Bieber excedeu a quantidade total já registrada na história humana. Hoje, tudo são dados, que geram outros dados e assim por diante. A noção de uma divisão de *big data* vai além de responder o que é *big data*, mas no sentido amplo de perceber que a questão do acesso a recursos de ‘criação de sentido’ na era digital e as diferentes formas de pensar e usar os dados disponíveis dá-se, sobretudo, no ponto-chave sobre quem detém o poder de controlar a quantidade de dados registados. Portanto, a questão principal do *big data* denota o momento em que utilizar esses dados, as formas de automatizar, o reconhecimento de padrões, a recolha, a análise de dados e o armazenamento. Novos métodos analíticos que buscam rentabilizar essa explosão de dados surgem diariamente por empresas que prometem fornecer *insights* sobre o comportamento humano, a previsão meteorológica ou o melhor momento de investir na bolsa de valores (Andrejevic, 2014).

O aprendizado da máquina ou «machine learning» prometem uma experiência do utilizador mais ‘produtiva e intuitiva’. As análises de grandes volumes de dados vislumbram novas estratégias de previsão, direcionamento e tomada de decisão crescente nas diversas esferas sociais, seja no marketing, educação, saúde, controlo de fronteiras, planeamento urbano e na previsão de epidemias. Além disso, “têm também o potencial de introduzir novas formas de discriminação e triagem social, inexplicáveis e opacas, baseadas não em narrativas à escala humana, mas em redes de interconexões incompreensivelmente grandes e em contínuo crescimento” (Andrejevic et al., 2015, p. 379), representando um risco iminente da utilização indevida para interesses escusos por quem detém o acesso a esses dados. Em múltiplas esferas de prática social aqueles com acesso a base de dados, poder de processamento e experiência em mineração de dados se encontrarão em posição vantajosa em comparação com aqueles sem tal acesso.

Nas Ciências Sociais fala-se na «dataficação» como o processo de transformação de todos os aspetos da ação social em dados, em que essa informação passa a ter valor pelo alto poder de análise preditiva. Na última década, a recolha e mineração de dados e metadados passou a influenciar as tendências de comportamento e consumo de diversas indústrias. van Dijck (2014) problematiza a suposição de uma relação direta entre os dados e as pessoas, na perspectiva de que «os rastros digitais» revelam os traços essenciais, crenças espirituais, nível de inteligência, predisposição para doenças, entre diversos outros aspetos da vida das pessoas. Empresas e agências governamentais exploram exponencialmente os crescentes metadados

recolhidos por meio dos media sociais digitais e plataformas de comunicação como Facebook, Twitter, Tumblr, iTunes, WhatsApp, YouTube, serviços de e-mail como Gmail e Hotmail para rastrear informações sobre o comportamento humano.

O processo de «dataficação» é um meio legítimo de aceder, entender e monitorar o comportamento das pessoas. No campo empresarial vem se tornando um princípio de liderança, não apenas nas *big tech*, mas também entre os estudiosos que veem na dataficação uma oportunidade para investigar a conduta humana (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013). Ao teorizar o tema da «dataficação», van Dijck (2014) expõe que os proprietários das plataformas compartilham rotineiramente os metadados agregados dos utilizadores para fins de marketing personalizado em troca de serviços gratuitos. Os metadados são recolhidos, em contrapartida, enquanto os cidadãos confortavelmente aceitam as políticas de uso das plataformas em troca de serviços de comunicação gratuita.

Em 2013, o ex-analista da CIA Edward Snowden denunciou as práticas de vigilância da NSA, descrevendo em detalhes a ‘arquitetura de opressão’ do governo dos Estados Unidos da América. Em uma entrevista gravada em vídeo, Snowden expôs ao mundo que assim como ele, outros contratados da NSA podem interceptar os metadados de cerca de três bilhões de telefonemas e interações gravadas pelo Facebook, Google, Apple e outras empresas de tecnologia. Snowden afirmou que não poderia mais compactuar com a extensa invasão de privacidade e violações legais que teve de realizar em nome da inteligência e queria conscientizar as pessoas na esperança de promover um debate público. As denúncias provocaram um alerta nos cidadãos que até então não viam problema em aceitar o compartilhamento de informações pessoais, desde a música favorita a hábitos alimentares por meio dos sites de redes sociais e aplicações (van Dijck, 2014).

Este caso, especificamente, abriu o debate, o que se deve ao fato de que “muitas pessoas podem não ter percebido, até às fugas de informação de Snowden, que as redes sociais das empresas também partilham - voluntária ou relutantemente - as suas informações com as agências de informação” (van Dijck, 2014, p. 197). O ex-presidente Barack Obama defendeu as políticas de vigilância em massa de seu governo em um discurso público. Na ocasião, Obama afirmou que não havia conteúdo, apenas metadados envolvidos e que os cidadãos não podem esperar cem por cento de segurança, cem por cento de privacidade e nenhum inconveniente (van Dijck, 2014).

Na última década, a questão dos *big data*, tornou-se central nas Ciências Sociais, nos

estudos jurídicos e na economia, dada a sua abrangência em praticamente todos os setores da sociedade. Mayer-Schönberger e Cukier (2013), explicam como o *big data* afeta a vida cotidiana e quais são os novos desafios metodológicos e as oportunidades para os cientistas sociais. Os autores descompactam o conceito de *big data* em várias perspectivas e revelam as ligações em nossa vida cotidiana, na vida após a morte digital, na utilização dos serviços online, nas redes sociais, no setor de compras, telecomunicações, digitalização contínua de registros e serviços. Segundo os autores, até recentemente algum fenômeno social ou de comportamento era baseado em amostras. Com o *big data*, pesquisadores podem chegar a conclusões usando dados em todo um universo, o que acarreta em uma grande mudança metodológica para as ciências sociais, já que as pesquisas não são baseadas em um número limitado de casos, evitando, por exemplo, o viés do investigador. O argumento principal dos autores é que os ‘dados falam por si’. Por outro lado, se cabe aos cientistas sociais interpretar as relações entre os dados, nem sempre os dados vão falar por si e os cientistas sociais seguem desempenhando um papel fundamental na identificação das relações causais que essas correlações parecem sugerir entre o fato e o fenômeno. Portanto, o argumento dos autores carece de algum posicionamento crítico.

boyd e Crawford (2011) apontam que uma grande quantidade de dados brutos pode implicar em um número maior de erros por parte do analista desses dados. Mayer-Schönberger e Cukier (2013) contestam essa posição afirmando que os erros decorrentes de dados massivos são insignificantes e exploram como essa mudança é relevante não apenas para os cientistas sociais, mas para todos os campos. A partir de uma intensa exploração de exemplos empíricos, os autores apresentam evidências de como o *big data* é uma oportunidade para empresas segmentarem melhor os seus potenciais clientes e entenderem suas necessidades, fornecendo melhores serviços e produtos. Defendem que o *big data* pode ser utilizado para o bem público, como prevenção de catástrofes naturais, encontrar cura para doenças ou mesmo identificar tendências para reproduzi-las em outros lugares.

van Dijck (2014) desconstrói os fundamentos ideológicos da «dataficação» anteriormente defendidos por Mayer-Schönberger e Cukier (2013) e amplamente ecoado entre os defensores desse novo paradigma científico. Para a autora, por mais convincente que sejam os exemplos de pesquisas aplicadas ao *big data*, os aspetos da dataficação estão enraizados em afirmações ontológicas e epistemológicas problemáticas. Neste sentido, van Dijck discute o fato de que o «dataísmo», como ideologia, mostra características de uma crença generalizada na quantificação objetiva e no rastreamento de todos os tipos de comportamento humano e da

sociabilidade. Ao mesmo tempo, envolve a confiança nos agentes institucionais que recolhem, interpretam e partilham os metadados extraídos dos *media* sociais, das plataformas e outras tecnologias de comunicação. De acordo com o autor, os conceitos de crença e confiança são fundamentais quando se trata de entender a vigilância de dados. Os documentos divulgados por Snowden deixam claro que as pessoas têm fé nas instituições na presunção de que cumprem as regras estabelecidas pelas instâncias responsáveis.

“Precisamos de analisar a credibilidade de todo o ecossistema dos meios de comunicação conectivos. Quais são os papéis distintos do governo, das empresas e do meio acadêmico no tratamento dos nossos dados? E que tipo de atitude crítica é necessária face a este complexo sistema de fluxos de informação online?” (van Dijck, 2014, p. 198).

A «dataficação» impulsionada pela indústria e utilizada como metáfora da corrida de ouro dos empreendedores e das *big tech*, alinhada com as afirmações de pesquisadores entusiasmados com as novas possibilidades de explorar o comportamento humano, é vista por van Dijck (2014) como um problema grave. Atualmente, empresas como Google, Facebook e Twitter consideram determinados metadados recolhidos como impressões ou sintomas do comportamento ou humor real das pessoas, enquanto as plataformas são vistas como facilitadores neutros. O Twitter, por exemplo, permite a dataficação de sentimentos, considerando que a plataforma regista as reações espontâneas e os utilizadores deixam rastros inconscientemente (Mayer-Schönberger e Cukier, 2013). Esses metadados geralmente servem como termômetro para os analistas medirem em larga escala como os utilizadores reagem a determinado evento social ou natural como afirma a autora: “Um pressuposto baseado na ideia de que o tráfego social online flui através de canais tecnológicos neutros” (van Dijck, 2014, p. 199). Seguindo por essa linha de raciocínio, a mediação por *hashtags*, *retweets*, algoritmos e protocolos nem seu modelo de negócios parecem relevantes (Gillespie, 2010).

No campo dos estudos culturais, o debate sobre as consequências sociais e políticas da mineração e análise de dados vem alimentando um quadro de reflexões que perpassam o pensamento sobre tecnologias como *media* de comunicação. Portanto, “devemos vê-los como construções tecno-económicas cujo funcionamento tem implicações importantes na gestão das populações e na formação dos sujeitos” (Andrejevic et al., 2015, p. 380), na medida que a Web 3.0 e o *big data* avançam inexoravelmente em direção à análise preditiva e à gestão tecnocrática aberta da sociabilidade humana (*ibidem*). Em outras palavras, é preciso questionar quais tipos de dados são recolhidos, para qual finalidade e por quem.

Bases de dados e práticas de processamento de dados não se encaixam no âmbito

tradicional dos estudos culturais. Embora sempre tenha sido capaz de captar e antecipar tendências culturais, o atual cenário apresenta desafios, pois a mineração de dados desafia as formas convencionais de narrativa e representação, prometendo discernir padrões tão complexos que estão além do alcance da percepção humana e, em alguns casos, de qualquer explicação ou interpretação significativa. É o que afirma Andrejevic: “A prospeção de dados – ou *data mining* – não só é uma prática altamente técnica, como também tende a ser pouco transparente nas suas aplicações, que são geralmente propriedade privada e controladas” (*ibidem*). Além disso, a mineração de dados é menos acessível do que outras formas de representação cultural, como as práticas da vida quotidiana que têm sido o foco tradicional das pesquisas em estudos culturais.

Na próxima seção, abordaremos como o processo de mineração de dados levanta discussões sobre a busca por padrões consistentes de comportamentos como regras de associação a partir da análise preditiva de dados.

### **1.5 Quantified Self e Self-Tracking**

O século XXI passou a ser conhecido como a Era Digital e os dados parecem estar integrados em todas as dimensões da vida. Em uma sociedade plenamente digital, os dados são constantemente criados por meio da utilização do e-mail, das compras online, da interação nas redes sociais e assim por diante. Muitos comportamentos estão associados a números, e os números informam as empresas de *big data* sobre a melhor forma de anunciar para seus públicos-alvo. Em alternativa, eles podem trabalhar para nossa vantagem pessoal, ajudando-nos a ser mais eficientes e produtivos.

Os humanos quantificam seus comportamentos há séculos. Embora ainda relativamente moderno, é o rastreamento de peso, quanto se engorda ou emagrece. O peso é uma identidade numérica que as pessoas atribuem para representar sua massa. Este valor varia conforme a pessoa envelhece e, assim, fornece informações sobre si mesma. No entanto, essa informação não é meramente pessoal, ela adquire significado à medida que as pessoas comparam seus dados de peso entre si. Por comparação com a média, peso ‘normal’ e pesos “normal” passam a existir. Compreender nossos estados físicos é, portanto, intimamente entrelaçados com os valores numéricos que nossa cultura ocidental concordou em atribuir a eles. Essencialmente, nossa cultura já está impregnada de práticas ubíquas de quantificação, que são usados para rastrear

mudanças no *self* ao longo do tempo (Lupton, 2016a). Se a quantificação do peso, assim como de outros números é utilizada pelas pessoas há bastante tempo, podemos concluir que essa prática consiste na utilização das tecnologias digitais para recolha, análise, processamento e *feedback* de nossos dados quotidianos, que influencia sistematicamente na construção do nosso ‘eu’, porque adquiri significados.

A tendência cultural do «quantified self» alastrou-se nas aplicações com a ‘promessa’ do autoconhecimento a partir da utilização das novas tecnologias. Muito comum nas lojas da Apple Store e Google Play, diversas aplicações relacionadas à saúde e bem-estar recolhem dados dos utilizadores para, por exemplo, contribuir com a monitorização do ciclo menstrual de mulheres, nas atividades físicas individuais, de controlo do sono e outras infinitas possibilidades. Para Lupton (2016a), os sistemas não quantificam as emoções humanas, os medos, as ideias, os sonhos, as atitudes que compõem o complexo contexto da pessoa humana quantificada. Essa quantificação faz com que se perca a humanidade da pessoa, representando-a em modelos numéricos sem considerar aspetos fundamentais da vida real. Um exemplo é que ao recolher dados sobre a tensão arterial de um indivíduo em um determinado momento, durante uma atividade física, o dispositivo não considera o aumento dos batimentos cardíacos em decorrência de um susto ou mesmo da dor. A utilização cada vez mais frequente das aplicações móveis e *gadgets* na prática do *self-tracking* têm mostrado que essa prática, ou as análises desses dados têm servido para produzir conhecimento sobre o ‘eu’ (Lupton, 2014; Neff & Nafus, 2016). As novas práticas de recolha de dados por meio da informação pessoal do autorrastreamento ativo ou passivo e o monitoramento onipresente estão moldando a forma como as pessoas entendem a ‘si’ mesmas (Fotopoulou, 2018).

O «solucionismo tecnológico» (Morozov, 2018) surge com a proposta de nortear os debates nas Ciências Humanas para o fenómeno do «capitalismo de dados». A falsa ideia de disrupção e inovação vai no lado oposto da igualdade e da justiça social e ignora a responsabilidade do Estado para com seus cidadãos. Para quem não tem recursos para arcar com um seguro de saúde ou condições para pagar uma consulta médica ou até mesmo a oferta de serviço de saúde pública na sua cidade, a solução é baixar uma aplicação que lhe dirá todos os dias que precisa acordar para praticar atividades físicas, ou comer mais saudável. Nota-se que há uma tendência para a automonitorização relacionada à saúde face à pandemia da COVID-19 e à necessidade de isolamento social. Nesta altura, diversas aplicações foram lançadas com o objetivo de identificar sintomas, indicando, inclusive, quem poderia ter sido infetado no círculo social de uma pessoa. Inclusive, não só empresas, mas governos de vários

países adotaram aplicações deste tipo, em parceria com *start-ups* e desenvolvedores bem-intencionados (Morozov, 2018).

A medida que cresce a popularidade de tecnologias de quantificação do *self*, o produto da informação que essas tecnologias produzem provavelmente vai diminuir a autonomia de escolha que os indivíduos têm ao escolher como e quando seus dados são produzidos, ou quem tem acesso a eles. Tomemos os *smartphones* como exemplo: através de várias aplicações, rastreadores de localização geográfica e acesso à Internet, os utilizadores estão criando substancialmente mais informações sobre si mesmos, incluindo aqueles que não se classificariam como ‘autorastreados’. Embora a penetração da maioria das tecnologias de quantificação possa parecer desnecessária em seu estado atual, pode chegar um momento em que seria difícil imaginar a vida sem eles.

As dimensões epistemológicas da relação entre os corpos humanos, *self* e o *big data* ainda precisam ser completamente teorizadas. Uma literatura crescente surgiu sob a rubrica de estudos críticos de dados, examinando o papel e a utilização dos dados digitais na vida quotidiana e nas instituições sociais. No entanto, vários investigadores nesta área de estudo têm adotado uma perspectiva socio-materialista, reconhecendo a relação constitutiva entre humanos, tecnologias digitais e dados. Até agora, no entanto, apenas um pequeno número adotou essa abordagem para considerar como as pessoas dão sentido a seus dados pessoais (Michael & Lupton, 2016) ou empregaram perspectivas do materialismo feminista, do materialismo vital e da antropologia da cultura material. Lupton argumenta que essas questões e perspectivas são fundamentais para o desenvolvimento de estudos críticos de dados que reconheçam que os dados sobre as pessoas podem ser experimentados como ‘big’ nos contextos da vida quotidiana em vez de simplesmente grandes conjuntos de dados anônimos e descontextualizados usados por instituições corporativas (Lupton, 2016b). No entanto, a medida que a quantificação cresce com a oferta de novas soluções que surgem todos os dias nas lojas de aplicações, aumenta a preocupação sobre a influência dessas práticas na tomada de decisão individual e, principalmente, nas influências no coletivo. Nos capítulos seguintes, veremos que a quantificação tem uma relação direta com a «indústria da pós-morte digital», sobretudo, nas aplicações e serviços voltados para a prática do luto.

## 1.6 Colonialismo de dados e capitalismo de vigilância

Com a proposta de ampliar a discussão sobre as potenciais ameaças e riscos da comercialização de dados discutidas anteriormente, Couldry e Mejias (2019) apresentam a tese do «colonialismo de dados». Como um novo tipo de exploração, nos moldes do que o legado colonialista produziu do século XVI ao século XX, ao provocar o esgotamento de recursos naturais e a dizimação de milhões de vidas nativas em determinados territórios. Os autores exploram os paralelos com a função do colonialismo histórico no desenvolvimento das economias em escala a partir da apropriação dos recursos e das relações sociais no Sul Global, ou seja, países subdesenvolvidos. Se antes interessavam aos colonizadores a exploração dos recursos naturais, no «colonialismo de dados» interessam os dados pessoais de relevância de todos os tipos recolhidos gratuitamente para apropriação. Há uma narrativa sendo construída de naturalização da recolha e da exploração de dados como um processo natural, pois na racionalidade extractivista é vista como normal, reconfigurando a vida quotidiana das pessoas, nos aspetos mais íntimos e rotineiros (Couldry & Mejias, 2019).

Atualmente, já normalizamos o compartilhamento dos nossos dados pessoais nas ações mais simples do dia-a-dia, desde uma compra no supermercado, ao aceitar políticas de privacidade das plataformas para ouvir uma música, assistir um filme ou agendar uma consulta médica. Ou seja, há uma racionalidade imposta pelas corporações que detêm o poder de recolher e processar esses dados, que operam sistematicamente uma estratégia de posicionar a sociedade como uma beneficiária da extração, como ocorreu no discurso colonialista de que a humanidade seria beneficiada com um projeto civilizacional (Couldry e Mejias, 2019). Os novos colonizadores são empresas como Amazon, Apple, Facebook e Google no Ocidente, e as chinesas Alibaba, Tcent, entre as mais conhecidas. Nesta nova categoria de colonizadores de dados encontram-se os fabricantes de *hardware* e *software*, plataformas de *media* sociais e empresas de análise de dados e, por último, as de registos médicos, criminais e financeiros, que operam fortemente na prática de *quantified self* e do *self-tracking*.

A falta de regulação nestes setores e de legislação que garantam os direitos digitais dos cidadãos têm consequências graves em diversos setores da sociedade, já que a prática de muitas empresas é vender os dados para anunciantes, configurando-se como principal modelo de negócio, além de governos e agências de controlo. Um exemplo amplamente conhecido foi o acesso de dados de utilizadores do Facebook pela empresa de marketing político *Cambridge Analytica*, que utilizou os dados de mais de 50 milhões de pessoas para traçar um perfil psicológico de norte-americanos utilizados na campanha de Donald Trump, em 2016, para a

presidência dos Estados Unidos. Em 2018, outro escândalo envolveu Jair Bolsonaro, candidato de extrema-direita à presidência do Brasil, num esquema de proliferação de *fake news* que influenciaram as eleições brasileiras e, conseqüentemente, a sua eleição numa relação direta com a mesma empresa e seu *modus operandi*.

Couldry e Mejias (2023) expandem seus contributos em uma abordagem ainda mais crítica sobre os estudos de dados, e analisam a transformação da sociedade por meio da extração de dados para fins lucrativos. Na sequência da tese do «colonialismo de dados» (Couldry e Mejias, 2019) citada nos parágrafos anteriores, os autores apresentam uma genealogia de conceitos da última década, defendem uma «virada decolonial» como ferramenta para entender a intersecção entre o colonialismo de dados e o capitalismo. Ao proporem uma abordagem crítica, os autores expandem a compreensão das práticas de dados dentro de um arco de comparação histórica que inclui a China, países da América do Norte e a Europa (Couldry e Mejias, 2019).

O legado colonialista ainda molda o desenvolvimento do capitalismo. Um exemplo é o programa *Free Basics* do Facebook que oferece acesso a uma pequena quantidade de sites, sem fotografias ou vídeos que podem ser acessados por dados móveis sem custos. O programa está presente em cerca de 63 países subdesenvolvidos e com restrições de acesso à internet (Nothias, 2020). Em linhas gerais, para entregar o serviço o Facebook estabelece uma parceria com as operadoras móveis locais que concordam em não cobrar pela utilização de dados móveis consumidos pela aplicação, tornando o acesso gratuito. Cabe ao Facebook fazer o trabalho técnico e oferecer uma versão para cada país. Com o discurso de promover o acesso, ao apresentar às pessoas um provedor de internet, essas mesmas pessoas a partir de um acesso limitado acessam a outros websites (fora do Facebook). Todas as atividades dos utilizadores dentro da aplicação são direcionadas para os servidores do Facebook, o que possibilita que esses dados sejam repassados às operadoras e a terceiros, incluindo os sites excedentes disponibilizados no acesso gratuito. Na prática, o que acontece é que o Facebook oferece à operadora um grande tesouro, toda a atividade dos utilizadores (Voices Global, 2017).

A extração de valor por meio de dados representa uma nova forma de apropriação de recursos semelhante à apropriação de terras, recursos naturais e exploração da força do trabalho, que deu origem ao colonialismo histórico. Para entender a apropriação contemporânea de dados é necessário que se entenda como o colonialismo e o capitalismo se cruzam de novas maneiras, como tem sido abordado nos estudos de dados na última década (Couldry e Mejias, 2023, p. 03).

Alguns críticos da tese do colonialismo de dados argumentam que abordagens para a dataficação devem refletir a diversidade de contextos geográficos e políticos. Milan e Treré (2019) introduzem o conceito de «universalismo de dados» para capturar a arrogância epistêmica daqueles que veem *big data* como algo que atua fora dos contextos sociopolíticos, culturais e principalmente de contextos económicos específicos. A análise de dados deve ser de alguma forma mais bem situada nos contextos históricos e geograficamente específicos (Segura & Waisbord, 2019). Qualquer paradigma forjado através do colonialismo de dados deve levar em conta a diversidade de assuntos e histórias, que moldam possibilidades específicas de resistência (Couldry & Mejias, 2019). As críticas à tese do «colonialismo de dados» não dependem de críticas a um discurso universal, dado o fato que as estruturas informacionais menos desenvolvidas em países da América Latina impedem uma implementação da dataficação como tem ocorrido na Europa e nos Estados Unidos (Soledad & Waisbord, 2019).

Por outro lado, a China alcançou uma intensa dataficação em menos de meio século, ou seja, este aspeto é importante quando se fala em desigualdade e de como o colonialismo de dados tem crescido globalmente. Um aspeto fundamental presente na crítica ao colonialismo de dados é a ausência de uma violência física como lógica de dominação. O risco é caracterizado pela «violência epistêmica», a apropriação de recursos em uma vasta escala global. Ou seja, pela universalização de questões fundamentais quando se fala de exploração numa escala muito maior do que foi o colonialismo histórico (Ricaurte, 2019).

Num tom semelhante, a tese do colonialismo de dados outro conceito emergente destaca-se na literatura crítica dos dados. A tese do «capitalismo de vigilância» (Zuboff, 2015) surge da lógica dominante da acumulação, baseada na produção do capitalismo em massa do século XX. Se qualifica como uma nova lógica de acumulação, com uma nova política e relações sociais que substitui contratos, o estado de direito e a confiança na soberania, impõe uma administração privada de cumprimento de recompensas e punições que se sustenta numa distribuição unilateral de direitos. A autora refere-se a *Big Other*, como o sujeito oculto de um sistema que surge da ausência de uma autoridade legítima e amplamente livre de sanções, o que podemos compreender com as empresas que atuam na economia digital.

Ao longo de sua tese, Zuboff refere-se ao Google e ao Facebook como impulsionadores do capitalismo de vigilância e define como: “O capitalismo de vigilância estabelece uma nova forma de poder em que o contrato e o Estado de direito são suplantados pelas recompensas e punições de um novo tipo de mão invisível” (*ibidem*, p. 82). Este elemento pode ajudar a explicar a ausência de concorrência real nas indústrias. Para exemplificar, a autora cita as

companhias aéreas que utilizam grandes fluxos de informações que são interpretados em linhas semelhantes, em direção a objetivos e métricas semelhantes, porque as empresas são todas avaliadas de acordo com uma única lógica compartilhada de acumulação, o que serve para bancos, hospitais, empresas de telecomunicações e assim por diante (*ibidem*, p. 82). Esses sistemas são constituídos por mecanismos inesperados e muitas vezes ilegíveis de extração, mercantilização e controle que efetivamente exila as pessoas de seu próprio comportamento enquanto produz novos mercados de previsão e modificação comportamental.

O «capitalismo de vigilância» desafia as normas democráticas e se afasta de maneiras importantes da evolução secular do capitalismo de mercado. Voltando ao Google, a autora cita o modelo do *Street View* como exemplo do capitalismo de vigilância na medida em que os direitos dos indivíduos são amplamente afetados, como diz a autora:

“os capitalistas da vigilância exploraram habilmente um desfasamento na evolução social, uma vez que o rápido desenvolvimento das suas capacidades de vigilância com fins lucrativos ultrapassou a compreensão do público e o eventual desenvolvimento da lei e da regulamentação que esta produz” (Zuboff, 2015, p. 83).

Consequentemente, os direitos à privacidade, após serem conquistados e reconhecidos, podem ser usados para justificar a opacidade nas atividades de vigilância, especialmente diante da ampla liberdade concedida às empresas de tecnologia (Zuboff, 2015). Ao traçar uma genealogia do colonialismo de dados, numa perspectiva de «virada decolonial» na pesquisa de dados (Couldry & Mejias, 2023) e do «capitalismo de vigilância» (Zuboff, 2019; 2015), o que está em jogo é o desenvolvimento de uma teoria geral sobre o extrativismo de dados articulando práticas, tanto no Norte Global quanto no Sul Global, do Ocidente à China e a Índia.

Dadas as enormes desigualdades globais e assimetrias de produção cognitiva e económica, os debates decoloniais contra o extrativismo de dados e a vigilância devem ser definidas pela maior variedade de povos possíveis. Uma iniciativa neste caminho é o relatório “Technologies for Liberation: Toward Abolitionist Futures”, que analisou como as comunidades BIPOC (*Black, Indigenous, and People of Color*), *queer*, transgénero e migrantes são afetadas desproporcionalmente pelas tecnologias de vigilância e criminalização nos Estados Unidos. O documento explora as formas como o estado e as corporações estão utilizando tecnologias emergentes para controlar, policiar, vigiar e limitar o fluxo de dinheiro e poder para

as comunidades QT2SBIPOC<sup>5</sup>. Também, discute as formas como movimentos sociais do QT2SBIPOC estão respondendo às tecnologias carcerárias com tecnologias centradas na comunidade que estão enraizadas em estruturas abolicionistas, segundo o relatório (Emmer et al., 2020).

Os sistemas de vigilância variam de bases de dados governamentais, câmeras policiais, câmeras de segurança privada, anúncios direcionados nos *media* sociais digitais e perfis de consumidores até policiamento preditivo. Essas tecnologias são frequentemente implantadas sem o conhecimento da comunidade, consentimento ou compreensão acessível das interações entre o Estado e as empresas privadas. Corporações privadas como Amazon, IBM, Microsoft, Salesforce, estão lucrando com as tecnologias utilizadas no desenvolvimento e implantação de *software* para atingir, deter e deportar comunidades migrantes. Ao mesmo tempo, o sistema de justiça criminal depende cada vez mais da inteligência artificial (IA) e está expandindo rapidamente o alcance do estado carcerário. As tecnologias carcerárias se movem para os espaços públicos através da expansão do encarceramento, onde as tecnologias pessoais e a vigilância estão sendo oferecidas como ‘alternativas’ ao encarceramento (Emmer et al., 2020).

O colonialismo histórico foi um modelo extrativista que impactou a vida em todos os níveis. Já a virada decolonial deve se concentrar não só em vetores específicos, como nos *media* digitais sociais e mecanismos de busca, mas em hábitos mais amplo da recolha, extração e mineração de dados em toda a atividade econômica (Couldry & Mejias, 2023). Todavia, há uma dimensão óbvia da autoridade pública e privada no projeto de vigilância. Desde o caso Edward Snowden, há uma indefinição das fronteiras públicas e privadas, incluindo colaborações entre autoridades de segurança e empresas de tecnologias (Zuboff, 2015). Embora distintos, os conceitos de colonialismo de dados e capitalismo de vigilância andam de mãos dadas quando se trata da extração, exploração e utilização de dados pessoais para fins políticos e comerciais. Uma abordagem decolonial vê nas práticas de extração de dados, o potencial surgimento de uma nova forma de governar e distribuir o poder nas sociedades e economias.

No entanto, a resistência a tais práticas deve ser igualmente transformadora, como apontou Mbembe (2018), ao cunhar o termo «necropolítica», portanto, a urgência em criar oportunidades para permitir que aqueles que normalmente são excluídos dos debates sobre

---

<sup>5</sup> Os acrônimos BIPOC e QT2SBIPOC surgem a partir da combinação de conceitos criados por movimentos sociais LGBTQIA+ e de movimentos antirracistas norte-americano, promovendo visibilidade para indivíduos que enfrentam marginalizações múltiplas.

economia global, política legal e padrões de computação liderem esses debates ou “a prática da luta só servirá para reforçar o colonialismo que pretende desafiar” (Couldry & Mejias, 2023, p. 13).

### **1.7 Direitos digitais, literacia digital e cidadania digital**

O debate público sobre a garantia dos direitos digitais tem ganhado cada vez mais espaço. Embora conste na literatura há mais de meio século, foi na última década que as questões que envolvem direitos digitais e direito à privacidade emergiram como uma agenda global necessária e inadiável. O artigo 12º da Declaração Universal dos Direitos do Homem, aprovada pela Assembleia-Geral das Nações Unidas, em 1948, prevê que “ninguém sofrerá intromissões arbitrárias na sua vida privada, na sua família, no seu domicílio ou na sua correspondência, nem ataques à sua honra e reputação”. O texto prevê ainda que, em caso de violações, a pessoa tem direito a ser protegida pela lei, o que reforça o preceito do direito à privacidade (ONU, 1948).

Os direitos digitais são, portanto, direitos humanos e legais que permitem aos indivíduos aceder, usar, criar e publicar conteúdo digital em dispositivos como computadores e telemóveis, bem como em espaços e comunidades virtuais (Reventlow, 2017). Atualmente, os direitos digitais não são um conjunto de direitos em si, mas estão relacionados a outros direitos humanos, particularmente a liberdade de expressão e o direito à privacidade em ambientes online e digitais (Hutt, 2015). Em termos práticos, os direitos humanos podem ser pensados como proteção contra ‘ameaças comuns’, como opressão, privação e violência, que colocam em risco os interesses humanos (Mathiesen, 2014). No entanto ainda há o debate se “o acesso à Internet é um direito humano em si mesmo, parte das garantias de liberdade de expressão já existentes, ou não é um direito” (Peacock, 2019, p. 4).

Dado o ritmo e a variação no acesso e utilização de tecnologias em todo o mundo, é difícil garantir que os indivíduos tenham os mesmos direitos nos espaços digitais e nos analógicos. Consequentemente, uma estrutura que garanta direitos digitais, contemplando todos os *stakeholders* da economia de plataforma, incluindo designers, utilizadores e acionistas (Goggin, 2017). De fato, existe uma tensão inerente entre a livre troca de ideias e a garantia de proteção adequada contra assédio e abuso (Livingstone, 2014) nos ambientes online. A Internet também reconfigura as noções de privacidade, pois a participação em muitas plataformas

convencionais requer algum compartilhamento de informações pessoais e é praticamente impossível participar de forma privada estando conectados. No mínimo, a privacidade precisa ser entendida como «privacidade em rede», o que é difícil de consagrar em lei e se mostra como um dos maiores desafios da Era Digital (Marwick & Boyd, 2014).

Uma importante dimensão ontológica dos direitos digitais é que “o ‘indivíduo soberano’ é o sujeito de reivindicações de direitos” (Livingstone & Third, 2017, p. 667). No entanto, uma questão-chave no discurso dos direitos digitais é a tendência de ‘universalizar’ o sujeito humano, quando na realidade as questões de direitos humanos estão situadas localmente (*ibidem*). O que é um direito digital em algumas partes do mundo pode não ser em outras, mas os indivíduos e seus dados podem facilmente cruzar fronteiras estaduais e regionais online. Por esta razão, Goggin et al. (2017) discutem os direitos digitais de diferentes atores como grupos LGBTQI, crianças, pessoas com deficiência e povos indígenas, que são muitas vezes esquecidos quando o debate ganha proporções globais. Isso exige arquitetura de *software* e estruturas legais que possam garantir a aplicação desses direitos. Todavia, como em determinadas tentativas de proteger grupos marginalizados, essas estruturas legais dominantes podem limitar as oportunidades (Livingstone & Third, 2017, p. 667), referindo-se ao fato de que algumas iniciativas, em vez de proteger, podem excluir determinados grupos.

Os direitos digitais, incluindo arquiteturas de *software* implicam diretamente os modelos de negócios que sustentam as plataformas digitais (Srnicek, 2017). O foco nos direitos digitais incentiva os formuladores de políticas a desenvolver as estruturas tecnológicas e legais para garantir que os indivíduos desfrutem dos mesmos direitos online e offline. Tradicionalmente, os direitos eram uma questão para o estado-nação, porém, o Estado “devolveu o seu poder e, mais notavelmente, para organizações do setor privado, como aquelas que possuem websites, serviços e infraestruturas digitais” (Livingstone, 2014, p. 22). Embora seja o indivíduo o sujeito principal das reivindicações de direitos digitais, esses diferem da «literacia digital» e da «cidadania digital», conceitos distintos e frequentemente confundidos nas esferas do capitalismo de plataforma.

De acordo com Pangrazio e Sefton-Green (2021), as habilidades individualizadas promovidas pela «literacia digital» podem levar a uma ação coletiva e participativa importante para a «cidadania digital» e a promoção do pluralismo e da democracia. Os autores defendem que as novas vertentes da literacia digital, como a «literacia de dados» devem ser desenvolvidas no âmbito da educação:

“Para que os indivíduos estejam conscientes dos desafios que se colocam aos seus direitos digitais, bem como para que lhes seja inculcada a motivação e as competências necessárias para os reivindicarem”. O que exige uma maior preocupação de todos os atores da sociedade, o que significa que nem a cidadania digital, nem os direitos digitais, nem a literacia digital podem, por si só, preparar adequadamente os indivíduos. Estes três conceitos devem funcionar em conjunto (Pangrazio & Sefton-Green, 2021, p. 25).

No entanto, a visão centrada na educação, quando se fala nas futuras gerações é um tanto quanto simplista. O que está em jogo nada mais é que a relação entre poder económico, controlo e vigilância e os impactos que as tecnologias digitais já estão a causar em todos os setores da sociedade. As empresas de tecnologia da informação e comunicação integram o ecossistema na chamada economia digital e têm sido acolhidas e festejadas por países ricos por serem mais uma etapa, muito mais sofisticada e simpática do sistema capitalista. Essas indústrias são valorizadas pelos resultados económicos e já demonstram sua incapacidade de promover a inclusão social, participativa e democrática, como propunha os ideais da «sociedade em rede» de Castells (2004).

Para Tim Berners-Lee, criador da *World Wide Web*, o acesso à Internet deve ser considerado um direito básico, o que só é possível com a Internet livre e aberta como base para o exercício dos direitos digitais (CNN, 2014). Os direitos digitais podem ser compreendidos como uma continuidade e adaptação dos direitos humanos no ambiente online. Esses direitos não apenas visam proteger os indivíduos contra abusos provocados por inovações tecnológicas, mas, também, assegurar o pleno exercício de direitos fundamentais na Era Digital, incluindo a liberdade de pensamento, associação e participação política. Num ponto de vista mais jurídico, a regulamentação deve caminhar no sentido de equilibrar a inovação tecnológica e a proteção dos direitos dos utilizadores, sendo que os direitos dos utilizadores devem ser protegidos em detrimento dos interesses corporativos e governamentais (Lessig, 2006; MacKinnon et al., 2012).

Como já mencionado neste capítulo, de acordo com Zuboff (2019), um dos aspetos centrais dos direitos é o direito à privacidade, que vem sendo violados em diversas instâncias e níveis por empresas e governos que exploram dados pessoais sem o consentimento dos utilizadores, o que é uma ameaça evidente à autonomia e a democracia. Com vistas a mitigar os riscos de os cidadãos terem seus dados expostos para todo o lado e diante do enorme desafio de se estabelecer uma legislação internacional, a União Europeia aprovou em 2018, o Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD). Marcado por discussões e controvérsias, o regulamento estabeleceu parâmetros globais para proteção de dados de seus cidadãos,

consolidando princípios de transparência e responsabilização de empresas que tratam informações pessoais. Van Der Sloot (2017), defende o conceito de ‘ética das virtudes’ como princípio básico de que o cumprimento dos direitos deve ser alargado aos cidadãos e as *big tech* como Facebook, Amazon, Apple, Google e as organizações governamentais que processam dados em grande escala. A abordagem holística de Sloot critica os quadros jurídicos tradicionais que se centram nos direitos e interesses individuais, reforçando as suas inadequações para lidar com os impactos coletivos das práticas em relação aos dados.

“O atual paradigma da privacidade centra-se principalmente, embora não exclusivamente, na proteção dos interesses pessoais. Isto é cada vez mais problemático na era dos grandes volumes de dados, porque as práticas de tratamento de dados em grande escala transcendem frequentemente o indivíduo e os seus interesses. É por isso que pode ser útil ter também em conta os interesses gerais e sociais ao avaliar casos relativos a grandes iniciativas de tratamento de dados. Esses interesses sociais podem estar ligados, nomeadamente, à prevenção do abuso de poder por parte dos Estados, mas também à questão de saber se o Estado está a utilizar o seu poder de forma otimizada, por exemplo, criando um ambiente (tecnológico) que permita a diversidade, o florescimento humano e a capacitação dos cidadãos” (Sloot, 2017, p.197).

Para o filósofo italiano Luciano Floridi (2014), a quarta revolução industrial está em curso, uma vez que as TIC estão a modificar os nossos ambientes informacionais, as interações sociais e a nós próprios, de modo que seria ingênuo esperar que a privacidade de hoje seja a mesma do mundo ocidental industrial do século XX. De certa forma, um tipo diferente de privacidade é o preço que pagamos para entrar no que ele chama de «hiper-história», portanto, uma sociedade em rede profundamente dependente das tecnologias digitais. O que significa permitir que elas remodelem o ambiente e o que nele acontece. Para o autor, na ‘infoesfera’, estamos mais capacitados pelas novas TIC para recolher e processar dados, mas também para os controlar e protegê-los. É um fenómeno que tem dois sentidos, que passa por não só conduzir uma enorme expansão do fluxo de informações pessoais registadas, processadas e exploradas, mas o aumento do nível de controlo que os agentes podem exercer sobre os dados pessoais.

“Suponhamos que a privacidade é o direito dos indivíduos (sejam eles pessoas individuais, grupos ou instituições) a controlarem o ciclo de vida (especialmente a geração, o acesso, o registo e a utilização) da sua informação e a determinarem quando, como e em que medida a sua informação é processada por outros. Nesse caso, há que concordar que as TIC tanto podem melhorar como dificultar a possibilidade de fazer valer esse direito” (Floridi, 2014, p. 122).

De acordo com Floridi (2014), os indivíduos e as TIC podem promover a proteção de dados através da anonimização, codificação de palavras-passe, *firewalling*, encriptação de ponta a ponta, criar sistemas de alerta e protocolos ou serviços especificamente criados para o

caso de vazamentos de dados. No ponto de vista da gestão de dados, as TIC podem ajudar os agentes a controlar e regular a utilização dos seus dados, facilitando a identificação e a regulação dos utilizadores relevantes envolvidos. O autor sugere que as soluções para o problema da proteção da privacidade podem ser não apenas autorreguladoras ou fincadas na legislação, mas em consonância com soluções tecnológicas, considerando que violações de privacidade podem ser facilmente identificadas e corrigidas graças às próprias TIC. Floridi (2014) é categórico ao afirmar que até mesmo nas sociedades mais utópicas “em que não pode ser mantida qualquer identidade pessoal, em que não se pode alcançar bem-estar social, dificilmente é aceita pelos próprios indivíduos”, sobretudo, se para proteger a sociedade seja necessário apagar a identidade pessoal e a individualidade, ele afirma:

“Se a informação pessoal for finalmente reconhecida como parte constitutiva da identidade pessoal e da individualidade de alguém, então um dia poderá tornar-se estritamente ilegal o comércio de alguns tipos de informação pessoal, exatamente como é ilegal o comércio de órgãos humanos (incluindo os próprios) ou de escravos” (Floridi, 2014, p.122).

Portanto, empresas que não respeitam a privacidade de seus clientes, neste caso específico, os dados pessoais de seus utilizadores tendem a ser rejeitadas não só pelas normas e leis, mas do ponto de vista da ética e da moral, pois sendo os dados uma extensão dos seres humanos, comercializá-los de modo apenas para obter lucro, sem nenhum tipo de decoro ou transparência poderá vir a ser, no futuro, o dilema e o maior desafio das empresas que atuam com recolha, exploração e comercialização de dados pessoais, como vimos no subcapítulo sobre *quantified self* e colonialismo de dados.

## 1.8 Ativos digitais

O conceito de dados como «ativos digitais» é um fenómeno relativamente recente que ainda carece de uma definição jurídica adequada, considerando a velocidade com que a Economia Digital avançou nos últimos anos. Para Hopkins (2013), «ativos digitais» são informações armazenadas na Internet como fotografias, contas, vídeos, documentos eletrónicos, *software*, e-mails e aplicações digitais. Ou seja, “qualquer informação armazenada eletronicamente”, incluindo os metadados que por si só podem ser considerados ativos digitais. “Os bens digitais não incluem dispositivos eletrónicos ou digitais, como telefones ou computadores, mas incluem as informações armazenadas nesses dispositivos eletrónicos” (Hopkins, 2013, p. 211).

Edina Harbinja (2022) dedicou uma obra a tentar trazer luz para os desafios da atualidade sobre o que são ativos digitais. Para ela, as tentativas de definições até o momento, são indutivas e generalizadas, que de uma forma mais simples e direta podem ser explicados como “qualquer coisa valiosa online como contas, perfis, ficheiros, documentos, restos digitais que tenha uma ligação pessoal, económica ou social a um indivíduo”. No entanto, na perspetiva da natureza jurídica é preciso ir além para viabilizar regulamentações adequadas e legislações que respondam aos desafios e complexidades quando tratamos de dados no contexto da «vida após a morte digital», objeto desta investigação e que será discutido no Capítulo 2.

Numa tentativa de categorização do que são ativos digitais, Cahn (2011) estabeleceu quatro categorias, a seguir defendidas por Perrone (2012). Enquanto Haworth (2014) criou outras quatro, não necessariamente complementares. Adaptei as definições mais abrangentes e utilizadas na literatura para uma melhor visualização, conforme Tabela 2.

<b>Autor</b>	<b>Categoria</b>	<b>Descrição</b>	<b>Exemplos</b>
Cahn (2011); Perrone (2012)	bens pessoais	armazenados num computador ou <i>smartphone</i> ou carregados num website.	fotografias, vídeos ou listas de reprodução de música como a <i>playlist</i> do Spotfy.
	bens de redes sociais	contas em redes sociais incluindo websites.	Facebook, Instagram, Twitter, contas de correio eletrónico como Gmail.
	bens financeiros	contas para realizar compras online; contas bancárias e/ou sistemas de pagamento.	Amazon, PayPal, contas bancárias, carteiras de criptomoedas.
	contas comerciais	geralmente dados pessoais e informações diversas.	base de dados pessoais de clientes, prontuários médicos.
Haworth (2014)	informação de acesso	inclui números de conta e informações de início de sessão.	Correio eletrónico utilizado para iniciar sessão no Facebook.
	ativos digitais tangíveis	bens digitais, detidos numa forma definível, suscetíveis de serem transferidos e convertidos em ativos físicos.	fotografias, documentos, e-mails, saldos de contas bancárias online, nomes de domínio, publicações em <i>blogs</i> .
	ativos digitais intangíveis ou incorpóreos.	espalhados pela Internet em volumes e que provavelmente necessitam de ser apagados ou encerrados.	<i>Likes</i> no Facebook, comentários, perfis em websites, críticas no Google Maps.
	metadados	‘dados sobre os dados’, informações adicionais que descrevem dados.	históricos, dados apagados, códigos, etiquetas de localização.

Tabela 1: Categorização do que são ativos digitais. Elaborado pela autora.

De acordo com Harbinja (2022), ambas as categorizações são problemáticas e com limitações. Haworth (2014), é passível de críticas por não conceituar os metadados e as informações de acesso como ativos digitais entre si, haja vista que, os metadados são originados

de dados principais, frequentemente mais valiosos para os provedores de serviços do que para utilizadores. Outro ponto é o próprio conceito de «tangibilidade» aplicado a ativos digitais, pois muitos desses bens nunca se converterão em forma física. Cahn (2011), por outro lado, ao classificar determinados ativos em uma única classe não considera que números de seguidores, por exemplo, trazem aspetos sociais, económicos e pessoais, simultaneamente. Para a autora, alguns ativos podem ser incluídos em todas as categorias propostas. Com o crescimento da integração de serviços online, plataformas incluem agora todas as categorias em simultâneo, como o Gmail, plataforma de correio eletrónico da Google que pode servir para fins comerciais, armazenar fotografias e vídeos (Google Drive), para fins de rede social (Google +), como sistema de pagamento (Google Wallet) e assim por diante.

Para um melhor enquadramento desta investigação adotaremos a conceitualização de Edwards e Harbinja (2013) que definem os ativos digitais de forma ampla e não exclusiva, de modo a incluir uma vasta gama de bens de informação intangíveis. Portanto, associados ao mundo online ou virtual, incorporando o que é passível de transmissão e transferência de propriedade pós-morte. Em síntese, os autores definem ativos digitais como:

“um ativo digital é qualquer ativo de valor pessoal ou económico disponível apenas em formato eletrónico (capaz de transmissão *post mortem*). Esse ativo pode ter qualidade de propriedade, relação contratual, propriedade intelectual, direito de personalidade ou dados pessoais” (Edwards & Harbinja, 2013, p.116).

Todavia, sem excluir a miríade de tipos de bens digitais que surgem como mercadorias às quais pode ser atribuído um valor, ou seja, uma *commodity*. Mesmo sendo uma abordagem normativa demasiada ampla, consideremos como a mais adequada para o contexto da morte online, considerando que para a economia, o tipo de valor aqui discutido não se trata apenas de monetário, mas das memórias que também são um objeto de valor para os indivíduos. No entanto, ao perpassar as normativas e quadros legais, uma vez que a principal função desta área do direito é permitir a transferência de riqueza, ou seja, de património. No Capítulo 6, apresento os resultados do significado de ‘valor’ para pessoas em luto quanto relacionamos o conceito de ativos digitais nas práticas de luto online e memorialização.

Para Tamara Kneese (2023), a própria definição de «património digital» como ‘bens’, portanto, ativos ‘financeiros ou afetivos’, indica a importância do tema no capitalismo. O planeamento do património digital vem sendo aconselhado e politicamente orientado pela promessa de que os utilizadores poderão reclamar os seus ‘bens’ como parte do seu património, como dignos de serem preservados. Mesmo que possa constituir uma maneira de resistência às

formas como as plataformas utilizam os dados, “ao declarar ficheiros, e-mails, textos, *tweets* e *posts* de blogues como bens, os indivíduos podem apropriar-se desses bens, transmitindo-os aos seus entes queridos, mesmo que não tenham poupanças tangíveis”, (Kneese, 2023, p. 138). A autora chama atenção para o fato dos bilionários da indústria tecnológica criarem fundos e fundações para gerir a riqueza e “imaginar futuros duradouros que se estendem para além das suas próprias vidas individuais” (*ibidem*), sinaliza que há um desejo de transferir grandes quantidades de riqueza e poder para suas próprias futuras gerações. Ao refletirmos com um olhar mais crítico, o direito internacional não parece acompanhar a lógica que passa pela cabeça dos bilionários.

Harbinja (2022), ao realizar um amplo estudo de caso das políticas de proteção de dados e diretivas internacionais, muitos países ainda não incorporaram oficialmente a questão do património digital pós-morte. A autora debruçou-se sobre diversos documentos oficiais de países como Estados Unidos, Alemanha, Reino Unido, França, Austrália e da própria União Europeia como um todo. Os estudos de caso ilustram as enormes diferenças, lacunas e problemáticas, chamando atenção para uma legislação mais clara e urgente que reconheça os direitos dos utilizadores sobre seus ativos digitais após a morte e a necessidade de facilitar a transferência de ativos digitais para os herdeiros. Amplamente discutido no contexto jurídico e económico, cada país vai adotar a sua própria definição sobre ativos digitais, especialmente em relação à governança digital, proteção de dados e regulamentação de tecnologias emergentes, como a inteligência Artificial. Na União Europeia, o debate está alinhado com o quadro regulatório da Economia Digital, que inclui o mercado das criptomoedas, NFTs, comércio eletrónico e redes sociais.

## **1.9 Comunidades afetivas e comunidades imaginadas**

O debate sobre a natureza das formações coletivas na modernidade tem sido central nas Ciências Sociais e Humanas. Dois conceitos distintos, mas relevantes para compreender as formas como os indivíduos se relacionam em larga escala para além do contacto face a face, são as ‘comunidades imaginadas’ de Benedict Anderson (2006) e as ‘comunidades afetivas’ (Slaby & Scheeve, 2019). Esta seção explora as definições destes conceitos numa conexão com as dinâmicas do capitalismo.

Benedict Anderson (2006), em *Imagined Communities*, propõe a nação como uma comunidade política imaginada. É imaginada porque, mesmo na menor nação, os membros nunca conhecerão a maioria dos seus concidadãos, nem sequer ouvirão falar deles, mas nas mentes de cada um vive a imagem comunhão coletiva. Para o autor, todas as comunidades maiores do que as aldeias de contato face a face são imaginadas, o que não reside numa relação de falsidade ou autenticidade, mas sim no estilo em que são imaginadas, argumentando que a “confiança notável de comunidade no anonimato” (p. 36) é apresentada como uma característica distintiva das nações modernas. A emergência da capacidade de imaginar a nação historicamente coincidiu com a perda de domínio de concepções culturais da antiguidade, como a ideia de uma língua-escrita sagrada com acesso privilegiado à verdade, a crença em sociedades organizadas sob centros elevados (monarcas divinamente ungidos) e uma concepção de temporalidade onde cosmologia e história eram indistinguíveis. Para o autor, estes antigos quadros de pensamento enraizavam as vidas humanas na natureza das coisas. Em relação à sua gênese, Anderson defende que a imprensa como mercadoria (“*print-as-commodity*”) – período que abrange do final do século XV até o século XVII – foi fundamental para gerar novas ideias de simultaneidade, possibilitando comunidades do tipo “horizontal-secular, tempo-transverso” (p. 37). A invenção da imprensa teve um impacto na forma como o mundo era percebido e organizado. A emergência de novas comunidades imaginadas foi resultado da interação entre um modo de produção e suas relações (o capitalismo), uma tecnologia comunicacional (a imprensa) e a multiplicidade das línguas humanas. Foi a convergência entre o capitalismo e a tecnologia da impressão, somada à diversidade linguística, que criou as bases para o surgimento de um novo tipo de comunidade imaginada. Segundo o autor, a estrutura que, em seus contornos fundamentais, abriu o caminho para o advento da nação moderna. Anderson sugere que a linguagem de impressão é o que inventa o nacionalismo (2006, p. 6).

Por sua vez, Slaby e Scheve (2019) exploram a relevância do afeto e da emoção nas sociedades contemporâneas, móveis e em rede. O conceito de comunidades afetivas surge neste contexto como um modo de relacionar indivíduos, baseado na afetabilidade mútua que serve como pré-requisito para a construção de relações comunitárias. Os afetos funcionam como tradutores implícitos entre corpos sociais, criando uma dinâmica de experiências sensoriais. Estas comunidades são caracterizadas por uma forma intensa e imersiva de integração social, focando-se nas infraestruturas sensoriais dos encontros sociais e nos modos de troca afetiva. Distinguindo-se de conceitos clássicos de comunidade, as comunidades afetivas são descritas como agregações transitórias de indivíduos, marcadas por uma sensualidade partilhada que

evoca um sentimento implícito de comunhão e imediatismo. São apresentadas como comunidades espontâneas que geram coletivização e são formações sociais transitórias (Slaby & Scheve, 2019, p. 42).

No contexto contemporâneo, defendem os mesmos autores, as comunidades afetivas são apresentadas como *o modus operandi* das ‘sociedades afetivas’ (Slaby & Scheeve, 2019). A economia de rede e global das sociedades modernas, com os seus laços de conexão crescentes, necessita de corpos sociáveis que, apesar das diferenças individuais, sejam capazes de processar associações afetivas que se solidificam e dissolvem transitoriamente. O conceito reflete a crença na infraestrutura descentralizada da sociedade caracterizada pela ontologia da rede.

O conceito de economia afetiva é explicitamente introduzido para abordar a relação entre afetos e o contexto socioeconómico. Foca-se na troca e circulação de afetos através dos media, desenvolvendo uma perspetiva económica sobre processos de afetar e ser afetado. Baseia-se na análise da forma-valor de Marx, transpondo a sua ideia do domínio do comércio para as formas mediadas e coletivas de comércio que estruturam a circulação de afetos. A distinção entre a esfera abstrata de troca (qualidades afetivas abstratas) e os processos discretos de experiência corporal reflete a distinção marxista entre valor de troca e valor de uso. As comunidades afetivas, ao enfatizar o processo contínuo de associação e dissociação, servem como expressão paradigmática de uma socialidade pulsante que anima as infraestruturas instrumentalmente racionais da sociedade em rede.

Em síntese, enquanto Anderson fundamenta a emergência das comunidades imaginadas (nações) que dá origem ao capitalismo de impressão e na transformação dos quadros culturais e temporais, a literatura sobre sociedades afetivas situa as comunidades afetivas no contexto das sociedades contemporâneas, móveis e em rede, frequentemente informadas pela economia de rede global. O conceito de “economia afetiva” emprega mesmo quadros analíticos de Marx para entender a circulação de afetos nos media, e as comunidades afetivas são vistas como operando dentro ou animando as infraestruturas da sociedade em rede, que possuem conotações capitalistas na Era Digital.

Ao longo deste capítulo discutimos os impactos da transformação digital nos diversos setores da sociedade (Iansiti & Lakhani, 2014) e como os dados tornaram-se centrais para os diversos setores do capitalismo contemporâneo (Sadowski, 2019), resultando na chamada economia digital (Fórum Económico Mundial, 2020).

Além disso, no contexto da pandemia da COVID-19, a digitalização de aspetos básicos

da vida humana foi acelerada pela suspensão das atividades económicas *offline*, em que a passagem e intensificação do digital foi apontada como uma estratégia de sobrevivência para os setores económicos (Lundin, 2020). A recolha de dados para fins comerciais é uma arma poderosa para governos e empresas, que violam direitos fundamentais como o direito à privacidade, como aponta Zuboff (2016). As narrativas dominantes apontadas por Pasquale (2016) e Floridi (2014) ressaltam que estamos passando pelo que seria a quarta revolução industrial, com o crescimento da economia compartilhada caminhando para uma economia global. Todavia, ao analisar a economia digital com um olhar crítico, as promessas da nova economia estão longe de ser cumpridas.

Enquanto a economia digital está criando empregos novos e flexíveis para alguns, está automatizando os empregos de trabalhadores de classes sociais mais baixas, que são representados desproporcionalmente nos novos modelos de relações laborais, com um aumento significativo das condições precárias de trabalho e na ausência total de direitos, como é o caso dos trabalhadores da economia da plataforma. Desta forma, um olhar interseccional sob o capitalismo de dados contribuiu para a consolidação de uma contranarrativa da economia digital, ou seja, a transformação digital está sustentando e reforçando o controle global de uma única ordem mundial neoliberal (Pasquale, 2016).

Hill Collins (2000) chama de «política de localização» à distribuição em que os privilegiados estão no centro, enquanto aqueles que existem nas margens estão escondidos da sociedade, destituídos de poder por aqueles que estão no centro. As discussões sobre digitalização e dataficação são muitas vezes conduzidas dentro de um certo quadro económico, criando a percepção de que o progresso económico equivale ao progresso social.

A partir dos conceitos abordados anteriormente, o conceito de ‘comunidades imaginadas’ e ‘comunidades afetivas’ permitirá um aprofundamento sobre os potenciais riscos da ascensão de uma indústria emergente, que surge na Era Digital, tendo suas bases na exploração dos legados digitais produzidos ainda em vida por indivíduos. Mais do que investigar a temática da morte online, o intuito é refletir acerca das implicações de uma indústria que explora ou explorará cada vez mais sentimentos como o luto, a saudade, o medo e a memória nos ambientes digitais.

No próximo capítulo, introduzirei o campo de investigação sobre «morte digital», um dos setores da Economia Digital que tem sido pouco abordado na literatura sobre economia política e nas discussões públicas sobre direitos digitais. Exaustivamente abraçado ao longo dos

séculos por artistas, poetas, filósofos, sociólogos, a morte na Era Digital ainda é um dilema.

## Capítulo 2 – Novos paradigmas sobre a morte e o luto na Era Digital

### 2.1 Introdução

A literatura atual sobre morte digital tem abandonado a teoria do desapego «Letting Go» (Freud, 1961) e os estágios do luto de (Kubler-Ross, 1969) pela teoria dos vínculos contínuos «Continuing Bonds» (Klass et al., 1996). Os cinco estágios do luto na Teoria do «Letting Go» ou Deixa ir são: a negação, a raiva, a barganha, a depressão, a aceitação e fazem parte da estrutura que torna o nosso aprendizado para viver com aquele que perdemos. É um guia e não um processo rígido e não necessariamente nesta ordem (Freud, 1961; Kubler-Ross, 1969). Todavia, desde o surgimento das comunidades virtuais, na teoria do «Continuing Bonds» ou Laços Contínuos os autores não veem o luto como totalmente resolvido, encerrado ou recuperado. Em vez de deixar ir, a pessoa enlutada negocia o significado da sua perda ao longo do tempo. A morte torna-se permanente e o luto pode manter a presença da pessoa falecida no seio familiar. Os mortos são lembrados e continuam a ter um papel significativo na memória da pessoa em luto (Freud, 1961).

Essa mudança de paradigma, ainda em andamento, sugere que as relações sigam mesmo após a morte a partir dos vínculos virtuais, abordagem apoiada nos estudos sobre memoriais *online* no Facebook (Brubaker et al., 2013). Os utilizadores não desaprovam os mortos, mas renegociam suas relações com eles, redefinindo os laços enquanto encontram conforto, espreitando os perfis e as memórias através dos vídeos, fotografias e textos publicados no Facebook (Pennington, 2013).

A «morte digital» é um campo de investigação emergente, híbrido, que vem ganhando força na academia nos últimos 20 anos e, como um campo, precisa ser claramente definido. Uma maneira simples de caracterizar a morte digital é descrevê-la “como mais do que apenas a morte realizada em um contexto digital; é uma prática articulada e realizada em interação com uma rede de comunicação e cultura digitalmente saturadas e, que, conseqüentemente, torna-se uma preocupação para as pessoas enlutadas, os que partiram e a vida que segue com e sem os mortos” (Christensen & Sumiala, 2024, p. 1). A investigação sobre morte digital explora as transformações culturais e sociais da morte e do morrer em sociedades caracterizadas pela digitalização, mais concretamente, no Norte Global e em sociedades ocidentais impactadas pela transformação digital e a Economia Digital, como referi no Capítulo 1.

Este capítulo de revisão de literatura tem por objetivo recuperar a substancial literatura já publicada focando em três aspetos do campo, identificados até o momento: os conceitos e teorias que fundamentam o campo de investigação, amparados em diversas tradições disciplinares, sobretudo, na filosofia, história, sociologia, antropologia, psicologia, estudos dos media e comunicação e, mais recentemente, nas ciências jurídicas; a indústria da pós-morte digital, portanto, de como as memórias, legados e património digital estão sendo amplamente explorados pelas *big tech* que passaram a comoditizar dados e metadados dos vivos e dos mortos, provocando uma complexa relação no campo das ciências jurídicas, nos debates sobre regulação e regulamentação e na conceitualização do que é público, privado e propriedade; por fim, das tecnologias emergentes de reprodução de ‘identidades online pós-morte’, como *chatbots* e avatares, que impactam na formação da identidade e do *self* e no desenvolvimento da «vida digital póstuma».

## 2.2 Morte digital e luto online

Tradicionalmente, a morte digital tem vindo a ser teorizada no campo filosófico como uma preocupação. Entre os pensadores mais expoentes e com contributos significativos para o desenvolvimento do campo de investigação da morte online, está o sociólogo e filósofo francês, Jean Baudrillard (1976). A ‘morte ou o morrer’, é abordada em boa parte da sua escrita, que vai desde a economia política da morte, sexo e mortalidade, e como em nossa era proibitiva, apenas a morte é ‘pornográfica’, o que podemos deduzir que, como a pornografia, a morte é escondida, velada, proibida. Baudrillard refletiu sobre como é difícil no ocidente escapar do monopólio do Estado sobre a morte e que as verdadeiras «necrópoles» já não são os cemitérios, os hospitais, as hecatombes ou sacrifícios aos deuses da Grécia Antiga. A morte já não é mais “biológica, psicológica, metafísica ou um assassinio”. As verdadeiras necrópoles são os bancos de computadores, *foyers* vazios, onde já não se ouve qualquer ruído humano e caixões de vidro onde estão as memórias do mundo, em que tudo são ficheiros, microfilmes guardados em arquivos para serem descobertos numa civilização futura. Para Baudrillard, só a morte não pode ser programada e localizada, “Em rigor, já não sabemos o que fazer com eles, uma vez que, atualmente, não é normal estar morto, e isso é novo. Estar morto é uma anomalia impensável; nada mais é tão ofensivo como isso” (Baudrillard, 2017, p. 361).

Seguindo pistas na filosofia, o filósofo alemão Norbert Elias (2001) reflete sobre como as sociedades ocidentais modernas se distanciaram do processo de morrer. Historicamente,

morrer era um acontecimento comunitário rodeado pela família e por rituais, mas as práticas contemporâneas isolaram os que estão ‘prestos a morrer’ em instituições, longe dos seus círculos sociais, distanciando-se da esfera pública e cada vez mais isolados. A negação da morte, na visão do autor, está diretamente relacionada com a dificuldade em aceitar a finitude humana, fruto de um processo de individualização em detrimento das experiências coletivas. De fato, não é a morte em si, mas o conhecimento da morte que cria problemas para os seres humanos, pois de todos os seres vivos, os humanos sabem que vão morrer. E a morte passou a ser cada vez mais solitária em que é possível antecipar seu próprio fim, estando conscientes de que pode chegar a qualquer momento, fazendo com que sejam tomadas precauções como indivíduos e como grupos, no que o autor descreve como um tipo de ‘proteção contra o perigo da aniquilação’. Sobre a morte, Elias diz:

“A morte é um problema dos vivos. Os mortos não têm problemas. Das muitas criaturas que morrem nesta terra, só os seres humanos é que têm problemas com a morte. Partilham o nascimento, a doença, a juventude, a maturidade, a idade e a morte com os animais. Mas só eles, de todos os seres vivos, sabem que vão morrer” (Elias, 2001, p. 3).

Cada indivíduo elabora, à sua maneira, os padrões sociais comuns e o que é decisivo não é simplesmente o “processo biológico da morte, mas a ideia evolutiva e específica da morte”. Portanto, o que o autor chama de “problema sociológico da morte” aparece com mais nitidez e fica mais fácil de compreender algumas das características das sociedades contemporâneas, responsáveis pela criação da imagem da morte e pela natureza e grau de repressão social (Elias, 2001, p. 45).

Numa perspectiva filosófica mais recente e com o desenvolvimento do campo, novas ontologias da morte surgiram com reflexões que consideram o surgimento das comunidades virtuais, as tecnologias emergentes e os serviços digitais *pos mortem*, sugerindo uma mudança de paradigma significativa. Davide Sisto (2020) adota uma abordagem mais conciliatória ao analisar ferramentas como *chatbots* que replicam identidades online, *QR Code* em lápides e interações nas redes sociais argumentando que essas tecnologias podem ajudar tanto quanto prejudicar pessoas em luto, o que vai de fato impactar é a utilização. Ao focar seu trabalho, sobretudo, na memória, Sisto abandona o determinismo tecnológico e direciona o debate para uma linguagem mais acessível, citando exemplos práticos para se aproximar de um público mais geral, não necessariamente acadêmico. Ao explorar o exemplo do episódio *Be Right Back*, da série de televisão britânica, o autor revisa publicações referências e clássicas e apresenta ao leitor os vários dispositivos e práticas disponíveis, atualmente, utilizadas por pessoas em luto.

“Se a morte faz parte da vida e a vida se tornou digital, é inevitável que a morte também se tenha tornado digital, combinando o privado com o público, o individual com o coletivo e o real com o virtual” (Sisto 2020, p. 7).

Embora os leitores sejam alertados da dependência excessiva das tecnologias digitais, que podem interferir no processo de luto, ele argumenta que se utilizadas com moderação, podem confortar pessoas que tenham passado por uma perda trágica. Outro debate está em torno da cultura digital, mais precisamente de como as redes sociais podem reconectar-nos a dimensões comunitárias do luto. Ao mencionar o suicídio do norte-americano Chris Cornell, em 2017, Sisto relata que a morte trágica do cantor iniciou uma discussão ‘útil’ online sobre doenças mentais e da consciencialização sobre suicídio. No entanto, sinaliza o risco de tornar o debate trivial em meio ao fluxo acelerado de como os conteúdos são abordados nas redes sociais. Por fim, a perspectiva do autor sobre as «tecnologias digitais utilizadas no processo de luto» é de que a Era Digital nos deu a oportunidade de conciliar a relação com a morte, considerando que no século XX, os mortos seguiam escondidos nos cemitérios e os moribundos confinados em hospitais, quando agora, eles vão às redes sociais onde podemos acompanhá-los e até mesmo participar do processo de fim da vida. Sisto observa que “o Facebook é o maior cemitério do mundo”, reconhecendo que plataformas como o Facebook tornaram a morte e o luto “partilhável”, contrastando com a visão ocidentalizada da Modernidade de esconder a morte da vida quotidiana, como apontou os autores citados anteriormente.

Amanda Lagerkvist (2022) propõe uma teoria baseada na complexa interação entre as tecnologias digitais e a experiência humana em situações de crise existencial. A teoria argumenta que a vulnerabilidade humana é amplificada no contexto digital, devido à crescente dependência de tecnologias, à constante exposição online e à rápida evolução tecnológica. O foco da sua teoria está em como os *media* digitais moldam a compreensão e vivência de situações limite, como morte, sofrimento, doença e incerteza. A autora recorre ao trabalho do filósofo existencialista Karl Jaspers e explora temas como a corporeidade, a vulnerabilidade relacional, o cuidado e a responsabilidade no contexto da cultura digital.

Ao teorizar os «media existenciais em situações limites», Lagerkvist (2022) sugere quatro propriedades inter-relacionadas do registo tecno-existencial: as infraestruturas do ser como ferramentas para navegar no mundo da vida. Os *media* reativam as questões existenciais mais clássicas como a morte, o tempo, a presença e a ausência; a segunda é a ambiguidade e ambivalência, além de produzirem, mediar, revelarem e esconderem mundos, os *media* atiram-nos no ar. A terceira via é o papel que os *media* desempenham na busca mundana de

significado ou luta contra o não-significado. Por fim, os media existenciais exigem responsabilidades, singulares e plurais, individuais e coletivas.

“São co-constituídos pela nossa vontade e necessidade de estarmos com os outros e de permanecermos na solidão; de nos ligarmos e de nos desligarmos, como resultado de estarmos na dependência e na intimidade insuportável. Ativam assim a tensão existente entre o silêncio e a comunicação” (Lagerkvist, 2022, p. 172).

Embora a abordagem de Lagerkvist (2022) adote o existencialismo, a ambiguidade e ambivalência dos *media*, seu trabalho contribui de forma relevante por levar o debate sobre a morte e o luto para uma reflexão mais situada nos desafios e na conceituação sobre a morte nos ambientes digitais. A autora reconhece e valoriza a vulnerabilidade humana na cultura digital, em vez de buscar o controle, propõe abraçar a finitude e construir relações mais autênticas e compassivas no que se refere a existência humana (Lagerkvist, 2022, pp. 170-172).

Por outro lado, Patrick Stokes (2021) discute uma «filosofia da morte online», explorando as implicações filosóficas da morte na era digital. A sua análise centraliza-se em como a tecnologia digital transforma a nossa relação com a morte e os mortos, questionando as normas existentes e desafiando-nos a repensar a nossa compreensão da finitude humana num mundo cada vez mais digitalizado. Stokes argumenta que, embora os mortos não sobrevivam fisicamente online, os seus vestígios digitais, como perfis de redes sociais, e-mails, fotografias e vídeos, persistem e criam uma espécie de ‘presença fantasmagórica’. Essa presença digital levanta questões sobre a natureza da identidade online, a persistência da personalidade após a morte e a responsabilidade ética dos vivos na gestão dos dados dos mortos. Ao cunhar o conceito «almas digitais» ou *Digital Souls*, Stokes relaciona com a busca humana pela imortalidade e examina a possibilidade de replicar a consciência humana em formato digital através de avatares e *mind uploads*, questionando se essa forma de imortalidade digital seria realmente desejável. A «agência individual» é também explorada pelo autor ao questionar se um avatar, por mais sofisticado que seja, não possui a autonomia e a capacidade de ação de um ser humano, portanto, as tecnologias emergentes não conseguem representar genuinamente uma pessoa falecida.

O conceito de «almas digitais» proposto por Patrick Stokes reflete sobre o impacto da tecnologia digital na experiência da morte e na forma como lidamos com a memória dos mortos, sobretudo, nas redes sociais. A «persistência da presença online» após a morte levanta questões éticas complexas e desafia-nos a repensar as noções tradicionais de finitude, imortalidade e a própria natureza da alma humana. Um ponto discutido por Stokes e que merece ser destacado

é o que fazer com os perfis dos mortos nas redes sociais. O autor defende que devemos considerar os desejos das pessoas antes da sua morte, mas também, reconhece que os familiares e amigos podem ter interesses legítimos, sobretudo, quando se trata do luto.

Os trabalhos de Stokes (2021) e Lagerkvist (2022) são fundamentais no desenvolvimento desta tese por aproximar-nos de uma leitura mais crítica e reflexiva. No entanto, o desafio do campo de investigação sobre morte digital carece de perspectivas mais específicas devido à complexidade deste fenómeno que estamos a vivenciar neste momento. Se ainda é cedo ou não para chegarmos a conclusões do ponto de vista histórico-cultural, a filosofia já fez as perguntas norteadoras. Outros campos estão a fazer o mesmo, cada um a identificar suas próprias questões, como veremos a seguir.

Situados na literatura sociológica, antropológica e cultural alguns autores desenvolveram investigações ao longo dos últimos anos reforçando as preocupações apontadas pelos filósofos, mas incorporando a relação com o luto. Mitchell e colegas (2014) concluíram que os memoriais virtuais destinados a memorializar as vidas das crianças implicam mudanças significativas na conceituação da morte digital, particularmente para os pais enlutados. Estes memoriais criam um valor social para o falecido, refletindo crenças culturais sobre a natureza das mortes na infância, sobre o luto e o desenvolvimento de uma «vida após a morte digital». “Embora estes memoriais possam oferecer consolo, também potenciam oportunidades de negócio para aqueles que esperam criar clientes duradouros. Como tal, podem também prolongar o luto indefinidamente” (Mitchell et al., 2012, p. 413). Isto pode ser profundamente problemático em determinados tipos de mortes, como a de crianças, de acordo com o autor. Meese e colegas (2015), identificam e descrevem algumas formas que os *media* digitais estendem a personalidade de uma pessoa após a morte. Os autores debruçaram-se em alguns exemplos sobre a criação da *persona* digital quando o falecido continua a interagir com os vivos; a criação de *software* autónomo e semiautónomo que permite que os mortos utilizem os *media* sociais para intervir em eventos atuais, mesmo após a morte biológica. Por último, a operação de empresas que recriam a presença póstuma através de tecnologias emergentes como a inteligência artificial. “As plataformas de redes sociais oferecem uma série de soluções para a gestão de contas póstumas e as relações íntimas dos falecidos e estão a estabelecer métodos de envolvimento genuíno com as identidades póstumas através da sua prática quotidiana” (Meese et al., 2015, p. 418).

Influenciado por teóricos clássicos como Philippe Ariès, Tony Walter (1994) contesta a ideia de que a sociedade contemporânea evita completamente a morte, sugerindo que há um

interesse renovado em compreendê-la. Fato relacionado ao declínio da autoridade religiosa e do poder da religião, numa espécie de cultura de consciência da morte, antes negada na Modernidade tardia nos séculos XIX e XX e que vem ao longo do tempo incluindo práticas alternativas, autobiografias de luto e discussões públicas sobre a experiência da morte. Walter (2015) investiga uma ampla gama de *media* de comunicação desde a fala, a escrita e a Internet, e argumenta que, historicamente, as preocupações com os mortos ajudaram em várias ocasiões o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação, relacionando a conexão causal e os dois sentidos. “Em meados do século XIX, a ligação romântica aos mortos promoveu o interesse pelas novas tecnologias de comunicação, tanto quanto o contrário” (Walter, 2015, p. 229). Segundo o autor, essa preocupação motivou o financiamento da digitalização de uma vasta gama de registos funerários.

Com um trabalho bastante consistente, Walter examina as empresas funerárias e a medicalização que moldaram as práticas de rituais funerários e práticas de luto, tanto que Walter (2020) explora como eventos globais recentes, como guerras e, conseqüentemente pandemias, trouxeram a morte de volta ao centro das discussões sociais e políticas, provocando reflexões sobre vulnerabilidade e interdependência. Discutindo os impactos das tecnologias digitais, com a ascensão das redes sociais e das comunidades virtuais, a globalização, a política, a economia, as questões éticas, as diferentes leis nacionais, práticas institucionais e histórias culturais afetam os rituais de luto e os cuidados com os doentes terminais, utilizando exemplos de países como o Reino Unido, EUA, China e países europeus. Ao falar sobre o futuro dos estudos sobre a morte, o autor enfatiza que alguns temas podem vir a ganhar expressão. “Neste contexto, a eutanásia, a morte assistida, as diretivas antecipadas, tornam-se questões de debate político, mediático e popular, e objeto de investigação tanatológica” (Walter, 2020, p. 396).

Graham e colegas (2013) introduzem os aspetos económicos e éticos sobre a vida após a morte e a imortalidade digital na era da Internet. Examinam práticas atuais e emergentes sobre o luto e memorialização apoiadas nos novos *media*, falam sobre a extensão das vidas das pessoas e sobre os novos rituais que estão surgindo à medida que as noções tradicionais sobre o corpo estão sendo desafiadas. Por fim, argumentam que alguns setores da população, em particular, aqueles que estão morrendo em países subdesenvolvidos do Sul Global foram amplamente negligenciados até o momento. “No futuro, a (pós-)morte de cidadãos cada vez mais hibridizados promete colocar aos legisladores, às empresas multinacionais e aos governos de todo o mundo os mesmos problemas que coloca atualmente aos indivíduos e às suas famílias” (Graham et al., 2013, p. 134).

Ao pensar numa taxonomia para os estudos acerca da morte nos ambientes digitais, Carla Sofka (1997), cunhou o termo *thanatechnology* para assinalar a relação da morte com as novas tecnologias, que numa tradução literal para a língua portuguesa pode ser traduzido como «tanatecnologia». As plataformas e serviços digitais disponíveis estão sendo utilizados por um número crescente de pessoas como uma nova forma de lidar com a morte. Como os mortos serão lembrados no mundo digital é uma questão fundamental para diversos campos profissionais, desde sociólogos, prestadores de cuidados paliativos, educadores, e outras disciplinas académicas interessadas nos estudos da morte e as práticas associadas a ela (Bassett, 2015). No entanto, as autoras reconhecem que a exclusão digital não promoverá o acesso de todos a esse novo sistema de «morte tanatológica» (Bassett, 2015; Sofka et al., 2012).

Bassett (2022) defende que haja uma concordância na terminologia usada para discutir as categorias muito distintas de ‘digital data’ e ‘digital selves’, ou seja, dados digitais e identidades digitais. Em parte da literatura sobre morte digital é utilizado o termo ‘digital legacy’, ou legado digital para discutir os diferentes rastros digitais deixado pelas pessoas. Outros termos como ‘património digital’ e ‘objetos digitais’ (Pitsillides et al., 2012), podem ser definidos como a acumulação e curadoria dos dados *online*, contendo todo o nosso passado ‘digital’.

Utilizaremos, portanto, a definição de Bassett (2015) sobre ‘legado digital’, que são senhas, ativos digitais, informações de conta, propriedades digitais. Já as ‘memórias digitais’ (vídeos, mensagens em *app*, fotografias, textos em *blogs*) pertencem a uma caixa de memória digital. Walter (1996) criou o conceito de «biografia durável», que surge juntamente com o início da Internet, uma vez que as biografias estão dentro de caixas de memória digital, o que permite contar histórias, memorializações, narrativas e relações com os mortos em uma vida após a morte digital. Para Bassett (2015), os profissionais que atuam com tecnologia e morte, portanto, os chamados «tanatologistas» precisam adotar uma terminologia comum para facilitar o entendimento dos utilizadores acerca dos que são legados digitais e dos serviços de memória digital.

O conflito entre a conexão e a desconexão é, de facto, uma tensão central na experiência do luto digital. Neste contexto, a comunicação digital pode proporcionar uma sensação de proximidade e continuidade com a pessoa falecida, mas, também pode levar a sentimentos de desconexão e superficialidade nas interações, dificultando a obtenção de uma experiência de luto mais autêntica e significativa. Esta dualidade é um aspeto significativo nos estudos acerca da morte digital e do luto online, uma vez que o luto na era digital é caracterizado pela «presença

online» das pessoas falecidas, através da persistência dos legados digitais nos ambientes online. O que pode ser, simultaneamente, reconfortante e desafiante para as pessoas em processo de luto e levanta discussões sobre ética em diversos campos (Lagkervist, 2019).

As questões éticas ganham relevância quando se examina a cultura digital e as formas como as fragilidades humanas são expostas nesse contexto (Ochôa & Pinto, 2020), assim como as experiências existenciais, os novos posicionamentos éticos na procura e ‘criação do sentido da vida’ (Lagkervist, 2019) e a ressignificação do ser humano numa realidade hiperconectada onde prevalecem as interações online (Floridi, 2011), colocam a ética como uma prioridade absoluta. Outro ponto é o que os dados dizem sobre nós, o limite do tempo, o desejo por ser ou não esquecido, a necessidade de esquecer e desconectar-se e até mesmo a interrupção da permanência nas redes sociais (Hoskins, 2014; Lagerkvist, 2019). Será que todos querem permanecer online mesmo depois de mortos? O que nos mostra que os limites entre biografia e memória, as dinâmicas de uma memória conectada em rede e as múltiplas maneiras de lembrar (Erll, 2010; Reading, 2011) representam um desafio na investigação acerca da memória nos estudos sobre a morte digital (Ochoa, 2020), apresentando problemas novos para dilemas antigos sobre a própria existência da humanidade.

Um dos aspetos da condição humana é o fato de que todos vamos morrer. E a morte ou morrer tornaram-se higienizados e medicalizados nas culturas ocidentais. Porém, os *media* sociais têm dado sinais de que a morte pode ser discutida de forma aberta nas plataformas. Outro aspeto é a discussão sobre doentes terminais e os que têm assistência em casa poderem continuar a conviver em sociedade, ao invés de serem isolados do mundo. E, ainda, que os *media* têm espaço para discutir uma espécie de «boa morte» (Walter et al., 2012; Whittaker, 2011).

Bassett (2022) explora as implicações emocionais e sociais da herança digital e como as pessoas lidam com a presença digital de entes queridos falecidos.

“Atualmente, na nossa sociedade digital - e em número cada vez maior - falamos com os mortos, não mais através do pensamento e da oração, mas através do WhatsApp, Twitter, Facebook ou outras redes sociais, pois transportamos os mortos conosco nos nossos dispositivos digitais quotidianos. Podemos armazenar os mortos na nuvem e guardá-los nos nossos bolsos e deixá-los num estado de suspensão, até que os conjuremos de volta à vida com o deslizar de um dedo ou, mais importante, quando os algoritmos ditarem” (Bassett, 2022, p. 2).

Neste contexto, a comunicação digital pode proporcionar uma sensação de proximidade e continuidade com os mortos, mas também pode levar a sentimentos de desconexão e superficialidade nas interações, dificultando uma experiência de luto mais autêntica e

significativa. Esta dualidade é um aspeto significativo na maneira como as pessoas vivem o luto na era digital, em que a presença online da pessoa falecida pode ser simultaneamente reconfortante e desafiante. As tecnologias digitais oferecem novas formas de comunicação com os mortos e possibilita que as pessoas em luto mantenham relacionamentos contínuos com as pessoas falecidas, num contexto mediado digitalmente. Ao mesmo tempo, essa permanência digital após a morte pode impactar o processo de luto dos que ficam. A autora questiona se as memórias e mensagens dos falecidos seriam vivenciadas de maneira diferente em comparação com os objetos físicos que as pessoas costumavam guardar como recordação (Bassett, 2022). Embora haja controvérsia, se há ou não autenticidade na relação que os vivos estabelecem com os mortos mediados tecnologicamente, a própria literatura tem questionado esse fenómeno do que é ou não autêntico.

Desde o surgimento do rádio e da televisão, vivemos num contexto em que os canais de televisão noticiam 24 horas por dia fazendo com que a morte chegue aos nossos ecrãs de forma inevitável. Os *media* de massa sempre deram esse tipo de notícia, sobretudo, as mortes dramáticas e espetaculares. Entretanto, a onipresença das tecnologias da informação incorporada nas redes sociais trouxe visibilidade a uma categoria de mortes não espetaculares, como é o caso de pessoas que através das plataformas levantam bandeiras sobre discussões e mudanças nas leis sobre morte assistida (Bassett, 2015; 2022).

Como mencionado nos parágrafos anteriores, o luto nas redes sociais também merece uma abordagem cuidadosa, haja vista que esses *media* desempenham um importante papel na forma como temos vivenciado o luto. As redes sociais como o Facebook, são um novo espaço para a expressão do luto, já que estão situados na vida quotidiana das pessoas enlutadas (Brubaker et al., 2013). E esses sites permitem que aquelas pessoas antes marginalizadas pelas formas tradicionais de luto continuem conectados aos que já se foram (Carroll & Romano, 2011). Alguns estudos problematizam o uso do ‘like’ nos memoriais do Facebook e a ação dos ‘trolls’ online nas páginas memoriais assim como os impactos sobre as pessoas em processo de luto (Marwick & Ellison, 2012; Phillips, 2011) que utilizam as redes sociais para validar a dor do luto e se relacionarem com a dor do outro em grupos de Facebook criados para a prática do luto online (Marín-Cortés et al., 2023). No entanto, quando se trata de um fenómeno relativamente novo, não há um consenso se de fato o binário positivo e negativo seja útil para uma crítica mais sistematizada. Alguns estudos apontam consequências negativas e positivas sobre como o luto online é vivenciado. O que no âmbito desta investigação e ao tentar identificar as implicações das plataformas e serviços digitais póstumos não será levado à risca

como um binário, mas procurando ampliar o debate.

Numa perspectiva individual, o luto e a tristeza são áreas de pesquisa proeminentes na psicologia da morte, onde muito foco é colocado nas experiências pessoais das pessoas ao enfrentar a morte e o enfrentamento relacionado no processo de perda (Kasket, 2020; O'Connor & Kasket, 2022). Uma teoria altamente influente no campo é a dos "vínculos contínuos", conforme já mencionado no início deste capítulo. Nessa teoria, a ênfase especial é dada às maneiras pelas quais as pessoas que perderam uma pessoa próxima mantêm, em vez de cortar laços ou deixar os mortos irem embora como resultado de um processo de luto saudável (Walter, 2015). Embora altamente influente no campo de investigação, a teoria dos vínculos contínuos também vem sofrendo críticas devido a abordagem normativa do luto.

“Os enlutados são normalmente desafiados em sites como o Twitter, que não foram desenvolvidos como plataformas de luto ou de recordação, mas sim otimizados para o debate e para um discurso público forte, muitas vezes polarizado. No entanto, o policiamento do luto não se restringe a uma plataforma ou a um tipo de morte e é facilmente visível nos tópicos de comentários, uma vez que as pessoas adotam regras e preconceitos sobre o luto. Estas regras e preconceitos baseiam-se na noção de que existe uma reação normal ao luto e são contra os desvios a essa suposta norma” (O'Connor & Kasket, 2022, p. 119).

Walter e colegas (2012) estudaram sobre os conceitos-chave e suas implicações nos estudos sobre luto privado e público. Os autores propõem três categorias de morte: a primeira é a morte tradicional que ocorre em comunidade; a segunda é a morte moderna quando acontece no hospital ou em casa, quando os aspetos público e privado são isolados; a terceira é a morte pós-moderna, onde o público e privado são combinados com os websites e os sentimentos são expressos em espaços públicos, criando uma comunidade de pessoas em luto diversas (Walter et al., 2012). O Facebook está associado à expansão da morte temporal, espacial e social e que as redes sociais estão tornando o luto mais comunitário, compartilhado com o próprio ente falecido (Brubaker et al., 2013), o que pode ser confirmado nos diversos exemplos mencionados por Sisto (2020), desde as lápides com *QR Code*, aos serviços de recriação de identidades póstumas utilizando tecnologias de inteligência artificial. No entanto, alguns estudos veem essas tecnologias como positivas e que poderiam promover a visibilidade de temas que, de outra forma, seriam considerados ‘tabus’. Outros, enfatizam os riscos que elas trazem, como a questão da privacidade, a perda de controlo e da agência individual sobre o luto e as táticas de memorialização de entes queridos, além da partilha de emoções que podem ser consideradas desproporcionais ou mesmo inadequadas em determinados ambientes online por outros utilizadores (Fordyce et al., 2021; Öhman, 2024; Kneese, 2023).

A «presença digital ou existência digital» pode ser vista como um meio de plena conexão, onde os ambientes digitais se tornam espaços ritualísticos, que apesar de superficiais proporcionam um sentido de “presença” da pessoa falecida. Todavia, essa forma de mediação digital levanta a questão da eficácia da comunicação existencial ou se, em vez disso, resulta numa virtualização que pode interferir na verdadeira experiência do luto, provocando experiências complexas de emoções e sentimentos na relação que a pessoa em luto tem consigo mesmo, com o ente querido falecido e com o seu contexto social e cultural (Lagerkvist, 2019).

De outro ponto de vista, a cultura das celebridades fornece informações valiosas sobre a comercialização da vida após a morte digital e é um fenómeno bastante conhecido. Como exemplo, artistas como David Bowie, Prince, Michael Jackson, Elvis Presley, John Lennon ou Albert Einstein, que continuaram gerando receitas exorbitantes até os dias atuais, provando que num mundo onde tudo são dados, uma pessoa pode sobreviver à morte do seu corpo orgânico (Neate, 2014; Stokes, 2015; Forbes, 2016).

De acordo com Jorge (2020), as celebridades e influenciadores usam *blogs* e *vlogs*, em combinação com outros *media* sociais, para narrar suas vidas quotidianas a fim de criar uma persona autêntica para seu público, o que é visto como parte da autopromoção inerente à cultura neoliberal. Se antes era privilégio das celebridades terem suas vidas registadas e acompanhadas por uma infinidade de fãs, atualmente, apenas com um telemóvel ou um computador qualquer pessoa pode ter sua vida exposta. Uma questão abordada por Walter (2016) está justamente nas práticas relacionada aos utilizadores comuns e suas informações online, que como celebridades, agora passam a estar expostas (Jorge, 2020); Walter, 2015), o que antes era reservado apenas a pessoas com visibilidade como artistas e pessoas públicas.

Os primeiros objetivos revolucionários da Web 2.0 não se materializaram, pelo contrário, essas tecnologias transformam os utilizadores em profissionais de marketing e autopromotores, e deixam as empresas de tecnologia prontas para violar a privacidade e priorizar os lucros em detrimento da participação, numa abordagem cada vez mais neoliberal em que os dados passam a ser ativos financeiros, como vimos no Capítulo 1. Sobre redes sociais e a cultura das celebridades, Marwick (2013) diz:

“As redes sociais aplicam ideais contraditórias da contracultura e do capitalismo ao eu, às amizades, às relações íntimas e às interações interpessoais. As pessoas podem difundir ideias e criações a um público de massas anteriormente inconcebível, mas apenas limitado e influenciado pelas restrições do capitalismo neoliberal moderno”

(Marwick, 2013, pp. 276-277).

Os conflitos legais relacionados aos direitos autorais ou *royalties* de celebridades começaram a ser discutidos como ativos informativos dos utilizadores comuns, uma vez que todo o conteúdo gerado é copropriedade da plataforma na qual está armazenado (Lingel, 2013; O'brien, 2016). Consequentemente, surgem discussões acerca do património de dados, sobretudo, no campo jurídico, haja vista que, a falta de legislação é alarmante e necessária como apontam diversos autores (McCallig, 2014).

No campo jurídico, Mayer-Schönberger (2009) faz um alerta sobre quem controla as informações no mundo digital num contexto em que governos e corporações podem recolher, armazenar e explorar os rastros digitais dos indivíduos. Essa mudança no controle sobre as informações fortalece ainda mais as assimetrias e esses rastros digitais podem agir como um «panóptico» de vigilância digital com efeitos subsequentes assustadores no comportamento humano. Embora o desafio sobre o direito ao esquecimento não seja algo novo, com suas raízes na literatura da sociedade da informação, privacidade da informação e da sociedade da vigilância, a atual incapacidade de esquecer, o que torna esses desafios ainda mais preocupantes do que eram algumas décadas atrás. O desafio do tempo é mais novo e se concentra em restrições potencialmente prejudiciais à nossa capacidade de agir com sabedoria quando temos tanta memória digital, “a recordação digital exaustiva desmorona a história, prejudicando o nosso discernimento e a nossa capacidade de agir no tempo” (Mayer-Schönberger, 2009, p.127).

O relacionamento do Facebook com os utilizadores e as relações mantidas entre os utilizadores e a sua rede de amigos são controlados pelos limites legais, contratuais e técnicos que o próprio Facebook define. Entretanto, a morte de um membro da rede interrompe esse ‘status quo’. A primeira resposta da empresa foi retirar os restos digitais de seus utilizadores falecidos, mas logo surgiu a prática da memorialização como forma de manter a partilha de informações e possibilitar a continuidade dos laços entre os vivos e os mortos (McCallig, 2014).

Edina Harbinja (2022) analisa os desafios legais e éticos associados aos bens digitais após a morte. A autora destaca como diferentes jurisdições enfrentam a questão, apontando a falta de uniformidade em legislações que regulam o acesso a contas e ativos digitais de pessoas falecidas. De modo a preencher uma lacuna presente durante os últimos anos na literatura, Harbinja explora a classificação dos ativos digitais como propriedade, destacando como essa categorização afeta a herança e os direitos dos herdeiros, conforme vimos no Capítulo 1. A

autora argumenta que a inclusão desses bens no testamento esbarra em definições jurídicas divergentes de “propriedade” entre diferentes países, gerando incertezas quanto à sucessão digital (Harbinja, 2022, p. 76). Assim como Stokes (2021), a autora ressalta a importância de respeitar a vontade do indivíduo sobre o destino de seus ativos digitais após a morte, alinhando-se à necessidade de legislações mais completas que considerem a herança digital.

As plataformas de *media* social durante a era do Web 2.0 redefiniram a dinâmica de produção e consumo de conteúdo, permitindo que indivíduos comuns desempenhassem o papel de produtores. Essa mudança descentralizou o poder, anteriormente concentrado em estados ou instituições, promovendo uma aparente democratização da comunicação. No entanto, essa abertura também formalizou e tornou públicas interações antes privadas, como fofocas ou checagens de bem-estar, transformando-as em eventos rastreáveis. A criação contínua de fluxos de conteúdo por um grande número de utilizadores elevou o valor dos dados pessoais, tornando-os ativos digitais para agências governamentais, corporações e anunciantes, que utilizam essas informações como base para suas operações. O valor inerente aos dados pessoais gerados no Web 2.0 alimenta tensões significativas entre utilizadores e as entidades que controlam esses legados digitais. Enquanto os indivíduos buscam autonomia e privacidade em suas interações online, essas mesmas plataformas lucram com a recolha, análise e comercialização de suas informações. Esse conflito revela uma relação assimétrica, onde o poder das corporações digitais, sustentado pela monetização de dados, contrasta com a vulnerabilidade dos utilizadores num ecossistema no qual cada ação comunicativa tem implicações económicas e sociais (Kneese, 2023, p. 46).

“Apesar da profunda ligação pessoal que as pessoas têm aos perfis online, as plataformas tecnológicas não antecipam a morte e a forma como esta afeta os utilizadores porque as plataformas se concentram em fontes de valor no contexto de utilizadores vivos, e que respiram. A morte não foi incorporada nas plataformas de redes sociais como o Facebook, mas a memorialização tornou-se uma fonte de valor para o Facebook: ajuda a manter os utilizadores investidos numa plataforma imperfeita e envelhecida. Através da preservação de perfis, os mortos são capazes de permanecer membros produtivos de uma rede” (Kneese, 2023, p. 45).

As culturas de memória digital residem num ponto de tensão que, embora possam servir existencialmente para garantir um senso de coesão, continuidade e profundidade, também podem trazer um senso maior de desconexão ou falta de significado (Lagerkvist, 2013, p. 2). “Há uma nova visão da morte desde o surgimento das comunidades virtuais” (*ibidem*). A morte, mesmo quando negada, é celebrada nos ambientes online como uma expressão cultural onde a vigília da morte é diariamente possível. “Os *media* fornecem o domínio onde os temas

existenciais da perda e do luto podem ser abordados ou trabalhados (...). Atualmente, os nossos túmulos também são digitais e as nossas memórias dos mortos são por vezes virais” (*ibidem*). De fato, é possível afirmar que os ambientes digitais parecem ser a melhor forma do ser humano alcançar a imortalidade. Pelo menos até agora. A pergunta que perdura é se todos querem ser imortais ou se têm noção das consequências de uma dita imortalidade digital.

No entanto, para Öhman e Floridi (2017) as pesquisas focaram-se principalmente em práticas culturais e sociais, discutindo apenas o papel da tecnologia, deixando a economia e a ética inexploradas. Embora esclarecedoras, muitas vezes falham em situar o tema dentro de um contexto político e económico mais amplo, “a investigação atual sobre a vida digital após a morte tende a negligenciar o fato de a presença online dos mortos ser geralmente mediada por plataformas comerciais” (*ibidem*, p. 640).

### **2.3 Indústria da Pós-morte digital**

Esta tese parte do trabalho de Öhman e Floridi (2017) que investigaram mais de 50 empresas que operam no mercado global da morte digital. Os autores formulam o conceito de «Digital Afterlife Industry», categorizam o setor e identificam os supostos interesses económicos dessa nova indústria, que segue crescendo em ritmo acelerado. A partir do trabalho já realizado pelos autores aprofundarei o conceito de DAI, que ao longo desta dissertação será denominada de «Indústria da Pós-Morte Digital».

Longe de uma perspetiva filosófica e tampouco religiosa, a «indústria da pós-morte» segue aquecida e focada nos lucros, numa abordagem muito mais económica do que ética. Nos ambientes digitais, a continuidade dos laços entre os vivos e os mortos está mudando a maneira como a humanidade vê a própria morte. O enlutado pode manter contato com os perfis dos falecidos, ao assistir e alimentar esses perfis com depoimentos, fotografias e vídeos. “Há um fenómeno social em que existe alguma dificuldade em aceitar a morte, uma espécie de cultura imatura para enfrentá-la que pode ser explicada pela distância física entre os utilizadores”, como aponta Lagerkvist (2013, p. 2). Por exemplo, os utilizadores do Facebook podem assistir diariamente os perfis dos falecidos e interagir com outros enlutados, famosos ou não, dando-lhes a ilusão de que podem evitar o sepultamento definitivo mantendo literalmente uma pseudo-interação com o ente falecido (Lagerkvist, 2013, p. 2).

Os perfis dos mortos no Facebook ultrapassarão os vivos antes do final do século

(Öhman & Floridi, 2018). Os vestígios digitais de pessoas falecidas na Web impulsiona o surgimento de um novo setor industrial, que demanda uma estrutura adequada para enfrentar os desafios éticos da morte no ambiente digital. Diversas empresas já oferecem atendimento baseado em ‘softwares’ de conversação online, que se baseia no registo digital da pessoa viva e perdurará por muito tempo, mesmo após o falecimento do utilizador. Este paradigma abriu um nicho de mercado para as indústrias gerir a «vida após a morte» dos utilizadores e apresenta um risco iminente de ser moldado por interesses comerciais (Öhman & Floridi, 2018). O mapeamento da gestão do legado digital possibilita a criação de serviços orientados para a morte digital, ilustram como os dados gerados pelos utilizadores nas redes sociais é valioso, de modo que, mesmo após a morte, seguem sendo importantes para as empresas (Leaver, 2013, p. 1).

Em 2009, o Facebook implementou uma política oficial que permite que os perfis dos falecidos no Facebook se tornem páginas de memória onde os familiares podem escolher entre transformar o perfil em Memorial ou apagar a conta. O Instagram, até o momento segue as diretrizes da Meta Platforms. No auge da pandemia da COVID-19, em 2020, a companhia anunciou mudanças dado ao elevado número de mortes em todo o mundo, o que levantou o debate sobre como as TIC estavam lidando com a perda iminente de utilizadores. “Temos vindo a trabalhar nestas atualizações há algum tempo, embora esta seja uma - entre outras - que acelerámos à luz da COVID-19 para ajudar a apoiar a nossa comunidade durante um período difícil”, afirmou o Instagram em abril de 2020 (Notopoulos, 2020). No entanto, até o momento não foram registadas alterações significativas na plataforma, para além das que já estavam sendo implementadas. No Capítulo 4, apresento um estudo de caso sobre o modelo de negócios e quais foram os avanços nas políticas de privacidade em relação ao perfis e contas de pessoas falecidas.

Ao concentrar esforços numa definição da DAI bem como seus interesses económicos, voltamos a Öhman e Floridi (2017). Para os autores, as próprias empresas estavam entre os primeiros a reconhecer os desafios e oportunidades causados pelo número cada vez mais crescente de utilizadores mortos na Internet. Anteriormente, lidar com os mortos representava um problema para essas empresas. Além do memorial do Facebook, o Google criou o recurso de «gerente de contas inativas» que informa diretamente a sua rede sobre a morte do utilizador. Em junho de 2021, a Apple anunciou o recurso de «legado digital» que permite que um amigo ou membro da família aceda os dados de seus utilizadores após a morte. A medida serve para os dispositivos e para os dados que se encontram armazenados em nuvem e até então de utilização exclusiva do utilizador ainda vivo. Além das gigantes tecnológicas, diversos serviços

surgiram na última década e começaram a explorar a morte online como negócio.

O Facebook torna os mortos «nós» em uma economia em rede que se abre para outros «nós», em vez de excluir os perfis (Karppi, 2013). Os *media* social são incentivados a manter os dados e informações dos utilizadores mortos para que a economia de dados continue circulando. Enquanto isso, os mortos ficam a mercê dos modos de participação dos vivos.

“Os mortos online tocam diferentes utilizadores e tornam-se a base para diferentes modos de participação. Em suma, os estudos que se debruçam sobre o luto online partilham uma abordagem centrada no utilizador. O papel do falecido está, no entanto, subordinado aos diferentes modos de participação do utilizador e às expressões culturais realizadas pelos enlutados, turistas de luto e outros agentes” (Karppi, 2013, p. 3)

O discurso da morte nas redes sociais provoca um impulso social e comercial para a «preservação da personalidade póstuma». Entretanto, a literatura sobre morte digital produzida nos últimos anos, embora aborde a economia política, pouco explorou a dimensão ética e nem reconheceu a dimensão da natureza industrial da existência digital pós-morte nos dias atuais. A morte digital é um negócio emergente e muito lucrativo, embora empresas como o Facebook e Google ainda busquem a maneira certa de minerar dados da interação póstuma (Öhman & Floridi, 2017; Leaver, 2013; Meese et al., 2015).

Nas tentativas anteriores de categorizar os serviços dentro da DAI, (Foot et al., 2005) trataram exclusivamente de locais memoriais. Categorizações sistemáticas que operam na DAI são raras apesar que Meese et al. (2015) afirmar que existem tutoriais sobre a variedade de serviços. Öhman e Floridi (2017) referem-se a De Oliveira et al. (2015) como a única tentativa sistemática de categorizar os diferentes serviços digitais *pos mortem*. Ainda, apesar de não ter uma definição clara sobre o setor, De Oliveira sugere quatro tipos de serviços: a) Serviços de mensagens, b) Memoriais Online, c) Gestão do Património Digital e d) Mineração de Dados. Entretanto, para Öhman e Floridi (2017), essas sugestões necessitam de base empírica, pois os autores não apresentam uma metodologia ou processo de como chegaram a essa categorização e não há uma definição clara.

Na definição de Öhman e Floridi (2017) acerca da «Digital Afterlife Industry», as empresas que compõem a DAI são como ‘guarda-chuvas’ que monetizam a morte online a partir de três critérios: (1) produção (para ser classificado como indústria, alguma forma de bem ou serviço precisa ser produzido); (2) comercialização (bens, serviços e experiências com a única finalidade de obter lucro; aqui ficam de fora as atividades sem fins lucrativos, comunidades religiosas, instituições de caridade, ou seja, tem que ter lucro). O último critério

pode ser definido pela (3) utilização online de restos mortais digitais como os conteúdos informativos online.

Neste sentido, é importante ressaltar o que distingue a DAI: a comercialização de funerais físicos, digitais e atividades offline; projetos biológicos, de imortalidade do corpo orgânico; empresas que lidam com restos digitais de animais não humanos. Com base nestes critérios e distinções, os autores definem a DAI como: “qualquer atividade de produção de bens (ou serviços) comerciais que envolva a utilização online de restos digitais” (Öhman & Floridi, 2017, p. 644).

Os autores ressaltam a necessidade de uma taxonomia sistemática e rigorosa no que tange a definição da DAI. Para chegar a isso foi preciso reexaminar a indústria a partir de quatro pontos: a lista fornecida pelo blog *TheDigitalBeyond.com*<sup>6</sup>, a lista usada no texto de Oliveira (2015), os 50 acessos no buscador Google utilizando os termos «digital afterlife service». A partir disso, Öhman e Floridi (2017) chegaram a seguinte organização dos serviços da DAI:

- 1- Serviços de gestão de informação: que cria alguma forma de vontade digital que mantém ativos aqueles que morreram, por exemplo, *Lives On*, uma aplicação baseada na web que permite ao utilizador manter sua atividade no *Twitter*;
- 2- Serviços de mensagens póstumas: envia um e-mail para o utilizador e, na falta de resposta, reúne mensagens e outras formas de conteúdo digital para enviar a um destinatário específico. A empresa *Dead Men's Switch* entra nesta categoria, permitindo-lhe organizar a sua última mensagem para o seu círculo de relações e armazená-la na sua nuvem. Muitas empresas combinam serviços de mensagens póstumas com serviços de gestão da informação;
- 3- Serviços de memoriais online: disponibiliza um espaço online para um falecido, ou um grupo, ser lembrado pelos entes queridos através da partilha de imagens, vídeos, entre outros conteúdos como as redes sociais como Facebook ou Twitter e serviços de funerárias;
- 4- Serviços de recriação: que utilizam os dados pessoais do utilizador falecido para

---

<sup>6</sup> O projeto *Digital Beyond* mantém uma lista de serviços online que são criados para ajudar as pessoas a planear a morte digital e vida após a morte ou homenagear entes queridos. A lista apresenta diversos tipos de serviços. Disponível em: <http://www.thedigitalbeyond.com/online-services-list/>

gerar novos conteúdos, replicando seu comportamento social, por exemplo o *Eter9* que conta com inteligência artificial para aprender o comportamento informacional do utilizador a fim de replicá-lo após a morte. Ou empresas como a *Eterni.me* e a *Replika*, que já oferecem serviços como *software* de chat online, baseado em rastros digitais, que continua a acontecer após a morte do utilizador (Öhman & Floridi, 2017).

Ao conceituar o uso económico dos restos digitais, Öhman e Floridi (2017) se baseiam na filosofia económica de Karl Marx ao se referir a atividade do “trabalho humano como trabalho vivo. O produto desse trabalho é o trabalho morto ou congelado. Quando acumulado e mercantilizado o ‘trabalho morto’ torna-se capital” (Öhman & Floridi, 2017 *apud* Marx, 2015, p. 163). Utilizando a filosofia marxista dos mortos-vivos no contexto da DAI, ou autores defendem que quando explorados no processo de criação de valor, os falecidos na Internet tornam-se uma forma de ‘agência’, que exige uma atividade vital (trabalho) dos vivos para continuar existindo, ou seja, permanecer produtivo. Neste contexto, os legados digitais podem ser entendidos como uma forma de capital. Os autores concluem: “(...) que a utilização de restos mortais digitais para fins comerciais cria um interesse em aumentar, quer as vendas dos restos mortais, quer a interação dos consumidores com os mesmos” (Öhman & Floridi, 2017, p. 648). Portanto, na DAI, a lembrança dos mortos não é apenas uma questão de sentimento humano, mas de benefício económico, pois os mortos não são lembrados da maneira que as pessoas em luto querem lembrá-los, mas da maneira que essa interação tenha mais lucro para as empresas que exploram os restos digitais de uma pessoa falecida.

Para Floridi (2014), devemos nos relacionar com dados privados como sendo parte do nosso corpo. Para o autor, nossos dados pessoais são os nossos «órgãos informativos», portanto, uma extensão do nosso corpo físico. A partir desta visão, o direito à privacidade informativa deve ser preservado mesmo após a nossa morte, haja vista que, como um «órgão informativo», não deve ser alterado, duplicado, distribuído sem que a pessoa esteja no controle deste processo. Infringir a privacidade informativa de um indivíduo é uma agressão, uma violação à sua dignidade humana pois o conceito de propriedade aplicado aos vivos, de serem donos da sua própria «viagem ao mundo» deve ser também aplicado aos mortos (Silva, 2025). Floridi (2014) faz um alerta:

“Se não tivermos cuidado, se não tivermos defesas, uma exposição precoce pode ser letal ou ferir-nos para sempre. Quantas coisas existem que gostaríamos de nunca ter visto ou ouvido? Temos de proteger a privacidade das crianças exatamente porque as TIC são tecnologias que moldam o eu. Ao mesmo tempo, podemos relaxar a nossa atitude em relação a alguns tipos de “informação pessoal morta” que, tal como

“pedaços mortos de nós próprios”, não são realmente, ou já não são, constitutivos de nós próprios” (Floridi, 2014, p. 122).

Os dados de pessoas falecidas podem ser vistos como um legado, semelhante a artefatos em museus que representam culturas passadas. Assim como museus preservam objetos para contar histórias e construir identidades coletivas, os dados digitais podem ser utilizados para preservar e honrar a memória de indivíduos. Para o autor, essa preservação deve ser feita com respeito, garantindo que os dados não sejam explorados ou distorcidos, mas utilizados de forma ética para perpetuar a dignidade e a autenticidade das narrativas. Embora não apresente soluções ou respostas absolutas, Floridi propõe o debate acerca das narrativas que são construídas em torno dos conteúdos que os utilizadores deixam nas redes sociais, devem ser preservados, considerando as vontades e desejos individuais (Floridi, 2014).

#### **2.4 Identidade, *self* e vida digital póstuma**

Numa perspetiva sociológica, Erving Goffman (1993) caracteriza o «self» como um método para compreender o comportamento pessoal em público e a relação que este «self» público tem com um «self» privado, portanto, “um ciclo potencialmente infinito de ocultação, descoberta, falsa revelação e redescoberta” (p. 13). O conceito de «self» é um elemento que, para Teoria Dramatúrgica de Goffman, implica a manipulação das impressões de outros, para que criem uma determinada imagem da pessoa. A identidade é, portanto, uma construção que os seres humanos fazem de si mesmos para os outros com base nos papéis que desempenham no palco da vida. Portanto, os indivíduos criam uma «fachada pessoal» para integrar os diferentes papéis desempenhados ao longo de suas vidas.

Giddens (1991), afirmou que “no contexto de uma ordem pós-tradicional, o eu torna-se um projeto reflexivo” (*ibidem*, p. 32), portanto, isso não é simplesmente uma opção, algo com o qual os indivíduos podem decidir se engajar ou não. Nas sociedades da modernidade tardia o «self» tem de ser feito reflexivamente e a autoidentidade parece ser algo rotineiramente criada e sustentada nas atividades reflexivas de cada indivíduo. O autor argumenta que a construção reflexiva do «self» é necessária para manter afastadas as ansiedades causadas pelas rápidas e profundas mudanças sociais, portanto, a construção reflexiva do «self» é, em outras palavras, vista como uma resposta particular e uma maneira de lidar com as incertezas contínuas da rápida mudança social. “O eu não é uma entidade passiva, determinada por influências externas; ao forjarem as suas autoidentidades, por mais locais que sejam os seus contextos específicos de

ação, os indivíduos contribuem e promovem diretamente influências sociais que são globais nas suas consequências e implicações” (Giddens, 1991, p. 2).

No campo dos Estudos dos *Media*, para Zizi Papacharissi (2011), o «self» nas sociedades modernas tardias “é expressa como uma abstração fluida, reificada através da associação do indivíduo a uma realidade que pode ser igualmente flexível” (*ibidem*, p. 304). O processo de autoapresentação torna-se um ciclo em constante evolução na forma como a identidade individual é apresentada, comparada, ajustada ou defendida em refutação a uma constelação de realidade sociais, culturais, económicas e políticas. Portanto, o «self» é um ponto de referência abstrato em constante evolução para que um indivíduo entenda sua relação com o mundo ao seu redor. Ou seja, é uma projeção que se transforma, mas permanece ancorado na pessoa/indivíduo e na sua forma de experienciar as suas relações com o mundo. A tecnologia pode fornecer o palco para essa interação, conectando o indivíduo com vários públicos, separadamente ou simultaneamente e as redes sociais online constituem sites de apresentação e negociação da identidade. “Um ‘eu’ em rede introduziu uma antologia de debates sobre o que significa apresentar o ‘eu’ em ambientes em rede online”, refere a autora (Papacharissi, 2011, p. 304), p. 304).

Em contraste com o «self», a identidade pode ser definida como um fenómeno contingente às relações sociais, mas enquadrado em um conjunto de códigos de aparência e encenado para outras pessoas (Giddens, 1991). Tanto do ponto de vista individual quanto do coletivo, a identidade pode ser pensada como um estado singular ou como uma combinação de identidades plurais (Castells, 2010).

Podemos então concluir que, na pós-modernidade, a identidade é um conjunto de significados estéticos e socialmente codificados que inferem atributos ou comunidade sobre uma entidade, e os mortos, ou seus avatares, não são excluídos de possuir ou expressar uma identidade (Fordyce et al., 2021). A identidade é construída a partir da interação, conexão, exibição, gerenciamento e visibilidade por meio da privacidade. Nos ambientes online, a autorrepresentação resulta na junção da escrita textual, visual, imagética e até mesmo da voz. Com isso, essa construção acarreta nas «performances de si», mesmo numa relação de sociabilidade através da relação com as plataformas e para diferentes públicos simultaneamente (Fotopoulou, 2018; Papacharissi, 2011).

As plataformas online passam a ser ambiente espacial do «self» movendo-se em «geografias de lugares imaginados» (Papacharissi, 2011), o que para Giddens (1991),

autoidentidade é, mesmo que inconscientemente, as práticas e a ação social racionalizadas. Essas escolhas e comportamentos são parte das nossas trajetórias de longo prazo e futuros imaginários. Massey (2008) situa espacialmente o «self» e elucida como o lugar e a constelação específica das relações sociais incorpora e estrutura as formas como cada indivíduo imagina seus destinos geográficos. “[...] todas as negociações de lugar acontecem no movimento entre identidades que estão se movendo [...]”. Significa, também, que qualquer política que apreenda as trajetórias em pontos diferentes está tentando articular ritmos que pulsam em diferentes compassos. Este é outro aspeto do caráter elusivo do lugar que torna a política tão difícil (Massey, 2008, p. 225). Podemos dizer que a morte, quando pensada em vida, é um lugar geográfico de futuro imaginado. Não se sabe ao certo o que (lá) nos espera, por mais que a religião e a fé nos digam sempre algo. Na indústria da pós-morte digital, o que é construído e comercializado parte do que cada um de nós produz enquanto dados.

Se as performances de si mesmo (Goffman, 1993) da vida digital são frutos da nossa interação online e da produção de dados, metadados, informações pessoais disponibilizadas diariamente nas plataformas de redes sociais (Papacharissi, 2011), a questão dos «mortos vivem» (Savin-Baden & Burden, 2019) mantendo uma presença e se conectando aos vivos tem atraído a atenção de investigadores, empreendedores e das próprias plataformas de redes sociais como Facebook e Instagram, Twitter, LinkedIn, entre outras. Os traços digitais da comunicação acumulados em servidores de propriedade privada das TIC comunicam uma série de informações sobre legado, comportamentos, persistência, presença e continuidade. O notável interesse no reaproveitamento dos dados pessoais após a morte biológica tem crescido em diversos âmbitos (Fordyce et al., 2021), sobretudo, pelas empresas que oferecem serviços digitais póstumos.

No entanto, os recentes estudos sobre os *media* digitais mostraram que cada vez mais os utilizadores buscam manter uma conexão mediada com a pessoa falecida através de mensagens publicadas nas redes sociais e nos memoriais online, forçando as próprias empresas a responderem uma demanda emergente, como o Facebook, que criou o memorial *online* ainda em 2009. Por outro lado, nem tudo é oportunidade de negócio para a chamada Indústria da Pós-Morte Digital e a exploração deste novo «nicho de mercado» não parece ser tão bem visto assim, por alguns setores da sociedade, como apontam (Öhman & Floridi, 2018).

Fordyce e colegas (2021) investigaram diversos serviços online que explicitamente vendem a promessa da ‘vida digital póstuma’, e as ambiguidades da conexão e desconexão após a morte biológica. Os autores analisaram um conjunto de diferentes práticas implementadas

pelos utilizadores e oferecidas pelas empresas para planear e gerenciar a comunicação póstuma nas redes sociais. Foram identificadas e classificadas em quatro categorias, sendo elas:

- «the surrogate» (o agente humano que gerencia as redes sociais do falecido, muito comum nos perfis de celebridades e pessoas públicas);
- «the automated» (conjunto de mensagens pré-planeadas que serão lançadas nas redes sociais acionadas por um mecanismo automatizado, representando a pessoa falecida ‘If I Die’);
- «the algorithmic» (um mecanismo híbrido que reposta conteúdos postados pelo falecido ainda vivo como se fosse novamente uma espécie de personificação);
- o «artificially intelligent» (sistemas de ‘chatbot’<sup>7</sup> que se baseiam nos dados de um utilizador para engajar uma conversa e produzir novos conteúdos que ressuscitam a pessoa falecida (Fordyce et al., 2021, p. 117).

Goffman (1993) continua a influenciar os estudos sobre autoapresentação na vida social quotidiana e ajuda-nos a compreender o comportamento online das pessoas nas sociedades profundamente mediatizadas. Os dispositivos eletrónicos foram apropriados pelos indivíduos de modo que já não podemos mais considerá-los isolados, mas como parte da nossa vida quotidiana, de tal forma que nos influencia na forma de ver e viver a vida. Quer gostemos ou não, todos os aspetos da sociabilidade humana são mediados pelos *media* e que na maioria das vezes não refletimos sobre esta questão. Todavia, o universo mediático e o mundo real foram convertidos no nosso próprio mundo da vida, implicando uma supersaturação de mensagens (Deuze, 2013). Os media digitais e a nossa relação com eles integram um conjunto de práticas sociais rotineiras, mentais e corporais, intrinsecamente presentes na forma como manipulamos os objetos digitais, nos relacionamos com outras pessoas e como percebemos o mundo (Deuze, 2013; Reckwitz, 2002).

As «performances de si» (Goffman, 1993) e as «formas tecnológicas de vida» (Lesh et al., 2002) provocaram um colapso complicando a conexão digital na pós-morte. As performances moderadas e automatizadas da existência digital póstuma “não podem ser entendidas simplesmente como uma continuação da identidade pessoal ou autoapresentação” (Lesh et al., 2002), p. 117). Assim, essa identidade póstuma é desarticulada, descontextualizada

---

<sup>7</sup> O *chatbot* investigado por Newton (2016); o bot Bina48 detalhado por Lifonaut (2014); a empresa *Eterni.me* e a Microsoft com chatbot patenteado no final do ano de 2020, são exemplos de como a inteligência artificial tem sido utilizada para recriar identidades póstumas online.

e descontinuada da vida que procura representar, sendo a presença social automatizada desalinhada das noções de autorrepresentação, das performances de identidade no palco ou a continuidade do «self» no contexto da pós-morte.

“Enquanto formas de (pós-)vida humana mediada, defendemos que estas performances devem ser entendidas pelo modo como materializam as ambiguidades da ligação/desligação e do eu/identidade. São espetáculos que são possibilitados e condicionados pelas possibilidades e imperativos tecnológicos de manter a ligação digital para além da morte” (Fordyce et al., 2021, p. 117).

Com o avanço das tecnologias vivemos com a ideia de que é possível contornar o luto ou ressignificá-lo. Afinal, as fotografias antigas em preto e branco do ente querido falecido, usadas como recurso pelos nossos avós para matar a saudade, foram de certa forma substituídas por uma infinidade de possibilidades de conectar-se ao falecido. E para os que almejam a imortalidade, parece que a ideia de permanecer para sempre nunca esteve tão próxima. Entretanto, problematizar uma vida digital póstuma é um dever de todos nós. A identidade digital moldada pela tecnologia é ainda mais complexa, sobretudo, quando gerida por uma entidade comercial com fins lucrativos. Ou seja, o «self» que hoje representamos nas redes sociais, a partir da publicação de imagens, áudios, textos, vídeos será provavelmente moldado. Ao passar por um processo de mineração desses dados, mediada por um serviço e baseada em simulações, moldará essa autoapresentação de tal modo que apesar de contar com as informações, já não mais extrai as experiências subjetivas vividas. Esses novos dados são gerados numa lógica de aproximação, extraída parcialmente ou de dados refletidos do processo de «machine learning» e das interações contínuas com outros indivíduos e outras máquinas, para além do contexto original vivido:

“(…) A intenção original do falecido não é e não pode ser captada nestes momentos, apenas os seus vestígios. Como tal, as personas digitais póstumas são remediadas por plataformas, protocolos e processos digitais comerciais de formas que complicam os binários de Goffman de *frontend* e *backstage*, ou de identidade e eus sociais” (Fordyce et al., 2021, p. 130)

Neste sentido, seguindo a teoria de Goffman, o «backstage» de uma presença digital póstuma é apenas o registo de um «frontstage» de uma pessoa falecida, transpondo para o contexto social mediado e profundamente mediatizado por dispositivos móveis. Ao problematizar a teoria dramaturgica de Goffman contrapondo com as formas tecnológicas de vida de Lesh et.al (2002), Fordyce et al. (2021) concluem que as três categorias – ‘pessoa, self e identidade’ – são mantidas, mas perdem o ponto de referência de uma pessoa viva para uma falecida. No entanto, após a morte, essas categorias se separam e são gerenciadas por sistemas

diferentes. Portanto, num contexto social mediado por computadores, as provocações de Fordyce et al. (2021) tornam-se relevantes para compreendermos as transformações do «self» e a construção da identidade na sociedade contemporânea.

A discussão sobre a utilização dos legados digitais para reconstrução de identidades póstumas online tem gerado debates em diversas áreas. Tanto que o Parlamento Europeu iniciou, em 2016, uma discussão sobre a criação de uma categoria de «personalidade eletrônica», embora a personalidade após a morte ainda não seja atribuída nas redes sociais *online*, para regular as ações das empresas que estão construindo robôs.

Como já foi mencionado anteriormente, empresas como a ETER9 (Ver Figura 1), que já oferece a possibilidade de um «segundo eu» ou um *doppelgänger*<sup>8</sup>, crescem em todo o mundo disfarçados de redes sociais e com discursos de aumento de produtividade no trabalho ou em tarefas cotidianas, utilizando inteligência artificial para recriar identidades online prometendo a «imortalidade digital».

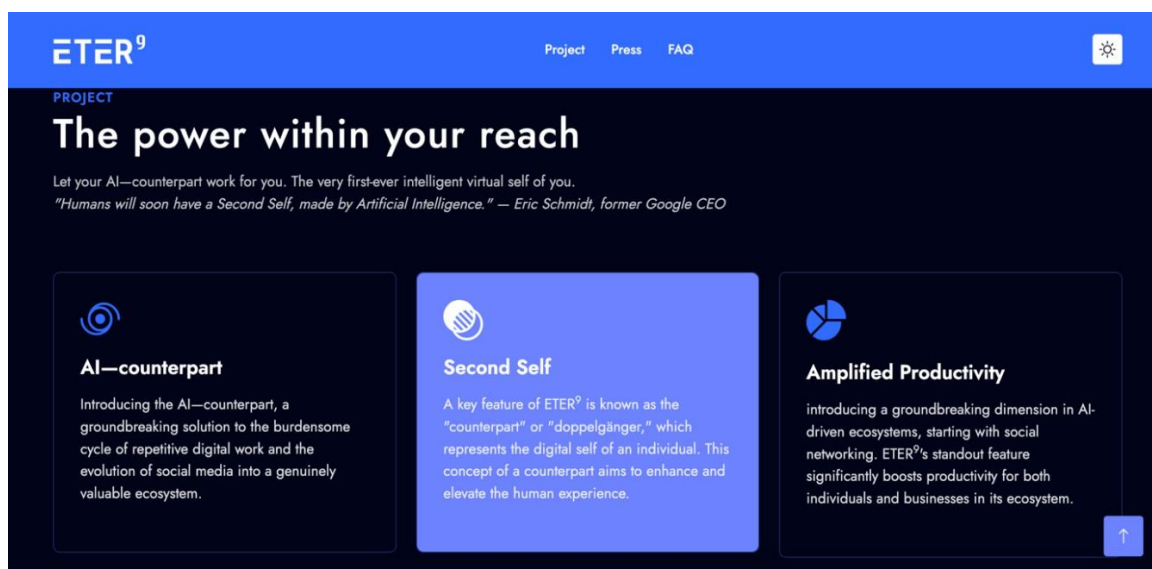


Figura 1: Homepage do website da ETER9. Captura de ecrã em 09/12/2024.

Na seção de Perguntas & Respostas do site a empresa faz uma breve descrição de como a imortalidade digital acontecerá em seus serviços, respondendo à pergunta “Como funciona o serviço de imortalidade digital da ETER9?”:

---

<sup>8</sup> O termo *Doppelgänger* surge originalmente no romance *Siebenkäs*, publicado em 1796 por Johann Paul Friedrich Richter e significa um gêmeo fantasmagórico. Na pesquisa de Bassett (2022), o conceito é aplicado às representações digitais de pessoas falecidas. A autora se apropria do termo para discutir sobre a persistência online dos «Doppelgängers digitais» e a relação com a memória, presença e ausência que desafiam as normas tradicionais de finitude e esquecimento na Era Digital.

“A característica de imortalidade digital do ETER9 é conseguida através da criação e desenvolvimento da *Counterpart*. de um utilizador. Ao longo do tempo, este avatar baseado em IA aprende com as publicações, comentários, gostos e comportamento online geral do utilizador. Quanto mais um utilizador interage na plataforma, mais precisamente a *Counterpart*. consegue imitar o seu comportamento e estilo de comunicação. Este processo permite que a Contraparte continue a interagir na rede em nome do utilizador, criando uma forma de presença digital que persiste para além da vida física. Os utilizadores podem gerir e orientar as suas Contrapartes para garantir o alinhamento com as suas preferências, criando um legado digital personalizado” (Eter9, sem data).

Na versão 2021-2024 do *European Parliament Draft Report* publicado pelo *Special Committee on Artificial Intelligence in a Digital Age* rascunha possíveis caminhos para a regulação da utilização da Inteligência Artificial bem como as potenciais oportunidades, riscos e obstáculos. De acordo com o documento:

“(…) A IA abrange tecnologias que já são amplamente utilizadas, tecnologias que estão atualmente em desenvolvimento, bem como invenções especulativas que poderão existir no futuro. No âmbito da atual transformação digital, o impacto da IA não pode ser subestimado (…)” (Europeu, Parlamento, 2021).

Há questões sociais, económicas, políticas e éticas postas sob a mesa neste momento sobre a exploração da pós-morte digital automatizada a partir da recolha, distribuição e mineração de dados por parte das plataformas. Essas problemáticas não só colapsam contextos, mas também as temporalidades, espacialidades e ontologias da presença. “Ao fazê-lo, as vidas posteriores automatizadas complicam as noções de ‘eu’ e de ‘identidade’, envolvendo as entidades com questões sociais, éticas e políticas relativas às pessoas” (Fordyce et al., 2021, p. 132).

Neste sentido, a próxima seção discutirá o que de fato significa o conceito de «imortalidade digital» e porquê este fenómeno preocupa investigadores, empresas e órgãos reguladores.

## **2.5 Imortalidade digital**

O debate em torno da «comunicação digital póstuma» cresce na medida que a indústria da pós-morte digital avança na tentativa de estabelecer um contato ‘direto’ com os mortos. No entanto, esse novo tipo de comunicação também levanta questões complexas sobre formas válidas de representação da memória dos mortos ou apenas representam o controle e a exploração do capitalismo que distorce o significado de luto e da mortalidade?

O conceito «imortalidade digital» aparece na literatura no artigo “Digital Immortality”, publicado pelos ex-funcionários da Microsoft, Gordon Bell e Jim Gray (2001), quando trabalhavam no departamento de investigação da companhia. Sendo uma das primeiras publicações, se não a primeira a discutir a tecnologia digital como *continuum* capaz de prolongar a «vida» do corpo de uma pessoa. Ao propor os conceitos de «imortalidade unidirecional», baseado na premissa de preservar e transmitir uma ideia ou comunicação com o futuro e a «imortalidade bidirecional», que que permitirá que você ou pelo menos parte de si, comunique com o futuro no sentido em que o artefato continua a aprender e a evoluir. Os autores defendiam que a «imortalidade bidirecional», ou seja, a preservação das experiências de uma pessoa digitalmente preservadas e que depois ganham ‘vida própria’ será possível ainda no século XXI. As conclusões surgiram no âmbito do projeto *Cyber All*, da Microsoft<sup>9</sup>.

Para os autores, as tecnologias digitais oferecem novos tipos de informação que podemos transmitir ao futuro. Permitem que quase qualquer pessoa crie a sua própria imortalidade para uma comunidade de qualquer dimensão. “As tecnologias futuras irão certamente aumentar a nossa capacidade de transmitir ideias e experiências, criando uma relação unidirecional com as futuras gerações, caso estas queiram ouvir ou ver”. Por exemplo, para guardar todas as conversas que uma pessoa já ouviu, é necessário menos de um *terabyte* para uma qualidade adequada (Bell e Gray, 2001, p.2).

O surgimento do papel e depois da imprensa tornaram mais fácil e menos trabalhoso registrar, preservar e divulgar ideias, posteriormente, facilitado pelos gravadores de voz, máquinas fotográficas e câmeras de vídeo que facilitaram o registo dos acontecimentos, baixando os custos de armazenamento. Como exemplo, os autores mencionam os websites <https://www.legacy.com/>, [www.forevernetwork](http://www.forevernetwork.com), [www.memorymountain.com](http://www.memorymountain.com), que oferecem serviços pagos para guardar cartas, ensaios, fotografias, vídeos e histórias a fim de transmitir para futuras gerações, o que os autores classificaram como “websites equivalentes a túmulos

---

<sup>9</sup> De acordo com Bell e Gray (2001), o projeto *Cyber All* é um repositório de documentos, fotografias, música, áudio e gravações de vídeo. Na altura em que o artigo foi publicado, os autores afirmaram contar com “12 gigabytes, incluindo o armazenamento de 4 livros, 20 conferências em vídeo codificadas, 150 CDs de música, vários milhares de documentos e um arquivo de mensagens de correio eletrónico” para exemplificar que o armazenamento ainda correspondia a despesas significativas no projeto de investigação que conduziam “o verdadeiro custo de um arquivo está na captura, organização e apresentação dos dados. É para aí que se dirigem os nossos esforços de investigação” (Bell e Gray, 2001, p. 2).

digitais, criptas e bibliotecas” (Bell & Gray, 2001, p. 3).

“Para além desta imortalidade unidirecional, começamos a ver indícios de que pelo menos alguns aspetos de uma pessoa poderiam ser expressos como um programa que interage com as gerações futuras. É interessante o facto de que, tendo em conta o arquivo da produção oral de uma pessoa, é possível criar um avatar convincente dessa pessoa. Este avatar pode “viver para sempre” num mundo virtual e responder a perguntas sobre a vida passada dessa pessoa” (*ibidem*).

O principal desafio identificado pelos autores, na altura da publicação do artigo, é se esse programa poderá alguma vez aprender o suficiente para se manter atualizado, o que eles mesmo consideraram especulação. “Ter um programa imortal e interativo começa a parecer-se um pouco com a imortalidade bidirecional - ser capaz de ‘viver e comunicar’ para sempre” (Bell e Gray, 2001, p.3).

A especulação de Bell e Gray (2001) sobre um programa que pudesse guardar as memórias e artefatos digitais e promover a imortalidade bidirecional tem ganhado força nas últimas duas décadas. Tanto que em dezembro de 2020, a Microsoft registou a patente de um *chatbot* que apresenta a possibilidade da «reencarnação digital» e consiste na criação da consciência digital de uma determinada pessoa a partir do seu comportamento informacional na Internet. Poderá utilizar os dados, bem como imagens, registos de voz, textos, mensagens trocadas no Messenger e WhatsApp e afins, para construir o perfil de uma pessoa e replicar a voz de um determinado utilizador já falecido ao interagir com a sua rede (Dustin & Joseph, sem data). Embora o registo tenha sido concedido em 2020, até o momento, não há qualquer sinal de que a Microsoft pretenda transformar a patente em produto.

No documento oficial publicado pelo *The United States Patent and Trademark Office* (USPTO), agência federal para concessão de patentes e registo de marcas registadas nos EUA, os engenheiros responsáveis pormenorizam o projeto de patente (Ver Figura 2) denominado “Creating a Conversational chat bot of a specific person”.

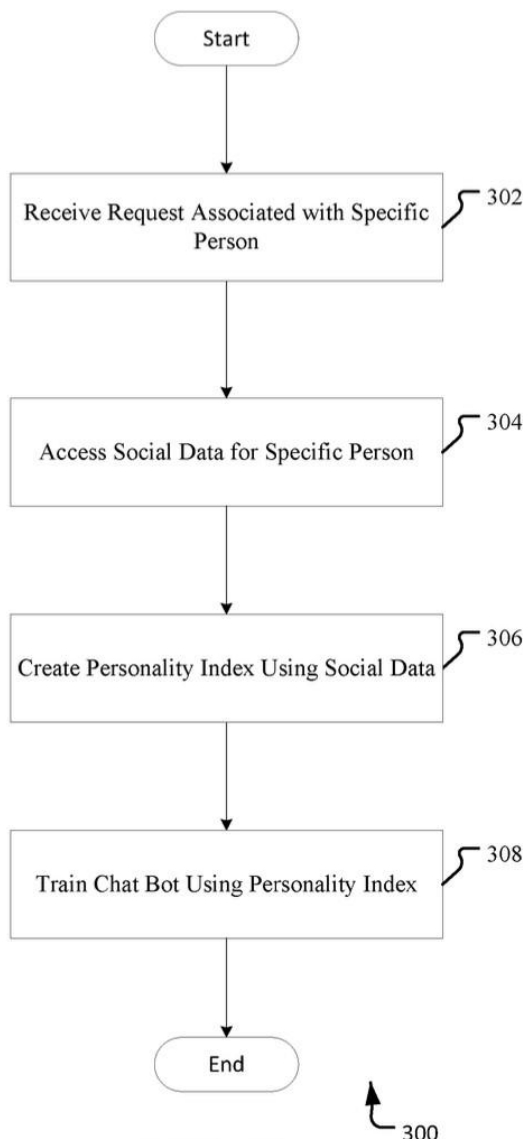


FIG. 3

Figura 2: Projeto de chatbot da Microsoft patentado em 2020 (USPTO, 2020, p. 3)

Os «digitais imortais» é um conceito para se referir a avatares criados por meio de inteligência artificial que replicam padrões de comunicação e características das pessoas falecidas, oferecendo a possibilidade de continuidade e dos vínculos (Bassett, 2022; Besser et al., 2023; Harju & Huhtamäki, 2021; Savin-Baden & Mason-Robbie, 2020).

Na investigação de Bassett (2022) as pessoas utilizam a «tanatecnologia» para garantir que seus entes queridos permaneçam virtualmente presentes após a morte biológica. Ela sugere

que essa presença contínua desfoca nossa compreensão de onde está o «lá», criando um espaço onde o tempo e o espaço não são limitados, possibilitando assim a existência de um *Dasein*<sup>10</sup> digital. Essa telepresença dos mortos oferece um novo ambiente onde o falecido se torna uma combinação de estar socialmente vivo e biologicamente morto. A natureza dessa relação mediada entre pessoas em luto e pessoas mortas visa manter um vínculo duradouro. Para alguns entrevistados da pesquisa de Bassett, a herança digital contém a essência dos mortos, sinalizando uma aceitação das pessoas sobre as tecnologias que utilizam legados digitais como estratégias de memorialização. Sobre as suas descobertas, a autora diz:

“Os mortos mediados por tecnologias digitais são mais socialmente ativos do que em qualquer momento da história da humanidade e a proteção dos direitos destes mortos socialmente ativos é crucial para qualquer campo de estudo” (Bassett, 2022, p. 19).

As práticas digitais funcionam como novos rituais de luto, onde a interação com perfis e memórias digitais serve como uma forma de conexão simbólica com o falecido, assim, a dependência crescente de tecnologias digitais para lidar com o luto e preservar memórias devem ser uma preocupação constante. Essas práticas podem deslocar o foco do luto como um processo humano e emocional, transformando-o em uma interação mediada por tecnologia, muitas vezes controlada por empresas que monetizam essas relações (Harju & Huhtamäki, 2021).

Morse (2024) investiga as percepções dos utilizadores sobre a vida após a morte digital e as tecnologias de comunicação póstuma. O estudo, baseado num inquérito nacional a utilizadores israelenses revela que ainda há relutância em adotar as chamadas «Tecnologias de Comunicação Póstumas» (PCT). No entanto, Morse identifica uma tendência contraditória na percepção dos utilizadores. Enquanto tecnologias criadas especificamente para interagir com os mortos têm tido pouca adesão, os utilizadores apropriam-se de *media* de comunicação online, como as redes sociais, por exemplo, originalmente destinados para outros fins, para facilitar a comunicação com os falecidos. Embora considerem apenas o contexto de Israel no estudo, Morse revela que as atitudes em relação à comunicação póstuma digital são complexas e em evolução. A questão do controlo sobre a *persona* digital póstuma é central na aceitação das

---

<sup>10</sup> Originalmente, o conceito de *Dasein* surge na filosofia de Heidegger e é explorado por Kim (2017). Bassett (2022) discute a ideia de um *digital Dasein* como *being-in-the-world* e como isso se transforma em *digi-sein*, *being-in-the-world-wide-web*. Ela explora como as memórias e mensagens digitais das pessoas falecidas já sobreviveram à existência biológica de seus criadores e como isso se relaciona com a experiência de luto (Bassett, 2022, p. 55).

dessas tecnologias de conversação.

“Os resultados mostram que a utilização de plataformas digitais para animar os mortos continua a ser controversa, talvez mesmo blasfema. A maioria dos participantes rejeitou a perspectiva de comunicação póstuma com os mortos, e a interação com os DUPs foi considerada desrespeitosa por metade da amostra. Uma possível explicação para estes resultados é o fato de as pessoas têm relutância em utilizar tecnologias desconhecidas e aquelas que não podem controlar, especialmente quando essas tecnologias pretendem simular os utilizadores mortos e agir em seu nome” (Morse, 2024, p. 26).

Os serviços de comunicação póstumas que possibilitaram a representação digital de pessoas falecidas e que tem sido abraçada pela indústria da pós-morte digital, leva-nos a novas possibilidades de interagir digitalmente com os mortos, obviamente, não com os mortos em si, mas com suas contas e legados digitais (Fordyce et al., 2021; Savin-Baden & Burden, 2019). De acordo com Bassett (2022), Morse (2024) e Fordyce et al. (2021), uma forma de comunicação póstuma ocorre quando os mortos ‘entram em contato’ com os vivos e se comunicam com eles, o que pode acontecer por meio de plataformas digitais de pós-vida unidirecionais, intencionais e acidentais. Ao distinguir os tipos de comunicação, os autores propõem a seguinte classificação (Ver Tabela 3).

<b>Dos mortos para os vivos (D2L)</b>	Plataformas digitais de pós-vida unidirecionais intencionais.	DeadSocial, MyWishes e SafeBeyond
	Plataformas digitais de pós-vida unidirecionais acidentais.	Redes sociais, como Facebook e Twitter, Instagram.
<b>Dos vivos para os mortos (L2D)</b>	Plataformas digitais de pós-vida bidirecionais intencionais.	LifeNaut, ETER9 e Eternime

Tabela 2: Tipos de comunicação unidirecional. Elaborado pela autora

De acordo com o quadro, a comunicação unidirecional dos mortos para os vivos (D2L) é feita por meio de plataformas digitais de pós-vida unidirecionais intencionais. São concebidas para permitir a criação e o armazenamento de mensagens destinadas a entrega futura. Esses sistemas são utilizados por pessoas vivas que desejam deixar mensagens póstumas para serem entregues a entes queridos em momentos específicos, previamente escolhidos, como uma data importante ou ocasião especial. Esse tipo de plataforma é uma evolução digital de práticas tradicionais, como escrever cartas para serem lidas após a morte. Essas ferramentas possibilitam que indivíduos planeiem e iniciem uma comunicação com os vivos, mesmo após seu falecimento. Nesse cenário, quem dá início à continuidade do vínculo é o utilizador que estará

morto no momento da entrega, enquanto os destinatários, que permanecem vivos, recebem as mensagens de forma passiva.

Plataformas digitais de pós-vida unidirecionais acidentais, por sua vez, incluem redes sociais, originalmente criadas para a utilização de pessoas vivas, mas que agora armazenam contas de utilizadores falecidos que permanecem acessíveis. Nessas plataformas, interações ou memórias relacionadas aos mortos podem surgir acidentalmente, frequentemente iniciadas pelos próprios algoritmos dos serviços. Isso ocorre porque, na ausência de notificações sobre a morte do utilizador, os sistemas automatizados das plataformas podem sugerir interações com essas contas como parte de suas funcionalidades regulares. Assim, as interações geradas são, na verdade, resultados não intencionais do funcionamento do *software*.

Por outro lado, a comunicação unidirecional dos vivos para os mortos (L2D), é outra forma de interação póstuma e ocorre quando pessoas vivas utilizam recursos de redes sociais para manter um vínculo emocional com os mortos, comunicando-se com eles após o falecimento. Segundo Bassett (2022), essas interações acontecem geralmente em plataformas digitais de pós-vida unidirecionais acidentais, por meio de funcionalidades como mensagens instantâneas, áudios ou publicações na linha do tempo de um falecido. Nesse caso, quem toma a iniciativa da comunicação são os utilizadores vivos, que agem como remetentes, enquanto os mortos permanecem como recetores inertes. Apesar da ausência de respostas por parte dos falecidos, muitos consideram essas interações uma oportunidade para expressar sentimentos e preservar memórias (Segerstad et al., 2022).

Já as plataformas digitais de pós-vida bidirecionais intencionais foram projetadas para permitir a comunicação bidirecional (L2D e D2L) entre vivos e mortos, mesmo após o falecimento. Essas tecnologias, descritas como baseadas em inteligência artificial por Fordyce et al. (2021), criam representações virtuais animadas de indivíduos falecidos. Inspiradas por conceitos como os apresentados no episódio de *Black Mirror*, essas plataformas prometem ‘fazer o *upload* da mente’ do utilizador para um ambiente digital, gerando avatares que imitam a personalidade do falecido. Os algoritmos dessas ferramentas utilizam dados recolhidos de perfis e interações realizadas em vida para criar versões digitais dos utilizadores, capazes de se comunicar com pessoas vivas. Isso possibilita manter conversas contínuas com uma máquina que simula a identidade da pessoa já falecida. No entanto, as pessoas falecidas não têm controle sobre como seus avatares ou *chatbot* digitais operarão. A construção e o desempenho desses simulacros dependem inteiramente dos desenvolvedores das plataformas, o que os diferencia das plataformas unidirecionais, onde os utilizadores deixam mensagens específicas e planeadas

(Morse, 2024; Bassett, 2022).

A mercantilização da morte digital, discutida por Hurtado (2023) e Kneese (2023), destaca o potencial económico e as implicações éticas de transformar os legados digitais em produtos ou serviços. Esse processo pode incluir a gestão de perfis póstumos, a criação de conteúdos memorialísticos e a utilização de dados de falecidos para treinamentos de inteligência artificial. A principal crítica dos autores envolve a exploração comercial de identidades digitais, frequentemente sem o consentimento prévio da pessoa falecida, o que cria um cenário problemático de violação da privacidade e de desumanização dos restos digitais. Hurtado (2023) observa que essas práticas reforçam a mercantilização do luto, desafiando normas culturais sobre a preservação da memória.

A implicações legais da imortalidade digital coloca questões problemáticas e que merecem atenção por parte da sociedade, sobretudo, quando se discute a herança digital, o controle de perfis póstumos e o papel das empresas de tecnologia no gerenciamento dos restos digitais (Harbinja et al., 2023; Öhman, 2024; Morse & Birnhack, 2022). Há a necessidade urgente de legislações específicas que equilibrem os direitos dos vivos e dos mortos, o que até o momento tem sido um grande desafio para as diferentes jurisdições, considerando que cada país está a formular leis e diretivas com diferentes níveis de avanço (Öhman, 2024; Morse e Birnhack, 2022), enquanto as empresas de serviços póstumos atuam globalmente.

Nesse campo, um dos principais pontos críticos é o conflito entre privacidade, autonomia e os interesses comerciais das plataformas digitais. As legislações atuais, muitas vezes, são inadequadas para lidar com as complexidades da vida pós-morte digital, criando enorme lacuna regulatória que permite abusos e incertezas para as famílias e para a sociedade em geral. Como mencionado no Capítulo 1, Harbinja et al. (2023) realizou um estudo comparativo sob a legislação em diferentes países, analisando as questões sobre ativos digitais e da privacidade *pos mortem*, concluindo que, para além da preocupação acerca do desenvolvimento das tecnologias emergentes, está a necessidade de um quadro jurídico que aborde os desafios únicos no contexto da morte digital.

Com o avanço das tecnologias digitais, as possibilidades de os indivíduos alcançarem a imortalidade tornaram-se mais sofisticadas. Além das empresas que operam a DAI (Öhman & Floridi, 2017), dos avanços do Facebook para controlar os dados pós-morte (Brubaker & Callison-Burch, 2016), de como os mortos, apesar de mortos fisicamente, seguem vivos digitalmente (Walter, 2017), das empresas que criam «personas» digitalmente imortais

(LifeNaut, 2017), é preciso aprofundar sobre o que é de fato a imortalidade pensada a partir do século XXI.

Savin-Baden e Vitoria Masen Robbie (2020) editaram o livro *Digital Afterlife; Death Matters in a Digital Age*, que reúne uma parte significativa da literatura sobre morte digital. Com a intenção de desviar da discussão utópica sobre as benesses e facilidades que a transformação digital nos proporcionou e ainda proporcionará, e as abordagens distópicas sobre conversar com mortos presente na ficção científica e na Cultura Digital, pretende-se aqui ampliar a discussão proposta por David Burden (2020). O autor debruçou-se sobre as abordagens e tecnologias envolvidas na construção de um «digital immortal»<sup>11</sup>, na perspectiva das Ciências da Computação, apresentando um contributo significativo para os estudos sobre imortalidade digital. O autor explora a tecnologia atual no âmbito da morte digital e avalia seu estado de maturidade de forma a concentrar esforços na compreensão dos objetivos a longo prazo que dão razão às discussões acerca da imortalidade, como se comunicará, e sua influência e poder. *Digital Immortal (DI)* é, portanto, uma abordagem que dá sentido à imortalidade na direção de si mesmo, na contramão do caminho evolutivo e de algumas das formas esotéricas de imortalidade tipicamente vistas na ficção científica ou mesmo, nos livros de autoajuda. Em vez disso, Burden (2020) argumenta sobre a grande capacidade do DI desenvolvida por meio das constantes abordagens convencionais da computação, das arquiteturas cognitivas, do processamento de linguagem natural e do gerenciamento de informações. Ou seja, o verdadeiro desafio da imortalidade digital é ultrapassar a inteligência artificial que hoje vai ao encontro de propósitos específicos para infundir a sua própria narrativa de si mesmo.

Derivado da arquitetura detalhada do componente humano virtual em Burden e Savin-Baden (2019) e de uma arquitetura DI anterior em Savin-Baden, Burden e Taylor (2017), Burden (2020) propõe um modelo de alto nível para o que ele denomina como principais elementos de um DI (Ver Figura 3):

---

<sup>11</sup> Ao longo deste capítulo adotarei a nomenclatura em inglês «digital immortal» com a abreviação DI para corroborar com as ideias originais de Bruden (2020).

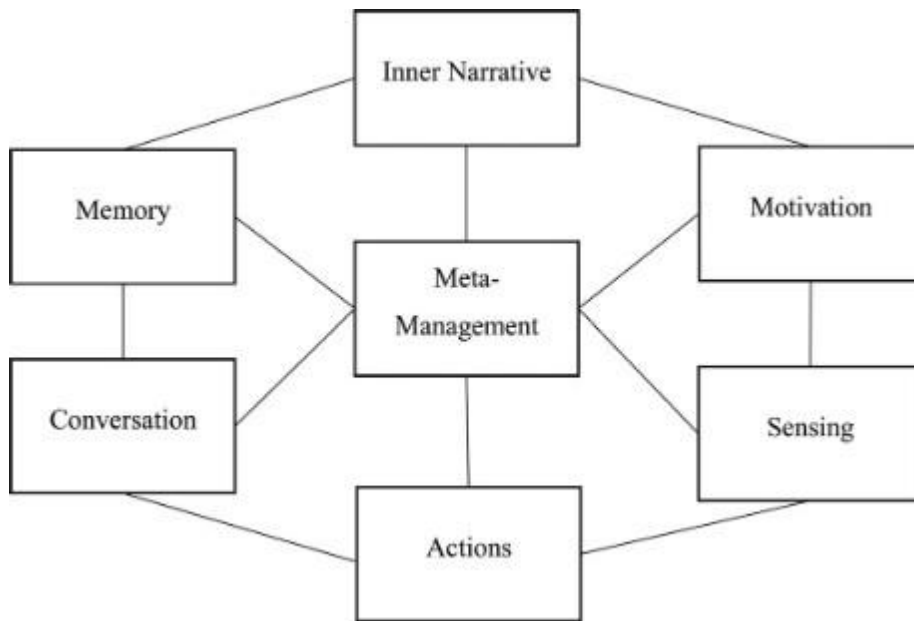


Figura 3: Modelo de uma arquitetura do imortal digital de alto nível (Burden, 2020, p. 145)

Motivação - Uma função de motivação que define os objetivos para o DI, tanto no nível do dia-a-dia quanto em escalas de tempo mais longas (mês, ano, década, século, milênios).

Ação - Um conjunto de ações que podem ser utilizadas pelo DI para atingir metas. A maioria dos objetivos necessitará de muitas ações em uma escala de tempo significativa para atingir objetivos específicos.

Conversa - A capacidade de conduzir uma conversa em linguagem natural – em alguns aspectos, uma forma especial de ação, mas integrada a um DI.

Memórias - A capacidade de se referir a memórias passadas (do Sujeito da DI) e de construir suas próprias novas memórias.

Narrativa interna - Uma narrativa interna, que reflete o diálogo interno da DI e pode incluir elementos de planejamento, ensaio, imaginação e reflexão.

Gestão de Metas - Um nível de meta-gestão que define uma série de atividades, incluindo a mudança de motivações e objetivos de nível mais alto ao longo do tempo, personalidade e manutenção de memórias.

‘Sensing’ - A capacidade de detetar informações no mundo fora do DI, o que inclui o mundo cibernético, bem como o mundo físico (Burden, 2020, p. 145), ou seja, a sciência.

O modelo mais recente proposto por Burden (2020) não inclui os aspectos mais subjetivos da pessoa humana, do sujeito da DI, a personalidade, as emoções, o humor e os sentimentos. Entretanto, estes aspectos estão presentes em Burden e Savin-Baden (2019). Burden (2020) descreve, ainda, os tipos do «digital immortal» que conceitualmente podem ser caracterizados como ativo e o passivo. Um DI passivo pode suportar algum nível de interação, como um *chatbot*, por exemplo, ou ainda mais passivo como uma página de website. Entretanto, de acordo com o modelo acima, não possui uma motivação própria a ser perseguida, as interações podem apresentar pouca persistência e seu estado mantém-se como uma conversa, mesmo que possa haver comentários sobre a passagem do tempo «Como você se sente hoje? Você está ansioso para o Natal?». Esse é o modelo mais presente neste momento e em via de consolidação pela própria indústria da pós-morte digital e com pesquisas científicas substanciais. Burden (2020) sugere que a falta de clareza dos sistemas faz com que qualquer desenvolvimento de sistemas de imortalização digital sejam visto com cautela. Porém, ele mesmo argumenta que essas são as formas mais básicas da vida após a morte digital. Como exemplo cita Sophia<sup>12</sup>, o robô humanoide que chegou até a discursar nas Nações Unidas e recebeu a cidadania da Arabia Saudita (Griffin, 2017). Embora os hologramas 3D de sobreviventes do holocausto e os inúmeros personagens 3D em tamanho real já criados (Gringlas, 2017) demonstrem habilidades visualmente impressionantes, sua interação são respostas tipicamente pré-gravadas, acionadas por palavras-chaves (Burden, 2020).

O DI ativo está em construção e considerará quatro estágios de desenvolvimento já nas próximas décadas: o primeiro é o desenvolvimento da conversa, como já temos visto atualmente e que utilizará a atual tecnologia (2020-2030). O segundo estágio é o desenvolvimento do significado, a motivação e narrativa interna, mas ainda com melhorias moderadas na tecnologia (2030-2040). O terceiro estágio compreende a generalidade, uma vez que a inteligência artificial terá sido alcançada (2040-2060). Por fim, o último estágio, o da «senciência artificial», quando as máquinas serão capazes de sentir sensações e sentimentos de forma consciente (2060-2080). Ao que tudo indica e seguindo a hipótese de Bruden (2020), até ao fim deste século, sistemas inteligentes estarão entre nós com a capacidade de sentir emoções por si só.

Antes de aprofundar o modelo de Burden (2020) e a considerar o atual contexto dos

---

<sup>12</sup> Guardian, The. (2017). '*Sophia*' the robot tells UN: 'I am here to help humanity create the future'. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/video/2017/oct/13/sophia-the-robot-tells-un-i-am-here-to-help-humanity-create-the-future-video>

sistemas inteligentes, capitaneados pela indústria da pós-morte digital, temos um longo caminho a percorrer na compreensão da imortalidade digital. Diversos autores têm se dedicado a tentar conceituar a imortalidade digital, que apesar de ser um tema emergente e em constante transformação, alguns caminhos já foram traçados.

“O desejo de continuar a existir após a morte pode ser compreensível, mas a velocidade a que a tecnologia está a impulsionar a imortalidade digitalizada não pode ser ignorada. A oportunidade de “continuar a viver” tem o potencial de mudar radicalmente a paisagem religiosa, e os desenvolvimentos recentes sugerem impactos sociopolíticos nos entendimentos sobre a incorporação, a morte, a vida social dos mortos e novas formas de veneração *pos mortem*” (Burden e Savin-Baden, 2019, p. 13).

A imortalidade digital é um campo problemático pois afeta as emoções e a capacidade de gerenciar legados. Há pouca evidência sobre o desaparecimento total dos que morreram nos seus círculos sociais (amigos, familiares, líderes religiosos), bem como nas práticas de luto (Kim, 2001). Num outro espectro, Vigilant e John Williamson (2003) e Kasket (2012) sugerem maneiras de alcançar a imortalidade simbólica, considerando três categorias distintas: a imortalidade a partir da reprodução biológica, a criativa, a transcendental e a natural. Considerando os objetivos desta investigação, concentramos nossa atenção às definições que consideram a evolução das novas tecnologias da informação e da comunicação e, conseqüentemente, das plataformas de redes sociais, abandonando os aspetos mais transcendentais. Neste sentido, a ideia da presença póstuma nas redes sociais tem despertado o interesse de muitas pessoas e instituições, sobretudo, quando a presença dos mortos aumenta a cada dia nos ambientes digitais.

Klass (2006) observou que todos os artigos publicados retratavam a continuidade dos vínculos como sendo uma experiência individual das pessoas e descreve que esse novo ajuste do luto é alcançado na conversa, na interação entre as pessoas. “Em nosso estudo do luto, precisamos incluir as narrativas culturais nas quais as conversas com os vivos e os mortos são estabelecidas” (Klass, 2006, p. 852). Walter (1996) define que o propósito do luto é construir uma biografia durável da pessoa falecida que permita, aos que estão vivos, continuar a integrar os mortos, ou seja, que encontrem um lugar estável e seguro para manter sua conexão. Para que este lugar seja de fato seguro, a imagem da pessoa falecida tem de ser razoavelmente precisa e partilhada com outras pessoas, o que acontece quando outras pessoas que conheciam o falecido também interagem. As palavras de Walter (2016) são categóricas ao afirmar que essas outras pessoas podem não estar preparadas ou prontamente disponíveis em uma sociedade móvel. “O funeral desempenha um papel de facilitação dessas conversas e na realização desta biografia

durável, estável e segura” (Walter, 1996 *apud* Kasket, 2012, p. 67).

As plataformas de redes sociais mudaram radicalmente as restrições que a separação geográfica e a divisão social colocavam. “Quando a comunidade de enlutados se reúne num site de rede social, as suas memórias e ações servem para evoluir e acrescentar à identidade da sociedade, a biografia duradoura (digital), que foi iniciada pelo indivíduo falecido durante a sua vida” (Kasket, 2012, p. 67), isto não é uma surpresa já que as pessoas visitam com mais frequência os sites de memoriais do que os cemitérios físicos como apontou Kasket (2012).

O memorial do Facebook pode ser facilmente enquadrado no conceito de biografia durável de Walter (1996) e na teoria de vínculos contínuos de Kasket (2012). Esta biografia é situada, ou seja, o falecido deve estar em um contexto. Se visitarmos o perfil no Facebook de um amigo ou ente falecido, instantaneamente nos depararemos com todas as interações feitas com aquele perfil. É possível ver a rede de amigos, fotografias, eventos, memes, gostos, seus e de outras pessoas, vídeos, início e término de relacionamento, empregos, as conversas e todo o universo de conteúdos publicados pela pessoa em vida e por você com ela. Podemos participar do ritual pós-morte publicando homenagens e mensagens, comentários nas homenagens de outras pessoas e nos relacionar com a rede do falecido, que podemos também ter vínculos ou não. “O Facebook facilita o sentir a presença dos mortos, conversar com os mortos, experimentar os mortos como guias, e falando sobre os mortos” (Kasket, 2012, p. 68). É como se eles nunca tivessem de fato falecido, pois a continuidade desses vínculos permanece cada vez que uma memória é ativada ou quando simplesmente sentimos saudades e vamos até o perfil ver fotos e vídeos antigos com o ente querido que faleceu.

Savin-Baden e Burden (2017) sugerem uma distinção para as formas de imortalidade digital. A primeira é a passiva, onde o destinatário pode ler sobre o falecido em alguma forma de memória digital (o memorial do Facebook, por exemplo) ou mesmo intencionalmente como os serviços online de empresas como a SocialEmbers ou a aplicação de telemóvel KeepTheirMemoryAlive, sistemas criados para gerir os memoriais virtuais após a morte biológica. Já a imortalidade de mão dupla ou «Two-Way Immortality» é onde existe a possibilidade de o falecido continuar interagindo com os utilizadores e com o resto do mundo vivo, na forma de *chatbot* humano ou virtual. Essa interação pode ser de diversas formas ou até mesmo utilizando fotografias, vídeos, voz, manipulado por um humano virtual em sistemas do mundo real. E por fim, e como já discutido anteriormente, o «digital immortal» quando a entidade digital passará ao estágio do «sensing» e terá a capacidade de sentir por si e pelos outros, com o desenvolvimento da tecnologia de inteligência artificial (Bruden, 2020). O

impacto emocional, social, financeiro e empresarial da imortalidade digital nas relações sociais, entre amigos, colegas e instituições continua a ser uma área que merece total atenção (Kasket, 2012).

A investigação sobre a intersecção em relação à morte e às tecnologias digitais reforça que as atitudes em relação à morte são individualistas (Morse, 2024), baseadas em experiências pessoais (O'Connor & Kasket, 2022), e precisam ser estudadas em contextos específicos que considerem as interseções com a religião, o acesso à Internet, os aspetos culturais, sociais e económicos. A variação também se aplica ao envolvimento digital com a morte e os restos mortais digitais (Morse & Birnhack, 2022). Algumas pessoas em luto encontram grande conforto na oportunidade de manter um canal de comunicação com os seus entes queridos falecidos, mesmo que esse canal seja unidirecional. Outras pessoas em luto não se sentem confortáveis quando os mortos são mantidos vivos online e defendem o fim da existência online dos mortos como apontou o estudo de Morse (2024). Neste sentido, essa investigação pretende contribuir com a discussão ao focar especificamente em falantes da língua portuguesa, consequentemente, de países como Portugal e Brasil, como veremos nos próximos capítulos.

## **II Parte – Estudo Empírico**

## Capítulo 3 – Metodologia

### 3.1 Objetivos e questões de investigação

Qualquer projeto de investigação deve estar profundamente amparado por epistemologias e ontologias. Esta tese explora representações, sentidos, percepções e dinâmicas para perceber como os indivíduos entendem a pós-morte digital. Especificamente, como pessoas em luto gerem as memórias dos entes falecidos nos ambientes digitais e como planeiam a sua vida após a morte digital, como desejam ser lembrados e/ou esquecidos e o que sabem sobre a indústria da pós-morte digital.

A partir da revisão de literatura, concordo que a morte digital é a ideia de um espaço virtual, onde ativos, legados, património e restos digitais residem como parte de ‘alma cibernética’ (Bassett, 2018), pressupondo uma presença digital que pode continuar ou não a existir após a morte biológica (Savin-Baden et al., 2014). Os *media* parecem estender a personalidade de uma pessoa após a sua morte, como a criação da *persona* digital, quando o falecido continua a interagir com os vivos; a criação de *software* autónomo e semiautónomo que permite que os mortos utilizem os *media* para intervir em eventos atuais, mesmo após a morte biológica. As plataformas de redes sociais como o Facebook e o Instagram tornam os mortos «nós», em uma economia em rede que se abre para outros «nós», em vez de excluir os perfis (Karppi, 2013). E esses serviços estão sendo utilizados por um número crescente de pessoas como uma nova forma de lidar com a morte (Bassett, 2022).

Como um campo emergente e em desenvolvimento, a literatura aponta que a operação de empresas que recriam a presença póstuma através de tecnologias emergentes como a inteligência artificial (Meese et al., 2015) estão provocando mudanças no paradigma sobre a morte e o morrer, ainda em andamento, mas que sugerem que as relações sigam mesmo após a morte a partir dos vínculos virtuais (Kasket, 2019; Brubaker et al., 2013).

Os dilemas éticos, os impactos e os riscos em torno da comoditização de dados de pessoas falecidas perpassam os limites biográficos e da memória. As interações numa memória em rede e a exploração das mais variadas formas de lembrar os mortos representam um desafio na investigação acerca da memória na morte digital (Ochoa, 2020). Embora esclarecedoras, as pesquisas sociológicas muitas vezes falham em situar o tema num contexto político e económico mais amplo (Öhman & Floridi, 2017). À medida que os *big data* avançam

em direção à análise preditiva e à gestão tecnocrática aberta da sociabilidade humana, é preciso questionar criticamente quais tipos de dados são recolhidos, para qual finalidade e por quem na era do capitalismo de plataforma (Pasquale, 2016). Este questionamento não tem contemplado a questão da comoditização dos dados pós-morte digital, tampouco, a percepção das pessoas em luto, sobre como se sentem ao serem confrontados com a experiência individual, ao se relacionarem com os perfis dos falecidos e de terem de pensar sobre a sua própria vida digital póstuma.

A partir da literatura e das lacunas identificadas esta tese tem quatro objetivos: i) analisar como operam plataformas digitais que ofertam serviços de memoriais online, especificamente, a empresa Meta Platforms, bem como suas dinâmicas e estratégias comerciais, modelos de negócios, políticas de privacidade e utilização de dados dos utilizadores que já faleceram; ii) identificar padrões nas mensagens dos grupos online de apoio ao luto; para, assim (iii) perceber as causas e motivações do fenómeno dos laços contínuos a partir dos legados digitais na expressão do luto online; e, por fim, (iv) identificar valores, representações, sentidos, percepções e dinâmicas para perceber como os indivíduos entendem a pós-morte digital.

Algumas das questões que norteiam esta investigação estão centradas em: *Qual a percepção das pessoas em luto sobre a utilização de dados de ente queridos falecidos pelas plataformas de redes sociais e como percebem a sua própria morte digital? Quais são as dinâmicas de criação e funcionamento, narrativas das publicações e como pessoas em luto interagem nos grupos de Facebook criados especificamente para práticas de luto online a partir das affordances disponibilizadas pela plataforma?*

Ao analisar e interpretar recorrências e divergências, as perguntas contribuirão para uma abordagem analítica, em que procuro ampliar a reflexão para o campo sociológico e dos estudos do *media*, principalmente, sobre as implicações da indústria da pós-morte digital a partir do que o capitalismo de dados ou a economia digital tem se apropriado da experiência humana da morte e do luto nos ambientes digitais como uma oportunidade.

O trabalho empírico consistiu em três estudos distintos. Respetivamente, o estudo 1 refere-se a um estudo de caso sobre as políticas de privacidade da Meta; o estudo 2 analisa as *affordances* do Facebook e interpreta as dinâmicas de funcionamento de dois grupos de apoio ao luto; e o estudo 3 procurou obter as perspectivas de pessoas em luto e moderadores de grupos de apoio ao luto sobre pós-morte digital.

### 3.2 Epistemologia e ética da investigação

Enquanto seres humanos, somos engenhosos em imaginar mundos em que os mortos continuem entre nós. E a humanidade segue criando formas, cada cultura ao seu jeito, seja na arte, na literatura, na religião e até na economia. Na modernidade, os mortos ficavam escondidos, guardados nas memórias familiares, nas orações e rituais. Na Era Digital, e mais precisamente no Ocidente, eles saíram dos cemitérios e hoje estão nos nossos telemóveis. O que não significa que ao manter a presença social dos mortos em nossos perfis nas redes sociais se tenham alterado radicalmente os paradigmas. Como apontou a literatura, ainda há alguma resistência em manter os mortos online em espaços públicos como as redes sociais. E entre os mortos e as plataformas digitais, estão as pessoas em luto, ou seja, os vivos que reconfiguram as suas formas de expressar o luto público e individual, enquanto teóricos de diversos campos, profissionais da saúde e psicologia e a própria indústria da pós-morte digital procuram respostas para questões que ainda estão em desenvolvimento.

Neste trabalho não há hipóteses pré-concebidas. Minha reflexão parte de uma abordagem construtivista, numa tentativa de compreender como pessoas em luto se relacionam com as tecnologias digitais enquanto reconfiguram os significados da morte em seus próprios contextos. Portanto, esta investigação se enquadra a partir de um método emergente, indutivo, indeterminado e aberto que “começa com o mundo empírico e constrói uma compreensão indutiva do mesmo à medida que os acontecimentos se desenrolam e o conhecimento se acumula” (Charmaz, 2008, p. 155 *apud* Charmaz, 2014).

Partindo dos pressupostos da Teoria Fundamentada de Barney Glaser e Anselm Strauss (1967), que como uma metodologia de investigação qualitativa permite que teorias sejam geradas diretamente a partir de dados recolhidos, em vez de partir de hipóteses prévias, desenvolvi este capítulo de modo a apresentar o percurso da investigação. Em *Awareness of Dying*, Glaser e Strauss (1965) inseriram a morte e o morrer na agenda dos teóricos fundamentados, cunhando o conceito *awareness context*, no campo da saúde, para descrever diferentes formas que pacientes, familiares e profissionais da saúde percebem o processo da morte. No estudo clássico no campo da psicologia, os autores identificaram diferentes tipos de consciência durante o processo da morte, contribuindo para a criação de cuidados de fim de vida que fossem mais racionais e compassivos, bastante utilizados atualmente. O estudo *Awareness of Dying* é historicamente importante por ser a primeira teoria fundamentada já publicada, originando mais tarde a Teoria Fundamentada, desenvolvida a partir dos métodos que os autores documentaram para estudar o fim da vida. Alguns dos pressupostos da Teoria

Fundamentada incluem a ideia de que uma nova teoria pode surgir a partir de uma investigação qualitativa sistemática, comparativa e indutiva, seguindo um conjunto de regras e até mesmo elevar o nível teórico da análise emergente. Apesar da flexibilidade, há um rigor maior na recolha e análise de dados para evitar problemas em relação às investigações etnográficas, como uma recolha de dados superficial e aleatória.

No entanto, a abordagem teórica ponto de partida desta investigação adota a «Teoria Fundamentada Construtivista», desenvolvida por Kathy Charmaz (2014), que possibilita uma perspetiva reflexiva e interpretativa acerca do processo de construção de teorias a partir dos dados. A nova versão Construtivista preserva as estratégias de Glaser e Strauss (1967), de que a construção da teoria é o objetivo da teoria fundamentada. O conjunto de dados oferece ao investigador aprender sobre as pessoas e sobre o que estudamos, a ter atenção ao que ouvimos e ao ambiente sem hipóteses pré-determinadas. Os dados são o ponto de partida, através das observações, interações e material que é recolhido sobre o tema central ou o contexto, permitindo que o investigador siga os dados da forma que foram concebidos, com a vantagem de contar com diretrizes explícitas de como proceder.

Contudo, ao propor uma versão construtivista, Charmaz (2014) entende que os dados são construções sociais em que os pesquisadores cocriam significados durante a pesquisa. Assim, como a Teoria Fundamentada tradicional, a versão construtivista utiliza abordagem indutiva, mas enfatiza o processo iterativo de recolha e análise de dados, dando mais flexibilidade metodológica. Já na teoria tradicional essa flexibilidade é reduzida, fazendo com que o investigador adapte as estratégias de acordo com as necessidades e o contexto da investigação, seguindo um rigor metodológico que impede muitas vezes o investigador de refletir sobre as suas próprias posições, perspetivas e influências no processo pesquisa, o que Charmaz (2014) defende e incentiva.

Assim, considerei que a «Teoria Fundamentada Construtivista», na versão de Charmaz (2014), é a mais adequada para estudos que buscam respostas ou ampliam as questões quando se fala na perceção dos enlutados sobre a interseção entre a morte, o luto e as tecnologias digitais. Neste aspeto, o foco na profundidade da reflexividade e na autoconsciência metodológica permitirá “detetar e dissecar as nossas visões do mundo, a nossa linguagem e os nossos significados e revelar como eles entram na nossa investigação” (Charmaz, 2017, p. 36). Interessa-me a perspetiva da autora no processo de ‘autoconsciência’ e na relação com o poder, a ‘identidade’ e a ‘subjetividade’, sobretudo, quando a morte online passou a ser explorada pelas *big tech* num modelo de sociedade que é cada vez mais vigiada e dependente das

tecnologias digitais nos aspetos mais básicos do quotidiano. Charmaz (2017, p. 37) diz:

“Este tipo de autoconsciência envolve a definição de relações de intersecção com o poder, a identidade, a subjetividade - e a marginalidade - tanto para o investigador como para os participantes na investigação. Além disso, implica ver o que constitui estas relações e como, quando, porquê e até que ponto se deslocam e mudam. Não podemos assumir e reificar a sua estabilidade” (*ibidem*).

Charmaz e Belgrave (2012) sugerem que a «Teoria Fundamentada Construtivista» desempenha um importante papel nos estudos situados no campo da «tanatologia», já que aprofunda os significados da morte e do morrer para os participantes. Seguindo este pensamento, decidi que este é o quadro mais adequado para esta investigação, considerando os contributos de outras teorias que partem da abordagem construtivista como a do Laços Contínuos (Klass & Silverman, 1996) e da Teoria Dramatúrgica (Goffman, 1993), abordadas no Capítulo 2.

Considerando a sensibilidade das questões que envolvem a morte, o luto e o morrer, ainda visto como tabu, sobretudo nas sociedades ocidentais como vimos na Introdução e nos capítulos de revisão da literatura, as questões éticas foram uma preocupação constante. De acordo com Johnson e Clarke (2003), doenças terminais como o cancro e outras doenças estigmatizadas como o VIH/SIDA, assim como o morrer e a morte são sensíveis porque geram questões éticas e morais. Lembremos, também, do luto negligenciado (Doka, 2002), nos casos de suicídio e aborto, que aparecem em nossas entrevistas nos testemunhos das pessoas em luto.

A preocupação se dá tanto para investigadores e comitês de ética quanto pela possibilidade de causar consequências nas pessoas que concordam em participar. Por mais que os riscos possam ser mitigados através dos esforços e da boa intenção de quem assume o *front* de uma investigação deste tipo, do planeamento e do desenho de investigação, as consequências podem ser imprevisíveis, gerando nos participantes algum tipo de angústia e, por muitas vezes, negligenciando o próprio investigador, que poderá passar pelo ‘desconforto emocional e moral’ durante o processo da investigação (Johnson & Clarke, 2003; Johnson & Plant, 1996; Kaufmann & Palmberger, 2022).

Lembro-me que certa vez assisti nos *stories* do Instagram o relato de uma mulher transgénero descrevendo experiências negativas com cientistas sociais ao ser procurada para entrevistas de investigação de doutoramento. Num tom de indignação, ela relatou que em todas as contribuições que fez, ao aceitar participar, sentia-se ‘dessecada como um cadáver no momento da autópsia’. Ela dizia algo como: “Esses pesquisadores vêm aqui, ficam horas e

horas abrindo todas as minhas feridas, gravam, fazem apontamentos, me procuram novamente para recolher o que faltou, defendem suas pesquisas, desaparecem, recebem seus títulos... eu sigo aqui, desumanizada, como um rato de laboratório”.

Confesso que ao assistir a sequência de *stories* refleti comigo mesma que quando chegasse a essa etapa da minha investigação eu tentaria ao máximo não ser a investigadora que aquela mulher relatava. Portanto, todo o processo de recolha de dados seguiu um posicionamento ético e um planeamento em equipa, supervisionado por colegas mais experientes, centrado na proteção de quem contribuiu, mas também, na minha própria percepção sobre como devemos lidar com pessoas nestes contextos de investigação.

Por mais que a morte seja inevitável ou uma doença possa chegar a um ente querido próximo ou a qualquer um de nós, e todos nós, vamos passar cedo ou tarde por algum tipo de experiência ao longo da vida, às abordagens que “*se baseiam em retóricas de objetividade ou distância podem ser tanto inúteis para os investigadores como enganadoras para o público da investigação*” (Johnson & Clarke, 2003, p. 423). Todavia, como mencionado na Introdução, durante os quatro anos do doutoramento, eu perdi três entes queridos muito próximos (o meu irmão, o meu pai e o meu tio), o que neste contexto, é praticamente inevitável não me relacionar com as diversas camadas, sensibilidades e objetivos deste trabalho.

Debra Bassett (2020) reconhece que qualquer investigação requer elevados padrões éticos que contam com diretrizes sólidas a serem seguidas. Ela pondera que diretrizes éticas para investigação na Internet, mais especificamente no campo da *tanatecnologia*, ainda estão a dar os primeiros passos. Entretanto, a autora enfatiza que para além de seguir as diretrizes éticas que já existem, é fundamental que os investigadores dediquem tempo para dar *feedback*, mas também a sua contribuição, questionando os regulamentos éticos utilizados nas pesquisas atuais. Ela sugere que a ética faça parte de futuras conferências relacionadas com a *tanatecnologia* devido à natureza dinâmica dos estudos acerca da morte e do luto nos ambientes digitais (Bassett, 2020; Carmack & Degroot, 2014). Mais adiante neste Capítulo, apresentarei os procedimentos éticos adotados durante o trabalho de investigação.

Uma nota epistemológica impõe-se ainda sobre a natureza dos dados. No contexto da investigação qualitativa é necessário fazer a distinção entre dados online e offline, considerando que esta investigação adota métodos mistos de recolha e análise. De acordo com Markham (2003), uma investigação qualitativa na Internet investiga os fenômenos da Internet, portanto, estuda os vários e complexos significados e experiências que emergem em torno da Internet em

determinados contextos, que podem, também, estar relacionados com contextos de utilização. “A tarefa do investigador é inquirir sobre esses contextos, significados e experiências”, pontua Orgad, (2009, p. 3).

Nos ambientes online, há variados formatos, como elementos textuais (*posts*, tópicos de discussão), imagens, sons, notas de campo dos etnógrafos, incluindo observação participante e não participante em ambientes online, relatos de entrevistas presenciais. Em síntese, “dados online refere-se a toda a informação derivada da utilização de procedimentos de investigação qualitativa, obtidos através de metodologias virtuais implementadas pela e através da Internet” (Orgad, 2009, p. 3), portanto, todo o material recolhido da etnografia online.

Já os dados offline são obtidos utilizando metodologias tradicionais offline para estudar fenómenos relacionados com a Internet. Ou seja, o investigador utiliza procedimentos metodológicos em contextos offline que geram dados online. Esse procedimento é influenciado por estudos de audiência e consistem em testemunhos de utilizadores em entrevistas, observação participante, diários de utilizadores. Para Hine (2000), é necessário ver a Internet como um «artefacto cultural» e como uma «cultura», distintivamente. Embora a Internet seja considerada um espaço social único, diferente da televisão ou do telefone, normalmente, os espaços digitais são vistos como separados da vida social «offline» ou «real» (Hine, 2000). No que tange a morte e ao luto, veremos que as pessoas em processo de luto transitam entre essas atmosferas por diferentes razões, influências e estímulos durante o processo de luto, mantendo uma presença digital (Lagerkvist, 2019), numa complexa relação com a presença social e digital dos entes queridos falecidos (Kneese, 2023).

### **3.3 Desenho da investigação**

Para explorar as questões e atingir os objetivos desejados, é necessário clarificar as opções metodológicas que orientaram o estudo empírico. Para tal, a partir dos pressupostos epistemológicos que nortearam essa investigação, reiteramos o carácter qualitativo, baseado na Teoria Fundamentada Construtivista, com a adoção de métodos mistos, de recolha e análise de dados. O desenho global desta investigação é sistematizado na Tabela 4.

Questão de pesquisa	Objetivos específicos correspondentes	Métodos
Q1 – Quais são as implicações e oportunidades da Indústria da pós-morte digital?	(i) analisar como operam plataformas digitais que oferecem serviços de memoriais online, especificamente, a empresa Meta Platforms, bem como suas dinâmicas e estratégias comerciais, modelos de negócios, políticas de privacidade e utilização de dados dos utilizadores que já faleceram.	Estudo de Caso sobre a Meta: - análise de dados secundários e primários/documentos públicos sobre a política de dados e privacidade.
Q2 – Quais são as dinâmicas de criação e funcionamento, narrativas das publicações e como pessoas em luto interagem nos grupos de Facebook criados especificamente para práticas de luto online a partir das <i>affordances</i> disponibilizadas pela plataforma?	(ii) Identificar padrões nas mensagens dos grupos de apoio ao luto no Facebook.  (iii) Perceber as causas e motivações do fenómeno dos laços contínuos a partir dos legados digitais na expressão do luto online.	Observação online etnográfica não-participante de dois grupos de luto no Facebook.
Q3 - Qual a perceção das pessoas em luto sobre a utilização de dados de entes queridos falecidos pelas plataformas de redes sociais e como percebem a sua própria morte digital?	(iv) Identificar valores, representações, sentidos, perceções e dinâmicas para perceber como os indivíduos entendem a pós-morte digital.	Entrevistas semiestruturadas com 10 pessoas em luto, 5 moderadores de grupos de apoio, maiores de 18 anos, falantes ou nativos em língua portuguesa, residentes em Portugal.

Tabela 3: Questões, objetivos e métodos. Elaborado pela autora

Após a etapa de reflexão individual, simultaneamente ao cumprimento das atividades e cadeiras do programa de doutoramento, dei início ao desenho da pesquisa. A partir da provocação de Öhman e Floridi (2017), acerca da lacuna na literatura que incorporassem reflexões e abordagens sobre economia política de dados, para além das abordagens filosóficas, sociológicas, no campo da saúde e da psicologia, criei o desenho da minha investigação com o interesse específico em entender o modelo de negócios da Meta Platforms, especificamente, as políticas de privacidade e como a companhia monetiza os dados das pessoas falecidas.

Concretamente, parto do interesse em investigar como as pessoas em processo de luto percebem as mudanças nos paradigmas sobre a morte quando se deparam com os perfis de seus entes queridos, quais decisões tomam, baseadas em quais valores, crenças, perceções, se contratam serviços pós-morte digital. Por fim, e aqui está a lacuna que identifiquei e que acredito que possa contribuir com o campo de estudo, é que ao passarem pela experiência de gerir perfis, contas, legados e memórias dos familiares que faleceram, se refletem ou se já

pensaram sobre a sua própria morte digital.

Destaco que, na metodologia da teoria fundamentada, todo o processo não necessariamente ocorre de forma linear ou cronológica. Todavia, e por uma questão de otimização e prazos, segui uma linha cronológica para as etapas da investigação como a revisão de literatura, recolha de dados, codificação e análise. Nalguns momentos, houve alguma simultaneidade, o que considero positivo, haja vista que, as etapas se cruzavam em determinados momentos da investigação.

Desta forma, o trabalho empírico foi realizado em três estudos, com diferentes etapas e métodos de recolha e análise de dados. Assim, com responsabilidade e compromisso ético, avanço na próxima seção descrevendo os métodos qualitativos aplicados na recolha de dados; «estudo de caso» das políticas de privacidade da Meta Platforms; observação não participante em grupos de apoio ao luto no Facebook; entrevistas semiestruturadas com moderadores e pessoas em processo de luto.

### **3.4 Estudo 1 – estudo de caso Meta Platforms**

O estudo de caso sobre a Meta Platforms consistiu na investigação em profundidade da formulação, implementação e divulgação da política de privacidade da empresa detentora das plataformas Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger e Threads. O objetivo principal foi compreender como a Meta trata os perfis de pessoas que já faleceram e o tipo de suporte que é oferecido as pessoas em luto que recorrem a plataforma para excluir ou tornar uma conta Memorial no Facebook e Instagram. Na abordagem de estudo de caso, “os dados são interpretados dentro do contexto único de cada caso, a fim de fornecer um relato de uma instância, cenário, pessoa ou acontecimento específico” (Flick, 2014, p. 26) e podem referir-se “a um indivíduo, um grupo ou uma organização” (*ibidem*). Realizado *in loco*, o fenómeno em questão é a própria política de privacidade da Meta, disponibilizada no Centro de Privacidade e no Centro de Ajuda.

Numa primeira etapa da recolha de dados, recorreu-se à técnica de análise documental (relatórios, notícias e artigos), onde foram incorporados a história da empresa, seu modelo de negócios e práticas de mercado, combinada com uma etnografia online, em que o investigador imerge direto no ambiente estudado (Hammersley & Atkinson, 2019). Esta etnografia traduziu-se numa imersão na plataforma para compreender como a companhia se relaciona com seus

utilizadores acerca das suas políticas de Contato Legado e Perfil Memorial, o que permitiu observar como as ferramentas e informações são estruturadas para os utilizadores da família de aplicações da Meta (Facebook, Instagram, Messenger e WhatsApp). Nesta fase, pude compreender como o alinhamento entre a mensagem, portanto, o conteúdo disponibilizado aos utilizadores e a práticas relacionadas à legislação vigente, especialmente, ao Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) da União Europeia. Além disso, busquei captar informações explícitas, mas também as mensagens implícitas transmitidas pelo *design*, linguagem e navegabilidade. Essa combinação metodológica é defendida por Stake (2010), que ressalta a importância de múltiplas fontes de evidências para aumentar a credibilidade e a profundidade dos estudos de caso. Os resultados serão apresentados no Capítulo 5.

Foram recolhidas capturas de ecrã e hiperligações das aplicações Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger e Threads. Todas as páginas analisadas foram salvas no formato PDF, no meu computador, garantindo o acesso posterior, no caso de a empresa retirar alguma informação ou página do ar. No total, foram recolhidos 11 ficheiros com as versões das políticas de privacidade publicadas entre 2016 e 2024 no Centro de Privacidade da Meta; onze capturas de ecrã no formato PNG.; um documento oficial em PDF do Relatório Anual 10K para o ano fiscal terminado em 31 de dezembro de 2023, apresentado pela Meta Platforms à Comissão de Valores Mobiliários dos Estados Unidos da América, sede fiscal da companhia; e sete notícias de portais especializados no mercado financeiro. A recolha do material em PDF foi realizada entre 10 de setembro e 02 de novembro de 2024. As capturas de ecrã foram recolhidas no dia 30 de outubro de 2024.

Foram identificados cinco tópicos de interesse para percebermos de forma sistemática e aprofundada como a Meta tem lidado com os perfis de pessoas falecidas e quais avanços têm sido feitos no suporte as pessoas em luto em sua família de aplicações. Esses tópicos foram reunidos no livro de códigos apresentado na Tabela 5.

<b>Código</b>
Principais recursos/Funcionalidades
Funcionalidade de memorialização
Privacidade e Segurança
Publicidade/ Conteúdo patrocinado
Moderação/Direito autoral/Propriedade Intelectual

Tabela 4: Códigos para estudo de caso Meta Platforms

O contexto social e normativo, neste caso, o próprio Centro de Privacidade e o Centro de Ajuda da Meta, a partir da categorização por temas, situa o investigador no cenário estudado para interpretar os resultados em investigações qualitativas (Flick, 2014), mantendo a conexão com o contexto em que os dados foram produzidos, além de considerar as influências externas. Como influências externas, considero as mudanças constantes nas políticas por pressões de órgãos regulatórios, aplicação de multas e restrições, sobretudo, na União Europeia.

### **3.5 Estudo 2 – observação de grupos de enlutados no Facebook**

O estudo 2 consistiu na observação não participante de grupos de apoio ao luto criados por utilizadores como espaço de expressão do luto online. Como abordagem metodológica na investigação qualitativa, a observação possibilitou captar como os utilizadores em luto partilham experiências pessoais, constroem significados coletivos sobre a experiência da perda de um ente querido, onde se apoiam mutuamente e em comunidades nos ambientes digitais. Charmaz (2014) discute as diferenças na perspetiva do observador e a distinção entre ‘insider’ e ‘outsider’, o que para o meu trabalho fez mais sentido, e explico a seguir as razões éticas de assumir a perspetiva ‘outsider’. Portanto, que observa, mas não se engaja no ambiente estudado. Embora haja vantagens e desvantagens, a observação não participante permite uma análise mais objetiva e reflexiva do fenómeno observado. Mesmo tendo sido frequentemente associada a uma ‘hermenêutica de suspeita’ (Charmaz, 2014), onde o investigador questiona as narrativas e interpretações buscando entender as dinâmicas sociais e contextos, um ‘insider’ pode ser mais empático e próximo dos atores estudados.

Por outro lado, os ‘outsiders’ podem assumir uma posição mais suspeita e crítica (Lingard et al., 2007), o que não se aplica neste trabalho. Como uma investigadora que também está em processo de luto e para não influenciar nos resultados, optei por não «estar dentro», portanto, não interagir nos grupos, justamente por compreender durante a investigação as narrativas adotadas pelas pessoas em luto, o que poderia gerar o excesso de empatia na minha prática, fragilizando os resultados. Por ser um campo fluido, emergente e abranger diferentes escalas de análise, o investigador deve considerar como um objeto cultural, considerando suas manifestações de utilização. O que também me levou a optar por não interagir nos grupos online, atuando nesta fase como um *lurker*, portanto, alguém que só observa, mas não deixa

pegadas digitais. A estratégia do *lurking* se mostra como uma alternativa à exposição pública que as plataformas incentivam a partir das *affordances* de interação.

A opção por trabalhar com grupos online de apoio ao luto no Facebook partiu do fato que a rede social é a que tem mais utilizadores, segundo dados da própria companhia apresentados no Capítulo 5. Houve um interesse específico desta investigação em perceber se a pandemia da COVID-19 influenciou nas dinâmicas do luto online. Outro dos focos foi o de pais que perderam os filhos, por ser uma área de estudo de interesse em diversos campos, sobretudo, nas Ciências Sociais, mas pouco explorada nos estudos sobre morte e luto online em países de língua portuguesa, como sinalizou a revisão de literatura. Assim, primeiramente, fiz um mapeamento dos grupos a partir da ferramenta de busca do próprio Facebook, utilizando palavras-chaves em língua portuguesa, como: luto; dor; perdi meu filho; coração em luto; mães em luto; pais em luto; saudade dos que se foram; Luto COVID-19; pandemia; vacina para todos; Saudade eterna; como enfrentar o luto. A partir do mapeamento no Facebook identifiquei grupos públicos e privados. Dado o volume de material em grupos desta natureza, escolhi dois grupos que representassem, cada um, um dos interesses anteriormente explicitados.

Conforme a Tabela 6, as publicações correspondem a dois períodos distintos, com duração de dois meses cada. A opção por recolher publicações em diferentes períodos justificase pelo interesse em perceber diferenças em possíveis narrativas sobre o luto no conteúdo das mensagens, considerando, no Grupo A, a proximidade de datas comemorativas de Natal e Ano Novo (1 de novembro a 31 de dezembro de 2021), num ano em que ainda havia isolamento social obrigatório face à pandemia da COVID – 19. No segundo, Grupo B, o período de inverno em Portugal (11 de janeiro a 10 de março de 2023), já fora do contexto da pandemia. Todavia, por ser um período onde há uma maior incidência de Perturbação Afetiva Sazonal caracterizada por sintomas de depressão temporária devido a dias de mais chuva, frio e menos exposição solar no hemisfério norte (Sistema Nacional de Saúde, 2023; Saúde, Atlas, 2024).

<b>Categoria</b>	<b>Nome do grupo</b>	<b>Língua/ País</b>	<b>Período</b>	<b>Nº de membros</b>	<b>Nº de URL</b>	<b>Nº de elementos multimédia</b>	<b>Data de recolha de dados</b>
COVID-19	Grupo A	PT/Brasil	01/11 a 31/12 de 2021	3,8 mil	127	83	15/05/2023 a 10/06/2023
Pais em luto	Grupo B	PT/Portugal	11-01-2023 a 10-03-2023	24,5 mil	136	99	26/06/2023 a

							03/07/2023
<b>Total</b>					<b>263</b>	<b>182</b>	

Tabela 5: Grupos de apoio ao luto no Facebook criados por utilizadores

Justifico, também, a escolha por grupos do Brasil e Portugal. Por ser um estudo conduzido em Portugal, optei por determinar como critério de recolha de dados nos estudos 2 e 3 conteúdos apenas em língua portuguesa. Ora, por ser a minha língua nativa e por ser mais seguro conduzir um estudo com dados sensíveis em que as terminologias, expressões e emoções são percebidas com mais clareza. Ora, por realizar uma investigação que possa contribuir para o campo de investigação acerca da morte digital, preenchendo a lacuna de dados sobre falantes de língua portuguesa, haja vista que parte da literatura já produzida concentra-se em países do Norte da Europa, Estados Unidos, Reino Unido e Austrália, como apontou a revisão de literatura no Capítulo 2.

Os dois grupos escolhidos são privados. A escolha deu-se pelo fato de terem definições semelhantes na plataforma: o proprietário/administrador do grupo pode definir as condições de acesso dos utilizadores, determinar regras e garantir algum tipo de restrição para novos membros. Para aderir aos grupos privados foi necessário solicitar a adesão. Elaborei um protocolo com respostas padrão para os grupos com perguntas obrigatórias. Nos dois grupos escolhidos, foi necessário responder a questões como: «já perdeu um filho?», «estás em processo de luto?», «Concorda com as regras do grupo?». Nestes casos, solicitei a adesão respondendo às perguntas e informando sobre o método observação não participante, colocando-me à disposição para esclarecer quaisquer dúvidas e garantindo a privacidade dos membros em todas as fases do estudo.

Por outro lado, ao solicitar adesão nos grupos privados informei o caráter da minha participação aos administradores, no campo determinado pelo próprio Facebook. E respondi devidamente as perguntas obrigatórias para ter a adesão aprovada, conforme descrevo em detalhes no Capítulo 6, assumindo a minha posição como investigadora e informando que qualquer dado recolhido será anonimizado de forma a não identificar o grupo ou qualquer membro.

Os procedimentos éticos que tratam da anonimização, proteção de dados e privacidade dos utilizadores serão apresentados na Tabela 11, integrados às questões éticas de toda a investigação.

Por serem grupos privados, toda a recolha foi feita manualmente, entre os meses de maio e julho de 2023. No total, foram recolhidos 263 URLs, portanto, 263 publicações nos dois grupos, incluindo 182 elementos multimédia (imagens, fotografias e vídeos), de acordo com o que foi apresentando na Tabela 6. A recolha das imagens e vídeos foi feita através da captura de ecrã em formatos como png., jpg. e mp3. Os dados foram agrupados numa tabela Excel e as imagens foram codificadas, anonimizadas e armazenadas em um dispositivo externo com acesso restrito apenas a mim e a orientadora.

Uma investigação que envolve a recolha de dados online requer uma imersão do investigador no ambiente digital estudado, o que implica não só observar, mas investigar como os utilizadores vivenciam os fenómenos nesses ambientes (Weller, 2011). De acordo com Lupton (2015), a «sociologia digital» se concentra em observar como as pessoas utilizam as tecnologias digitais, os dados que produzem e como interagem entre si. A recolha de dados envolve uma análise crítica sobre como as pessoas interagem e em como esses dados refletem comportamentos e experiências sociais. Uma ‘prática digital profissional’, como abordou a autora, requer uma utilização correta das ferramentas digitais que podem ser redes sociais, *software* e outras plataformas para recolher dados.

Apesar da imersão, em nenhum momento interagi com os *posts* nos grupos de Facebook. O objetivo não era integrar aquelas comunidades ou me envolver emocionalmente, dada a minha própria experiência com o luto. Embora seja considerada uma prática de «pesquisa encoberta» (Hine, 2003), presente nos debates sobre a natureza pública e privada da investigação na Internet (Markham & Buchanan, 2012), não fazia sentido interagir. Ou seja, levei em conta as características específicas das plataformas, como aponta boyd (2014) acerca da persistência, visibilidade e capacidade de disseminação, o que não justificava deixar *like* ou comentários em publicações antigas que tratavam especificamente de criação de memórias digitais dos utilizadores em luto ou mesmo estabelecer algum tipo de contato com eles.

A invisibilidade confere aos *lurkers* um controlo da privacidade, particularmente em plataformas como Facebook e Instagram, onde a visibilidade é associada ao engajamento (Vitak, 2012; Bishop, 2007). O que para mim enquanto investigadora foi uma decisão pessoal, levando em conta que toda a recolha de dados foi realizada a partir da minha conta pessoal na Meta, onde constam lá parte dos meus legados digitais, incluindo memórias com a minha família, escolas que estudei, grupos a que faço parte. Mesmo tendo configurado meu perfil no Facebook e Instagram para que outros utilizadores, que porventura viessem de qualquer

interação nos grupos online ou mesmo das entrevistas offline, preferi mitigar qualquer risco de visibilidade nas plataformas de redes sociais.

Mesmo tendo cunhado o termo «etnografia virtual» como prática de observar e participar de um grupo ou comunidade (Hine, 2000), amplamente incorporado nos estudos para denotar o domínio online, Hine (2020) abre mão do termo reelaborando-o para «etnografia para a Internet» por considerar a terminologia mais próxima dos contextos contemporâneos. Neste sentido, e adotando a abordagem proposta pela autora de que “a Internet é descrita como uma experiência incorporada” (Hine, 2020, p. 40), o etnógrafo tem de observar criticamente o significado das ações e utilizar as ferramentas de registo de maneira reflexiva, o que possibilita aprender com todas as formas e estágios de engajamento no campo.

A partir da recolha manual, para manter a padronização e o rigor da codificação, estabeleci um livro de código, adotando uma análise temática, incorporando o conceito de *affordances*, como veremos na Tabela 7.

<b>Código</b>	<b>Subcódigo (observação)</b>
Dinâmicas de funcionamento	Regras do grupo, papel da moderação, média de publicações por dia, expressão da escrita, publicidade direta e indireta, utilização das funcionalidades do Facebook.
Reações mais utilizadas	Like, Love, Wow, Haha, Sad, Angry e Care
Nº de Comentários	indicador de interação de membros com o conteúdo
Conteúdo da Mensagem	Narrativas adotadas pelo autor do <i>post</i> , padrões nas mensagens, expressão da escrita, utilização de emojis
Estética da imagem	arte gráfica profissional, ensaio fotográfico profissional, fotografia de arquivo familiar sem edição, fotografia de arquivo familiar com edição, fotografia de banco de imagens, imagem com edição artesanal/amadora, imagem com edição semiprofissional, vídeo amador, <i>post</i> textual com funcionalidade de edição do Facebook.
Publicidade	Tentativa dos membros ou da administração de vender algum tipo de produto ou serviço.
<i>Affordances</i>	Moderação, textos, fotografias, vídeos, reações, comentários, partilhas, chat, regras da comunidade.

Tabela 6: Livro de código de análise dos dados de observação em grupos de pessoas em luto no Facebook

boyd (2010), ao discutir sobre as redes sociais virtuais (SNSs) descreve os *affordances* estruturais e as características de arquitetura de informação dos sites de redes sociais influenciam nas dinâmicas sociais e na participação dos utilizadores. Segui a abordagem de Navon e Noy (2023), que discutem as *affordances* participativos específicas que determinam os níveis de participação nas esferas de comunicação e interação, assim como os tipos de

utilização e os discursos que os utilizadores publicam. Os autores propõem a distinção entre as ferramentas incorporadas no Facebook, que são «funcionalidades» (linha do tempo, comentários, eventos e canais de comunicação) que funcionam como «sub-plataformas», ou seja, como canais de comunicação distintos. Apesar de operarem sob o guarda-chuva de uma única plataforma, possuem recursos diferentes que, conseqüentemente, afetam as dinâmicas sociais em cada uma delas. Em síntese, os autores argumentam que os «Perfis», «Grupos» e «Páginas» são sub-plataformas, que não se sobrepõem, embora haja funcionalidades como comentar, publicar, responder, entre outros, assim como o Messenger. De modo a fundamentar a análise e seguindo a ideia de Navon e Noy (2023), concordo que:

- o perfil é uma conta pessoal que serve como porta para todas as atividades dentro do Facebook que possibilita que o proprietário desta conta se conecte com Amigos (máximo de 5 mil perfis), participar de Grupos, seguir e gostar de páginas. No perfil, são partilhadas publicações em texto, vídeo, fotografias, acontecimentos da vida, atualizações de nome, morada, emprego e dezenas de outras funcionalidades.
- os grupos permitem a interação de vários utilizadores, que contam com administradores (geralmente o criador do grupo), que podem controlar as definições de privacidade do grupo (privado ou público), aprovar, remover e convidar novos membros, assim como autorizar e também remover publicações. Os grupos de Facebook giram em torno de interesses comuns, que podem variar para todo o tipo de tema.
- as páginas, frequentemente utilizadas por empresas, organizações, pessoas públicas e afins estabelecem uma relação com fãs e públicos, mas também são criadas por utilizadores comuns. As páginas são visíveis para todos no Facebook, administradas pelo perfil que controla o conteúdo, uma vez que publicam suas próprias mensagens ou repostam de outros Perfis e Páginas. Os fãs não podem publicar e a interação se dá nos comentários.
- o Messenger é o canal de comunicação privado, utilizado tanto por empresas quanto por pessoas, que tem a função da comunicação instantânea, onde podem ser realizadas chamadas de vídeo, envio de textos, fotografias e áudios.

A abordagem conceitual apresentada acima justifica-se pela necessidade de situar teoricamente que o Facebook enquanto plataforma guarda-chuva não deve ser vista na investigação como uma coisa só. Os grupos diferem-se de perfis e páginas por possibilitar diferentes níveis de interação. Nos grupos de luto no Facebook criados por utilizadores para

práticas de expressão do luto online, há uma vasta quantidade de informações pessoais e a natureza autobiográfica dos dados publicados. Nas redes sociais virtuais (SNS), como afirmou boyd (2010), há uma diversificada narrativa da vida das pessoas, que outros podem aceder após a morte do utilizador. São informações de todo o tipo. Numa rápida passagem pelo perfil de qualquer amigo é possível saber os filmes, as músicas, o estilo de roupa, a comida favorita, as escolas que frequentou, mesmo que a pessoa não tenha publicado, as próprias informações básicas do perfil permitem uma ideia de quem foi aquela pessoa ou a versão que ela escolheu partilhar. Portanto, mesmo que os grupos sejam privados, discutirei as noções de público e privado no Capítulo 5, no contexto do luto partilhado.

### **3.6 Estudo 3 – entrevistas com moderadores de grupos de apoio e pessoas em luto**

Partindo da natureza sensível do tema e da necessidade de explorar de forma aprofundada a perceção das pessoas em luto sobre como entendem a morte digital e como gerem as memórias e heranças digitais dos seus entes queridos já falecidos. Todavia, optei por uma abordagem qualitativa, utilizando o método de entrevistas semiestruturadas em profundidade com os profissionais responsáveis por dinamizar grupos de apoio ao luto a que denominamos ao longo deste estudo de moderadores e pessoas em processo de luto. A terminologia adotada reflete a perspetiva construtivista e a reflexão acerca do termo enlutado na língua portuguesa, que tem um significado reduzido, referindo-se a alguém que sente tristeza e mágoa, quando as *affective* giram em torno de um conjunto complexo de emoções e sentimentos, que podem ir da tristeza a alegria, da mágoa a nostalgia, da saudade a raiva. Portanto, adotei Pessoas em luto como forma de humanização dos entrevistados, considerando que o luto é inerente aos seres humanos, assim como a morte. Já moderadores, são os profissionais dos grupos de apoio ao luto que assumem a função de estabelecer regras num grupo, moderar uma discussão, acolher participantes, dinamizar encontros, tanto nos grupos presenciais quanto nos grupos online de iniciativas que serão mencionadas na próxima seção.

Atentando para o fato que os dados emergem de um contexto específico e devem ser analisados dentro desse contexto, a necessidade de métodos que permitissem essa imersão para além da observação não participante em grupos de apoio ao luto no Facebook, integrou a investigação desde o planeamento inicial. Este estudo consistiu em interações presenciais e offline com pessoas em luto e moderadores de grupos de apoio, portanto como ‘insider’

(Charmaz, 2014), complementando a perspectiva de ‘outsider’ do estudo 2.

Partindo de Charmaz (2014, p. 91), de que a “etnografia significa registrar a vida de um determinado grupo e, por conseguinte, implica uma participação e observação sustentadas no seu meio, comunidade ou mundo social”, levei à risca a definição de que um estudo etnográfico requer envolvimento direto no ambiente estudado. Simultaneamente a etapa de entrevistas com pessoas em luto, tive a oportunidade de participar de sessões de um grupo de apoio, durante três meses, de janeiro a março de 2023, em que como observadora participante pude imergir nas dinâmicas do grupo, ouvir histórias, partilhar as minhas histórias e me envolver diretamente. Por uma questão de proteção de dados e anonimato do grupo e das pessoas participantes, não identificamos nesta investigação o nome da associação, tampouco, dos participantes. Como parte do compromisso feito com as moderadoras em não recolher informações ou identificar nomes, esta etapa serviu como um momento formativo. Portanto, não houve recolha e nem análise de dados.

### ***3.6.1 Preparação para as entrevistas***

Tradicionalmente, a utilização da técnica de entrevista individual ampara-se no intento de recuperar acontecimentos e apreender sentidos e interpretações – subjetivos, interpessoais ou coletivos –, e que esbocem vínculo com o objeto da pesquisa (Quivy e Campenhoudt, 1995, p. 202), neste estudo especificamente, acerca da morte digital e do luto online. Além disso, seu emprego destina-se a explorar o espectro de representações e pontos de vista sobre o tema (Bauer & Gaskell, 2000, pp. 68-69). Pretende-se ainda, com o emprego desta técnica, recuperar experiências de luto ou morte de um ente querido e a relação pós-morte nas redes sociais, facultando a posterior identificação de padrões nas experiências e perceções (respostas globais) entre os entrevistados (Quivy & Campenhoudt, 2008).

Os guiões de entrevista basearam-se na revisão de literatura, nas lacunas de conhecimento identificadas e seguiram os objetivos de investigação apresentados (Bryman, 2012). No guião direcionado para aos moderadores dos grupos de apoio ao luto (Ver Anexo 2.1), estruturei 21 perguntas abertas a fim de explorar as dinâmicas de funcionamento dos grupos de apoio ao luto e atividades direcionadas às pessoas enlutadas. Por se tratar de representantes dos quadros de colaboradores de associações/organizações formais, interessou-me perceber a história, quem as criou e para quais objetivos, quais tipos de projetos e ações eram desenvolvidos, em qual periodicidade e o tipo de formação profissional de quem atua

diretamente com os utentes; se o acesso era gratuito ou se havia algum tipo de cobrança monetária; como se deu o funcionamento das atividades durante o isolamento social na pandemia da COVID-19.

Já o Guião de entrevistas com pessoas em luto (Ver Anexo 2.2) visou apurar a perceção sobre extração e mineração de dados nas plataformas digitais e como gerem os dados, sobre políticas de privacidade e como compreendem estes temas de modo geral. Considerando a sensibilidade dos temas e, conseqüentemente, das possíveis conseqüências emocionais que poderiam acarretar para os entrevistados, o guião foi dividido em três blocos de perguntas. A primeira parte abordou questões mais gerais, sobre como os entrevistados souberam dos grupos de apoio, qual a periodicidade em que participam, se preferem encontros online ou presenciais, qual a motivação para participar (nesta pergunta, os entrevistados relataram espontaneamente o luto pelo qual estavam a passar sem a necessidade de uma pergunta direta sobre quem da família havia falecido e as causas da morte). E, ainda, como se dava a participação em grupos online, se administraram outros grupos e como era a presença digital durante o luto. O segundo bloco de perguntas foi elaborado para captar as perceções individuais acerca de como os enlutados gerem os perfis dos seus entes queridos. Nesta parte, foi possível identificar os níveis de literacia digital e sobre dados, se conheciam ou não as funcionalidades da Meta como Contato Legado, Perfil Memorial e de outras plataformas de redes sociais. Por fim, o terceiro bloco tratou especificamente sobre a perceção dos enlutados acerca da sua própria morte digital, se já haviam pensado, planeado, o que gostariam que acontecesse aos seus perfis e contas em sites, redes sociais e outras plataformas que reúnem seus legados digitais.

A partir de perguntas abertas que possibilitam aos participantes expressarem suas experiências e sentimentos de maneira detalhada e estimula respostas mais ricas e profundas, essenciais para a compreensão de fenómenos complexos (Charmaz, 2014), como a morte e o luto. Foi possível recolher dados ricos e consistentes, sem causar desconforto nos entrevistados, na medida do possível, e dentro dos procedimentos éticos estabelecidos.

Com o formato semiestruturado, com a flexibilidade e a minha própria perceção sobre como cada pessoa enlutada reagiu a determinadas perguntas, eu pude alterar a sequência das perguntas, seguindo as pistas que os próprios entrevistados deixavam ao longo da conversa, garantindo que aspetos não previstos, mas relevantes fossem explorados, sem causar desconforto considerando a sensibilidade. Utilizando a abordagem reflexiva e ética (Charmaz, 2014; Flick, 2014), a formulação das perguntas procurou de modo geral respeitar os limites

emocionais dos participantes, focando-se, principalmente, em aspetos mais práticos sobre gestão de legados digitais e serviços pós-morte digitais.

### 3.6.2 Entrevistando moderadores

A partir de buscas no Google, identifiquei cerca de nove grupos de apoio em Portugal. Identificamos que os grupos de apoio às pessoas enlutadas são iniciativas de associações, igrejas e profissionais ligados à área da saúde e bem-estar. Dessas nove iniciativas, contactei cinco, que prontamente responderam aceitando colaborar com a investigação. As entidades que aceitaram contribuir com o estudo são caracterizadas como associações sem fins lucrativos com práticas relevantes, e uma cooperativa de cuidados paliativos, como vemos na Tabela 8.

Nome da organização	Moderação	Descrição	Data	Modalidade	Duração
LINQUE	Lídia Rego	Cooperativa prestadora de serviços de cuidados paliativos, criada em 2015, a partir de uma equipa interdisciplinar que integra profissionais de saúde com formação e experiência em Cuidados Paliativos à domicílio.	10/06/2023	Presencial	40m40s
Associação Laços Eternos	Carlos Ceu	Associação sem fins lucrativos, criada em 2013 para apoiar pais e irmãos em processo de luto.	06/06/2023	Presencial	55m19s
Pais Coragem	Leonor Gonçalves	Associação sem fins lucrativos, criada em 2021, que dá apoio ao luto parental, cuja equipa é constituída por profissionais de saúde e terapêuticos de luto. Uma das atividades que proporcionam é a criação de grupos terapêuticos online ou presenciais em Lisboa.	06/06/2023	Presencial	36m47s
InLuto Associação Portuguesa de Cuidados Integrados no Luto	- Inês Minhós e Daniela Nogueira	Associação de natureza científica, criada em 2021, sem fins lucrativos, que tem por missão desenvolver a intervenção, formação e investigação na área do luto.	09/06/2023	Zoom	34m46
AMARA	Susana Dagot	Associação sem fins lucrativos com fins de saúde, criado em 2003. Forma, coordena e supervisiona voluntários que fazem acompanhamento existencial de pessoas em fases desafiantes das suas vidas.	06/02/2024	Zoom	35m54s
<b>Total de horas</b>					<b>3h 23m 26s</b>

Tabela 7: Organizações de apoio ao luto

As entrevistas foram realizadas nos meses de junho e julho de 2023, sendo três

presencialmente, em Lisboa, nos espaços e sedes das entidades, e duas via Zoom, com representantes do quadro de funcionários e gestores, portanto, habilitados para responderem às questões presentes no Guião de Entrevistas, num âmbito institucional.

No planeamento inicial contávamos acompanhar sessões presenciais. Entretanto, por serem grupos constituídos e com encontros periódicos presenciais, fui informada de que não haveria possibilidade de participar. Como justificado, a presença de um observador que não participa periodicamente dos encontros poderia inibir os participantes, que já se encontram em um estágio mais avançado de partilha e interação entre si, o que concordei prontamente.

### ***3.6.3 Entrevistando Pessoas em luto***

Pretendia-se entrevistar pessoas maiores de 18 anos, fluentes ou nativos em língua portuguesa, a viver em Portugal, em processo de luto. Com a indicação de potenciais entrevistados por parte dos moderadores, iniciei o contato individual via correio eletrónico mencionando a indicação das associações. Como já haviam sido contactados pelos moderadores autorizando que seus contatos fossem partilhados comigo, houve uma boa receptividade. No primeiro e-mail e de modo a otimizar o contato para ter respostas num curto período de tempo, enviei uma mensagem pormenorizada já antecipando: objetivo do estudo; as informações sobre participação voluntária, sem nenhum tipo de remuneração ou contrapartida; informações sobre o tratamento de dados pessoais; possibilidade de anonimato e/ou pseudónimo ou o nome real, de acordo com a preferência; a opção por sair do estudo e ter as informações que lhe digam respeito removidas, desde que não tenham sido incluídas em publicações. Por fim, uma nota sobre a minha condição como uma investigadora que também está em luto, sensível e com as competências necessárias (académicas e pessoais) para o/a entrevistar, considerando toda a sensibilidade que o tema requer. Alguns contactados solicitaram o meu número de WhatsApp por julgarem ser mais prático para receber as informações e até mesmo para responderem com alguma celeridade; acedi a este pedido porque não me pareceu uma questão problemática e nem um impeditivo.

Foram contactadas 19 pessoas no total. Entretanto, realizamos 10 entrevistas, sendo 9 pessoas do género feminino e 1 do género masculino; 7 de nacionalidade portuguesa, 2 de nacionalidade brasileira e 1 de nacionalidade italiana. Nove entrevistados optaram por conceder entrevistas via plataforma de videoconferência Zoom e apenas um optou por entrevista presencial. Mesmo que fosse minha intenção inicial que as entrevistas fossem realizadas

presencialmente para conseguir captar expressões, gestos, emoções, procuramos adaptar a realização da entrevista às limitações pessoais dos participantes, haja vista que o quadro de entrevistados foi formado por pessoas do género feminino, que exercem a parentalidade. Isto incluiu disponibilidade para realizar as entrevistas em horários não habituais; os horários foram variados, geralmente, pela manhã, em horário de almoço ou mesmo após o jantar em que já tivessem tratado das suas tarefas e obrigações habituais. As entrevistas via Zoom possibilitam a flexibilidade de localização geográfica, horários e disponibilidade (Janghorban et al., 2014), um aspeto primordial para o êxito desta investigação. A escolha pelo Zoom permitiu observar os ambientes escolhidos pelos entrevistados, o tipo de equipamento que utilizaram, a preparação individual, se houve ou não interferências externas, ruídos e qualquer imprevisto.

As entrevistas foram realizadas no período de 30 de dezembro de 2023 a 29 de fevereiro de 2024, coincidindo com períodos festivos (Natal e Ano Novo), em que as pessoas costumam estar com alguma disponibilidade para esse tipo de contribuição e no período do inverno em Portugal em que há mais incidência de chuvas e frio, o que pode inibir que as pessoas saem de suas casas para esse tipo de compromisso. Mais uma vez, com o formato semiestruturado, houve possibilidade de encorajar os participantes a fazer relatos mais ricos onde se sentissem seguros, ou seja, nos seus próprios ambientes individuais como quarto ou escritório. As entrevistas duraram entre 27 e 65 minutos, como se pode ver detalhadamente na Tabela 9.

<b>Nome/ Pseudónimo</b>	<b>Idade</b>	<b>Nacionalidade</b>	<b>Ocupação profissional</b>	<b>Causa do luto</b>	<b>Tipo de luto</b>	<b>Data</b>	<b>Duração</b>
Bruna	40	Brasileira	Condutora de autocarro	Suicídio/ Doença oncológica	Irmã/Pai	30/12/2023	50m28s
Joana	23	Brasileira	Influencer e modelo	Doença oncológica/ Aborto	Mãe/Filho	04/01/2024	33m58s
Rina	39	Italiana	Professora universitária	Doença/ Homicídio	Mãe/Pai	04/01/2024	01h04m
Maria	36	Portuguesa	Gestora de projetos educativos	Doença oncológica	Mãe	05/01/2024	36m30s
Liliana	41	Portuguesa	Gestora	Aborto	Filha/Mãe	05/01/2024	37m44s
Raquel	31	Portuguesa	Psicóloga	Doença oncológica	Irmã	05/01/2024	27m05s
Manuel	40	Portuguesa	Produtor Cultural	Suicídio	Mãe	24/01/2024	45m

Isabel	48	Portuguesa	Médica	Doença oncológica	Mãe	30/01/2024	34m51
Carla	65	Portuguesa	Bióloga	Natural/Idade	Mãe/Sogra	31/01/2024	37m11s
Barbara	26	Portuguesa	Designer de unhas	Aborto	Filha	29/02/2024	36m12s
<i>Total</i>							7h 27m 59s

Tabela 8: Perfil dos entrevistados. Elaborado pela autora

Ressalta-se que foi realizado um recrutamento espontâneo, divulgado em perfis pessoais com o objetivo de diversificar a amostra e não recolher dados apenas de pessoas indicadas pelos grupos de apoio ao luto, conforme já mencionado. Essa estratégia teve como objetivo chegar a mais perfis do género masculino, haja vista que, já havia sido identificado apenas pessoas do género feminino nos grupos de apoio ao luto. No entanto, como veremos no Capítulo 6, a participação masculina não se concretizou.

O período da pandemia da COVID-19, entre 2021 e 2023 foi o contexto principal do luto, tendo sido mencionadas outras experiências, em diferentes fases da vida de cada um dos entrevistados. Identifiquei, também, as causas do luto mais predominante (doença, suicídio, aborto) e o tipo de luto (fraterno e parental). Essa caracterização revelou a necessidade de perceber de forma mais aprofundada e do ponto de vista teórico as necessidades, responsabilidades e tomada de decisão das pessoas em luto acerca dos perfis dos falecidos e das tarefas inerentes a um familiar próximo, quando morre um ente querido. Os dados referem-se a cuidados paliativos e contratação de serviços antes e depois do falecimento (em caso de doenças), organização do funeral, herança, gestão de memórias, e a própria curadoria dos conteúdos que são publicados nas redes sociais ao anunciar o falecimento de alguém da família, entre outras questões.

Partindo do fato que, neste caso, os entrevistados falaram das suas experiências de luto, em alguns momentos se emocionaram. De forma a manter algum controle que não escapasse para camadas em que não fosse possível voltar às perguntas do Guião, utilizei técnicas que aprendi durante a minha experiência profissional com mulheres em situação de violência doméstica e com pessoas em situação de vulnerabilidade social. Basicamente, consistem em praticar a escuta ativa, demonstrar sororidade, empatia e aguardar o momento certo para voltar as perguntas no âmbito da investigação, sem interferir ou interromper diretamente. A capacidade de monitorizar se as perguntas estão a impactar emocionalmente os participantes é fundamental nas entrevistas com abordagem construtivista (Pietkiewicz & Smith, 2014),

especialmente, quando envolve questões existenciais. Além disso, e sabendo que eu também estava a vivenciar um luto, considero que influenciou na forma como as pessoas se expressaram, de forma mais descontraída, mesmo que elas só tenham tido algum contato comigo por e-mail.

No único caso em que a entrevista foi realizada presencialmente, a pessoa participante optou por ser no seu local de trabalho, após o expediente, o que ocasionou em interrupções e ruídos externos. Além disso, ao recordar de como lidou com as redes sociais da mãe após a sua morte, a pessoa emocionou-se, levando alguns minutos para se reestabelecer emocionalmente, tendo dificuldade em voltar a falar sobre o assunto, o que fez com que eu decidisse interromper a entrevista em um dado momento para a proteção da pessoa participante. E da minha própria proteção enquanto entrevistadora, já que por envolver um relato de suicídio, considerei que já tinha os dados suficientes e que insistir poderia causar alguma consequência para a experiência da pessoa.

Ao conduzir uma investigação com pessoas em luto, as diretrizes éticas devem tornar-se parte de toda a investigação, o que torna o processo ainda mais complicado pelo fato da investigação na Internet ainda ser relativamente recente, com regras, regulamentos e diretrizes ainda estarem a evoluir neste campo (Bassett, 2022). Consequentemente, um estudo como este, que envolve diversas etapas, numa relação direta com pessoas em luto, enfrenta desafios éticos e reflexões. Os procedimentos éticos adotados estão descritos de na última sessão deste capítulo.

#### **3.6.4 Preparação para a análise**

As entrevistas com os moderadores de grupos de apoio ao luto foram transcritas por um *software* de transcrição automática (com recurso ao Word online). Após a transcrição, cada entrevista foi resumida destacando aspetos relacionados a história de criação da associação, como chegam aos utentes e por quais meios de divulgação, dinâmicas dos encontros dos grupos de apoio, formas de acesso e como financiam suas atividades principais. Os ficheiros com as transcrições e sumários foram inseridos no MAXQDA, *software* de análise de dados qualitativos utilizado para auxiliar na análise.

O mesmo processo foi realizado para as entrevistas com as pessoas em luto, que foram transcritas, resumidas e revisadas manualmente. A partir da abordagem de Charmaz (2014), iniciamos o processo de codificação “meticulosa, linha por linha, palavra por palavra e incidente a incidente” para cumprir dois critérios da teoria fundamentada como relevância e

adequação. A relevância consiste em oferecer um quadro analítico que interprete o que está acontecendo nos dados. Implica que a análise não apenas descreva os dados, mas revele as relações, padrões e estruturas para que o investigador seja capaz de identificar e explicar os fenômenos estudados na análise (Charmaz, 2014, p. 239). Ao mesmo tempo, a adaptação refere-se à capacidade de o estudo refletir a realidade empírica dos participantes. Para realizar uma codificação cuidadosa, o quadro deve representar o que os participantes expressaram nas entrevistas, além de ajudar o investigador a não atribuir suas motivações, receios e questões pessoais aos entrevistados e aos dados recolhidos, sobretudo, em narrativas de luto, dor, perda, raiva (Charmaz, 2014, p. 239). A lista de códigos conta com três códigos principais e 23 subcódigos, de acordo com a Tabela 10.

<b>Códigos</b>	<b>Subcódigos</b>
Vida digital após a morte	“Pontes” para os que ainda estão vivos
	Utilizando os serviços digitais <i>post mortem</i>
	Gerindo os legados digitais dos mortos (contas, perfis)
	Mensagens póstumas
	Presença de vidas posteriores digitais
	Preparando a própria morte digital
	Herdeiros digitais
	Rituais tradicionais de despedida no contexto da pandemia de COVID-19
	Utilizando a tecnologia de IA para “falar” com os entes queridos falecidos
	Gratuito, <i>freemium</i> , <i>premium</i>
Literacia digital após a morte	Testamento digital
	Políticas de Privacidade
	Regras e políticas das plataformas sobre utilização de dados
	Educação para a morte
Utilização de dispositivos digitais	Interferência (ou não) no processo de luto
	Antes do luto
	Durante o luto
	Pressão para (não) utilizar
	Procura de informações sobre o luto
	Motivações para (não) utilizar
	Partilhar conteúdos sobre o luto
	Repositório digital de memórias

Tabela 9: Livro de código das entrevistas com pessoas em luto

Como parte das entrevistas foram realizadas via Zoom, eu tive a oportunidade de fazer notas observando comportamentos não-verbais, possibilitando que eu me relacionasse com os dados para além das transcrições. As «notas informais» são essenciais para os métodos da teoria fundamentada pois ajudam a identificar categorias teóricas que contribuem na etapa da análise (Charmaz, 2014, p. 62).

A codificação do material foi feita no MAXQDA, que me permitiu explorar as transcrições das entrevistas, organizadas por linhas, códigos e cores, podendo ser visualizadas de forma agrupada. O *software* permite a leitura, comparação e visualização por códigos e subcódigos do que foi falado por cada entrevistado, contribuindo para decisões analíticas e teóricas, possibilitando a identificação de padrões, e a relação com os objetivos e questões de investigação. Alinhados com a sensibilidade teórica, tornando o processo iterativo da teoria fundamentada construtivista mais transparente e sistemático (Charmaz 2014, p. 161).

### **3.7 Procedimentos éticos**

Devido à natureza emergente da investigação sobre morte digital e luto online na percepção das pessoas em luto sobre como as empresas monetizam com os perfis dos que já faleceram, esta investigação combinou uma série de métodos etnográficos para recolha e análise. Como já mencionado anteriormente no início do capítulo, as diretrizes éticas para os estudos no campo da morte digital ainda estão em desenvolvimento, apresentando desafios, contradições e lacunas. Mais concretamente, esses desafios tendem a aumentar com a incorporação de *chatbots* de recriação de identidades online utilizando tecnologias como inteligência artificial, como mencionado no Capítulo 2. No entanto, de modo a garantir um trabalho consistente e sólido, com os métodos adequados para investigações qualitativas com pessoas em processo de luto, descrevo a seguir os principais procedimentos éticos adotados neste trabalho.

Esta pesquisa adota o Código de Ética da Universidade Lusófona no que tange a responsabilidade, honestidade, fiabilidade e vigor. Está, também, em consonância com as recomendações da publicação *Internet Research: Ethical Guidelines 3.0* (Franzke et al., 2019), da *Association of Internet Researchers (AoIR)*, especificamente no que diz respeito aos estudos empíricos.

No que diz respeito à investigação, este projeto cumpriu todas as diretivas relacionadas ao consentimento, privacidade, segurança, sigilo e proteção das identidades, dados e informações dos entrevistados no âmbito do Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia (RGPD).

De forma complementar, segui o Plano de Gestão de Dados do projeto On&Off Atmosferas de Des/conexão, projeto exploratório que teve a minha orientadora como

Investigadora Principal e financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, conforme já mencionado na Introdução. Na Tabela 11, apresento uma síntese dos principais procedimentos éticos presentes nesta investigação desde a conceção do projeto no início do doutoramento até à etapa final.

<p>Informações para obter consentimento informado dos participantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Os participantes recrutados devem ser capazes de dar o seu consentimento informado, portanto, serem maiores de 18 anos.</li> <li>- Os participantes serão informados sobre as linhas gerais da investigação, os objetivos, métodos e implicações. Serão informados sobre a natureza e a extensão da sua participação, incluindo quaisquer benefícios e riscos que a investigação possa acarretar.</li> <li>- Os participantes serão informados dos tipos de dados que serão recolhidos e estudados, da forma como esses dados serão analisados e armazenados e durante quanto tempo. Para garantir a conclusão de quaisquer resultados de investigação pendentes, os dados brutos serão armazenados por um período de 5 anos após a conclusão do projeto de investigação.</li> <li>- Os participantes serão informados dos seus direitos (incluindo o direito ao anonimato, a segurança dos dados armazenados e o direito de retirar a sua participação ou os seus dados em qualquer altura, sem quaisquer consequências).</li> <li>- Os participantes serão também informados sobre os potenciais riscos da investigação (abordando temas sensíveis e potenciais fatores de desencadeamento emocional). Como tal, serão tomadas precauções éticas para minimizar os riscos para os participantes na investigação (por exemplo, fornecendo aos participantes contactos de profissionais e grupos especializados no apoio ao luto, e reiterando a possibilidade de interromper a participação a qualquer momento).</li> <li>- A possibilidade de participar na investigação de forma anónima ou pseudónima será apresentada como uma estratégia de atenuação. Estas preocupações com a privacidade incluem a garantia de que as citações pessoais das redes sociais não podem ser rastreadas e identificáveis. No entanto, respeitando os desejos e a agência dos participantes, também lhes será dada a possibilidade de usar um pseudónimo à sua escolha ou de serem identificados na investigação.</li> <li>- Em caso de participação anónima, os dados relativos a estes pacotes de trabalho (por exemplo, transcrições de entrevistas) já estarão anonimizados. Um ficheiro de texto separado, protegido por palavra-passe, fornecerá uma chave para associar os participantes às suas identificações, se necessário. Apenas a investigadora e a orientadora terão acesso a este documento. Este documento será destruído 5 anos após o fim da investigação.</li> <li>- Os dados do investigador, as informações institucionais e os contactos serão fornecidos aos participantes.</li> <li>- Os formulários de consentimento informado e a o formulário de comportamento informacional (em linguagem e simples para os participantes).</li> </ul>
<p>Utilização de dados pessoais de conteúdos das redes sociais</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quaisquer possíveis atributos identificáveis (incluindo nomes de utilizador e citações diretas de declarações nas redes sociais) serão anonimizados antes da análise dos dados, para evitar a possibilidade de os localizar através de um motor de busca.</li> <li>- As imagens ou qualquer outro conteúdo visual recolhidos nas redes sociais só serão reproduzidos nos resultados da investigação se for absolutamente necessário. Em caso de reprodução, as imagens ou outros conteúdos visuais que contenham informações identificáveis (por exemplo, rostos, tatuagens, etc.) serão visualmente anonimizados utilizando <i>software</i> de edição de imagem (por exemplo, Photoshop) para desfocar a imagem.</li> </ul>

	- Serão tidas em conta as expectativas razoáveis de publicidade relativamente ao conteúdo em online. Ao trabalhar com grupos privados do Facebook, o investigador explicará brevemente o projeto de investigação e fornecerá uma declaração de posicionamento. Se os administradores de um grupo não autorizarem a inclusão do grupo no projeto de investigação, nenhum dos seus dados será utilizado.
Posicionalidade	- A investigadora incluirá uma declaração de posicionamento no início das entrevistas, nos pedidos de participação em grupos do Facebook e também nos resultados da investigação, uma vez que o tema do luto pode envolver questões pessoais sensíveis.
Métodos de recolha de dados	- Os dados serão recolhidos manualmente, tanto nas fases online como offline. A investigadora tomará notas de campo, realizará entrevistas (que serão gravadas) e capturas de ecrã, que serão anonimizadas antes da análise dos dados.

Tabela 10: Procedimentos éticos adotados ao longo da investigação

Além de seguir uma rigorosa recolha de dados, recorri a experiências anteriores de autores de referência no campo da morte digital, com atenção especial aos questionamentos e apontamentos sobre ética em seus trabalhos. Alguns desses oferecem uma maior identificação acerca da abordagem teórica e métodos que foram utilizados em suas investigações como Bassett (2022), Kneese (2024) e Lagerkvist (2022). Foram também consultados outros autores como Ohman (2024), Stokes (2021), O'Connor e Kasket (2022), que têm contribuído de forma significativa com este campo de estudo multidisciplinar e, ainda, em desenvolvimento.

Antes de cada entrevista utilizei o e-mail para confirmar datas, horários e enviar a hiperligação do Zoom. Nesta mensagem já foi enviado o formulário de dados pessoais e comportamento informacional (Ver Anexo 1.2), o consentimento informado para assinatura (Ver Anexo 1.1), e um Guia de Contatos para aconselhamento/apoio psicológico de urgência (Ver Anexo 3), com contatos de instituições que prestam apoio psicológico gratuito e de urgência. O consentimento informado incluía de forma clara o tema, os objetivos da pesquisa e a finalidade da recolha de dados. Quanto ao Guia de contatos, ressalta-se que eu mesma conferi as informações e liguei para os respetivos contatos para confirmar se de fato estavam ativos e o tipo de apoio que prestam, para assim, inseri-los no documento. Optei por indicar apenas serviços oficiais, ligados ao Serviço Nacional de Saúde (SNS), Juntas de Freguesia e outros apoios amplamente divulgados na comunicação social, como a Cruz Vermelha Portuguesa.

No início de cada entrevista eu me apresentei, seguindo as mesmas informações já enviadas por e-mail. Iniciei com uma pergunta padrão, de como a pessoa se sentia naquele dia. Após cada resposta, eu comunicava que ia dar início a gravação e que a pessoa poderia suspender a entrevista a qualquer momento. Informei que embora fosse uma gravação de vídeo com registo de imagem e áudio, apenas o áudio seria utilizado na investigação e que o registo

de imagem seria somente para mim, não sendo utilizado para outros meios. Ao término das perguntas do Guião e das perguntas abertas que julguei pertinentes, eu anunciei que a gravação seria encerrada. Agradei a participação e perguntei se caso houvesse algum ponto que precisasse de clarificação se eu poderia retornar o contato, o que foi prontamente aceito por todos os participantes. O material foi configurado para já ser baixado no meu MacBook, não salvando nenhum ficheiro na nuvem do Zoom.

Depois das entrevistas, os ficheiros com o consentimento informado assinado, o formulário de comportamento informacional e o ficheiro de áudio foram salvos numa pasta no meu computador e logo transferidos para uma pasta de trabalho na plataforma Microsoft Teams, na minha conta institucional da universidade em que somente eu, a orientadora e uma assistente de investigação tinham acesso. Também, enviei uma mensagem de agradecimento a todos os entrevistados pelo tempo, disponibilidade e interesse em colaborar com a investigação.

Dada a natureza sensível do trabalho e a minha posição vulnerável desde o início da investigação, ressalto que tenho sido acompanhada por profissionais de psicologia periodicamente, dadas as experiências pessoais de luto vivenciadas durante o doutoramento e a natureza da investigação. Foram também discutidas periodicamente com a orientadora e a equipa do On&Off as fases do processo, como forma de encontrar apoio e fazer sentido do processo.

## Capítulo 4 – Como a Meta monetiza com a memória dos que já partiram

### 4.1 Introdução

Este capítulo analisa a história do Facebook e seu percurso até se tornar uma das empresas mais valiosas do mundo. De uma rede social criada para conectar estudantes universitários a se tornar uma das empresas mais valiosas do mundo, a companhia que já não se posiciona como uma rede social, está empenhada em criar agora o metaverso. O capítulo tem como objetivo situar o papel da Meta Platforms na indústria da morte digital, desde os seus primórdios até a atualidade, discutindo a expansão do seu modelo de negócios, posicionamento estratégico, políticas de privacidade e as iniciativas voltadas para os perfis e contas de pessoas que já faleceram. A partir da análise de documentos e relatórios públicos e uma imersão etnográfica no Centro de Privacidade, o capítulo propõe uma abordagem reflexiva sobre como a companhia tem lidado com os mortos.

### 4.2 De The Facebook a Meta Platforms

Lançada em 2004, pelo então estudante de computação Mark Zuckerberg e Eduardo Saverin, da Universidade de Harvard e seus colegas Dustin Moskovitz e Chris Hughes de Cambridge e Massachusetts, nos Estados Unidos da América, a rede social Facebook, redefiniu, nos 20 anos que se passaram, a forma como as pessoas partilham informações e se relacionam na Internet. Com uma trajetória notadamente revolucionária, moldou a comunicação, a interação online e impulsionou diversos outros setores sociais, culturais e económicos, tornando-se um marco do início do século XXI. A *The Facebook*, inicialmente criada para conectar estudantes de Harvard, logo nos primeiros dias, contou com a adesão significativa de jovens do *campus*, chegando a outras universidades em pouco tempo. Em 2006, rompendo as fronteiras académicas, chegou ao público geral que tivesse uma conta de e-mail válida, deixando de ser uma rede universitária para se transformar em um serviço online global e acessível a qualquer pessoa com acesso à Internet. Nesta altura, já contava com mais de 1 milhão de utilizadores registados (Pereira, 2024). Na mesma proporção que a rede social crescia, os conflitos internos entre os colegas fundadores também foi notícia, principalmente relacionado às disputas judiciais acerca de questões financeiras e de direito de propriedade com o então sócio-fundador, Eduardo Saverin, que reivindicava o reconhecimento do seu papel

como fundamental no início e na ascensão do Facebook.

À medida que a Era Digital se expandia no início do século XXI, o Facebook apresentou uma resposta completa para a necessidade por ambientes digitais que possibilitassem a interação online, em que as pessoas pudessem partilhar suas histórias, conhecer outras pessoas, fazer novos amigos e usufruir de todas as potencialidades que a conexão à Internet permitia. O desenvolvimento do Facebook foi acompanhado pelo lançamento e popularização do *smartphone* e pelo alargamento progressivo da capacidade de acesso à internet, inclusivamente por dados. Ressalte-se que outras redes sociais já existiam com algumas funcionalidades similares, como o Orkut, também lançada em 2004 como um projeto filiado ao Google. Embora criada visando os utilizadores dos Estados Unidos, essa rede social se popularizou em países como Brasil e Índia, grandes mercados pela alta densidade populacional, com milhões de utilizadores registados. Porém, em 2014, o Orkut, reconhecida como uma das redes sociais pioneiras foi encerrada. O Google, empresa proprietária da plataforma, alegou crescimento de outros serviços como Youtube, Blogger, Google +, o que mostra que a decisão pode ter sido exclusivamente financeira, dada a concorrência com o Facebook e outras pioneiras como a Friendster, o MaySpace, a Hi5, o Twitter e outras, que posteriormente passaram por reformulações ou migraram de mercado para nichos mais específicos, como os videojogos. Enquanto as disputas por utilizadores afetavam outras plataformas, concentradas no Vale do Silício, o Facebook se consolidava atingindo números exorbitantes de utilizadores, de transações financeiras e valor de mercado, se tornando a maior rede social do mundo.

A primeira fase de crescimento do Facebook se deu entre os anos de 2004 e 2005, após receber o primeiro investimento de cerca de 500 mil dólares, com um adicional de 12 milhões de dólares já no ano seguinte ao da sua fundação, aportados por empresários e empresas como o co-fundador do Paypal e a Accel Partner (McBride, 2012), chegando ao fim do ano de 2005 com 6 milhões de utilizadores registados (Pereira, 2024). Ao lançar o *Facebook Developer Platform*, em 2007, 400 mil desenvolvedores de mais de 160 países estavam registados para desenvolver aplicações que pudessem ser integradas (Facebook, 2008), fazendo com que a fórmula de disponibilizar um serviço gratuito, atuar globalmente e em parceria com outras empresas, enquanto recebia milhões de dólares em investimentos, resultasse em apenas cinco anos depois no registo de 500 milhões de membros (Tech, 2010). Neste mesmo ano, o Facebook reunia 46% de todos os utilizadores da Internet (Protalinski, 2011), e se tornava o segundo site mais visitado do mundo, ficando atrás apenas do Google (BBC, 2012), chegando a marca de 33 bilhões de dólares no mercado, o que resultou na abertura de capital no índice Nasdaq, atingindo

o valor de 104 bilhões de dólares. A rede social registou um bilhão de utilizadores no final de 2012 (Smith et al., 2012).

Já entre 2012 e 2020, o número de concorrentes oferecendo serviços e soluções móveis foi bastante expressivo, forçando o Facebook a aumentar a competitividade (Glick & Ruetschlin, 2019), diante da pressão dos investidores e dos próprios utilizadores que cobravam melhorias na experiência do utilizador (UX) (Tsukayama, 2012), enquanto utilizavam outras redes sociais expressivas.

Como estratégia de expansão, o Facebook passou a adquirir outras plataformas de tecnologias digitais inovadoras e focadas na comunicação e na interação online. Em 2012, o Instagram, aplicação de compartilhamento de imagens popular foi comprado por cerca de 1 bilhão de dólares. No ano anterior, a aplicação de mensagens instantânea Beluga marcou a presença do Facebook no mercado de aplicações de mensagens instantâneas, que consequentemente contribuiu para o aprimoramento do WhatsApp, adquirido em 2014, por 16 bilhões de dólares. Ainda, em 2013, o império de Zuckerberg adquiriu a Onavo Protect, promissora empresa israelense de Rede Virtual Privada (VPN), comprada por mais de 200 milhões de dólares, frequentemente classificado como *spyware*, *software* malicioso que monitorizava sem nenhum consentimento a atividade dos utilizadores, em outras aplicações, supostamente centradas na privacidade do utilizador. Já em 2014, e dando um passo ambicioso no que mais tarde viria a ser um dos focos principais, a aquisição da Oculus VR, *headsets* de realidade virtual marcou a entrada da corporação na disputa do mercado da realidade virtual (RV) e realidade aumentada (RA).

Em outubro de 2021, o CEO do Facebook, Mark Zuckerberg, anunciou a nova fase da empresa. A partir de então, a maior rede social do mundo passou a integrar o ecossistema de empresas da Meta. “Hoje em dia somos vistos como uma empresa de redes sociais, mas no nosso ADN somos uma empresa que desenvolve tecnologia para ligar pessoas, e o metaverso é a próxima fronteira, tal como as redes sociais eram quando começámos” (Rodriguez, 2021). A mudança de nome foi anunciada na conferência de realidade virtual e aumentada do Facebook *Connect*. A nova marca reflete as crescentes ambições da empresa para além dos *media* sociais. Baseado no termo de ficção científica «metaverso»<sup>13</sup>, para descrever sua visão de trabalhar e

---

<sup>13</sup> Uma representação espacial tridimensional baseada na realidade virtual e aumentada (Choi e Kim, 2017).

jogar em um mundo virtual, a empresa publicou em seu website:

“A Meta desenvolve tecnologias que ajudam as pessoas a ligarem-se, a encontrarem comunidades e a desenvolverem negócios. Quando o Facebook foi lançado em 2004, mudou a forma como as pessoas se ligam. Aplicações como o Messenger, o Instagram e o WhatsApp deram ainda mais poder a milhares de milhões de pessoas em todo o mundo. Agora, a Meta está a ir além dos ecrãs 2D para experiências imersivas, como a realidade aumentada e virtual, para ajudar a construir a próxima evolução da tecnologia social”<sup>14</sup> (Meta, 2021).

Ao afirmar que o «metaverso» se tornaria o sucessor da internet móvel, e que o futuro da Meta estaria voltado para as experiências imersivas, Zuckerberg, sinalizou uma mudança significativa no modelo de negócios da empresa, até então voltado para a venda de espaços publicitários. Antes de entrarmos na seção sobre como a Meta ganha dinheiro, portanto, o seu modelo de negócios e a forma como a plataforma tem tratado os perfis de pessoas que já faleceram, vamos antes refletir sobre algumas questões que contrapõem o *rebranding* da Meta em 2021.

A estruturação de um modelo de negócios como ferramenta considera um conjunto de objetos, conceitos e suas relações, de modo a descrever o valor que é oferecido ao cliente, como e quando esse valor é demonstrado e as consequências financeiras. Em síntese, embora não haja consenso sobre os elementos que devem constar, os modelos de negócios precisam responder como a empresa gera valor para o cliente, como opera, além de apresentar os resultados dos lucros obtidos (Osterwalder et al., 2005, p. 3), esperando, é claro, uma política de transparência e legalidade.

Kraus e colegas (2022) realizaram um estudo de caso sobre o atual modelo de negócios da Meta, a partir do anúncio da criação do «metaverso» em 2021, focando-se na narrativa de geração de valor. Os autores concluíram que as mudanças que o Facebook está implementando, sobretudo no que diz respeito ao *rebranding* da marca e o foco no «metaverso», representam mais uma transformação incremental do que uma reformulação radical do modelo de negócios. Embora as mudanças anunciadas pareçam futuristas e tenham adotado narrativas disruptivas, não apresentam uma mudança radical na proposta de valor ou das fontes de receitas existentes. Portanto, a mudança de nome e marca nada mais é que uma combinação de pressões externas, aliada com oportunidades de mercado, em vez de uma reinvenção completa. Ainda assim, e

---

<sup>14</sup> Meta. (2021). Founder’s Letter, 2021. Publicado em 28/10/2021. Disponível em: <https://about.fb.com/news/2021/10/founders-letter/>

mesmo sendo recente, os autores reconhecem que não é de todo possível afirmar que a mudança não poderá gerar transformações substanciais.

Lembremos que, nos últimos anos, o Facebook enfrentou uma forte crise de imagem. Isso decorreu do escândalo *Cambridge Analytica*, em 2018, em que mais de 87 milhões de registos de utilizadores foram utilizados para favorecer a campanha de Donald Trump, na corrida presidencial estadunidense contra Hillary Clinton, em 2016 (Kraus et al., 2022). Posteriormente, eclodiu outro escândalo da mesma natureza, desta vez, na disputa presidencial do Brasil, em que investigações apontaram que o candidato da extrema-direita, Jair Bolsonaro, teria sido beneficiado com o vazamento de dados de cerca de 440 mil utilizadores da rede social.

As investigações *antitrust* presentes no trabalho de Srinivasan (2019) referem-se à crescente pressão regulatória sobre as *big tech*, como o Facebook, Amazon, Google, Apple e o monopólio e poder de mercado excessivo que essas empresas acumularam, restringindo a concorrência e prejudicando consumidores e pequenos negócios. No caso do Facebook, a prática de neutralizar a concorrência utilizando de estratégias de compra de outras empresas (por exemplo, Instagram, WhatsApp e outras como mencionadas anteriormente) viola leis de concorrência nos Estados Unidos e outros países, o que a autora descreve “como conduta enganosa e anticompetitiva do Facebook ao induzir os consumidores a escolher a empresa em detrimento dos concorrentes de mercado”. A desconfiança dos utilizadores acerca das configurações de privacidade padrão da plataforma e o constante risco de roubo de identidade, venda e partilha de dados pessoais para fins publicitários, rastreamento e vigilância. Alguns aspetos passaram a ser fundamentais para os utilizadores mais desconfiados quando navegam pelos ambientes digitais, mas também por governos e empresas. Questões de segurança, privacidade e relação de confiança são cada vez mais reivindicadas (Noman et al., 2019). Para além dos escândalos políticos e da falta de transparência nas relações comerciais, o Facebook passou a ser conotado como uma empresa com sérios problemas de gestão e com uma cultura de trabalho tóxica, como apontou o *Wall Street Journal* numa série de reportagens baseadas em documentos internos vazados pela ex-funcionária Frances Haugen (Paul, 2021). A empresa precisa recorrer constantemente à opinião pública para mitigar escândalos e justificar decisões administrativas e políticas.

### 4.3 Os negócios da Meta

Segundo o relatório anual<sup>15</sup> da Comissão de Valores Imobiliários dos Estados Unidos<sup>16</sup>, em 31 de dezembro de 2023, a Meta Platforms Inc., registou lucro líquido de 39 bilhões de dólares sob a receita de 134,9 bilhões. Cerca de 99% da receita total vem de publicidade. Para compreender como a Meta faz dinheiro, elaborei a Tabela 12 com os principais serviços da empresa:

Segmento	Descrição	Modelo de monetização
Facebook	Plataforma de rede social que conecta pessoas com interesses comuns, sejam amigos e familiares ou relações profissionais. Recursos como páginas, grupos, <i>Watch</i> (vídeos) e <i>Marketplace</i> (venda direta em que qualquer pessoa pode vender ou comprar um produto ou serviço) contribuem para que os utilizadores façam conexões importantes de maneira fácil e acessível.	A principal fonte de receita é a publicidade direcionada.
Instagram	Plataforma de rede social para partilha de fotografias e vídeos, utilizada globalmente por indivíduos e empresas.	Receita gerada por publicidade direcionada, especialmente para marcas que promovem produtos e serviços.
WhatsApp e Messenger	Aplicações de mensagens instantâneas que conectam utilizadores a amigos, familiares e empresas. Utilizados para comunicação pessoal e empresarial.	Monetização por meio de publicidade e recursos <i>premium</i> pagos por empresas.
Reality Labs	Desenvolve tecnologias de realidade aumentada (RA) e virtual (RV), incluindo <i>headsets</i> , óculos e dispositivos Meta Portal. Essencial para a construção do metaverso da Meta, e dispositivos para foco da companhia desde 2021.	Venda de <i>hardware</i> , <i>software</i> , aplicações e jogos; e dispositivos para videochamadas.

Tabela 11. Elaborado pela autora. Fonte: Formulário 10-K

A Meta Platforms Inc., passou a declarar publicamente seus resultados financeiros

---

<sup>15</sup> O *Annual Report Pursuant to Section 13 or 15(d) of the Securities Exchange Act of 1934*, também conhecido como Formulário 10-K, é um relatório anual obrigatório que empresas públicas nos Estados Unidos devem enviar ao órgão regulatório do mercado financeiro. O documento fornece uma visão geral sobre a saúde financeira, operações, desempenho ao longo de cada ano fiscal, além de outros dados exigidos pela legislação norte-americana. Fonte: <https://www.sec.gov/> O relatório da Meta 2023 está disponível em: <https://d18rn0p25nwr6d.cloudfront.net/CIK-0001326801/c7318154-f6ae-4866-89fa-f0c589f2ee3d.pdf> com acesso livre.

<sup>16</sup> *U.S. Securities and Exchange Commission* (SEC) é uma agência federal regulatória que regulamenta e controla os mercados financeiros nos Estados Unidos da América.

justificando três segmentos principais, o primeiro dos quais é a família de aplicações, que inclui o Facebook, Instagram, Messenger e WhatsApp. Este segmento angaria toda a receita que a Meta gera com publicidade e é especialmente voltado para profissionais de marketing. Os anúncios são exibidos nas aplicações mencionadas na Tabela 12 e em outros sites e aplicações móveis de afiliados ou terceiros. O segundo segmento é o Reality Labs, tecnologias VA e VR, área de negócios recente e que passou a integrar as métricas de resultados apenas em 2021. De acordo com o relatório apresentado à Comissão de Valores Imobiliários dos Estados Unidos, o Reality Labs apresentou prejuízo operacional significativo em 2023, face ao ano anterior. O terceiro segmento é o que a empresa chama de outros serviços e inclui desenvolvimento de novos produtos e serviços (Johnston, 2024; (Meta, 2023).

A companhia declara que “outras condições globais e regionais de negócios, macroeconômicas e geopolíticas têm impactado e continuarão a impactar o crescimento de utilizadores, engajamento e receita publicitária da Meta” (*ibidem*, p.62). Outros fatores como inflação, aumento das taxas de juros e incertezas no mercado reduziram os gastos de anunciantes assim como a concorrência e produtos similares têm vindo a afetar as receitas. A Meta está investindo em iniciativas de Inteligência Artificial (IA) e *Reels*, que crescem, mas com menor monetização. O bloqueio na Rússia em março de 2022<sup>17</sup>, também afetou negativamente o crescimento de utilizadores e a receita publicitária (*ibidem*). Enquanto passa por pressões públicas relacionadas a questões de segurança e privacidade de dados, escândalos políticos, restrições geopolíticas e multas, em decorrência de violações de privacidade, como ocorreu na ação imputada pela União Europeia (UE) em que a companhia foi multada em 414 milhões de dólares por supostamente ter induzido utilizadores a aceitar publicidade direcionada. Além das pressões por regulação, a Meta tem tentado explorar novas narrativas que acalmem os investidores e seus utilizadores com promessas futuristas, como apontaram Kraus et al., (2022).

“Estamos também a fazer investimentos significativos nos nossos esforços de metaverso, incluindo o desenvolvimento de dispositivos de realidade virtual, aumentada e mista, *software* para plataformas sociais, interfaces neurais e outras tecnologias fundamentais para o metaverso. Os nossos investimentos em I&D incluem despesas relacionadas com o desenvolvimento de tecnologia para todos estes esforços. Muitos dos nossos investimentos em RL são direcionados para a investigação e

---

<sup>17</sup> Welle, Deutsche. (2022). Russia bans 'extremist' Facebook and Instagram. Publicado em 21/03/2022. Disponível em: <https://www.dw.com/en/russia-bans-extremist-facebook-and-instagram/a-61203007>

desenvolvimento de ponta a longo prazo de produtos para o metaverso que só poderão ser totalmente realizados na próxima década” (Meta, 2023, p. 63).

Enquanto a promessa de um metaverso não é cumprida, a Meta declarou ter alcançado a marca de 3,98 bilhões de utilizadores ativos em 31 de dezembro de 2023. As métricas da empresa consideram quatro indicadores de análise:

- Pessoas ativas diariamente (*Family daily active people* – DAP): referem-se a utilizadores registados que acedem o Facebook, Instagram, Messenger ou WhatsApp (Família de aplicações) em um determinado dia. Esses utilizadores podem aceder via aplicação móvel ou navegador. A Meta utiliza algoritmos avançados e aprendizado de máquina (*machine learning*) para estimar o número de pessoas únicas que utilizam um ou mais desses produtos, agrupando contas que parecem pertencer a uma única pessoa. Essas estimativas podem ter margens de erro, pois dependem de amostras limitadas e dados de pesquisa. O DAP mede o engajamento nos produtos da Meta.
- Pessoas ativas mensalmente (*Family monthly active people* – MAP): é o utilizador registado que acede pelo menos um dos produtos da Família de aplicações (Facebook, Instagram, Messenger ou WhatsApp) em um período de 30 dias, utilizando uma aplicação ou navegador.
- Receita Média por Pessoa (*Average Revenue Per Person* – ARPP): é calculada dividindo a receita total da Meta em um trimestre, pela média de utilizadores mensais (MAP), no início e fim desse período. Esse cálculo considera todas as fontes de receita, mas usa apenas o número de MAP dos produtos da Família de aplicações (Facebook, Instagram, Messenger e WhatsApp). A Meta estima que a contribuição de utilizadores que não são MAP para a receita total seja insignificante.
- Receita Média por Utilizador (*Average revenue per user* – ARPU): as métricas se baseiam apenas na atividade dos utilizadores no Facebook e no Messenger, sem considerar outros produtos. No entanto, a métrica ARPP é a que melhor reflete o tamanho da comunidade, pois muitas pessoas utilizam mais de um serviço (p. 04).

Para efeitos de comunicação de DAUs (Daily Active Users), MAUs (Monthly Active Users) e ARPU por região geográfica, a Europa inclui todos os utilizadores na Rússia e na Turquia e o Resto do Mundo inclui todos os utilizadores em África, na América Latina e no Médio Oriente (p. 67). Em 2023, o ARPU global anual da Meta aumentou 13% em relação a 2022. O ARPU subiu 21% na Europa, 20% no Resto do Mundo, 11% na Ásia-Pacífico e 10%

nos Estados Unidos e Canadá. O crescimento de utilizadores ocorreu principalmente em regiões com ARPU mais baixo, como Ásia-Pacífico e Resto do Mundo. No futuro, a empresa espera que o crescimento de utilizadores continue concentrado nessas áreas, o que pode fazer o ARPU global aumentar de forma mais lenta ou até diminuir, apesar do crescimento regional (p. 70). Os utilizadores na Índia, Bangladesh e Nigéria representaram as três principais fontes de crescimento em 2023, em relação ao mesmo período de 2022 (p. 68).

A Meta reportou que a receita anual por utilizador (ARPU) do Facebook e Messenger foi de 13,12 USD em dezembro de 2023, ou seja, a empresa ganhou, em média, esse valor por utilizador ao longo do ano. Nos mercados mais desenvolvidos, como Estados Unidos e Canadá, o ARPU foi significativamente maior, chegando a 68 USD por utilizador, enquanto em outras regiões, o valor foi de até 4,50 USD.

Nos documentos analisados não foram apresentados números sobre contas inativas. Este é um dado que não é apresentado pela Meta com clareza, mas fundamental para os resultados desta investigação quando falamos em morte digital e que será aprofundado nas seções a seguir.

#### **4.4 Centro de Privacidade**

O Centro de Privacidade da Meta<sup>18</sup> é uma ferramenta que permite que o utilizador gerencie as configurações de privacidade nas plataformas como Facebook, Instagram, Messenger e outros produtos da empresa. É acessível a partir das configurações de cada aplicação e oferece controlo para ajustar preferências relacionadas ao gerenciamento de informações, anúncios, definições de segurança e integridade no que diz respeito às informações pessoais e garantir que as interações sejam seguras, além de gerenciar as aplicações e websites de terceiros que utilizam a conta da Meta.

Ao longo dos últimos anos, a interface do Centro de Privacidade (Ver Figura 4) passou por alterações de *design* significativas. Na versão de 29 de setembro de 2016, data em que consta a política de privacidade de dados mais antiga, disponibilizada aos utilizadores e quando ainda era apenas Facebook, a página apresentava poucos elementos visuais e a linguagem era mais técnica, com textos curtos e informações pontuais.

---

<sup>18</sup> Meta. (sem data-a). Centro de Privacidade. Disponível em: <https://www.facebook.com/privacy/center/>



Figura 4: Interface do Centro de Políticas de Dados da Meta. Captura de ecrã 30/10/2024

Já na versão atual do Centro de Privacidade (Ver Figura 5), a Meta claramente investiu em conteúdos multimédia com teor mais informativo e educativo. A página apresenta um *design* mais claro, organizado em tópicos e subtópicos, de fácil navegabilidade, tanto para acesso no desktop quanto em dispositivos como o telemóvel.

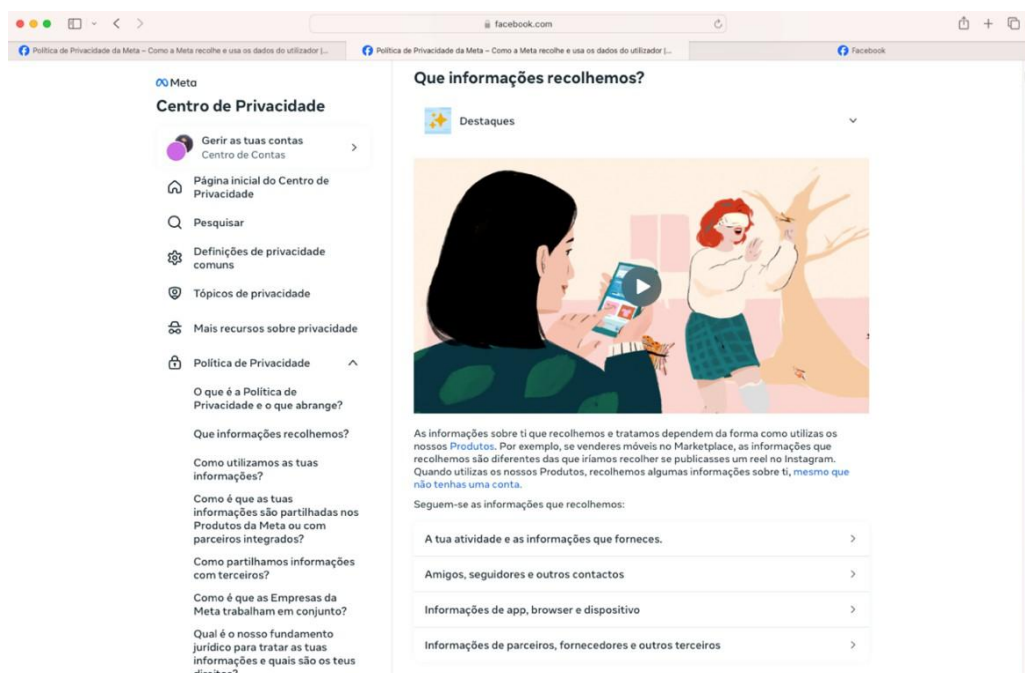


Figura 5: Centro de Privacidade da Meta. Captura de ecrã 30/10/2024

Chamamos atenção, também, para as mudanças na apresentação das políticas de

privacidade. Na versão de 29 de setembro de 2016, o conteúdo constava em apenas nove páginas do Word. Nas versões da Política de Privacidade o número de páginas, a pormenorização das informações e inserção de novos conteúdos foram progressivamente aumentando. Isso aconteceu de forma mais significativa a partir de 2021, quando o Facebook passou a ser um dos produtos da Meta, de acordo com a Tabela 13.

<b>Data de publicação</b>	<b>URL da política de privacidade</b>
Versão: 29/09/2016	<a href="https://www.facebook.com/privacy/policy/version/20160929/">https://www.facebook.com/privacy/policy/version/20160929/</a>
Versão: 04/01/2022	<a href="https://www.facebook.com/privacy/policy/version/20220104/">https://www.facebook.com/privacy/policy/version/20220104/</a>
Versão: 26/07/2022	<a href="https://www.facebook.com/privacy/policy/version/5066055233450651/">https://www.facebook.com/privacy/policy/version/5066055233450651/</a>
Versão: 01/01/2023	<a href="https://www.facebook.com/privacy/policy/version/5407378522724295/">https://www.facebook.com/privacy/policy/version/5407378522724295/</a>
Versão: 05/04/ 2023	<a href="https://www.facebook.com/privacy/policy/version/5601719079934335/">https://www.facebook.com/privacy/policy/version/5601719079934335/</a>
Versão: 15/06/2023	Embora a hiperligação se refira à atualização da Política de Privacidade em 15 de junho de 2023, o documento disponibilizado refere-se a data de 05 de abril de 2023, demonstrando uma inconsistência na informação publicada. Não conseguimos avaliar se trata apenas de um erro da empresa ou se a política anterior foi apenas replicada.
Versão: 07/09/2023	<a href="https://www.facebook.com/privacy/policy/version/6218528774917551/">https://www.facebook.com/privacy/policy/version/6218528774917551/</a>
Versão: 03/11/2023	<a href="https://www.facebook.com/privacy/policy/version/7122790421067234/">https://www.facebook.com/privacy/policy/version/7122790421067234/</a>
Versão atual: 26/06/2024	<a href="https://www.facebook.com/privacy/policy/?entry_point=data_policy_redirect&amp;entry=0">https://www.facebook.com/privacy/policy/?entry_point=data_policy_redirect&amp;entry=0</a>

Tabela 12: Versões da Política de privacidade da Meta 2016-2014

Em vigor desde 26 de junho de 2024, a atual Política de Privacidade da Meta está disponibilizada numa URL dedicada, dentro do Centro de Privacidade, em linguagem simples, em formato de Perguntas & Respostas, com uma interface clara, convidativa e dinâmica. Os principais pontos apresentados são: *O que é a Política de Privacidade e o que abrange? Que informações recolhemos? Como utilizamos as tuas informações? Como é que as tuas informações são partilhadas nos Produtos da Meta ou com parceiros integrados? Como partilhamos informações com terceiros? Como é que as Empresas da Meta trabalham em conjunto? Qual é o nosso fundamento jurídico para tratar as tuas informações e quais são os teus direitos? Durante quanto tempo guardamos as tuas informações? Como transferimos informações? Como respondemos a pedidos legais, cumprimos a lei aplicável e impedimos danos? Como vais saber que a política mudou?* Seguindo a sequência, as estruturas das informações saem do formato Perguntas & Respostas e adotam uma linguagem mais jurídica,

os tópicos mudam para seções informativas, sem uma mudança na interface: *Como contactar a Meta com perguntas; Informações com fundamento jurídico; Outras políticas e outros artigos. Por fim, os tópicos Política de Cookies; Informações para pessoas que não utilizam os produtos da Meta; Como a Meta utiliza informações para modelos e funcionalidade de Inteligência Artificial Generativa; Divulgação do Quadro de Privacidade dos Dados; Mais termos e Políticas* compõem o Centro de Privacidade da Meta.

Cada tópico é apresentado numa estrutura padrão: pergunta, infográfico, imagem ou vídeo explicativo, texto Saiba mais e Destaques, em hiperligações que levam a outras dezenas de janelas que se abrem no navegador, numa experiência maçante na relação com os conteúdos. Embora pareça simples de perceber todo o percurso que a Meta faz, para um utilizador comum, o tempo necessário para aceder as informações, interpretar e assimilar com a sua necessidade de informação para decidir ou não como será sua experiência na família de aplicações da Meta, apresenta-se de forma exaustiva, o que de algum modo justifica o porquê dos utilizadores não lerem, como veremos no Capítulo 6. A versão em PDF da Política de Privacidade, disponibilizada para *download*, soma 172 páginas. Mesmo a versão baixada requer que o utilizador clique em cada hiperligação, o que leva novamente a cada tópico da política, apresentada em subpáginas e em *pop-ups* quando se clica em Saiba Mais. A ferramenta em si é útil e as informações são objetivas. Porém, por mais interesse que o utilizador comum possa ter ao aceder a ferramenta, o excesso de informação e a quantidade de hiperligações parecem saturar a experiência.

#### **4.5 Termos de Utilização**

Mesmo que o Instagram, WhatsApp, Messenger e Threads disponibilize a mesma base de informações do Centro de Privacidade da Meta, cada aplicação conta com Termos de Utilização específicas, normas de comunidade, recolha e tratamento de dados. Na Tabela 14, reuni os termos de cada plataforma, destacando as que considero mais relevantes no âmbito desta investigação.



<b>Plataforma</b>	<b>Principais <i>Affordances</i></b>	<b>Funcionalidade de memorialização</b>	<b>Privacidade e Segurança</b>	<b>Publicidade/ Conteúdo patrocinado</b>	<b>Moderação/Direito autoral/Propriedade Intelectual</b>
Facebook	Perfil, Página, Transmissões em direto, Comunidade, Grupos, Marketplace, Eventos, Histórias, Memorial	Memórias, Lembranças, Guardados/Salvos. A depender das definições de privacidade, o utilizador pode receber notificações automáticas.	Praticamente toda a atividade do utilizador é recolhida para personalizar a experiência e direcionar anúncios. Permite controle das informações partilhadas e o tipo de publicidade recebida, mas destaca que os dados podem ser utilizados para manter a segurança da comunidade, para fins comerciais, para partilha com outros produtos Meta e com terceiros. Normas detalhadas para comportamento e conteúdo, uso de IA uso para moderação e revisão humana para detetar conteúdos que possam violar as normas da comunidade.	Os Termos incluem uma cláusula sobre a relação entre o conteúdo do utilizador e a utilização comercial e termos sobre conteúdo permitido, com diretrizes de moderação e aplicação de normas para proteger a comunidade. A Meta informa que tem o direito de suspender contas que infrinjam políticas de comportamento.	Termos detalhados sobre conteúdo permitido, com diretrizes de moderação e aplicação de normas para proteger a comunidade. A Meta informa que tem o direito de suspender contas que infrinjam políticas de comportamento.
Instagram	Partilha de fotos, vídeos, textos, Histórias, <i>Reels</i> , Transmissões em direto e uma crescente integração com recursos de compras online. É possível converter um perfil em memorial em caso de falecimento	Lembranças, Guardados, Arquivos, Memorial	Inclui controle para privacidade em perfis (público ou privado) e permite ao utilizador configurar preferências de visualização de anúncios e interações. Por motivos de segurança, por vezes a Meta poderá eliminar imagens que mostrem crianças nuas ou parcialmente nuas. Para ter uma conta no Instagram o utilizador deve ser maior de 13 anos, não ter descumprido as políticas da Meta ou a lei anteriormente e Não podes ser um agressor sexual condenado.	Os dados de engajamento são utilizados para melhorar a experiência e exibir conteúdos e anúncios personalizados. Dados de interação e interesses são utilizados para exibir anúncios personalizados. Algumas categorias como influenciadores, pessoas públicas têm opções de marcação de parcerias com outros perfis.	Os Termos ressaltam a propriedade intelectual e direitos autorais. O Instagram se reserva o direito de remover conteúdo que infrinja esses direitos, adotando uma política para a utilização de imagens, especialmente em anúncios e campanhas comerciais. Inclui, também, não reclamar a propriedade dos conteúdos, mas conceder uma licença para os utilizar. Concordar que poderão ser feitas descargas, instalações atualizações no teu

					dispositivo.
Messenger	Reações, GIFs, emojis, envio de fotografias, vídeos e áudios, chamadas de voz e vídeo, chamadas em grupos, caixa de entrada de mensagens personalizadas, conversas integras de grupos do Facebook.	Armazena o histórico de conversas de acordo com as definições da conta do utilizador.	Recolhe metadados e dados de interações (data, hora, localização, destinatário, para monitoração de segurança, sem fins de monetização direta com publicidade interna. Afirma não recolher o conteúdo das mensagens, salvo em casos de denúncias de abuso e violação das normas. Privacidade das conversas com criptografia ponta a ponta em mensagens privadas.	Não há diretamente na interface da aplicação e nem menção à publicidade.	É integrado ao Facebook, portanto, segue as mesmas diretrizes.
WhatsApp	Chamadas de voz e vídeo, individual ou em grupo, reações, emojis, textos, envio de áudio, fotografia, vídeo. Criação de comunidade e canais. Há uma forte componente voltada para empresas como o WhatsApp Business. Integração com o assistente pessoal e <i>chatbot</i> da Meta AI.	Armazena o histórico de conversas de acordo com as definições da conta do utilizador, que pode optar por visualizações única e tempo para autodestruição da mensagem enviada.	Permite controle de privacidade sobre quem pode ver informações de status, foto de perfil e último acesso. A Meta coleta metadados e dados de uso, mas não acede o conteúdo das mensagens, que utilizam criptografia. Inclui termos específicos para uso em pequenas empresas e integrações com o Facebook para empresas que optam por configurar o WhatsApp Business. Para ter uma conta no WhatsApp o utilizador deve permitir que a aplicação aceda a agenda telefónica do utilizador. A app é mais suscetível a perda da conta por estar associada a um número de telemóvel. No caso de troca de número, equipamento ou interferência da companhia de telecomunicações, o utilizador tem de abrir uma nova conta. A aplicação segue normas específicas de Privacidade dos Dados e transferência de dados da UE para os EUA e Suíça-EUA através da	Não exhibe anúncios diretamente na aplicação, mas os dados de interação e uso de WhatsApp Business podem ser recolhidos para informar anúncios no Facebook, mantendo assim uma experiência de comunicação privada para os utilizadores comuns. Isso permite segmentar anúncios personalizados nas plataformas da Meta, mas não no próprio WhatsApp, de acordo com a política.	Não há moderação explícita e a aplicação segue normas específicas determinadas pelo Quadro de Privacidade dos Dados UE-EUA.

			empresa WhatsApp LLC.		
Threads	Microblogging, focada em textos curtos e interação pública, semelhante ao Twitter/X. A app incentiva a comunicação rápida e aberta entre utilizadores, por meio de tópicos, seguir perfis de interesse, publicar e responder comentários com textos, ligações e fotos.		Utiliza informações de perfil e conexão com o Instagram, permitindo que utilizadores do Instagram carreguem seus seguidores para uma experiência integrada entre as duas plataformas. Por serem conversas públicas, a moderação é mais rígida, aplicando normas para comportamentos e publicações, e dando aos utilizadores opções para controlar quem pode interagir com suas postagens.	Atualmente, a plataforma adota um modelo similar ao do Instagram para recolha de dados de comportamento e interesse, mas não há anúncios, o que poderá ocorrer nas futuras atualizações da aplicação.	A aplicação segue as mesmas normas de Privacidade do Facebook e Instagram, com termos de utilização adaptadas as funcionalidades.

Tabela 13: Serviços e Termos de utilização. Elaborado pela autora. Fonte: Centro de Privacidade da Meta

#### 4.6 A Meta e os mortos

Embora a Meta avance significativamente na utilização de dados dos utilizadores através do seu novo produto, a Meta AI, divisão da companhia para o desenvolvimento de tecnologias avançadas de inteligência artificial generativa em produtos como o Facebook, Instagram e WhatsApp, incluindo dispositivos de realidade aumentada (RA) e realidade virtual (RV), os mortos e os enlutados seguem deixados de lado nas políticas da empresa. Conforme a Tabela 15, encontrei apenas 5 perguntas e respostas direcionadas para utilizadores/familiares em luto ou qualquer pessoa que deseje saber informações.

Perguntas & Respostas	URL do Centro de Ajuda
O que acontece à tua conta do Facebook em caso de falecimento	<a href="https://www.facebook.com/help/103897939701143/?helpref=uf_share">https://www.facebook.com/help/103897939701143/?helpref=uf_share</a>
Adicionar, alterar ou remover o teu contacto legado no Facebook	<a href="https://www.facebook.com/help/1070665206293088">https://www.facebook.com/help/1070665206293088</a>
Comunicar que uma pessoa faleceu ou uma conta do Facebook que tem de ser convertida em memorial.	<a href="https://www.facebook.com/help/150486848354038">https://www.facebook.com/help/150486848354038</a>
Pedir a remoção da conta do Facebook de um familiar falecido	<a href="https://www.facebook.com/help/1518259735093203?helpref=faq_content">https://www.facebook.com/help/1518259735093203?helpref=faq_content</a>
Remover a conta do Facebook de uma pessoa com incapacidade clínica	<a href="https://www.facebook.com/help/480409628639043">https://www.facebook.com/help/480409628639043</a>
Denunciar a conta de uma pessoa falecida no Instagram	<a href="https://help.instagram.com/264154560391256?helpref=faq_content">https://help.instagram.com/264154560391256?helpref=faq_content</a>

Tabela 15: Perguntas & Respostas do Centro de Ajuda. Fonte: Centro de Ajuda da Meta

Desde 2007, o Facebook tornou possível o recurso «Memorial», após o ataque conhecido como *Virginia Beach*, nos Estados Unidos, em que as famílias das estudantes vítimas do tiroteio que faleceram solicitaram que os perfis dos jovens continuassem ativos. O Facebook decidiu memorializar essas contas em vez de desativá-las. Assim, o time de desenvolvedores apresentou o «Memorial», um recurso voltado para homenagear pessoas falecidas (Bassett, 2022).

Para ter acesso às informações sobre transformar perfis de pessoas falecidas em «Memorial», o utilizador precisa percorrer um longo percurso no emaranhado de tópicos e

hiperligações. Disponível no Centro de Ajuda, em «Definição de Conta», de forma rápida e sem grandes explicações, a Meta apresenta subtópico «O que acontece à tua conta do Facebook em caso de falecimento». De forma confusa e desconectada, até mesmo para investigadores com literacia digital avançada, o utilizador é logo informado:

“Neste momento, a escolha do teu contato legado só está disponível para o teu perfil principal e não se aplica a perfis adicionais do Facebook. Podes nomear um contacto legado para gerir a tua conta memorial ou optar pela eliminação permanente da tua conta do Facebook. Caso não optes pela eliminação permanente da tua conta, apenas o teu perfil principal vai ser convertido em conta memorial se tomarmos conhecimento do teu falecimento” (Meta, Centro de Ajuda, sem data)<sup>19</sup>.

De modo geral, a Meta adota uma abordagem específica para gerenciar perfis de pessoas falecidas no Facebook, considerando os desejos dos responsáveis legais e inclui funcionalidades como «Contato Legado» ou «Contato Herdeiro», «Perfil Memorial» e a possibilidade do responsável legal ou um membro da família que comprove o vínculo com o falecido, excluir a conta permanentemente.

#### **4.6.1 Contato Legado**

O «Contato Legado» ou «Contato Herdeiro» deve ser designado antes de o utilizador falecer. Este contato poderá converter e gerir o perfil em memorial, fixar publicações no perfil memorial, responder a novos pedidos de amizade, atualizar a foto de perfil e a foto de capa. No entanto, não conseguirá iniciar sessão na conta memorial, remover ou editar publicações anteriores, ler mensagens, remover amigos. Ainda, o contato escolhido deve ser um utilizador do Facebook, maior de 18 anos, que deve aceitar ou recusar ser um contato legado. Para escolher quem poderá gerir, o utilizador deve ir ao Centro de Contas e executar uma série de configurações. O contato legado escolhido receberá uma notificação e deve aceitar ou recusar. Note-se que enquanto o utilizador estiver vivo poderá remover ou alterar o contato legado a qualquer momento.

---

<sup>19</sup>Meta. (sem data). Consultado em 30/11/2024. Disponível em: [https://www.facebook.com/help/103897939701143?helpref=search&query=O%20que%20acontece%20%C3%A0%20tua%20conta%20do%20Facebook%20em%20caso%20de%20falecimento&search\\_session\\_id=3206dd10d8028ee24830ce2cec0f53c5&sr=0](https://www.facebook.com/help/103897939701143?helpref=search&query=O%20que%20acontece%20%C3%A0%20tua%20conta%20do%20Facebook%20em%20caso%20de%20falecimento&search_session_id=3206dd10d8028ee24830ce2cec0f53c5&sr=0)

#### **4.6.2 Memorial**

Para perceber o que é um memorial o utilizador é direcionado para outra hiperligação, onde vai se deparar com «Perfis Memorial», que “são lugares onde a família e os amigos podem reunir-se e partilhar memórias depois do falecimento de uma pessoa”. O perfil memorial tem funcionalidades específicas. Ao tornar uma conta Memorial, o termo «Em Memória» será apresentado junto ao nome e foto do perfil da pessoa falecida. O Facebook esclarece que dependendo das definições de privacidade do perfil, os amigos podem partilhar memórias que serão apresentadas cronologicamente. Os conteúdos partilhados pela pessoa permanecem visíveis para o público conforme já havia sido partilhado e, de acordo com a informação, os perfis memoriais não são apresentados nas sugestões de novos amigos, lembretes de aniversários, anúncios e outras atividades.

No caso das «Páginas», muito utilizada por celebridades, pessoas públicas e negócios, o Facebook esclarece que só serão convertidas em memorial se a solicitação for considerada válida. A empresa também afirma que, caso seja identificado o falecimento do proprietário, o próprio Facebook poderá tornar a página um memorial.

Com um procedimento similar, a Meta disponibiliza a conversão de perfil no Instagram em «Memorial», seguindo as mesmas diretrizes do Facebook, com alguma flexibilização observada (Sobre contas do Instagram convertidas em memorial. <https://help.instagram.com/231764660354188>). De acordo com a política, qualquer pessoa poderá denunciar uma conta informando que se trata de uma pessoa falecida, através de um formulário de contato onde serão solicitadas informações. No caso de ser um membro da família direta, a remoção da conta também poderá acontecer, desde que sejam apresentados documentos comprovativos e a Meta analise a situação. As contas transformadas em memorial deixam de aparecer em algumas locais da plataforma como na seção «Explorar».

#### **4.6.3 Remover a conta permanentemente**

Nos casos em que o utilizador não escolheu o contato legado nem deixou qualquer configuração ativada para este fim, caso seja o desejo da família, um membro deverá contactar o Facebook numa hiperligação específica e apresentar documentos oficiais, que serão averiguados. De todas as páginas, tópicos, subtópicos e seções do Centro de Ajuda que acedemos, apenas nesta página há uma mensagem inicial mais sensível, seguida de instruções do procedimento que o familiar deverá fazer (Ver Figura 6).

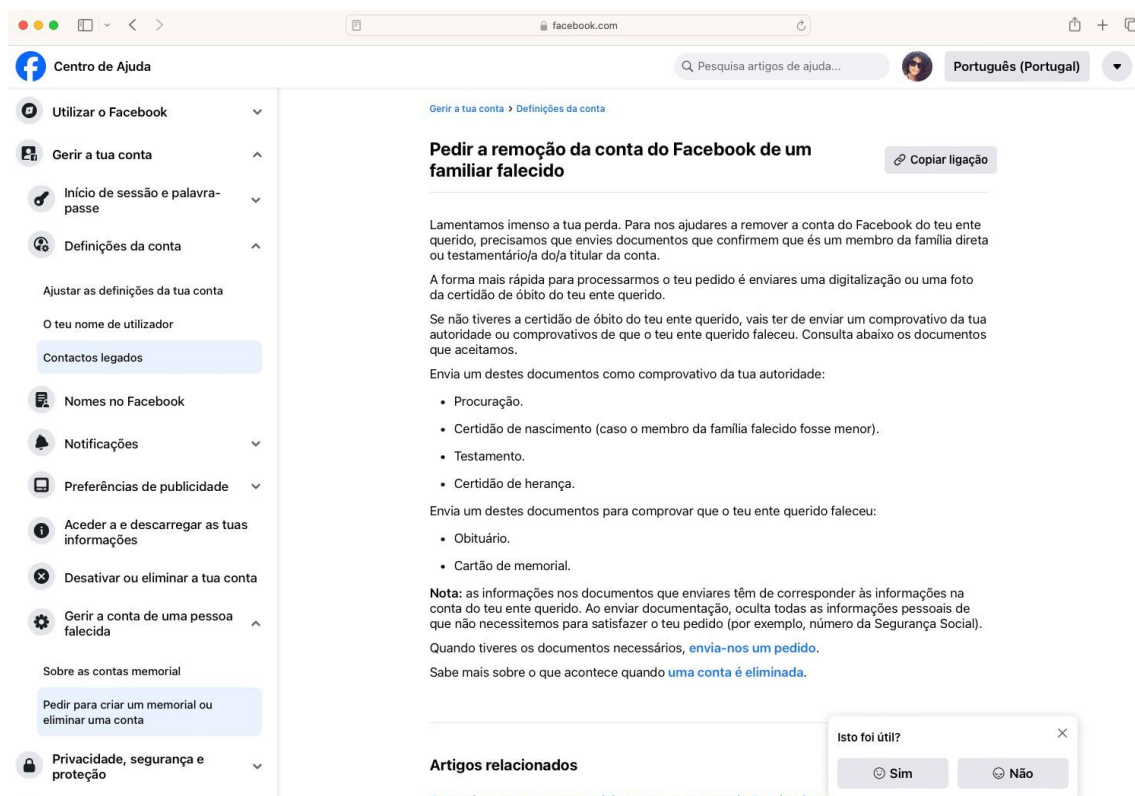


Figura 6: Centro de Privacidade da Meta. Captura de ecrã 30/10/2024

De forma mais concreta, apresentaremos no Capítulo 6 as perceções das pessoas em luto acerca da gestão de contas dos entes queridos falecidos e como lidam com os procedimentos burocráticos durante o processo de luto. As plataformas de redes sociais como o Facebook, de certa forma, trouxeram mais uma demanda para os enlutados. Para além de gerirem as suas próprias emoções, precisam pensar sobre o que fazer com as contas dos falecidos em redes sociais.

#### 4.6.4 *Acesso aos conteúdos da conta de uma pessoa falecida*

Apenas em casos raros, a empresa informa que considera pedidos de conteúdo ou informação da conta, desde que seja fornecida uma prova que o solicitante seja um membro da família autorizado, juntamente com uma decisão judicial. A empresa afirma que o envio da documentação não garante o fornecimento das informações solicitadas.

#### 4.6.5 *Remoção de conta de pessoas incapacitadas clinicamente*

O Facebook considera a remoção de pessoas mental ou fisicamente incapazes, de forma irreversível. Nos casos em que o membro do Facebook seja menor de 13 anos, a conta deverá

ser denunciada. Para maiores de 13 anos o pedido deverá ser enviado para análise. A mensagem esclarece que esse recurso é voltado apenas para os casos de utilizadores incapacitados por motivos médicos e não considera, por exemplo, pessoas encarceradas ou num programa de reabilitação como incapacitada.



Figura 7: Home do website facebook.com. Captura de ecrã 30/10/2024

O próprio *slogan* do Facebook em sua página inicial convida o utilizador ‘a comunicar e a partilhar histórias, memórias e lembranças com as pessoas que fazem parte da sua vida’ (Ver Figura 7). Mesmo não tendo sido criada com a intenção de navegar pelos aspetos mais complexos da finitude humana, a morte está presente. Tanto assim é que a companhia tem sido constantemente cobrada pela forma como trata os dados e informações de seus utilizadores, no que diz respeito à privacidade, como passou a ter de lidar com a vida após a morte digital de seus utilizadores.

Para Tamara Kneese (2023), o Facebook, assim como outras plataformas de redes sociais, se tornaram um problema de *design*. Os utilizadores apropriaram-se desses ambientes digitais, tornando-os espaços sagrados de rituais e memorialização, além de espaços de expressão do luto, ainda em reconfiguração quando se trata dos novos paradigmas sobre a morte. Para a autora:

“Embora as plataformas possam eventualmente reconhecer e tentar aproveitar o valor que pode ser extraído ao acomodar as necessidades dos utilizadores em relação à morte, nunca poderão resolver adequadamente a desconexão entre os interesses comerciais e as necessidades sociais. As plataformas estragam as suas relações com os utilizadores mortos e os enlutados precisamente porque são movidas por interesses comerciais em detrimento dos interesses sociais ou culturais” (Kneese, 2023, p. 27).

Como vimos no início deste Capítulo, a Meta tem omitido o número real de utilizadores, não mencionando em seus relatórios públicos os números de contas inativas na plataforma ou de pessoas que já faleceram, criando uma distopia em que não se sabe mais se um perfil sem atualizações ou interações por parte do utilizador se dá por uma opção ou simplesmente porque este já faleceu. Claramente, a estratégia de não tocar neste assunto com clareza e transparência está motivada por interesses comerciais e pouca ação efetiva sobre como promover a literacia sobre a morte entre seus utilizadores com políticas e procedimentos mais claros e transparentes.

Assim, ao navegar pelas páginas do Centro de Privacidade e do Centro de Ajuda observamos que as informações sobre como a Meta trata dos perfis de pessoas já falecidas, são dispersas, subjetivas e superficiais. O que leva o utilizador a concordar com os Termos de Utilização, Política de Privacidade, Política de Cookies e a Central de Ajuda sem refletir nas implicações futuras sobre como a companhia recolhe, trata e partilha dados com terceiros.

Acerca do impacto das redes sociais nas práticas de memorialização contemporâneas, discutiremos na secção a seguir pontos-chave já abordados por alguns autores sobre como os estudos sobre as plataformas digitais universalizam a experiência do utilizador, quando atualmente as ferramentas oferecidas no Facebook proporcionam experiências de interação e presença online de forma diversificada. No Capítulo 6, aprofundaremos a nossa reflexão sobre como as plataformas digitais podem tratar a questão dos perfis de pessoas falecidas.

#### **4.7 Affordances do Facebook: quando a morte está no feed**

Nas últimas duas décadas, as práticas de morte, luto e memorialização se tornaram um campo fundamental de investigação académica dado o surgimento das plataformas digitais, especialmente das redes sociais.

Da mesma forma que ocuparam as plataformas digitais para manter-se conectados, como vimos na seção anterior, as pessoas, em geral, também, viram nas redes sociais o ambiente propício para novas práticas de memorialização, performances afetivas e oscilação entre as

esferas pessoais e públicas (Navon & Noy, 2023), individuais e coletivas. De modo a contribuir com a substancial literatura sobre morte digital e o luto online, esta seção tem como objetivo discutir possibilidades e responsabilidades da Meta na relação entre os novos paradigmas da morte e do luto e como a companhia deve lidar com o fenômeno da morte online. Minha intenção é identificar as lacunas da empresa no que tange a medidas, recursos e funcionalidades acerca das práticas de luto online, numa perspectiva de responsabilizar a Meta sobre a necessidade de considerar que a plataforma está se tornando um cemitério de perfis de pessoas falecidas (Ohman & Floridi, 2017).

Com uma interface que facilita a interação online, os utilizadores se apropriaram da plataforma para memorializar seus entes queridos que já faleceram. Embora a Meta afirme que os 3,9 bilhões de utilizadores, em 2023, sejam de perfis ativos, a plataforma pouco fala dos perfis inativos. Não sabemos dizer se é uma forma de camuflar a queda de Pessoas ativas mensalmente (MAP) para não assustar os investidores e os anunciantes, que veem os utilizadores migrarem para outras aplicações como TikTok, sobretudo, o público mais jovem, ou se há algo mais que a empresa quer esconder. Todavia, há diversas razões que podem influenciar nos dados MAP, seja a migração para outras plataformas ou mesmo práticas de «desconexão digital» (Treré, 2021; Jorge, 2019), desconfiança nas políticas de utilização e privacidade por parte dos utilizadores (Noman et al., 2019), nos aspetos relacionados à vigilância (Zuboff, 2019). No entanto, se considerarmos que ao longo dos 20 anos em que a plataforma opera, muitos dos seus utilizadores já faleceram. A pergunta que se coloca é: o que a Meta faz com as contas dos mortos no Facebook, Instagram e WhatsApp? Que políticas são adotadas para mitigar a propagação de perfis de pessoas já falecidas e/ou contas inativas e como a empresa tem lidado com os enlutados?

A associação entre a morte e as tecnologias de comunicação é tão antiga como a própria história da Humanidade. Desde pinturas rupestres e esculturas em pedra, a escrita, a impressão fotográfica até o advento da Internet e das novas tecnologias digitais, a morte segue simbolizando a transitoriedade e a perda. Cada tecnologia tem tido o seu papel no aprimoramento e na capacidade humana de memorializar, homenagear e manter a presença social dos mortos (Walter, 2015; Walter et al., 2012). O fenômeno da presença social dos mortos nas culturas ocidentais é significativo do ponto de vista histórico e social porque quebra os paradigmas da «Modernidade» sobre a morte e morrer. Os mortos foram isolados e institucionalizados em cemitérios, deixando de ser acontecimentos públicos e comunitários, passando a estar escondidos nas esferas privadas e pessoais (Walter et al., 2012; Sisto, 2020).

Assim como as normas sociais impostas aos mortos foram alteradas, a forma de lidar com a morte e o luto também se tornaram privadas, de modo que as sociedades modernas ocidentais deixaram de ter comunidades enlutadas para ter indivíduos enlutados (Mellor & Shilling, 1993; Walter et al., 2012). As tecnologias digitais desafiaram a Modernidade, tirando os mortos do isolamento e trazendo-os para a esfera pública de modo que já não é possível escondê-los nos cemitérios. As redes sociais virtuais (SSN) tornaram-se o centro das demonstrações públicas de luto e memorialização, onde as fotografias, conversas e sentimentos dos enlutados fazem parte do cotidiano e estão presentes nas redes sociais ao alcance de todos (Walter et al., 2012, p. 285).

Navon & Noy (2023) lembram que os estudos que analisaram a ligação entre o Facebook e as práticas de luto e memorialização já identificaram práticas e utilizações. No entanto, os autores ressaltam que a multiplicidade de utilização dos recursos do Facebook utilizados pelas pessoas em luto - perfis, páginas e grupos -, não foram abordados nos estudos, que se centraram mais em analisar práticas universalizando a experiência. Quando se considera que o Facebook não foi concebido para ser um ambiente de memorialização dos mortos, nem de expressão pública dos sentimentos dos enlutados acerca do luto, eles consideram fundamental que as distinções para cada recurso sejam consideradas nas pesquisas, haja vista que, a dinâmica social entre os utilizadores muda drasticamente de um recurso para o outro, conforme discutido no Capítulo 3.

De acordo com o estudo de caso apresentado no início deste capítulo, a Meta Platforms tem o seu modelo de negócios baseado em estratégias de publicidade. Tanto que o lucro líquido em 2023, apesar da crise de imagem nos mercados financeiros e as constantes denúncias de violação de privacidade, sobretudo, na Europa, rondou os 39 bilhões de dólares. Outro dado relevante no âmbito desta investigação é a de que já tendo duas décadas de história, a companhia pouco avançou nas questões pós-morte digital, deixando a responsabilidade para os utilizadores lidarem por si com os aspetos relacionados às contas de pessoas falecidas. Considerando que há uma tensão entre a necessidade de lembrar e honrar a memória dos falecidos e a forma como as plataformas digitais operam, a persistência de contas e perfis de pessoas mortas pode ser exploradas para fins lucrativos, desumanizando a experiência do luto (Stokes, 2021; Kasket; 2019; Öhman, 2024).

Conforme relatamos, a fórmula utilizada pela Meta para chegar ao número de 3,9 bilhões de utilizadores em 2023 não é clara quando se trata de contas inativas. Portanto, o número de utilizadores pode ser facilmente contestado, haja vista que, pessoas morrem todos os dias e por

diferentes causas, o que significa que uma conta criada em 2010, por exemplo, não necessariamente estará ativa em 2024, embora não tenha sido apagada. Ou seja, a Meta Platforms contabiliza as contas de pessoas falecidas em seus relatórios anuais apresentados aos investidores anualmente.

Diante da enorme capacidade de desenvolvimento de tecnologias da empresa, porque não há até o momento uma política clara para os perfis inativos? Ou mesmo o desenvolvimento de *affordances* que sinalizem aos utilizadores que o perfil é de uma pessoa inativa por um determinado período, principalmente nos casos de 2, 3, 4 anos? Ou mesmo, nos grupos criados especificamente para as práticas de luto online, como apresentamos anteriormente, algum tipo de recurso que oriente os utilizadores sobre o conteúdo sensível daquele determinado perfil? E ainda, porque não há uma sinalização nestes grupos, como recurso da própria plataforma de indicar aos utilizadores serviços de saúde mental quando os conteúdos publicados pelos utilizadores indiquem narrativas de depressão patológica ou sinais de suicídio?

Compreendendo a complexidade da experiência humana em relação à morte e o luto nas plataformas da empresa, a companhia nada avançou na política de contato legado. O recurso segue escondido entre o Centro de Privacidade e o Centro de Ajuda, em um emaranhado de hiperligações com uma produção textual superficial, desconhecida por parte dos utilizadores, conforme veremos no Capítulo 5.

Os mortos não são só um problema de design (Kneese, 2023) para a Meta Platforms, mas também uma questão de ativo financeiro. Esse processo envolve tanto a monetização indireta das interações que cercam essas memórias quanto a criação de funcionalidades que transformam a lembrança dos entes queridos em produtos dentro de sua infraestrutura de dados. Embora não gere receita direta, a interação em torno das pessoas em luto em grupos, páginas e perfis formam uma base de dados valiosa para a empresa sobre comportamentos emocionais. Essa interação poderá influenciar em anúncios de produtos e serviços relacionados ao luto, a morte e a memória, planos de empresas funerárias, gestão de legados digitais, serviços de *coaching*, conselheiros sentimentais que vendem *e-books* de desenvolvimento pessoal, floriculturas e assim por diante.

A memória digital é cada vez mais «capitalizável», onde o próprio ato de recordar se torna uma ação lucrativa para plataformas (Stokes, 2021). O algoritmo de recomendação da Meta, que sugere conteúdos e amigos relacionados, tanto no Facebook como no Instagram, também promove publicações e memórias ligadas a perfis de falecidos. Ao sugerir a interação

com essas páginas, perfis e grupos, a Meta amplia o alcance dos conteúdos de memória e de publicações antigas, gerando novas interações.

A «dataficação» dos aspetos mais quotidianos da vida humana, e também da morte, são cada vez mais comercializados (Van Dijck, 2014; Mayer-Schönberger & Cukier, 2013), considerando que os algoritmos de recomendação não são neutros nem aleatórios, mas orientados para estimular que os utilizadores passem o maior tempo possível nas plataformas (Gillespie, 2014).

Essa «pressão algorítmica» para que as pessoas enlutadas permaneçam alimentando seus perfis com fotos, vídeos e áudios, testemunhos sobre as suas experiências de luto, pode ser prejudicial para o processo de luto individual e a própria privacidade da pessoa enlutada. Ao mesmo tempo, os grupos de Facebook podem ser uma oportunidade para engajar-se publicamente nas redes sociais (Öhman, 2024) e receber algum suporte, enquanto validam os sentimentos e emoções provocadas pelo luto. As *affordances* como recordações automáticas, lembranças e interações com outros enlutado embora beneficiem os utilizadores em determinados períodos do luto em que há uma necessidade maior de partilhar, também beneficiam a Meta, seja porque a presença digital do falecido (Lagerkvist, 2019) pode manter uma sensação de continuidade com o enlutado (Kasket, 2019; Bassett, 2022), seja porque, ao fornecer um espaço seguro para a partilha, o Facebook incentiva que o luto se torne uma experiência partilhada, sendo revisitada no ambiente online, estimulando que os grupos de luto se tornem lugares de presença duradoura, onde os membros buscam apoio emocional. Esta situação pode causar um tipo de dependência das redes sociais e a sensação ilusória de «pertença» a uma comunidade, especialmente em contextos de vulnerabilidade emocional (Turkle, 2011). Neste sentido, concluímos que a inércia da Meta em avançar nas questões pós-morte digital está, sobretudo, no interesse pela continuidade dos mortos em suas plataformas, haja vista que as pessoas em luto mantêm os falecidos vivos.

## Capítulo 5 – Grupos de apoio ao luto no Facebook

### 5.1 Introdução

A partir da revisão da literatura identifiquei uma lacuna acerca de estudos que abordem especificamente os grupos de apoio ao luto no Facebook. Parte das pesquisas mais expressivas focaram-se no Facebook como um todo, o que já mencionamos no Capítulo 3, acerca dos múltiplos recursos que o Facebook oferece, apropriados pelas pessoas em luto para práticas de memorialização de entes queridos falecidos. Os ambientes digitais influenciam nas dinâmicas sociais e na forma que os utilizadores participam e interagem nestes ambientes (Navon & Noy, 2023; boyd, 2011).

Analisaremos as *affordances* de dois grupos de Facebook criados para práticas de expressão do luto online. Vale salientar que os procedimentos éticos foram descritos no Capítulo 3, assim como as opções metodológicas, a justificação da temática dos grupos, os métodos de recolha e da análise para compor esta etapa da investigação, as questões éticas e a posicionalidade da investigadora. Considerando a sensibilidade dos dados e o tema relacionado a morte e o luto online, apresento a caracterização dos grupos escolhidos, categorizados em dois tipos: Pessoas que perderam um ente querido em decorrência da COVID –19 (Grupo A) e Pais que perderam filhos (Grupo B). A análise considerou as narrativas de memórias, portanto, a estrutura textual das publicações, a ambiguidade das noções de público e privado e a continuidade dos laços

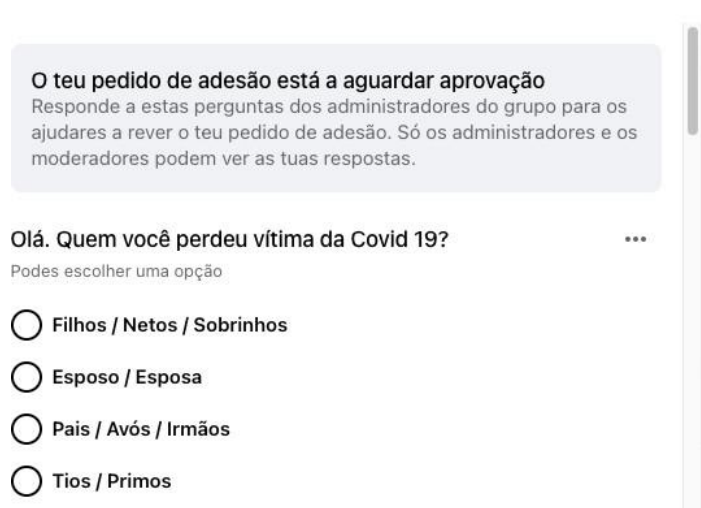
Em ambos os grupos, a recolha de dados foi feita manualmente. Por serem grupos privados, o Facebook limita a recolha automática através de *software* externos, o que condicionou a recolha manual de cada publicação, que foram copiadas diretamente do grupo para uma base de dados no Excel, seguindo os códigos pré-determinados e de interesse no âmbito desta investigação. Optamos por um grupo do Brasil (Grupo A) e um de Portugal (Grupo B), a fim de averiguar comportamentos, práticas culturais e similaridades referentes à língua, considerando que os dois países possuem ligações históricas, além da possibilidade de identificar padrões e diferenças «nas atmosferas online e offline» na etapa das entrevistas, conforme veremos no Capítulo 6.

## 5.2 Caracterização dos grupos

### 5.2.1 Grupo A

O grupo foi criado em 28 de dezembro de 2020 com a proposta de reunir pessoas em luto que perderam entes queridos em decorrência da pandemia da COVID-19. Se define «como um lugar para troca de relatos, experiências, lembranças e espaço de entreajuda para quem está no processo de luto». Embora não seja determinado o país/região do grupo, os membros são majoritariamente de nacionalidade brasileira, aferido pelas variações na forma escrita da língua portuguesa. No entanto, são identificadas variações da escrita, o que caracteriza que há membros de outros países de língua portuguesa. O grupo é privado e contava com 3,8 mil membros na data da recolha dos dados. Há 5 membros a desempenhar a função de administração de forma ativa e qualificada. São publicados por dia cerca de 3 *posts* que passam por um trabalho de moderação, aparentemente rigoroso.

Para ter acesso ao grupo foi necessário concordar com as regras, responder a questões relacionadas à perda de alguém para a COVID-19 e confirmar que se encontra em processo de luto. Na Figura 8, vemos a interface da plataforma com a pergunta: “quem você perdeu vítima da COVID-19?”. Nesta situação específica, cliquei na última opção. É importante salientar que essa etapa seguiu rigorosamente os procedimentos éticos apresentados no Capítulo 3, especificamente, acerca da posicionalidade. A aprovação levou cerca de 12 dias, a contar da data de solicitação para aderir ao grupo.



O teu pedido de adesão está a aguardar aprovação  
Responde a estas perguntas dos administradores do grupo para os ajudares a rever o teu pedido de adesão. Só os administradores e os moderadores podem ver as tuas respostas.

Olá. Quem você perdeu vítima da Covid 19? ...

Podes escolher uma opção

- Filhos / Netos / Sobrinhos
- Esposo / Esposa
- Pais / Avós / Irmãos
- Tios / Primos

Figura 8: Solicitação de adesão ao Grupo A. Acesso em: 30/04/2023

As regras são bem formuladas, transparecem o cuidado e segurança para os membros utilizadores. Dizem respeito a simpatia e a gentileza, o respeito pela diversidade de fé, inclusive a “falta de fé”, a compreensão do tempo de luto: “*No Grupo não há regra para validar tempo*

*de luto, sendo todos respeitados. Por isso, jamais comente ou poste criticando alguém por isso”, aponta a mensagem da moderação.*

A privacidade, o respeito pela Ciência, o estímulo à vacinação, o distanciamento social e a proteção coletiva são explícitas como regras das publicações no grupo, assim como são proibidas a divulgação de notícias falsas e desinformação. O grupo proíbe qualquer tipo de publicidade e divulgação de hiperligações externas, promoções, *spam*, sorteios, jogos, correntes e divulgação de páginas no Facebook, perfis no Instagram, Twitter, Telegram e outras plataformas e redes sociais.

Os *posts* são pertinentes ao tema do luto e são proibidos quaisquer conteúdos que expressem religião, sejam missas, cultos, músicas, áudios, transmissões em direto. Há também uma regra direcionada para pedidos de ajuda financeira, que são proibidos por colocar o membro que solicita ajuda em situação de vulnerabilidade. Publicações com menção ao suicídio não são aprovadas por considerar um risco para outros membros. Os administradores orientam que qualquer membro que esteja a ter pensamentos suicidas procurem imediatamente apoio no sistema de saúde, pois “o grupo não é capaz de intervir efetivamente”.

Acerca da oferta de serviços remunerados de profissionais da Psicologia, Psiquiatria e do Direito, os administradores isentam-se de qualquer responsabilidade e estimulam que caso haja qualquer desconforto com algum membro que atue nessas áreas, seja comunicado à administração. Além disso, incentiva a busca de ajuda gratuita em Universidades. “*Nosso foco é apoio mútuo pelo luto, com respeito à diversidade, à Ciência e às leis. Precisamos ter cautela no convite a novos membros e aprovação, para que o grupo seja preservado. Bom senso nos posts, conteúdo das fotos, legendas, comentários*”.

Das 127 publicações analisadas, verificou-se que o grupo é ativo, não tendo nenhuma publicação sem a intervenção de outros utilizadores na amostra recolhida. As reações *Like*, *Sad* e *Care* são as mais utilizadas, o que corresponde ao conteúdo das mensagens e caracterizam-se como uma forma direta de apoio ao conteúdo da mensagem, conforme o Gráfico 1.

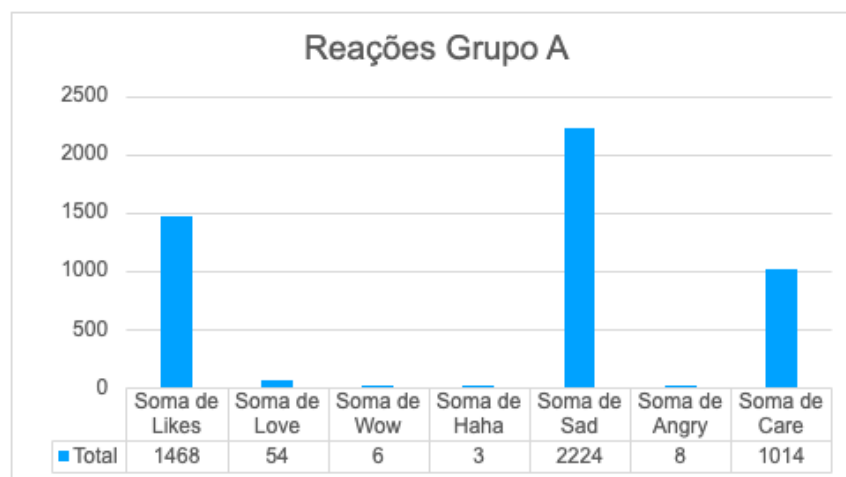


Gráfico 1: Número de reações Grupo A

*Sad* é a reação mais comum, com 2224 reações, o que mostra um sentimento de tristeza dos membros pelas perdas relacionadas à COVID-19, refletindo o impacto coletivo e individual dessas perdas. O *Like*, com 1468, representa uma quantidade significativa de apoio ao conteúdo da mensagem. Por ser um tipo de reação mais genérica, sugere uma aceitação e validação do conteúdo compartilhado. A terceira é o *Care*, com 1014 reações que pode ser associado como um gesto de empatia, cuidado e compaixão, reforçando o sentido de apoio mútuo entre os membros do grupo. Já *Love*, com 54 reações poderá simbolizar carinho e estão relacionadas, possivelmente, com mensagens que contenha celebrações e memórias positivas por parte de quem fez a publicação. *Wow*, com 6 e *Haha* com 3 reações aparecem com menos relevância, o que poderá representar uma seriedade e respeito dos membros com a pessoa que partilha. No entanto, *Angry* teve 8 reações em publicações relacionadas à gestão da pandemia ou que se refiram a demora na disponibilização das vacinas por parte do governo ou mesmo por fatores externos. Numa análise geral, podemos concluir que as reações espelham o respeito mútuo e o cumprimento das regras, considerando que em plataformas como o Facebook, as reações são dados valiosos para traçar um perfil geral de determinado grupo de utilizadores.

No geral, os utilizadores são participativos, empáticos e gentis. Um aspeto a ser considerado é que é nos comentários que os outros membros se solidarizam com o autor do *post*, a partir das suas próprias histórias e relatos. As narrativas são semelhantes à do autor da publicação. Há um sentimento de partilha da própria dor da perda e da experiência de vivenciar o luto. Na minha perceção, é como se partilhar um relato estimulasse outros a adotar narrativas semelhantes de estrutura e sequência das informações. Além de relatos detalhados sobre o processo de perda, desde o momento em que o ente querido foi contaminado pelo vírus ao momento da morte, considerando que devido ao distanciamento social não era possível velar o corpo nas formas mais tradicionais de despedida.

Os textos são extensos, com riqueza de detalhes sobre a pessoa falecida, sua personalidade e o relato da experiência pessoal. É um luto público, em que os membros se sentem seguros e livres para contar os detalhes, carregados de sentimentos e lembranças. Dos *posts* analisados, a média é de 770 caracteres. A mensagem com o maior número de caracteres (6470) relatava sentimentos como raiva e dor pela perda do irmão e pela negligência dos governantes com a disponibilização da vacina. Ressalta-se que de forma geral há uma preocupação com as regras ortográficas e gramaticais da língua portuguesa, embora haja uma variação a depender do nível de literacia de cada membro. Observa-se, também, utilizadores acima dos 30 anos, do género feminino e em luto, maioritariamente, pelo falecimento de um filho, irmão, pai, mãe ou marido. Entretanto, esse dado é apenas deduzido já que não foi feito um recorte específico sobre os perfis dos utilizadores, sendo aferido apenas superficialmente pela fotografia de perfil.

Observa-se uma incidência de: «fotografia de arquivo familiar sem edição», ou seja, fotografias de arquivo da família apenas publicadas sem a utilização de nenhum recurso de aplicações de edição de imagem, de baixa qualidade, registrada com aparelhos de telemóvel; «imagem com edição artesanal/amadora», em que uma imagem qualquer é editada, em um tipo de fonte mais delicada, cursiva e desenhada; «*post* textual com funcionalidade de edição do Facebook», quando o utilizador recorre ao recurso de edição da própria plataforma e insere *emojis*, avatares.

No total da amostra analisada, foi identificada apenas uma publicidade de serviço. Por ser um grupo com uma moderação ativa, o membro não chegou a descumprir uma regra, e a publicação foi aprovada.

### **5.2.2 Grupo B**

O Grupo B foi criado em 17 de março de 2014, com a descrição “pais que perderam os seus anjos”. É um grupo privado, onde somente os membros podem ver quem faz parte do grupo e o que é publicado. Conta com aproximadamente 24,6 mil membros, quatro administradores, que exercem a função de administradores/moderadores. O grupo é de propriedade de uma página, sendo o administrador principal. Nota-se que o grupo é a extensão do trabalho realizado pela criadora da página, que atua de forma sistemática e presente, não só com publicações e *reposts* no grupo, como também na aprovação e moderação dos conteúdos e comentários.

O grupo conta com um membro como «especialista», papel previsto pelo Facebook: “Os especialistas do grupo são escolhidos pelos administradores e conhecem bem o tópico do grupo”. Conta com cerca de 260 membros com a distinção de «melhores contribuidores». É um grupo em que os membros são ativos, criado e administrado a partir de Lisboa, Portugal, mas com membros de diversos países de língua portuguesa.

Para aceder ao grupo é necessário responder à pergunta «já perdeu algum filho para saber o que nos sentimos?» (Ver Figura 9) e concordar com as regras do grupo. A solicitação foi aprovada cinco dias depois da solicitação.

ja perdeu algum filho pra saber o nos sentimos

Escreve uma resposta...

**Regras do grupo**  
Os membros do grupo aceitam respeitar as seguintes regras:

Concordo com as regras do grupo

1 **Respeito pela privacidade de todos**  
Fazer parte deste grupo exige respeito mútuo. Os debates autênticos e de livre expressão são bons para o grupo, mas também podem ferir suscetibilidade... [Ver mais](#)

2 **você tem um anjo no céu**

Figura 9: Solicitação de adesão ao Grupo B. Acesso em: 05/04/2023

As regras do grupo são objetivas e exigem respeito mútuo. A administração tem uma atenção especial à privacidade e ressalta:

“Fazer parte deste grupo exige respeito mútuo. Os debates autênticos e de livre expressão são bons para o grupo, mas também podem ferir suscetibilidades ou ter cariz confidencial. O que é partilhado no grupo é exclusivo do grupo”. Além disso, é necessário «NOME DO GRUPO», não publicar fora de contexto, e sem incitação ao discurso de ódio. Certifica-te de que todos se sentem em segurança. O *bullying* não é permitido e os comentários depreciativos sobre coisas como raça, religião, cultura, orientação sexual, género ou identidade não vão ser tolerados” (Grupo B, Moderação, sem data)

Foram recolhidos manualmente e analisados 137 URL, das quais 99 continham elementos multimédia (entre imagens, fotografias, vídeos e textos). Como no grupo A, as reações mais utilizadas pelos membros foram o *Like*, seguido de *Sad* e *Care*, como mostra o Gráfico 2.

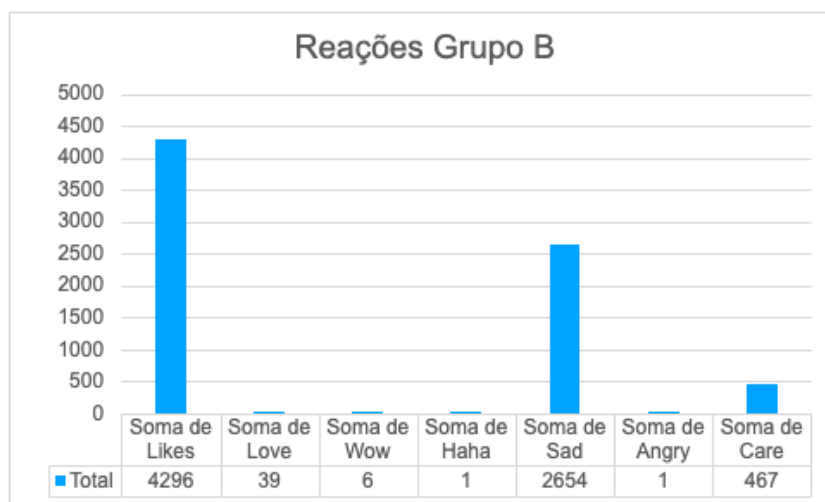


Gráfico 2: Número de reações Grupo B

*Like* foi a reação mais comum somando 4296, o que pode ser compreendido como uma forma de apoio geral ao conteúdo da publicação, caracterizada em boa parte, por *reposts* de uma página específica do Facebook. Com 2654 reações, *Sad* foi a segunda mais utilizada, que neste contexto, pode estar relacionada com o tom emocional ou sentimentos como tristeza. Por ser um grupo voltado para o luto pela perda de filhos, as publicações com mais reações *Sad* envolve mensagens de autoajuda ou fotografias da pessoa falecida. Seguido de *Care*, com 467 reações, que pode representar a compaixão ou empatia pela mensagem da publicação. Menos frequente, está o *Love*, com 39 reações. Esta reação sugere a relatos de memórias da pessoa em luto ou fotografias de uma mãe com o filho. Com 6 reações, *Wow* pode ser entendido como surpresa em relação a histórias ou imagens impactantes. Por fim, *Haha* e *Angry*, com uma reação cada, não são relevantes para a amostra.

Observa-se que não há um número de comentários relevantes, sendo a publicação mais comentada com 66 comentários. As publicações em geral não têm um número de interações significativas, nem uma produção autoral, contando em boa parte com a partilha de hiperligações de páginas e perfis pessoais e de conteúdos externos, destacando-se os conteúdos da “página proprietária”. Na observação constatamos que, por serem hiperligações, o membro não escreve e apenas partilha o conteúdo, considerando que a publicação nativa não é de autoria do próprio membro. Os textos são curtos, com poucos caracteres e a expressão por *emojis* notadamente presente em boa parte das publicações.

Do total de publicações analisadas, a categoria «poster partilhado», definida neste estudo como um conteúdo visual, com uma mensagem textual direta, que utiliza recursos de

edição gráfica, sempre com uma imagem de impacto e cores escuras (cinzento, preto), ou flores e corações vermelhos e, em muitos casos, imagens de figuras femininas. Outra categoria encontrada foi a partilha de hiperligações da “página proprietária”, seguida pela categoria de «Fotografia de arquivo familiar sem edição».

Apenas uma publicidade foi identificada, estando relacionada à divulgação de serviços de criação de caricaturas em que a pessoa enlutada tem a possibilidade de adquirir uma caricatura com a junção da sua própria imagem com a imagem da pessoa falecida. A publicidade não é explícita pois não divulga preço, embora a mensagem seja direta. Nos comentários outros membros reagem positivamente e demonstram interesse em adquirir o serviço.

### **5.3 Narrativas de memórias**

Nos grupos privados do Facebook, as publicações e comentários são visíveis a todos os membros. As *affordances* como publicar textos, fotografias, vídeos e reação as narrativas de memorialização, potencializam a expressão do luto online. Muitas dessas narrativas dificilmente seriam compreendidas ou aceitas publicamente por quem não está em luto ou no perfil pessoal da pessoa enlutada. Como mencionado na seção anterior, reações como *Like*, *Sad*, *Care*, por exemplo, servem para demonstrar apoio ao autor da publicação.

No exemplo da Figura 10, a autora utiliza o recurso de texto para expressar a sua dor diante do luto pela morte do pai. Num testemunho em primeira pessoa, ela confidencia «que não tem vontade de conversar com ninguém em casa», encontrando no grupo algum tipo de suporte e entreaajuda, mesmo que não conheça ou sequer tenha tido algum contato com aquelas pessoas. A utilizadora relata o luto em detalhes, desde a data de falecimento. Expressa sentimentos como saudade, raiva e indignação, medo de julgamento e sintomas de ansiedade, demonstrando que mesmo com o passar dos dias a dor do luto se mantém.

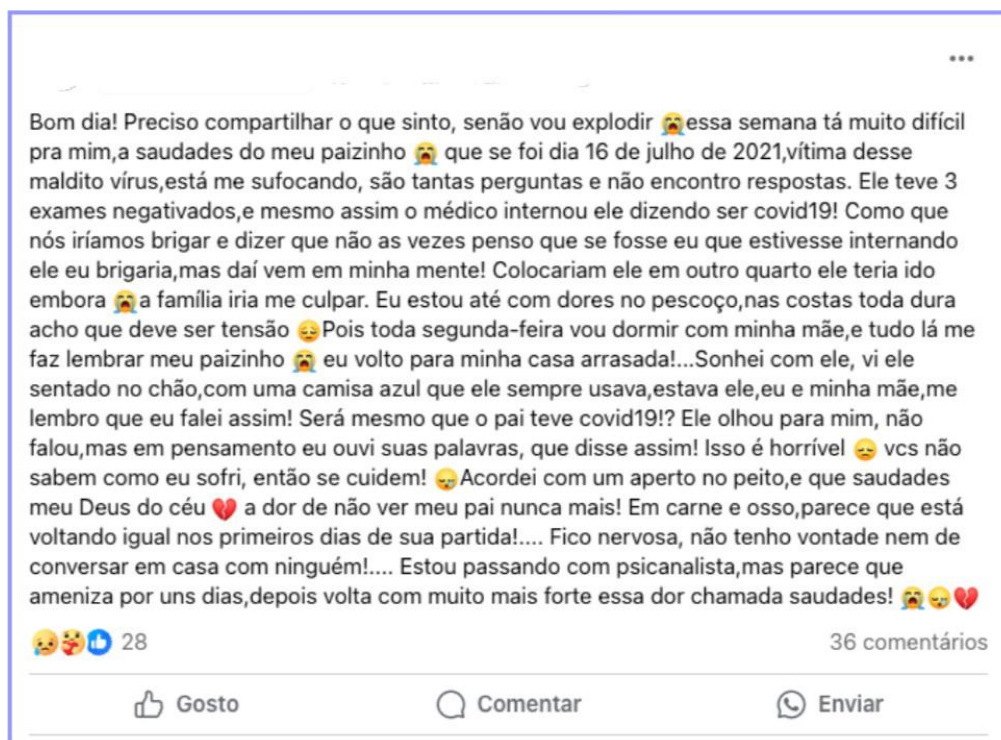


Figura 10: Captura de ecrã. Post Grupo A. Acesso em: 30/07/2023

Outros membros conectam-se ao fato da autora do *post* ter perdido o pai e reagem à publicação. Dos 36 comentários, a maioria adota estrutura semelhante ao expressar o que sentem. Observa-se que tanto na publicação quanto nos comentários, são utilizados emojis como complemento do texto. Outros membros mencionam o WhatsApp como repositório para ouvir os áudios dos pais como forma de consolo, dado que também é identificado nas entrevistas com pessoas em luto, apresentadas no Capítulo 6.

Comentário 1: Sei exatamente o que vc está sentindo 😭...perdi meu pai em junho, foi se metade de mim 💔😭😭...a minha vida não é mais a mesma, só Deus pra nós amparar 😭😭😭...fico ouvindo os áudios dele no Whatsapp isso dói, tive que parar 😭. Mas só de lembrar dele me trás dor, esse maldito vírus. (comentário Grupo A)

Comentário 2: Eu entendo ou pelo menos me sensibilizou vom ela. Meu papai Tb partiu por conta desse vírus em 22.09. E hj é ontem eu estou arrasada.

Hj para ajudar resolvi ouvir todos os seus áudios em nossas conversas por WhatsApp, desmoronei. Que saudades eu sinto. Que falta ele me faz. (Comentário Grupo A)

Outra utilizadora (Ver Figura 11) relata o sentimento por ter perdido o filho sem poder

se despedir e dizer o quanto o amava. Os comentários seguem uma narrativa semelhante, de outras mães que também passaram pela experiência da perda materna.

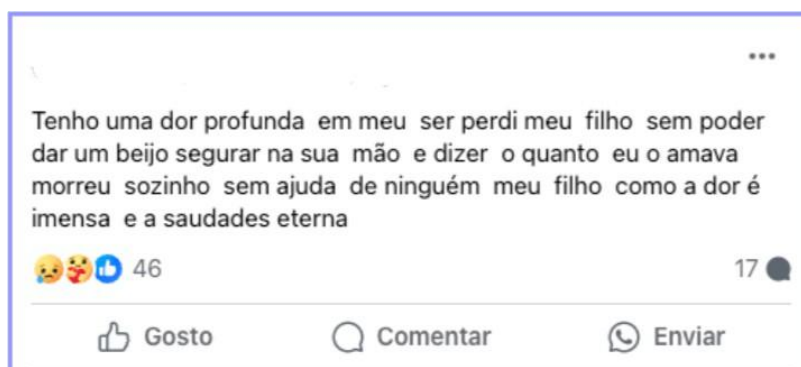




Figura 11: Captura de ecrã. Post Grupo B. Acesso em: 07/06/2023

Comentário 1: Uma dor q dilacera o coração da gente tbm perdi minha menina fazem 9 meses e é umas das dores piores q um ser humano pode sentir.principalmente para quem se ama.   
 (comentário Grupo B)

Comentário 2: Que dor meu Deus.perdi o meu com 21 anos e foi Deus que levou .Amanhã vai fazer 4 anos e 10 meses e nao me aguento de tanta dor. Já não tenho mais alegrias (Comentário Grupo B).

Os grupos online no Facebook criam uma conexão unilateral com o objeto do sujeito da perda formando uma comunidade imaginária de pessoas em luto, que não necessariamente se conhecem na esfera offline (Medeiros & Makhshvili, 2022), mas que partilham as emoções e sentimentos mais íntimos. Em vez de negá-las ou rejeitá-las, o «luto comunitário online» possibilita a construção de «comunidades enlutadas online», em diferentes regiões geográficas, origens étnicas e religiosas (Sanderson & Cheong, 2010).

Observei que nos dois grupos de apoio ao luto no Facebook não há diferenças em relação à localização geográfica, haja vista que utilizadores do Brasil e de Portugal, assim como de outros países que falam a língua portuguesa, apropriam-se das *affordances*, independentemente da cidade ou país em que estão. E têm as suas partilhas validadas nos comentários e nas reações.

Os grupos analisados no âmbito desta investigação podem ser classificados como «infoterritórios do luto» (Martinuzzo & Sangalli, 2019) que se materializa pelo acesso, produção e partilha daquilo que afeta simbolicamente a pessoa em luto. Esse espaço para a expressão do luto é também sem fronteiras. Para além da dor, da diferença de fuso horário, e até mesmo de questões socioculturais, o mesmo «infoterritório» possibilitou a interação tendo

como base principal a língua, um ambiente online propício e *affordances* que possibilitaram a interação.

#### 5.4 Ambiguidades da noção de público e privado

Os grupos privados de apoio ao luto oferecem espaços de luto que não é completamente público, mas também não é privado, num tipo de «privacidade controlada» (Marwick & boyd, 2014; Lingel, 2013). Falar entre pares com outras pessoas que compreendem a dor facilita a partilha das emoções, mas não só, de aspetos pessoais da pessoa em luto ou do falecido, como nomes, datas de aniversário de nascimento e de morte e causas da morte. Em alguns casos, essa partilha inclui detalhes do quotidiano familiar. No exemplo da Figura 12, a utilizadora descreve a história do seu casamento e informações pessoais acerca do filho e da sua rotina. Apenas pelo conteúdo da publicação é possível ter uma ideia da vida e da rotina da autora.

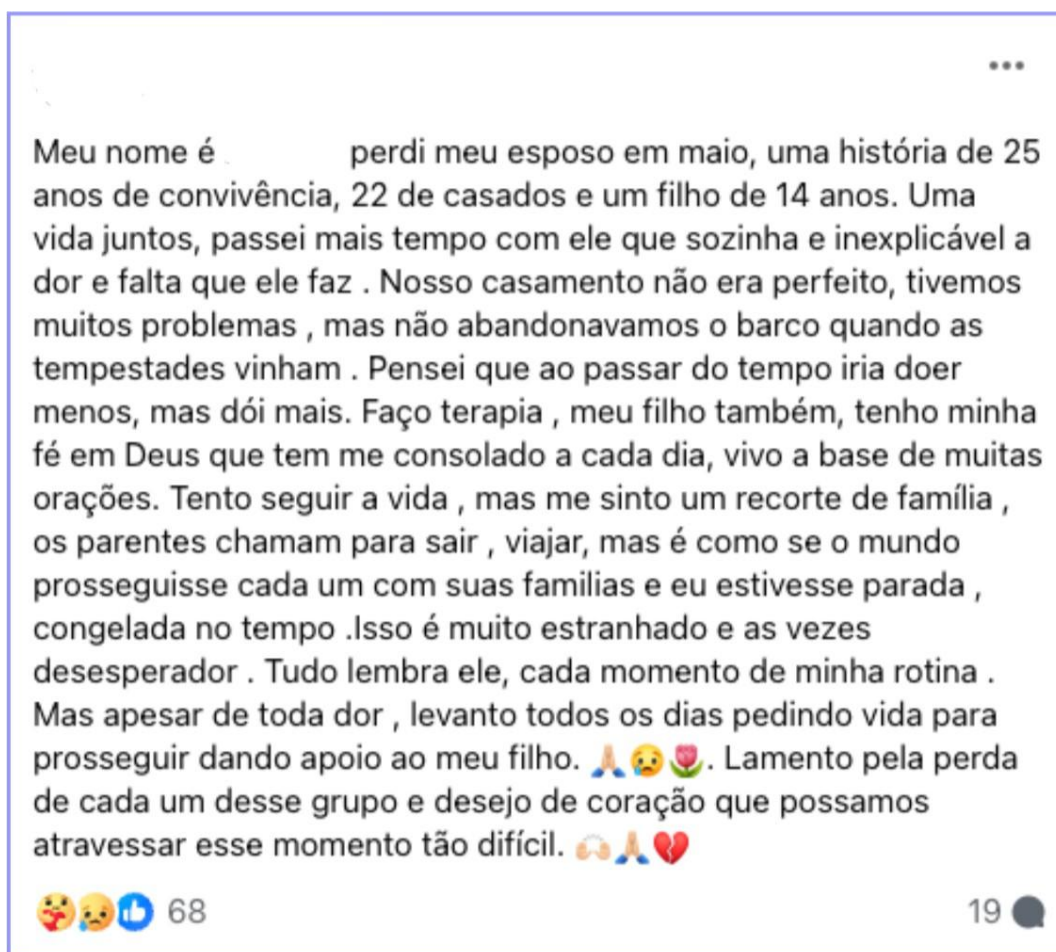


Figura 12: Captura de ecrã Grupo A. Acesso em: 10/06/2023

Comentário 1: Muito difícil eu também perdi meu marido 32 anos juntos 3 filhos ele era o cara tínhamos nossas brigas mais sempre juntos ele cuidava muito bem da gente eu também quando é pra ir em algum lugar ou chamam pra sair um me sentindo um peixe fora de água muito estranho. (Comentário Grupo A).

No comentário da mesma publicação, outra utilizadora partilha detalhes sobre a relação com o marido, validando a narrativa da autora. Ambas se sentem confortáveis para expor num grupo de cerca de 24 mil membros, aspetos íntimos da relação que tinham com seus companheiros falecidos. Inclusive, emoções relacionadas ao isolamento social em decorrência do luto, um tipo de narrativa mais comum de ser partilhar com pessoas do convívio social, ou amigos próximos, se analisarmos na ótica das normas sociais mais tradicionais sobre intimidade.

Nestes grupos, a linha entre o que é considerado público e privado é complexa e muitas vezes ambígua, especialmente em contextos de luto e memória em que as interações são moldadas tanto pela estrutura da plataforma quanto pelas percepções individuais sobre privacidade e audiência. Para utilizadores em luto, essa ambiguidade pode intensificar o conflito entre a necessidade de apoio público e a proteção de sentimentos privados. O gerenciamento da impressão e a seleção de informações que se deseja partilhar são estratégias recorrentes nesses contextos, onde a distinção entre público e privado é constantemente negociada. Essa ambiguidade entre os limites do público e do privado faz com que os espaços de luto online sejam tanto acolhedores quanto desafiadores para os utilizadores, que precisam equilibrar as vantagens de partilhar e o risco de exposição (Hogan, 2010). Nos dois exemplos, observamos que tanto a autora, quanto a utilizadora que comenta, expõem aspetos íntimos, inclusive, quando fala das brigas com o marido, que depois complementa que “ele cuidava muito bem da gente” (comentário 1). Há uma tentativa de deixar uma boa imagem do marido falecido. Esse tipo de narrativa de passar uma boa imagem da pessoa falecida é bastante frequente nas publicações. As pessoas em luto adotam não se referem a pessoa falecida, na maioria das vezes, de forma negativa ou depreciativa. Há uma certa curadoria ou seleção do que expor acerca da imagem social do falecido. É como se a morte eliminasse os aspetos mais negativos da personalidade e as pessoas em luto buscam protegê-las socialmente nas suas táticas de memorialização online.

## 5.5 Continuidade dos Laços

No *post* incluído na Figura 13, vemos o relato detalhado de uma mãe a se dirigir ao filho

como se ele estivesse ouvindo. Ela partilha detalhes de datas e hora, dos sentimentos, da crença na reencarnação do filho. A mensagem tem um tom de despedida, como se quisesse dizer ao filho o que escreveu num grupo. Nas imagens escolhidas, o vídeo amador regista momentos íntimos da família, em diversas ocasiões, com imagens de outras pessoas em momentos de festa, descontração e durante o tratamento no hospital, o que aparentemente ocorreu em decorrência de um cancro.

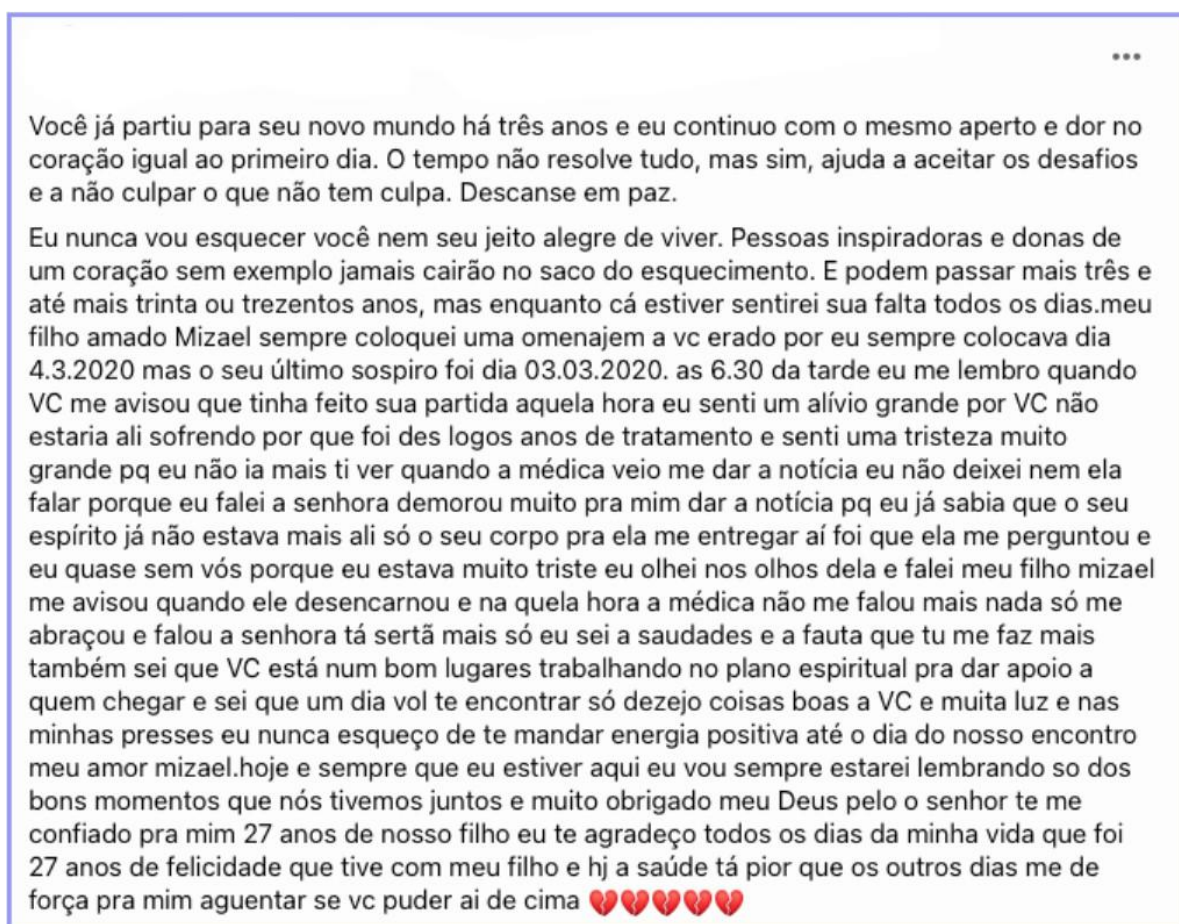


Figura 13: Captura de ecrã Grupo A. Acesso em: 09/07/2023

Falar com os mortos não é nenhum fenómeno novo, sobretudo nas culturas ocidentais (Kasket, 2019); a questão é a persistência da «presença digital» (Lagerkvist, 2019), intensificada pela possibilidade de falar com os mortos como se eles fossem responder. Neste *post*, vemos a representação da pessoa falecida idealizada, levando a uma ambiguidade entre a realidade da perda e da relação construída entre a mãe em luto, o filho falecido e a imagem que é representada nas redes sociais. Isto pode criar uma espécie de alienação, onde a presença digital mediada pode não refletir a verdadeira relação que a pessoa em luto tinha com a pessoa falecida (Öhman, 2024; Kneese, 2024). Todavia, a presença digital dos mortos é

frequentemente caracterizada por um silêncio, onde não há interação, o que gera uma tensão entre a necessidade de comunicação (intrínseca aos seres humanos) e o confronto com a ausência, resultando muitas vezes na ambiguidade da presença constante (legados digitais) e o vazio da presença, da resposta, da interação, o que pode causar ansiedade e o luto prolongado, sobretudo, no processo de luto de mães que perderam os filhos (Lagerkvist, 2019).

Os grupos online no Facebook possibilitam ferramentas para as pessoas em luto lidarem com a lidar com dor, permitindo espaços de partilha da experiência, influenciando na formação de comunidades de luto. Estes, facilitam a partilha de sentimentos e emoções, permitindo que eles se conectem com outras pessoas ao redor do mundo. O que diferencia essa interação é que ela não está mais centrada a um tempo ou espaço específico, permitindo que o luto transcenda fronteiras físicas e conecte indivíduos. A continuidade dos laços é um fenómeno que ultrapassa a racionalidade, que busca na comunicação póstuma algum tipo de consolo. Mesmo que as pessoas sigam a fazer orações, acender uma vela ou procurarem práticas como cartas psicografadas, ou irem a um templo, a comunicação póstuma é utilizada nas redes sociais como forma de expressar que aquela pessoa segue sendo importante, mesmo que ela não vá responder.

No Capítulo 6, veremos que este fenómeno pode contribuir para que serviços digitais póstumos sejam recebidos como uma solução para amenizar a ausência de respostas, seja através de serviços ou na relação que estabelecem com as pessoas falecidas. Aprofundarei nas questões de como as pessoas em luto lidam com as questões de herança e património digital, focando nas suas perceções individuais sobre como planeiam a sua pós-morte digital e gerem as dos entes queridos falecidos.

## Capítulo 6 – Práticas e percepções entre moderadores e pessoas em luto

### 6.1 Introdução

Este capítulo apresenta uma análise das práticas e dinâmicas de grupos de apoio ao luto em Portugal, com foco em associações sem fins lucrativos, com sede em Lisboa. Por meio de entrevistas com moderadores e pessoas em processo de luto, conforme detalhado no Capítulo 3, buscou-se compreender como esses grupos oferecem suporte emocional, promovem espaços de partilha e compreendem os desafios e implicações das tecnologias digitais no processo de luto.

A interpretação dos dados foi guiada pelos princípios da teoria construtivista, que enfatiza a construção de significados a partir das interações entre as pessoas entrevistadas e o investigador. Dessa forma, os resultados refletem não apenas as experiências relatadas pelos participantes, mas também a minha perspectiva reflexiva adotada durante todo o processo de investigação, relacionando-os com os estudos apresentados nos Capítulos 4 e 5. As afirmações apresentadas neste capítulo foram fundamentadas nos dados e apoiadas pelas vozes dos entrevistados na forma de citações diretas das transcrições das entrevistas, nos temas que foram surgindo a partir da codificação e nas minhas notas de observação.

A investigação incluiu entrevistas semi-estruturadas com moderadores de associações que oferecem suporte ao luto, buscando identificar as dinâmicas de funcionamento, práticas e contributos para os utentes que buscam suporte emocional para lidar com a perda de um ente querido. Os moderadores, que são profissionais atuantes na área da saúde, principalmente médicos, enfermeiros e psicólogos, partilharam experiências práticas sobre a organização e gestão dos grupos de apoio ao luto.

As associações apresentam linhas de atuação diversificadas, atendendo públicos que vão desde pais que enfrentam perdas gestacionais, irmãos, até familiares que perderam entes queridos por outras causas e tipos de lutos. Destaca-se a relevância das associações na promoção de formações sobre o luto e a morte, voltadas tanto para o público geral quanto para voluntários e profissionais de saúde. Observou-se que os grupos dependem de taxas simbólicas, donativos e receitas de cursos e formações para manter suas atividades, o que reflete as dificuldades de financiamento enfrentadas por essas iniciativas.

As entrevistas revelaram ainda as mudanças impostas pela pandemia da COVID-19, que levou à migração de encontros presenciais para o formato digital, nos casos de três grupos que já existiam antes da pandemia, mas revelou que outras iniciativas surgiram no mesmo contexto. Moderadores e participantes discutiram os impactos dessa transição abrupta, reconhecendo os benefícios do acesso possibilitado pelas TIC, mas, também apontando influências significativas, como a ausência de contato físico devido ao isolamento social, enquanto plataformas como o Zoom, WhatsApp e Instagram possibilitaram a continuidade das atividades.

Entre os temas abordados, destaca-se também a crescente relevância das tecnologias digitais no luto contemporâneo, incluindo práticas de memorialização online e o papel das redes sociais na construção de memórias. Enquanto moderadores reconheceram o potencial das ferramentas digitais para conectar pessoas e compartilhar experiências, foram levantadas preocupações sobre os riscos de dependência tecnológica, questões de privacidade e a necessidade de desenvolver políticas que auxiliem na gestão de legados digitais.

Por outro lado, as entrevistas com pessoas em processo de luto revelaram desafios e preocupações acerca do desconhecimento das políticas de privacidade, assim como as implicações relacionadas a preservação das memórias digitais, passando pela complexidade em discutir herança digital, entre outros temas. Os relatos indicam a importância de preservar memórias, seja por meio de objetos físicos ou através de legados digitais, como fotografias, vídeos e áudios. Práticas como a publicação de homenagens em redes sociais e a criação de perfis memoriais foram discutidas apontando divergências.

Por fim, o capítulo apresenta percepções sobre a pós-morte digital, tanto no nível individual, nas vozes das pessoas entrevistadas, que desconhecem serviços de pós-morte digital e, em alguns casos, recursos já disponíveis em plataformas como o Facebook e Instagram, como apresentado no Capítulo 4. O moderadores demonstraram desconhecimento sobre ferramentas e recursos, como avatares e serviços de mensagens póstumas, refletindo entre as práticas de apoio e as novas demandas impostas pela era digital.

Dessa forma, o capítulo propõe alguns caminhos sobre o papel dos grupos de apoio como agentes fundamentais para o suporte ao luto, destacando tanto os avanços quanto os desafios enfrentados na Era Digital. Ao conectar as vivências dos moderadores e dos participantes com as transformações sociais sobre o luto e as tecnológicas digitais, este capítulo contribui para ampliar a necessidade de incorporar estes profissionais nos debates acerca da literacia sobre a morte, contemplando os desafios que surgem no suporte ao luto quando falamos de redes sociais e tecnologias de comunicação póstumas.

## **6.2 Moderadores de grupos de apoio ao luto**

Entrevistar moderadores de grupos de apoio ao luto foi uma estratégia que surgiu na fase que antecedeu às entrevistas, durante uma reflexão como sugere a abordagem construtivista fundamentada (Charmaz, 2014). Após um período de buscas na Internet por grupos de apoio ao luto em Portugal, cheguei a várias iniciativas, todas sem fins lucrativos e formalizadas como associações ou cooperativas. Foram identificadas iniciativas em diversas zonas do país, nomeadamente Porto, Aveiro e Algarve. No entanto, por uma questão de logística e viabilidade do estudo, optei por focar nos grupos da cidade de Lisboa. Validei o reconhecimento e o tipo de trabalho desenvolvido a partir de notícias e reportagens veiculadas nos *media* mais reconhecidos do país. Apesar da dimensão territorial, incluindo as ilhas dos Açores e da Madeira, o número de grupos de apoio ao luto identificados mostrou-se reduzido. Este dado foi validado, posteriormente, pelos moderadores que reconheceram a necessidade de mais iniciativas para acolher pessoas em luto em zonas não urbanas e mais remotas do país.

O objetivo principal consistiu em perceber como essas organizações atuam, seus objetivos e como chegam às pessoas em processo de luto. É importante ressaltar que optei por entidades formais por ter encontrado durante as primeiras buscas, iniciativas individuais de psicólogos, terapeutas, produtores de conteúdo e *coachs* de desenvolvimento pessoal, oferecendo serviços com notável estratégia de marketing de conteúdo, o que me pareceu fugir ao perfil de interesse para a pesquisa num primeiro momento. Ressalta-se, também, que foram identificados grupos de apoio em hospitais, mas com foco em familiares e pacientes em cuidados paliativos, o que, a meu ver, escapava do público-alvo pretendido, já que o foco da investigação é a percepção das pessoas em luto. Portanto, que já passaram pelos rituais tradicionais de despedida e estão na fase de gerir a própria experiência da perda.

Neste sentido, contactei cinco associações com sede em Lisboa, mas com atuação nacional, enquadradas como associações formalizadas, com trabalho notável e consistente. Foram identificadas iniciativas consolidadas com atuação desde 2003 e, também, que surgiram durante a pandemia da COVID-19, mais precisamente em 2020 e 2021 (período de isolamento social obrigatório). Como já mencionado no Capítulo 3, o contato deu-se por e-mail para os contatos públicos, portanto, divulgados no website ou em perfis de redes sociais. Logo, recebi respostas positivas de gestores das associações reforçando o interesse em contribuir com a investigação. Na primeira resposta, logo fui direcionada para os moderadores responsáveis pela dinamização dos encontros dos grupos de apoio ao luto. De modo a compreender em quais circunstâncias o trabalho das associações é desenvolvido, sugeri que as entrevistas fossem realizadas nas respetivas sedes ou espaços de cada associação, considerando que logo fui informada que eu não poderia participar das sessões dos grupos de apoio, o que era minha intenção inicial.

A análise considerou a codificação inicial prevista, a fim de apurar as dinâmicas das associações; como os utentes são mobilizados e como tem acesso aos grupos; perfil dos utentes; como foi realizado o suporte durante a pandemia da COVID-19; perceção dos moderadores sobre utilização de tecnologias digitais durante o luto; e o que os moderadores compreendiam por pós-morte digital.

### ***6.2.1 Dinâmicas das associações***

Numa análise geral, é possível afirmar que as associações possuem reconhecimento por parte da comunidade, estruturas físicas, profissionais capacitados e preparados para lidar com o luto. E, todas dedicam-se a promover formações e encontros sobre literacia sobre a morte, autoconhecimento e desenvolvimento pessoal, voltada para a formação de voluntários. Geralmente, ex-utentes que receberam apoio e acabam por voluntariar-se para ajudar outras pessoas, mas também para o público-geral. Os encontros são regulares, presenciais ou via Zoom, variam entre uma vez por semana ou quinzenais. As associações são sem fins lucrativos, mantêm-se por meio de donativos, receitas oriundas de cursos de formação e taxas simbólicas de participação pagas pelos utentes. As taxas em geral iniciam-se em €5 por encontro ou são gratuitas. As formações costumam ter um preço médio (entre €20 e €60) e são direcionadas para profissionais da saúde e cuidadores.

Nota-se que a criação das associações parte de iniciativas de profissionais das áreas

da saúde como médicos, enfermeiros, psicólogos, terapeutas e, em alguns casos, por pessoas que passaram pelo luto em alguma etapa da vida. A entrevistada Leonor Gonçalves é enfermeira numa maternidade pública, trabalha no atendimento desde 2007 e foi assim que se deparou com a área de cuidados de pais que perdem filhos por perda gestacional, portanto, interrupção da gravidez após 22 semanas de gestação. Em 2012, começou a participar em formações para saber como se comunicar melhor com os pais desde o momento do diagnóstico médico e da necessidade de interromper a gestação. Em consultas de acompanhamento pós-alta, que ocorriam por iniciativa da entrevistada, ela se apercebeu que os encontros impactavam de forma muito significativa no processo de luto. Foi assim que surgiu a Pais Coragem, em 2020, em parceria com uma utente que perdeu o seu filho durante a gestação. O objetivo da associação é preencher essa lacuna no pós-alta, criando um espaço seguro de partilha sobre a perda, num tipo de luto que pode ser muitas vezes negligenciado (Doka, 2002). O que ocorre por não haver memórias ou mesmo um corpo biológico e rituais de despedida tradicionais, assim como, táticas de memorialização online, já que não há fotografias, vídeos e imagens do bebé falecido.

“Muitas vezes também ouvimos. “Afinal, não estou a enlouquecer isto faz mesmo parte deste caminho e acho que é muito importante”. Escutar também outros testemunhos de outros pais que já estão um bocadinho mais à frente no processo de luto, também faz com que eles sintam maior conforto e perceber “OK, estou a sentir isto, ainda estou aqui muito no início do túnel. Ainda é muita escuridão” (Leonor Gonçalves, Pais Coragem).

Outro trabalho com um recorte bastante específico é o da Associação Laço Eternos, voltada para o atendimento de pais e irmãos em processo de luto. Por realizar um trabalho, especialmente direcionados aos irmãos, a associação procura acolher um outro tipo de luto, também negligenciado (Doka, 2002), haja vista que, tanto na literatura, quanto nas práticas clínicas e na própria sociedade, os irmãos são frequentemente esquecidos ou negligenciados. De modo geral, as associações cumprem um papel fundamental no suporte a pessoas em luto em Portugal preenchendo a lacuna por parte de atendimento e acompanhamento de pessoas em luto no Serviço Nacional de Saúde (SNS), assim como de políticas públicas de saúde mental. Embora com restrições e números reduzidos de utentes, dado às condições financeiras, essas associações são de suma importância para o desenvolvimento dos cuidados do luto no país, uma área que carece de estudos e apoio para que possa ser ampliada para um número maior de cidadãos.

### ***6.2.2 Como os utentes têm acesso***

Em todos os casos, o utente tem acesso às atividades por meio de divulgação nas redes sociais e, principalmente, pela passa palavra, ou seja, por meios mais tradicionais. Por terem públicos-alvo específicos, portanto, pessoas em luto, um utente vai passando para outros, assim como os voluntários, que são fundamentais para o desenvolvimento das atividades. Nota-se que nos casos de associações mais antigas como a Laços Eternos e a AMARA, o suporte as pessoas em luto começa na primeira abordagem. Seja por mensagens em redes sociais e/ou chamadas telefônicas. Ou seja, é a pessoa em luto que procura o apoio espontaneamente nos canais oficiais. No caso da Associação Pais Coragem e LINQUE, a presença nas redes sociais é bastante forte, com perfis atualizados no Instagram e Facebook. Para ter acesso às atividades, os pais em luto fazem uma inscrição prévia, para garantir que os grupos não superam um número determinado de participantes. Não ter grupos muito grandes permite que o trabalho seja feito de forma mais profunda com cada participante, proporcionando um processo de autoconhecimento e um melhor acompanhamento por parte da moderação.

No geral, o número reduzido de participantes por sessão é uma preocupação, considerando que o objetivo é incentivar a partilha, portanto, aspetos íntimos relacionados às emoções para que a entajuda possa ser estabelecida, não só pelos moderadores, mas por outras pessoas em luto. Os grupos giram em torno de oito a vinte pessoas, no máximo, para garantir que todos tenham espaço de fala durante os encontros. No caso da LINQUE, que presta serviços de cuidados paliativos, inicialmente, o acesso aos grupos de apoio era oferecido para os familiares de clientes que se encontram em cuidados paliativos ao domicílio, como forma de suporte complementar. No entanto, com o aumento da demanda, a gestão da cooperativa decidiu abrir o acesso a outros utentes, ampliando o suporte para além dos familiares.

### ***6.2.3 Perfil de quem procura as associações***

Um dado relevante e que vai de encontro aos objetivos e limitações desta pesquisa é que as mulheres é que mais procuram suporte nos grupos de apoio. No caso do luto parental, as mães procuram apoio mais do que os pais, mais por telefone do que por e-mail. Quando procuram apoio ainda estão numa fase muito recente, geralmente poucos dias após a perda. Frequentemente, relatam sentimentos de abandono, solidão, se sentem incompreendidas em relação a dor provocada pela perda dos filhos. Susana Dagot explica que pode ter a ver com os homens serem educados para não mostrarem emoções e para não procurarem ajuda. Apesar disso, nota mudanças nos homens mais jovens, que tem procurado mais às atividades.

“Eu não conheço nenhum estudo que tenha sido feito. Mas do que eu tenho visto, e do que vou falando, sobretudo... os homens ainda estão a ser muito criados para não mostrarem as emoções, para serem fortes. Portanto não vão procurar ajuda porque “eu consigo, posso fazer”. E há muito - isto também acho que é uma diferença entre o feminino e o masculino – as mulheres precisam de falar e de isso para resolver os problemas e no fundo os homens só falam quando já têm as coisas resolvidas. Acham que conseguem fazer tudo, eles só vão quando estão mesmo no limite” (Susana Dagot, AMARA).

Durante a entrevista, Carlos Céu também confirma que a presença de mulheres é infinitamente maior não só nas sessões dos grupos de apoio, mas na prática clínica como psicólogo em seu consultório. Entretanto, há uma mudança em curso e cada vez mais jovens procuram acompanhamento psicológico. Em alguns casos, incluindo adolescentes, até preferem que as consultas sejam presenciais, o que para ele é bastante positivo.

“Por exemplo, eu estou a acompanhar um jovem de 15 anos, por exemplo, e o jovem ele próprio quis que fosse presencial. E é aquilo que eu sinto, eu sinto. É uma diferença completamente extraordinária. Não é porque ele está ali, os dois naquela intimidade de consultório, que era completamente diferente se eles tivessem em casa” (Carlos Céu, Laços Eternos).

Nos casos de perda gestacional, as mulheres são as que procuram apoio e estão presentes em todas as atividades e no acompanhamento. No entanto, Leonor Gonçalves observa que, depois de um certo tempo, os homens passam a acompanhar as mulheres nas sessões, tanto que a Pais Coragem surge do contexto da pandemia em que os homens não podiam acompanhar o procedimento de intervenção da gestação devido às regras sanitárias. As mulheres acabavam recebendo a notícia sozinhas, assim como a realização do procedimento em si, já que não podiam ter acompanhantes.

#### **6.2.4 Suporte durante a pandemia**

Durante a pandemia da COVID-19, as associações viram-se obrigadas a adaptar-se e a migrar para o suporte online, como forma de manter às atividades e, também, para atender os pedidos das pessoas em luto que recebiam acompanhamento. Para Leonor, a pandemia foi especialmente difícil, pois as mães não podiam ter acompanhantes nos hospitais. Logo no início de 2020, os encontros começaram presencialmente e depois com o aumento das restrições sanitárias passaram para o online; atualmente, ambas as modalidades existem. Os encontros ocorrem uma vez por mês.

No caso da LINQUE, os encontros ocorreram por Zoom o que, segundo Lídia, não foi ideal, pois os encontros presenciais combatiam justamente o isolamento dos participantes.

No online, a possibilidade do toque, do calor, perdeu-se. Ainda assim, surpreendeu-se positivamente com os grupos online, apesar de algumas dificuldades tecnológicas que foram superadas com a ajuda entre participantes. No final, foi um recurso útil e positivo. Atualmente, o grupo passou 100% de volta ao presencial, ainda que outras iniciativas da cooperativa tenham se mantido online. Para Carlos, da Laços Eternos os encontros presenciais foram adaptados para o Zoom, por demanda dos pais. No início alguns pais foram resistentes, mas acabaram por aderir e os encontros se tornaram frequentes. Pais mais velhos tiveram dificuldades pontuais para usar as tecnologias, o que foi difícil nos primeiros encontros logo após a determinação das restrições. O entrevistado acredita que nada substituí o presencial, mas está aberto também a essas novas tecnologias. Acredita que no online “perde-se sempre qualquer coisa”.

Outro ponto discutido pelo entrevistado foi as questões de privacidade em relação a atendimentos online, porque não há forma de verificar que o paciente está realmente sozinho. Acha que atendimentos exclusivamente online deixam os pacientes “mais preguiçosos” e que a leitura corporal é prejudicada. Acha que o apego ao online, sobretudo dos jovens, que são cada vez mais dependentes, tem a ver com uma sociedade preguiçosa. Isso, na sua opinião, afeta a capacidade destes em construir relações offline. O entrevistado volta a referir a preferência dos pais em falar por telefone, por ser mais natural e menos frio. Refere também a importância da voz e do visual.

Segundo Susana Dagot, moderadora da AMARA, durante a pandemia começaram a dar cursos online. Criaram também um grupo a que as pessoas se podiam juntar de forma gratuita, onde a cada semana ia um formador diferente animar a sessão. Normalmente, incluía uma meditação e tempo para falar, dado que sentiam que as pessoas estavam muito sós e precisavam de falar. Nas formações dadas online notaram que havia mais distrações, porque as pessoas podiam estar a comer, ou a fumar, ou em espaços partilhados, mas o mais notório era a necessidade de falar. Depois da pandemia, voltaram com as formações presenciais e então mantiveram as formações online. Apesar disso, Susana Dagot sente que se perde muito o contacto físico que seria importante para apoiar o processo de luto.

### ***6.2.5 Utilização de tecnologias digitais durante o luto***

Sobre as tecnologias digitais durante o luto, os moderadores são unânimes em dizer que podem tanto ajudar, quanto prejudicar. No entanto, reconhecem que, sobretudo, durante a pandemia o online foi fundamental pois era a única via de contato com os utentes. Vale ressaltar que quando me referi a tecnologias digitais durante o luto, os entrevistados associaram

diretamente a redes sociais, com alguma dificuldade em compreender outros tipos de tecnologias utilizadas durante o luto, como veremos nas próximas seções.

No caso da Laços Eternos, mesmo antes da pandemia, recebiam mensagens diretas/pessoais no Instagram e no Facebook com relatos de situações de luto e a pedir ajuda. Para Leonor, o online foi de fato importante. A associação promoveu *lives* no Instagram com profissionais de saúde e chegaram a ter uma média de 50 pessoas a acompanhar. Leonor considera que é positivo para pais em luto recente escutarem pessoas já em processo mais avançado e a internet pode facilitar esse encontro. Pais, num primeiro momento, podem optar apenas por partilhas mais privadas online (troca de mensagens com pais voluntários, por exemplo), por não se sentirem preparados para participar num grupo. Considera que uma minoria dos participantes está disposta a partilhar publicamente as suas experiências online e muitos pais relatam evitar as redes sociais para não ver conteúdos ligados aos bebés de familiares e amigos.

“As tecnologias ajudam as pessoas a procurarem ajuda com outros pais. Que também perderam seus filhos. Ajuda a encontrar profissionais especialistas desta área que os possam informar a que possam explicar os processos. Um dos aspetos mais importantes que eles procuram é informação relativamente ao saber lidar com aquilo que estão a passar. Portanto, saber lidar com o luto” (Leonor Gonçalves, Pais Coragem).

Para Susana, a relação entre tecnologias digitais e o luto é uma experiência única e individual de cada pessoa. Considera que pode haver pessoas que ao partilharem nas redes sociais aquilo porque passam se sentem mais apoiadas, e outras que vivem o luto de forma mais isolada. Nesta relação há um lado positivo, e um lado negativo. O lado negativo tem a ver com usar as redes sociais/tecnologias digitais como fuga à realidade, que pode levar a que as pessoas não trabalhem sobre o luto. “Se calhar com peso e medida pode ser mais positivo que negativo”, reflete.

### **6.2.6 Pós-morte digital**

Os entrevistados demonstraram desconhecimento sobre a área de investigação da morte digital e do luto online. Desconhecimento aferido, sobretudo, acerca das tecnologias emergentes que utilizam inteligência artificial para reproduzir e recriar identidades online, nos aspetos relacionados ao memorial do Facebook e contato legado, como abordados no Capítulo 4, e na presença digital das pessoas em luto nos grupos online no Facebook, conforme abordado no Capítulo 5. Mesmo que um ou outro tivesse algum tipo de informação, as intervenções concentraram-se apenas nas redes sociais. Quando questionada sobre o tema da pós-morte

digital no trabalho com os familiares e pacientes em cuidados paliativos, Lídia revelou nunca ter pensado profundamente sobre o assunto antes, mas refletiu sobre como lidar com estas questões face aos desejos pré-morte dos pacientes. Por exemplo, se desejam que as suas contas sejam apagadas. Entretanto, nunca implementou nenhum tipo de prática no acompanhamento.

“É mesmo superinteressante, porque de fato, uma das coisas que pode ser feita aqui na prática. A partir de agora vou estar mais atenta. Na realidade, a maioria das pessoas que acompanhamos ou que apoiamos, se calhar ainda tem um pequeno legado digital, porque são pessoas muito mais idosas, desligadas das tecnologias, não é? Mas ainda assim acredito” (Lidia Rêgo, LINQUE).

Apesar de a morte chegar até as pessoas de forma muito regular e até violenta através dos telejornais, do cinema, dos videojogos, a morte real continua afastada da vida das pessoas. Ainda há uma enorme resistência em falar sobre a morte publicamente, mesmo nos ambientes digitais. Embora as redes sociais possibilitam uma partilha da dor onde as pessoas em luto encontram conforto em grupos de apoio ao luto no Facebook, como nossos dados mostraram no Capítulo 5, os entrevistados reafirmaram o que já foi investigado por (Walter et.al, 2011; Bassett, 2015; Lagerkvist, 2019).

“As pessoas morrem no hospital, a maior parte delas, não morrem em casa, os cemitérios estão longe. Como dizia a Carol as crianças não vão aos funerais. Portanto, não falamos da morte. Há muitas mortes que aparecem pelos filmes, mas no fundo, a morte concreta está muito fora das nossas vidas. E o educar para a morte é educar para a vida, então há necessidade de falarmos mais sobre” (Susana Dagot, AMARA).

Na amostra geral, não foi possível explorar em profundidade as questões pós-morte digital como avatares, aplicações, websites de gestão pós-morte digitais. O que nos mostra que a morte ainda não é só um tabu, mas uma questão problemática nas sociedades contemporâneas, corroborando com os estudos apontados no Capítulo 2. Como falar de utilização de dados por companhias para gerir e criar identidades digitais póstumas, se a própria morte ainda não é discutida em nossas culturais ocidentalizadas? Os entrevistados focaram-se em questões gerais sobre a morte, portanto, em questões existenciais e na necessidade de se falar mais sobre o morrer, como processo natural da vida. Carlos Céu, como psicólogo, defende que as crianças devem ter contato com o tema já no infantário. Inês, no entanto, apresentou um projeto que está a ser desenvolvido em escolas da zona de Lisboa.

“A maioria das pessoas acham que as crianças não devem saber nada sobre a morte. Não devem ser levadas aos funerais que não devem ter essa escolha. E o que nós fazemos é ir as escolas, explicar exatamente porque muitas vezes o medo está no adulto, não é? E, na verdade, não conseguimos explicar às crianças porque nós, adultos, não conseguimos

lidar com esta ideia da morte” (Inês, InLuto).

Fundada em 2021 por profissionais de psicologia ligados a práticas clínicas, a InLuto – Associação Portuguesa de Cuidados Integrados no Luto pretende expandir a promoção da literacia sobre morte. Criada para apoiar especificamente as questões relativas ao luto com foco em profissionais, a associação de caráter científico, embora recente, pretende desenvolver projetos e iniciativas voltadas para a pesquisa em diversos grupos sociais. Com o objetivo de trabalhar a literacia sobre morte, já incorporando a perspetiva das tecnologias da informação e comunicação. Uma particularidade no trabalho desenvolvido pela InLuto é justamente com profissionais que atuam diretamente com crianças e jovens. A partir de um projeto piloto, a associação tem trabalhado com formações para professores do ensino primário e secundário, voltada para técnicos, professores, animadores, psicólogos e assistentes sociais. O intuito do projeto é sensibilizar os profissionais que atuam nas escolas e instrumentalizá-los para uma abordagem junto aos educandos, tanto no que diz respeito à gestão das emoções como a quebra de paradigmas e preconceitos presentes no discurso de muitos destes profissionais.

No entanto, a interseção entre a pós-morte digital e as tecnologias digitais voltadas para práticas de luto online não foram exploradas como previsto. Na próxima seção, veremos como a questão dos legados digitais atingem diretamente as pessoas em luto, principalmente, no processo de gestão das memórias online.

### **6.3 Pessoas em luto**

Visando desenvolver uma compreensão aprofundada da percepção de pessoas em luto sobre as implicações e oportunidades da indústria da pós-morte digital no que tange os legados digitais, como gerem os perfis e contas em websites e redes sociais, literacia sobre morte digital e utilização de dispositivos digitais para manter os laços contínuos com os entes queridos falecidos, esta etapa da pesquisa traz luz para alguns pontos de discussão presentes na literatura e, para além, amplia perspetivas que serão abordadas ao longo desta seção.

A partir da codificação feita no *software* MAXQDA, utilizando a ‘técnica linha por linha, palavra por palavra’, conjuntamente com uma recolha e análise criteriosa e iterativa, dei início à análise dos dados buscando padrões, semelhanças e divergências. Ressalto novamente a constante preocupação e atenção aos procedimentos éticos estabelecidos no início da desta investigação, considerando a sensibilidade do tema e a necessidade de manter distanciamento

para conseguir identificar novos caminhos e descobertas, alinhada constantemente com os pressupostos metodológicos da teoria construtivista fundamentada (Charmaz, 2014, p. 161) e a constante reflexividade como investigadora.

A amostra considerou 10 pessoas entrevistadas em processo de luto, maiores de 18 anos, falantes ou nativos em língua portuguesa e residentes em Portugal. Portanto, o planeamento inicial manteve-se acerca do perfil. Conforme mencionado no Capítulo 3, em que apresentei o perfil dos entrevistados, a amostra contou com nove pessoas do género feminino e uma do género masculino. Das quais, sete de nacionalidade portuguesa, duas de nacionalidade brasileira e uma de nacionalidade italiana, todos a viver em Portugal. Cerca de seis pessoas foram indicadas por moderadores dos grupos de apoio e quatro participaram de forma espontânea a partir do recrutamento divulgado nas redes sociais.

Ainda durante o processo de recrutamento e sensibilização, duas pessoas do género feminino desistiram no estágio de agendamento da entrevista alegando não se sentirem preparadas para falar sobre a sua experiência de luto. Simultaneamente, uma pessoa do género masculino desistiu ainda no estágio da abordagem inicial por estar em sofrimento por um luto recente de uma amiga, uma pessoa pública que faleceu poucas semanas antes. O participante relatou por mensagem de WhatsApp que o fato de ver o rosto da amiga estampado em publicações nas redes sociais e em notícias nos jornais o incomodava muito. Neste caso, a pessoa justificou que falar sobre o assunto poderia agravar o seu profundo estágio de tristeza.

Os outros quatro perfis do género masculino não deram seguimento aos contatos via e-mail. Apenas um justificou que apesar de passados muitos anos sentiu que não conseguiria falar sobre o assunto. Embora este estudo não tenha a intenção e nem objetivos relacionados a questões de género, nacionalidade e origem étnico-racial, a partir deste momento adotarei pronomes femininos devido ao perfil das entrevistadas (ou seja, nove pessoas do género feminino e uma do género masculino).

### ***6.3.1 O dilema entre deixar ir e o medo de esquecer***

Há dois aspetos principais identificados nas práticas de memorialização das pessoas em luto. O primeiro é o desejo de manter os laços, de reconectar-se ao ente querido por memórias físicas (objetos afetivos) e legados digitais (voz, imagem, textos). Esse é o mais íntimo, o que pode ser nomeado de luto privado. Bruna está em luto simultâneo pelo pai, que faleceu em decorrência de uma doença oncológica, e pela irmã mais velha, que se suicidou após

um longo período de depressão. As duas mortes ocorreram em um curto intervalo de meses, o que para Bruna foi uma experiência traumática, marcada por conflitos e dificuldade em gerir as suas próprias emoções. Essas práticas passam por armazenar em seus próprios dispositivos eletrônicos fotografias, vídeos, imagens e textos que possam ser revisitados sempre que sente necessidade de manter os laços com os que já partiram.

“Eu tenho um vídeo dela no hospital, logo quando ela voltou do coma. Pode parecer um pouco mórbido o que eu vou dizer agora. Mas eu gosto desse vídeo. Ela ainda está muito assim embaralhada, né? Mas é a voz. Para não esquecer a voz, sabe? Assim, meu maior medo é esquecer a voz da minha irmã ou a voz do meu pai, sabe?” (Bruna).

Ouvir as vozes dos mortos ou ver fotografias traz algum conforto para as pessoas em luto (Bassett, 2022). Por outro lado, há os que não têm legados digitais para serem revisitados em momentos onde os efeitos do luto são mais intensos. Duas entrevistadas que passaram pela experiência devido à interrupção de gestações de risco e criaram as suas próprias estratégias de memorialização, na ausência de legados digitais de seus bebês.

“Eu tenho a caixinha de memórias que até foi fornecida na Maternidade Alfredo da Costa. Ah e fiz questão de guardar as impressões digitais. Pronto, é a única coisa que eu tenho” (Bárbara).

Fiquei curiosa, mas antes de perguntar o que havia na caixinha, Bárbara fez questão de ir buscá-la para mostrar. Entusiasmada, mostrou-me o que havia dentro: o teste de gravidez, de quando ela descobriu que estava grávida e as impressões digitais da mão e do pé do bebê impressas em papel fotográfico, que são recolhidas logo após o parto, caso os pais assim o desejem. A Caixinha de Memórias é oferecida pela associação Pais Coragem (mencionada na seção anterior e que desenvolve um trabalho de apoio ao luto direcionado a pais que passaram pelo aborto, portanto, perda gestacional em que há risco para a gestante e em casos da má-formação do bebê, identificadas após 22 semanas de gestação). Perguntei a Bárbara se ela havia registado alguma imagem, baseada na legislação em Portugal que possibilita que pais que passam pela perda gestacional tenham o direito de fazer registos fotográficos e que vejam o corpo. Bárbara confidenciou-me que estava decidida a ver o corpo, entretanto, por complicações durante o procedimento e por na hora da expulsão estar sozinha, “não teve coragem de ver”, o que afirma se arrepender. “Que hoje em dia me arrependo, mas pronto, se calhar era o que tinha que ser e também já estou em paz com isso” (Bárbara). Liliana, que passou pelo mesmo procedimento, guarda ecografias em vídeo e também tem a impressão dos pés e da mão do bebê. “Para mim é muito difícil vê-lo. Às vezes quando tenho muitas saudades vou vê-lo, mas já sei que depois vou-me faltar de chorar, mas chorar mesmo a sério. Porque,

pronto, é a última recordação em vida que tenho do meu bebê” (Liliana).

O segundo aspeto é o desejo de manter a memória viva, de não deixar que sua história de vida caia no esquecimento da família e da rede de amigos. Durante toda a investigação notei que as datas são extremamente importantes para pessoas em luto. Seja na observação nos grupos online e nas entrevistas, as pessoas em luto narram suas histórias e experiências enfatizando datas ou períodos com precisão.

“(…) A minha irmã faleceu no dia 6 de dezembro (Bruna)

(…) a minha mãe faleceu no dia..., em Setembro de 2022... nem todos se lembram que a minha mãe fazia anos a 3 de janeiro (Maria)

(…) no dia 7 de abril, o meu pai veio a falecer (Bruna)

(…) a minha filha faleceu no dia 27 de março de 2021 (Liliana)

(…) A minha mãe faleceu no dia 22 de maio do ano passado (Isabel)

(…) Ou seja, quando há 10 anos, o meu marido ficou muito doente e depois morreu (Carla)

(…) Foi em Agosto de 2021 (Bárbara)

(…) A minha irmã faleceu em setembro do ano passado (Raquel)

(…) vai fazer dois anos que perdi a minha mãe (Joana)

(…) Ela faleceu em setembro (Rina)

(…) o falecimento da minha mãe, em julho, e depois do falecimento da minha sogra em agosto deste ano (Carla)

(…) em 2017, eu e minha irmã perdemos a nossa mãe (Liliana)”

Reafirmar as datas de falecimento é um marcador simbólico, permitindo que as pessoas em luto celebrem sua memória de forma ritualística. Manter um vínculo contínuo com o falecido, seja através de práticas como celebrações ou homenagens em datas significativas, é uma prática comum e saudável que auxilia na consolidação de um «vínculo transformado» com a pessoa que morreu. Essa prática pode incluir reflexões privadas ou eventos comunitários, como reuniões familiares, cerimônias religiosas ou atos simbólicos, como acender velas (Klass et al., 1996).

Desde o surgimento das redes sociais, essas estratégias de memorialização passaram a ser feitas de maneira pública e persistente. As entrevistadas demonstraram práticas de memorialização online em períodos específicos do luto. O tipo de publicação mais predominante é a de mensagens em datas específicas e/ou comemorativas. Um padrão presente

em todas as entrevistas é o de publicar mensagens de aniversário de nascimento e aniversário de morte como prática de homenagear seus entes queridos falecidos. Mesmo que as pessoas em luto estejam em suspensão temporária, portanto, ausente de interações nas redes sociais, elas voltam aos seus perfis para lembrar a si e a todos que aquela pessoa ainda «segue viva». Assim como Bruna, outras entrevistadas adotaram práticas semelhantes.

“Então, quando fez um ano do falecimento dela eu repostei na verdade um texto meu, mesmo assim... de gratidão a ela por todo o apoio que ela me tinha dado em vida e tudo mais. Repostei, e coloquei assim “Olha hoje faz um ano que me despedi de uma das pessoas mais importantes da minha vida” (Bruna).

“sim, quando fez aniversário de morte. Não sei se escrevi alguma coisa especificamente, mas lembro-me de ter compartilhado uma história dela, de uma fotografia dela. Agora no aniversário dela escrevi no Facebook. Que ela fez aniversário agora, no passado dia 3 de janeiro” (Maria).

Manuel não tinha o hábito de publicar fotografias da mãe, o que passou a fazer nos últimos dois anos após o falecimento. Sempre recorre às mensagens em datas especiais, como o aniversário da mãe, e deixa lá mensagens em seu perfil pessoal como se estivesse a falar com ela. Publica mensagens que gostaria de tê-la dito, mas que nunca foram faladas quando ela estava viva em seu perfil pessoal.

Rina confidenciou que os pais não tinham presença digital, portanto, perfis em redes sociais e que todas as imagens que há deles online foram publicadas por ela. Curiosamente, desde que a mãe faleceu ela começou a publicar com frequência, em diversas ocasiões, incluindo fotografias de quando eles eram jovens e mesmo antes de ela nascer.

“comecei a comemorar aniversários de vida, de morte, meus, deles, com imagens deles. À vida e à morte deles” (Rina).

Como Rina, no excerto acima, um fenômeno particularmente interessante é o de pessoas em luto que passam a criar legados digitais de pessoas que não tinham uma presença digital quando estavam vivas. Liliana também fez o mesmo, com uma particularidade, já que seu bebê sequer tinha nascido, ela chegou a partilhar fotografias da barriga e as ecografias que registavam o bebê ainda no útero.

As entrevistadas, em alguns casos, combinam estratégias de memorialização online, com publicação de textos, fotografias, mas também mantêm algum tipo de ritual familiar. Raquel manteve o hábito de comemorar o aniversário da irmã, como sempre fazia quando ela estava viva, como estratégia de não interromper os vínculos e os rituais que já não podem ser realizados, mas que não ficam esquecidos.

“Sim, ah fiz no aniversário da minha irmã, que também é em Setembro. E decidi fazer porque todos os anos fazia. Portanto, este ano achei que fazia todo o sentido fazê-lo também” (Raquel).

No caso de Maria, além das mensagens de aniversário para celebrar a memória da mãe no Facebook, ela e a família reuniram-se para «festejar a vida dela», foram à praia e fizeram registos como estratégia de manter a mãe presente no seio familiar. Consequentemente, publicou essas fotografias no Facebook.

“Independentemente de ela não estar cá, ela está muito viva dentro de nós. Então fomos comemorar à praia, com a família, e acabámos por fazer, por tirar uma foto, e também partilhei, a dizer que ela está muito connosco” (Maria).

A escolha das fotografias e o conteúdo das mensagens publicadas segue uma dinâmica semelhante ao de curador de conteúdo nas redes sociais. Há uma seleção de imagens que melhor represente a pessoa quando viva, como se as pessoas em luto quisessem preservar as melhores memórias e torná-las públicas, como um tipo de visão positiva que têm sobre os entes queridos, criando biografias e narrativas e, curiosamente, uma vida digital póstuma dos entes queridos, como discutido no Capítulo 5.

Ao mesmo tempo, utilizam as redes sociais para renegociar suas relações, expor sentimentos ambivalentes, expressar admiração, reconhecimento e gratidão. Mesmo que a relação não tenha sido de proximidade ou diante do distanciamento geográfico, as pessoas em luto demonstram uma afetividade que não necessariamente estavam presentes em suas narrativas online antes da morte do ente querido. É como se interagir com o perfil do morto ou mesmo publicar no seu próprio, ameniza algum tipo de culpa e dor, valida a admiração ou gratidão diante de uma plateia, neste caso, a rede de amigos.

“Porque também me apercebi que às vezes eu sentia sempre com essa coisa da deslocação física, ou seja, de eu não estar na Itália, por exemplo, os amigos dos meus pais reagiam muito positivamente quando eu colocava uma imagem. E então, de alguma maneira, eu recebia carinho desses tios adotivos alimentando essas memórias positivas, não é?” (Rina).

O que não deixa de ser uma forma de “manter a pessoa viva” para si e para os outros, um tipo de conforto diante da complexidade que é vivenciar o luto. É mais sobre como as pessoas em luto ressignificam a sua própria dor do que a memória dos mortos em si, como refere-se Liliana: “como é importante para gente, ter alguma coisa que nos faça, nos faça lembrar ou nos faça... memorializar, eternizar aquela pessoa”.

### 6.3.2 *Transformando perfis em memorial*

Se antes os mortos tinham lugar nos cemitérios ou ficavam repousados nos álbuns de fotografias da família, hoje eles estão nos nossos telemóveis inteligentes e dispositivos digitais, 24 horas por dia, podendo ser acessados sempre que quisermos. Um dos dilemas que marca a experiência do luto na Era Digital é justamente o que fazer com a enorme quantidade de legados digitais deixados pelos falecidos a que temos acesso. E, certamente, um assunto que cedo ou tarde entrará na pauta da família é o que fazer com os perfis. Durante as entrevistas e por diversas vezes, expliquei às entrevistadas os atuais recursos da Meta sobre perfis memoriais, contatos legados e possibilidade de apagar contas, e em outros serviços como Google e Apple. A maioria das entrevistadas demonstraram desconhecimento e surpresa quando foram informados de políticas de contato legado, sobretudo, de empresas como a Meta, proprietária do Facebook, Instagram e WhatsApp; e, também, sobre a possibilidade de transformar o perfil em memorial. Portanto, mesmo estando disponível desde 2009, alguns dos entrevistados não sabiam dessas funcionalidades.

“Honestamente, eu nem sabia que era possível fazer isso” (Raquel).

“Eu não fazia nem sequer fazia ideia de que isso era possível (Bárbara).

Entretanto, Bruna e Liliana tiveram acesso à informação depois de buscas pela Internet e decidiram transformar os perfis em memorial. Reconhecendo haver uma burocracia por parte da Meta quando não há contato legado escolhido pelo falecido, as entrevistadas relataram que foi relativamente fácil. Bastou contatar a Meta, justificar o porquê da solicitação, enviar a declaração de óbito e documentos que comprovam a relação com as falecidas.

“O Facebook, ele fornece uma das opções no qual você pode transformar aquela página em memorial. O que fazer é: colocar a data do falecimento da pessoa e mandar o atestado de óbito. E aí consegue transformar num memorial” (Bruna).

Segundo as entrevistadas, as razões para transformar em memorial dizem respeito a não saberem o desejo dos entes queridos falecidos e que o memorial é um “meio-termo” entre evitar que lhe cheguem notificações, o que representa uma forma de se autoprotegerem, e preservar a memória e os legados que elas mesmo deixaram nas redes sociais. A se referir ao perfil da mãe, Liliana, em conjunto com a família, optou por não apagar o perfil.

“Também não queríamos desativar por completo, porque na verdade eram as publicações dela, portanto não queríamos tirá-lo. Então vimos que havia a opção de transformar a página no memorial e achámos que seria a melhor opção” (Liliana)

No caso de Manuel, a mãe deixou-lhe todos os acessos antes de cometer suicídio,

enquanto preparava a própria morte. Ela tinha perfis no Facebook, Instagram e outras redes, que continuam ativos e nunca foram transformados em memorial. Manuel confidenciou-nos que após encontrar o caderno com as senhas de acesso, entrou no perfil da mãe na Meta, se autodeclarou contato legado e desde então não acedeu mais. Optou em não transformar em memorial ou mesmo apagar as contas para manter os vídeos e fotografias da mãe. A experiência de Manuel é particular e propõe um debate relevante sobre os desejos da pessoa falecida e de não invadir a privacidade dos que já faleceram. Ela tirou a própria vida e planeou tudo, nos mínimos detalhes, no entanto, em nenhum momento a mãe mencionou sobre o que queria que acontecesse aos seus perfis. Partindo do pressuposto que se ela quisesse que fossem apagados teria mencionado na carta, o que não o fez, provavelmente, por não saber que era possível transformar em memorial e, por isso, não tenha deixado explícito. O que o levou a decisão de manter como ela havia deixado e de ter se tornado contato legado para mitigar o risco de perder o acesso.

### 6.3.3 Algoritmos

As entrevistadas demonstram alguma literacia crítica sobre dados, embora superficial, sobre a interferência dos algoritmos nos conteúdos sobre morte e luto que consomem. Joana expressou desconfiança por acreditar que “as coisas estão conectadas e que estão a escutar o que falamos”. Bárbara falou acerca de buscas na Internet sobre determinados temas, e que conseqüentemente, “é o que vai nos aparecer inevitavelmente”, supondo que o utilizador esteja interessado naquele ou neste assunto.

“Nas redes sociais, quanto mais nós pesquisamos sobre um tema ou mais estamos inseridos e é o que nos vai aparecer inevitavelmente, não é? Então, a certa altura eu comecei a ficar cansada de determinadas coisas que lia e que via, e tentei-me realmente desligar um bocadinho disso em algumas fases, em alguns momentos” (Bárbara).

Rina demonstrou alguma indignação com a hierarquia do que aparece no *feed* enquanto esteve nos primeiros meses em processo de luto. Para ela, a falta de controle sobre o próximo conteúdo que vai aparecer no *feed* provoca um «sentimento de deslocação». Ao relatar que, enquanto ela está a sofrer pela morte da mãe, ou mesmo logo após publicar uma fotografia, o próximo conteúdo pode ser uma pessoa qualquer a reclamar que partiu a unha ou fazer uma ‘dancinha’.

“(...) porque também... isso até agora que já passou algum tempo as redes sociais são um lugar onde não há como saber qual é o próximo conteúdo que é proporcionado. Nós passamos no *feed* e aquilo vai, não é? Não há nenhuma possibilidade de antecipação ou, de fato de evitar

de ver algum conteúdo que seja mais banal, de uma amiga, de dançar ou de uma comida ou de uma paisagem, e outras coisas. E isso também alimenta transtorno, alimenta uma sensação um pouco de deslocação assim” (Rina).

Como tentativa de escapar de notificações, avisos e lembretes inadequados, Rina e Carla são mais resistentes a notificações não solicitadas. Para algumas pessoas em luto, determinadas notificações automáticas podem gerar gatilhos, portanto, reações inesperadas, memórias indesejadas podem ser provocadas por combinações algorítmicas em momentos inapropriados, quando a pessoa só quer mesmo aceder a notícias ou saber o que está se passando no mundo.

“Mas às vezes nas redes sociais, que eu uso muito também para não sei, ‘O que se passa hoje?’, às vezes para me informar de entretenimento... Quando tu vês as notificações, abres. E ali, eu pensei ‘Eu não vou conseguir’”(Rina).

Liliana reforça que transformar o perfil em memorial, como mencionado no tópico anterior, evita que essas notificações sejam enviadas. Carla rejeita isso em qualquer situação, ao referir-se a funcionalidades dos próprios telemóveis, que selecionam fotografias agrupadas e recorda o utilizador. Esse tipo de serviço é muito comum e praticamente todos os fabricantes disponibilizam em *smartphones*, e mostra que as questões da morte digital não se referem apenas a redes sociais como é o nível mais imediato da discussão pública.

“(...) tu onde estavas o ano passado, uma fotografia de onde estavas o ano passado. Mas eu não pedi nada, quer dizer, nem sequer tive, nem sequer tive prazer em receber essa fotografia. Aliás, incomodou-me. Senti ‘Mas porquê?’, isso está a entrar na minha intimidade” (Carla).

Por outro lado, Joana e Maria não consideram as notificações nocivas. Há um lado positivo, mesmo que essas notificações sejam enviadas por algoritmos para lhes estimular a manter algum tipo de interação. Apesar de utilizar cada vez menos o Facebook, Maria não rejeita notificações.

“ainda utilizo o Facebook, não muito, mas utilizo. E já me aconteceu mais do que uma vez ter uma notificação de uma memória, não é? E vou obviamente que vou ver, mas é algo que vem de externo a mim, não é? Vem, vem de fora para dentro. E.. ah... pessoalmente a mim não, não, não, não me foi um *trigger* negativamente, porque é como como eu referi anteriormente. Nesse aspeto da memória em si, de ver uma fotografia da minha mãe. Lembro-me no noutro dia em que aconteceu isso com uma fotografia, que me apareceu e... e eu estava tristonha nesse dia e aquilo de alguma forma também..., traz uma certa nostalgia” (Maria).

Joana partilha do mesmo sentimento. Considera que determinadas notificações são positivas e que lhe trazem memórias com a mãe que já não tenha mais guardadas.

“Mas também acho que seja bom, do nada, a rede social me lembrar. Não é, não é que eu tenha esquecido, mas trazer momentos que talvez eu não tenho mais guardado. E a rede social traz a memória para mim, também é bom” (Joana).

Raquel considera que as memórias mediadas por algoritmos e enviadas automaticamente não são assim tão estranhas, apesar de assumir que optou por não as ter ativadas para não prolongar os sentimentos provocados pelo luto, já que publicava muitas coisas nas redes sociais em conjunto com a irmã, o que poderia aumentar o número de notificações, sempre que o algoritmo decidisse lhe enviar alguma memória.

“Não que isso seja mau, mas acho que não ia trazer... não me ia acrescentar nada. Ia só estar constantemente a viver, vivenciar a mesma coisa” (Raquel).

#### **6.3.4 Perceção sobre as Políticas das plataformas**

Há uma dicotomia no entendimento dos utilizadores sobre as políticas e termos das plataformas. Todas as entrevistadas sabem que ao clicarem em “Eu li e aceito os termos e condições”, ao criarem uma conta em qualquer website estão sujeitas a regras e políticas, nem sempre objetivas e transparentes sobre o que de fato aquilo tudo significa ou que tipo de impacto poderá causar na vida dos utilizadores. No entanto, algumas entrevistadas não demonstram preocupação, num primeiro momento, sobre com o que de fato estão concordando. “Aquilo é tanto texto que não, não, não, honestamente não. Eu leio assim às vezes o geral, mas não”, refere Bárbara.

Quando perguntei se já haviam pensado sobre o que acontece aos perfis e contas nas redes sociais quando uma pessoa morre, explicando que já existe até mesmo empresas que têm interesse nesses tipos de dados, e que estes perfis de pessoas falecidas tem um «valor», portanto, são «ativos financeiros», as entrevistadas demonstraram interesse em entender mais o que isso significa na prática.

Para Bruna, as empresas deveriam ser mais explícitas, explicar o que acontece a tudo que é deixado em termos de «legados digitais». Raquel diz que nunca havia pensado nisso, mas partindo do ponto que “Eventualmente vamos todos, vamos todos morrer”, sugere que “as pessoas até podiam decidir anteriormente, se hipoteticamente acontecesse algo o que é que gostariam que fosse feito através de preencher algumas cruzinhas, ou alguma coisa do género”.

Já para Isabel, o próprio Facebook deveria eliminar os dados quando fosse identificado que o proprietário da conta faleceu. Todavia, nota que ninguém quer falar sobre o que é que acontece depois da morte, inclusive, ela mesma. “Porque as pessoas, mesmo eu agora, eu

também não gosto que me digam, tipo, ‘Olha, como é que queres o teu perfil quando morreres? E então isso é uma pergunta não grata, tipo ninguém quer saber, ninguém quer saber disso, ninguém quer ser lembrado disso!’, referiu, demonstrando alguma irritação. Ela defende que as próprias redes sociais, por exemplo, já deixem isso definido. Quando questionei que as pessoas deveriam ter o direito de escolher o que é que acontece aos seus dados, Isabel volta a pensar e concorda: “Realmente, também pode ser injusto, não é? Sim, eu como estou na outra parte nem pensei nisso”.

Por outro lado, Liliana e Rina trouxeram pontos interessantes sobre a própria «agência do utilizador», e concordam que os consumidores têm o direito de exigir e “fazer uma força para que as empresas deem essa informação e nos tornem as coisas mais fáceis de gerir”, nas palavras de Liliana. Para esta última, o assunto é cada vez mais importante e deve ser tratado de forma séria, embora seja pouco ou nada abordado por parte das empresas e na sociedade em geral. Defende, ainda, que as próprias plataformas deveriam investir mais em comunicação, promover a literacia sobre o que os consumidores podem fazer nos casos de um ente querido falecer. Ela lembra, por exemplo, do memorial do Facebook, um recurso pouco divulgado. Que por falta de conhecimento e informação de que isso é possível fazer pessoas em luto “vão continuar a receber as notificações e vão-se sentir tristes, magoadas. Não querem deixar as redes sociais, mas também podem não saber gerir e levar ao afastamento, o que pode ser bastante doloroso”. Considera que a maior parte das pessoas sabem fazer uma busca no Google para tirar uma dúvida, mas há pessoas, como as mais idosas, que terão mais dificuldade. Mesmo que tenham presença ativa nas redes sociais não estão habituadas com as inovações tecnológicas.

“As próprias plataformas e as empresas também não falam sobre esse assunto. Não falam como essa gestão vai ser feita. Simplesmente esse conteúdo vai ficar à mercê de quem? Quem vai utilizar? Como é que vai ser? E nós, enquanto estamos vivos, devemos sem dúvida, ter uma palavra a dizer, devemos saber quais são as nossas opções e essa informação deve-nos chegar de forma fácil e clara” (Liliana).

Ainda sobre a agência dos utilizadores, Rina é professora universitária e tem mais clareza sobre possíveis consequências ao clicar no botão e concordar com os termos e políticas de uma plataforma ou website. Enfatiza que seria incongruente se na entrevista dissesse que não sabe o que isso significa na prática. No entanto, ela levanta a discussão sobre direito de propriedade: “de quem é a verdadeira propriedade desses dados? Supostamente meus, da Rina, são meus e eu posso exercer alguns direitos nessas plataformas de forma explícita, escolhendo, não é?, pondo filtros, pedindo registo de todas as minhas interações, ok?”. Por outro lado, e onde está o maior problema na opinião de Rina é a falta de paridade, em que o poder sobre os

dados das pessoas está nas mãos das empresas, baseados numa finalidade lucrativa pelo fato de serem as proprietárias da infraestrutura. Da mesma forma que existe o «testamento vital» em que uma pessoa pode decidir o que fazer com os seus órgãos, o testamento geral em que se pode decidir para quem ficará os bens materiais, contas bancárias. Rina defende que deve ser feito o mesmo para os «legados digitais» que estão sob controlo das empresas de tecnologias digitais.

Quando questionadas sobre «herdeiros digitais», três entrevistadas apontaram questões de privacidade em relação a que tipo de informação esses herdeiros terão acesso no que tange às redes sociais. Essa preocupação ficou evidente na entrevista de Rina, Bárbara e Manuel, o que pode contribuir para uma reflexão sobre intimidade e privacidade. Considerando que aplicações como Messenger e WhatsApp possibilitam um tipo de comunicação instantânea e direta, muitos utilizadores podem demonstrar alguma resistência face ao desconhecimento do que herdeiros digitais possam aceder ou não. Há uma necessidade de manter a privacidade até mesmo depois da morte. O debate sobre herança digital também deve incorporar o direito individual, no sentido de que nem tudo precisa ser preservado. Rina, ao confidenciar que utiliza as aplicações de mensagens instantâneas de modo diferente como utiliza o Instagram: “enquanto eu não sou aquela que se põe de biquíni no Instagram, mas já mandei minhas fotos nuas no WhatsApp”. Diz que essa aplicação, em específico, contém uma parte significativa da sua vida digital privada; portanto, não há necessidade de manter uma *persona*. Conclui que: “não queria que fossem os meus futuros filhos, o meu companheiro, talvez eu prefiro que seja a minha melhor amiga”.

Manuel foi bastante explícito ao afirmar que as plataformas deveriam pensar formas de manter a privacidade das mensagens da pessoa falecida, sobretudo, quando essa conta é passada para um herdeiro digital. Uma coisa é poder decidir o que fazer com o perfil, outra coisa é ter acesso a toda a atividade da pessoa. Por exemplo, não quer que seu namorado leia as mensagens *inbox do* Messenger, WhatsApp, Instagram, por exemplo. Para Bárbara deve prevalecer o direito de escolha: “No fundo, nós podemos partilhar, é uma escolha, mas tem que haver essa parte da privacidade que tem que ser salvaguardada de cada um, não é?”. Por fim, Liliana ressalta que deve haver compromissos dos dois lados: o primeiro é a urgência das empresas em serem transparentes acerca do que acontece aos legados; o segundo é a que as próprias pessoas, que ela chama de consumidores, não fiquem passivos “porque se ficarmos à espera nada ou pouco acontece. Então, acho que nós, como consumidores, e atualmente, cada vez mais quando os consumidores se juntam, as coisas também acontecem, acho que nós temos esse dever de nos proteger sobre o futuro dos nossos conteúdos”.

### 6.3.5 *Serviços digitais pós-morte*

De maneira geral, as entrevistadas demonstraram pouca ou nenhuma informação sobre serviços digitais pós-morte. O tipo mais comum são os serviços de memorial online, como o Facebook que é gratuito e os memoriais de empresas funerárias, geralmente pagos e oferecidos como serviços em que a família da pessoa falecida pode contratar um tipo de memorial mais privado, em que também é transmitido um funeral online, conforme categorizado por Öhman e Floridi (2017). Raquel diz: “Ah sim. Eu não, não estou a par de nada, de nenhum desses serviços. Mas já me enviaram um link para um funeral online, portanto, mais ou menos isso sabia que isso... que acontecia, mas não, não estou muito dentro do assunto”.

Outros serviços que embora não sejam necessariamente classificados como serviços pós-morte digitais, mas que são comercializados nas redes sociais é a impressão de *t-shirts* com imagens da pessoa falecida para um tipo de ocasião especial, por exemplo, artes gráficas impressas ou digitais em homenagem, montagem de fotografias em que a pessoa falecida é inserida numa imagem com outros familiares feitas com programas de edição de imagens. Liliana já ouviu falar sobre alguns tipos de serviços e chegou a encomendar um colar com a impressão dos pés e mãos da bebé. Afirma: “Já tinha ouvido falar. E vemos quando o Instagram e o Facebook conhecem as nossas pesquisas, e quando começamos a perceber eles começam a sugerir. E então efetivamente conheço, sim”. Bruna já leu alguma coisa sobre *QR codes* em lápides de cemitério e acha interessante pelo fato de que os seres humanos são curiosos sobre a história de vida da pessoa que faleceu, principalmente no dia do funeral.

Maria e a família contrataram para além dos serviços de cuidados paliativos, os serviços de uma «doula do fim da vida», que acompanhou a mãe durante a fase final da doença oncológica e deu suporte para a família. Para o funeral e como forma de homenagear a mãe com tudo o que era possível, contrataram um padre e uma cerimonialista, imprimiram fotografias. Este dado revela-nos um fator importante relacionado com as desigualdades sociais e económicas. Nem todas as pessoas têm acesso a práticas de memorialização e a possibilidade de realizar rituais tradicionais de despedida com todos os recursos possíveis. No caso de Maria, a família custeou o acompanhamento da equipa de cuidados paliativos, que envolve médicos especializados, enfermeiros, cuidadores e, em alguns casos, equipamentos de alta tecnologia seja no hospital ou em casa. Vê-se que, até mesmo na hora da morte, há profundas desigualdades sociais que farão com que os familiares tenham uma despedida mais humanizada ou naturalizada do que outras, face ao acesso ao capital económico.

Durante as entrevistas, expliquei às entrevistadas que há uma categorização de

diversos serviços, como os de «mensagens póstumas», quando a pessoa falecida pode programar o envio de um último e-mail, empresas que oferecem gestão de informação para gerir contas de redes sociais e, preparar e alojar o testamento digital. Por fim, e ainda em desenvolvimento, empresas que oferecem a possibilidade de «recriação de identidades digital póstuma», que utiliza os dados da pessoa falecida para gerar novos conteúdos a partir de tecnologias como inteligência artificial, realidade aumentada e realidade virtual.

Nesta etapa, as entrevistadas demonstraram surpresa com a gama de possibilidades de serviços que já estão disponíveis no mercado e demonstraram algum interesse nos serviços de mensagens póstumas. Maria refere: “Nunca imaginei ter um e-mail escrito para a minha partida. Mas acho que iria escrever um e-mail muito engraçado. Anima-me a ideia”. Isabel também se anima com a ideia de poder enviar uma última mensagem: “Epá, eu acho bastante útil, eu era capaz de pedir para mim”. Liliana também demonstra algum entusiasmo ao saber das possibilidades:

“Olhe, eu só conhecia os funerais online. Ah não conhecia mesmo toda esta gestão, esta possibilidade de gestão de e-mails, gestão de redes sociais. Acho que é interessante. Acho que eu se calhar contrataria, se soubesse de antemão que tinha uma doença terminal, que pronto que teria um x de tempo contado” (Liliana).

Rina e Bruna trouxeram algumas reflexões relevantes acerca de como as indústrias monetizam os aspetos mais simples do quotidiano. Para Rina, as questões que envolvem ética e regulação são particularmente importantes:

“Olha, eles não têm escrúpulos, pelo menos porque a questão ética existe. Só que se a ética, não está regulada, fica na história da ética e da moral. Então cada um tem a sua opinião, mas isso também, quem é que eu sou para julgar? Como quando eles demonstram... eu te trago, te levo até ‘Olha aí, Ionara, vamos a um concerto dos ABBA em 3D’ ou lá está, o Fred Mercury, em 3D. É ético, não é ético?” (Rina).

Já para Bruna a preocupação está na privacidade e no poder que a empresa detém sobre os legados digitais. A entrevistada refere: “E você está dando também poder a uma pessoa desconhecida, uma empresa que seja, para aquilo... pode acontecer qualquer coisa, pode sumir a página, pode ser hackeada e depois como é que faço?”. Neste sentido, a preocupação de Bruna está enquadrada no que Stokes (2021) chamou de «segunda morte», ou seja, o medo de perder ficheiros (fotografias e vídeos) do ente querido falecido, o que leva algumas pessoas a evitar trocar dispositivos eletrónicos, apagar perfis em redes sociais ou contas em websites e trocar de número de telefone (no caso do WhatsApp, Telegram, WeChat, por exemplo).

### 6.3.6 Herança e património digital

Durante as entrevistas, notei que a noção da gestão do património digital ainda é uma realidade muito distante dos utilizadores. Não há sequer a noção de que tudo o que consta ali nos e-mails, nos perfis de redes sociais, nos dispositivos, são «ativos» para as empresas, quer ativos financeiros ou afetivos (Kneese, 2023; Harbinja, 2022; Öhman, 2024). Portanto, há uma ausência de perceção sobre como funciona a Economia Digital, de que as interações online, as reações, as pegadas digitais que deixam são valiosas para as companhias, em que a própria ausência de interação é um dado. Ou seja, quando abrimos uma notícia ou website qualquer, ao visualizar as publicidades que aparecem insistentemente, mesmo que inconscientemente, estamos a alimentar aquele modelo de negócios, mesmo que do utilizador não seja cobrado nada.

Para Rina, o debate sobre património digital alimenta um mercado, que, na sua visão, não serve para pessoas perecíveis. “Portanto, um dia vou... vou, mas a minha fama, a minha glória, o meu nome, a minha arte vai ficar para a eternidade”, diz ela que só faz sentido nos casos de pessoas públicas, artistas, quem tenha algum contributo efetivo para a sociedade e está relacionado com uma questão de ego, de orgulho. E só funciona nos casos em que há herdeiros.

Carla nos trouxe um ponto de vista interessante sobre a herança. Ela acredita que parte do que acumulamos é lixo, seja eletrónico ou físico. Que o peso das heranças recai sobre quem fica e que nem tudo deve ser guardado. Defende que a herança digital deve ser pensada nos casos de pessoas extraordinárias, que tenha sido um grande artista, um escritor. No caso de pessoas comuns, ela diz que estamos habituados a fazer fotografias, mas que não há espaço suficiente para armazená-las nos dispositivos. “Acho que talvez os meus livros façam mais sentido!”, refere.

A irmã de Raquel foi diagnosticada com um cancro em fase terminal e teve um mês para pensar sobre como queria morrer, onde, com quem, mas não chegaram a falar sobre as redes sociais dela. Nas poucas conversas que tiveram sobre esse assunto antes de falecer, a irmã confidenciou que o *blog* em que ela registou os últimos dias de vida e que, por sinal, passou a ter muitos leitores e seguidores nas redes sociais tinha sido feito para que a filha, ainda bebé, tivesse acesso na idade oportuna. Raquel diz-nos que, “Portanto, eu parto do pressuposto que ela gostaria que estivessem ativas”.

De modo geral, as entrevistas mostraram que a ideia de herança está relacionada a bens materiais, que possuam algum valor monetário. Por outro lado, parte do fato de nunca terem

parado para pensar sobre o assunto e o que significa em termos práticos, ou por não acharem relevante. Todavia, há um desconhecimento generalizado, seja porque não se fala sobre o tema, seja porque nunca tiveram contato.

“A ideia de uma herança digital que está nas coisas que eu, nestes anos todos mandei... mais por WhatsApp ... Não, não, nunca me tinha posto o problema verdadeiramente e também não sei o que é que eu posso fazer. Não sei se uma coisa que uma pessoa pode bloquear, que pode apagar, que pode decidir que não... não sei, não faço ideia, é mesmo desconhecido, desconheço” (Carla).

### **6.3.7 Preparando a própria morte digital**

O tópico anterior ajuda-nos a pensar que por não assimilarem que os seus legados digitais são, também, parte de um património digital, algumas entrevistadas não costumam parar para pensar sobre os seus próprios desejos, sobre o que querem que aconteça aos seus perfis nas redes sociais, as *playlists* de música, aos *e-books* comprados e arquivados em aplicações, contas de criptomoedas e tudo o que possa ser transferido depois da morte.

Face à pergunta «Já pensou alguma vez sobre o que acontecerá com os seus perfis nas redes sociais após a sua morte?», algumas entrevistadas demonstraram surpresa, outras desconforto e houve quem agisse naturalmente com a pergunta. Embora estivéssemos a falar da morte e do luto, enquanto respondiam questões relacionadas aos entes queridos e a partilharem suas experiências de dor, estratégias de como enfrentar o luto, as respostas pareciam mais fáceis de serem formuladas. No entanto, quando o sujeito da pergunta deixou de ser as pessoas falecidas e passou a ser as próprias entrevistadas notei alguma inquietação. Joana, surpresa, respondeu: “Gente, eu nunca parei para pensar nisso. Aí que doideira, não é? Gente chocada com essa. Mas nunca pensei. Aí eu talvez, né?, fica assim uma página, não?”. Raquel diz prontamente: “Mas por acaso nunca tinha pensado sobre isso”. Carla já pensou nos aspetos mais físicos: “Não, na realidade, nunca pensei... Digamos que às vezes penso, mas não, não nunca muito... assim muito a sério. Mas na questão física, não é? Deste... o que é que gostaria de... onde é que, onde, onde ficar, o que fazer comigo, enfim”.

Rina, que se diz mais pessimista neste momento, gostava de manter seus perfis ativos, algum tipo de traço da sua vida: “Sim já, e penso que provavelmente vão, vão ficar, para já, como penso hoje, vão ficar em aberto sem ninguém resgatar nada. Vai ficar lá”. Carla não tem informações sobre o que pode ou deve ser feito.

Manuel foi bem objetivo e já planeou diversas questões sobre a sua morte. Todas as senhas estão organizadas num ficheiro. Pretende que seu namorado, com quem “quer passar

toda a vida”, seja a pessoa que terá acesso a tudo. Disse que a ideia de organizar as informações e pensar nesse assunto deu-se pela própria experiência da mãe, que planeou, facilitando de alguma forma o papel dele após a sua morte. E que fará o mesmo para os que ficarem. Porém, tem pensado apenas do ponto de vista da gestão das contas em websites e redes sociais, mas em nenhum momento parou para pensar se quer que suas redes sociais sigam ativas. Ao ser questionado sobre o que quer que aconteça, a priori, pretende que o namorado mantenha os seus perfis ativos.

Liliana, também já pensou sobre o assunto e espontaneamente decidiu partilhar uma experiência pessoal. Ela relatou que na gestação do primeiro filho passou por uma hemorragia e teve de ir para os cuidados intensivos. Já no segundo parto, se preparou um bocado mais sabendo que algo poderia correr mal, deixou por escrito tudo o que se lembrava. Desde apólices de seguro de vida, senhas de contas, redes sociais.

“Mas foi só porque apanhei um susto antes, porque senão provavelmente nunca me teria lembrado de o fazer antes de ir para uma coisa tão normal como é um parto, não é? Ah, mas pronto, correu tudo bem. Nunca foi preciso nada. E alterei algumas palavras-passe, porque algumas têm de ser alteradas de x em x tempo, como as senhas do banco e tal. Mas sim, sim. Já pensei sobre isso. Ah e tudo o que... tudo o que eu me lembrei deixei, deixei por escrito” (Liliana).

Bruna diz que nunca pensou sobre o que quer que aconteça aos seus perfis, prefere que a filha decida, de acordo com o que for melhor. Para ela é importante para quem fica, embora concorde que a decisão da própria pessoa deve ser considerada. No entanto, já tem partilhado com a filha todas as senhas de banco, redes sociais, contas de e-mail.

“Mas para mim, aquilo fica como um portefólio de lembranças, sabe? Então aquilo pode ser benéfico ou para a minha filha, ou para os meus irmãos, ou para os meus sobrinhos, ou até mesmo para os meus amigos. Então eu deixei tudo para minha filha decidir. O que é bom, o que vai ser bom para ela depois que eu partir” (Bruna).

Na maioria das vezes, as pessoas só pensam sobre a morte quando passam por alguma experiência muito particular. Nos dois casos de suicídio, nossos entrevistados relataram que seus entes queridos planearam tudo. No caso de Manuel, a mãe deixou-lhe uma longa carta de despedida escrita à mão, em que constavam os motivos e razões pela qual já não queria continuar a viver. Além da carta havia um caderno com as senhas de acesso aos e-mails, redes sociais, contas de banco e outras informações. Na visão do entrevistado, a mãe planeou tudo, deixando-lhe o máximo de informações, inclusive, que gostaria de ser cremada, o que nas palavras dele facilitou a gestão das burocracias administrativas.

Bruna passou por uma experiência muito semelhante ao lidar com os legados da irmã:

“Ela se suicidou, enforcada e assim ajoelhada. Ela estava tão certa do que queria fazer que ela tomou todas as atitudes possíveis”. Segundo a entrevistada, a irmã “deixou tudo programado e ninguém sabia de nada”: saiu do emprego, deu entrada em questões relacionadas a seguro de vida, de saúde, vendeu o carro.

Os entrevistados mostram-nos que as pessoas que passaram por experiências de sentirem que poderiam morrer e nos casos de suicídio são também os que em algum momento da vida já pensaram sobre a sua própria morte. Há de certa forma uma preocupação com os que ficam, uma tentativa de atenuar as demandas que surgem quando uma pessoa muito próxima falece. Liliana acredita que a questão do testamento vital e do testamento digital, que surgiu mais recentemente, deveria ser normalizada, discutida entre as pessoas, não só na família, mas na sociedade como todo.

“Porque nós estamos vivos hoje, mas amanhã, daqui a uma hora daqui a um minuto, pode mudar. Portanto, acho que essa preparação seria benéfica para todos, sobretudo para os que cá ficam. E que mesmo... não só o testamento digital com todas essas senhas e passes e coisas que nós nos lembramos, mas às vezes outras coisas tão simples como “Como é que queremos o nosso funeral? Como é que queremos ir vestidos?” Portanto, deixar todas essas instruções o mais detalhadas possível, acho que só... só é benéfico, só é benéfico mesmo” (Liliana).

Pensar sobre a morte ou mesmo planejar é, antes de tudo, pensar sobre a vida, como disse Floridi (2014), ao referir-se sobre os «corpos informacionais», como continuidade da existência humana. Os dados mostram que para quem já tem algum tipo de consciencialização acerca da pós-morte digital, falar sobre contas, perfis não é um assunto estranho. O estranhamento está em parar para pensar e falar sobre a morte. Durante as entrevistas, notei que tocar neste assunto foi relativamente mais difícil para Carla, Isabel e Joana. O fato de ter de planejar ou pensar sobre a própria morte foi desconfortável e um momento sensível das entrevistas, tanto para as entrevistadas, quanto para mim, que tive de reformular algumas perguntas para ter respostas e conseguir seguir com as entrevistas.

### **6.3.8 IA para falar com os entes queridos que já faleceram**

Propositamente, deixei a pergunta sobre tecnologias emergentes como *chatbot* de «recriação de vidas póstumas» utilizando IA para o final. De modo geral, as respostas globais foram ambíguas. Em nenhum dos casos, senti que as entrevistadas tinham certeza sobre suas próprias respostas. Ora, pelo desconhecimento de que já há um esforço dentro da indústria da pós-morte para esse tipo de serviços, ora por associarem o significado de «presença», «imortalidade» a um plano espiritual ou baseado em crenças e contextos sociais familiares.

Embora a religião não tenha sido abordada em nenhum momento das entrevistas, cada pessoa em luto vai construir a sua resposta de acordo com a crença ou no que acredita sobre o que acontece após a morte biológica.

Bruna, sem titubear, afirmou que aceitaria e estaria disposta a pagar se não fosse muito caro. Escolheria falar com a irmã e o pai. Lembra que só a voz da irmã num vídeo de 15 segundos a faz sentir emoções positivas. Que seria muito proveitoso, ainda mais se pudesse escolher fases da vida. “Há muita gente que pode usar... achar que isso é mórbido, mas, eu acho que seria muito legal, muito legal, sabe? Como se ter ali a pessoa perto de si por alguns instantes. Eu acho muito bacana isso”, refere. Isabel, sem pensar muito na resposta, também aceitaria passar pela experiência, num primeiro momento “Sim, porque é muito bom para matar saudades. Embora, que às vezes possa ser duro, porque sabemos que é uma ilusão”. Após pensar mais um bocado, reformulou a resposta e disse:

“Sim, eu acho que por um lado, acho que... não, não digo totalmente que não. Acho que sim, que... que iria gostar, mas depois acho que iria ter um efeito secundário e que não... e talvez fosse pior depois no meu processo de luto, poderia prolongar mais o processo de luto, porque isso era viver numa autêntica ilusão” (Isabel).

Liliana demonstrou entusiasmo ao saber que, provavelmente, em breve, será possível manter algum tipo de contato através deste tipo de tecnologia e, que caso venha a ser possível, ela já escolheu três pessoas.

“Ah sim, sem dúvida, sem dúvida, sem dúvida nenhuma. Ah conversaria... três pessoas ... com a minha avó, da parte da minha mãe, de quem eu gostava muito e que tenho imensas saudades. Com a minha mãe, porque desde que fui mãe pronto, fui mãe das duas vezes já ela não estava cá e queria-lhe poder dizer o quanto ela estava certa, e a minha opinião é errada em relação a tantas coisas. Queria dizer que ela tinha razão em praticamente tudo, embora eu achasse que não. E com a minha filha. Sim, sim, gostaria de sei lá, de ter uma pequena projeção do que ela teria sido, que pronto, não tive essa possibilidade” (Liliana)

Raquel, no entanto, diz que poderia experimentar, mas tem consciência que não seria sua irmã, de fato, e que poderia ser uma experiência estranha, já que não se identifica muito com esse tipo de inovação tecnológica. Porém, acha que os pais poderiam querer ter contato com essa “imagem” da irmã.

“Acho que podia até experimentar, mas até isso tenho dúvidas que... que o fizesse, porque aí é que eu depois ia acabar por estar agarrada a uma coisa que não é real, de alguma maneira. E isso... conheço-me o suficiente para saber que isso não me ia beneficiar em nada. Então acho que, acho que não. Mas talvez se... talvez se isso acontecesse, tenho a certeza que se calhar os meus pais ah gostariam e tentariam ter um

contato com essa imagem, essa realidade virtual, vá” (Raquel).

Já Bárbara, primeiro, respondeu que não teria nenhum tipo de contato por acreditar que essa experiência seria fictícia, que não faz sentido, porque não é real. Acrescentou: “Não consigo dizer com garantia que seria essa a minha resposta, mas pensando com clareza neste momento, eu não faria isso”. Quando questionei se havia alguma razão específica, ela respondeu:

“Porque é estar a viver uma situação que não é minimamente real. E eu acredito que nós para passarmos e ultrapassarmos os processos precisamos da realidade, precisamos de estar aqui e agora no presente e... Uma coisa é ter memórias é ter objetos que nos façam lembrar e lá está é, por exemplo, poder ir ver um perfil que tem fotografias, que tem acontecimentos que têm uma cronologia, não é? Outra coisa, é estar a fingir alguém que não está cá. Isso para mim é muito estranho” (Bárbara).

Para Carla, que afirma falar em “outros planos” com os que já partiram, como o marido e mãe, mesmo que estivesse a falar com um avatar, por mais que tivesse a imagem e a voz, sabe que não é a pessoa. Argumenta que a IA poderia até dar a sensação, com respostas simulando o ente querido falecido, mas que não acha que chegaria a tal ponto de aderir a esse tipo de prática.

“Acho que não, não estou preparada para isso. Talvez pronto, talvez não esteja mentalizada para isso. Não sei, pode-se não sei, não. Não, não vejo sequer muito o interesse. Não sei o que é que isso me iria dar mais. Não, não sei, penso que não, penso que não, que não, não sei, não aceitaria. Mas pronto, é uma coisa que eu digo agora, neste momento” (Carla).

Ao ser perguntado sobre a possibilidade de voltar a falar com a mãe através de um *software* ou programa de reprodução da identidade dela, Manuel, prontamente disse-me que não aceitaria, porque não seria ela. Neste momento o entrevistado chorou. Perguntei como ele se sentia e que podíamos encerrar a entrevista, caso ele desejasse. Após alguns minutos em silêncio e a chorar, ele afirmou que podíamos continuar. Pensou mais uma vez e retrucou. Disse que não tem certeza, que poderia ser bom para ele dizer-lhe coisas que nunca foram ditas. Ficou a pensar e voltou a se emocionar ao tentar formular o que lhe diria, levando-me a concluir que a possibilidade de manter algum contato com a mãe através de um avatar ou *software* de inteligência artificial não seria totalmente rejeitado pelo entrevistado.

Um fenômeno interessante que surge a partir dos dados é o de que mesmo não tendo informações mais objetivas sobre a existência de serviços digitais póstumos, como discutido no tópico anterior, sobretudo, quando pergunto sobre a possibilidade de conversar com um ente

querido que já faleceu utilizando IA, a primeira reação de alguns é a de rejeição, baseado nas suas próprias crenças e concepções sobre ‘alma’, ‘imortalidade’, ‘plano espiritual’.

As Tecnologias de Comunicação Póstuma Unidirecionais Intencionais (Bassett, 2022; Morse, 2024) dos vivos para os mortos, portanto, serviços como a ETER9 e a HereAfter não são imediatamente abraçados pelas pessoas em luto. Nossos dados revelam que algumas pessoas em luto podem apresentar algum tipo de resistência, preferindo as Tecnologias de Comunicação Póstumas Unidirecionais Acidentais, portanto, redes sociais criadas para pessoas vivas e apropriadas pelas pessoas em luto para manter os vínculos contínuos com entes queridos falecidos. E, também, são frequentemente utilizados como repositórios de legados digitais do que eles produziram quando ainda estavam biologicamente vivos.

Todavia, quando direciono para os entrevistados dando-lhes a oportunidade de decidir se manteriam ou não algum tipo de conversa com o ente querido falecido através deste software as respostas são ambíguas. Seja por curiosidade ou impulso poderiam sim, aceitar, ou mesmo que digam não de imediato, deixam no ar a incerteza. Justificam que a resposta não se referia àquele momento específico, sinalizando que poderiam mudar de ideia, portanto, nenhuma resposta foi de fato dita com certeza. O que na minha percepção deu-se pelo fato de não saberem exatamente do que eu estava a falar. Porém, com a aplicação de técnicas de marketing e *storytelling* e uma normalização cultural desse tipo de prática, que certamente as empresas irão adotar em larga escala, acredito que uma boa parte dos entrevistados, por mais descrentes que pareçam e sendo influenciados por publicidades, certamente serão potenciais clientes destes tipos de serviço.

Por outro lado, alguns entrevistados responderam que aceitariam sim utilizar avatares ou qualquer tecnologia que reproduzisse as versões digitais de seus entes queridos. Inclusive, há os que prontamente responderam já sabendo com quem gostaria de falar ou manter uma conversa. Seja motivado pelas emoções do luto, como a saudade, a nostalgia, o desejo de dizer coisas que ficaram por dizer, o que sinaliza para o campo de estudo e até mesmo para a indústria da pós-morte digital uma pré-disposição das pessoas em luto para a adoção deste tipo de prática ou serviço, ainda mais se for a um preço acessível.

### **6.3.9 Vidas digitais póstumas**

Alguns entrevistados levantaram discussões interessantes quando se fala em

preservação de memórias digitais e a simulação de identidades. Nos convidam a refletir sobre quem somos e como queremos ser lembrados. Embora as tecnologias digitais possam ampliar o alcance e a duração de nossa existência póstuma, não resolvem a questão essencial, como sugere Rina; “Nenhuma rede social e nenhuma inteligência artificial nos vai dar a alma”.

Embora pareça fascinante, não deixa de ser inquietante a possibilidade de criar «vidas póstumas digitais» através de inteligência artificial, sugerindo que, no futuro, nossas vozes, imagens e até personalidades poderão ser simuladas. Embora a ‘recriação de identidade online’ oferece potencial para preservar a ‘personalidade de uma pessoa’, também impõe questões éticas e existenciais. Até que ponto uma ‘réplica digital’ pode representar a essência de alguém? Se há algo que ainda se mostra insubstituível nas relações humanas é a interação, uma via de mão dupla, em que um fala e o outro responde com consciência, e nenhuma rede social ou inteligência artificial, até o momento, foi capaz de capturar a essência humana. Além disso, delegar a uma empresa ou entidade externa a capacidade de utilizar os traços numa representação artificial coloca em evidência o risco de exploração e a utilização inadequada dessas réplicas, o que é rejeitado pelas pessoas em luto entrevistadas.

Por outro lado, a questão que perdura é, se estamos a caminhar para a imortalidade digital, como manter a infraestrutura para que o acesso possa continuar facilitado, como hoje é o Facebook? “Alguém deveria escolher financiar a infraestrutura para os continuar a manter acessíveis”, adianta Rina, e sublinha um dilema que me levou a pensar que a memória digital não é autossuficiente. Depende de recursos financeiros e humanos para sua manutenção, portanto, está em risco, pois, quando passam a ser ativos financeiros para uma determinada indústria, deixando de ser apenas ativos afetivos para os utilizadores, o mercado é que determinará o que é prioridade ou não. Por estar nas mãos das empresas e dos governos, que necessitam investir no desenvolvimento de novos produtos (aplicações, *software*, *hardware*, soluções de armazenamento), para manter a estrutura necessária, conseqüentemente haverá a necessidade de mais recursos, como em qualquer indústria. Essa questão é debatida por Carla, que é bióloga, portanto, tem conhecimento de causa. Ao questionar que não pensamos nos custos ambientais dessa digitalização da vida quotidiana, que afeta diretamente ecossistemas, ela questiona:

“a Internet é uma coisa que tem custos ambientais, por exemplo? Nós nunca pensamos nisso quando estamos sempre a mandar mensagens, pensamos que isso não tem um custo ambiental também, não é? Pois, somos capazes de ser muito, não sei quê ecológicos e não sei quê mais,

mas tudo tem um custo ambiental” (Carla).

Carla refletiu sobre uma das perguntas base desta investigação, quando analisamos as implicações da indústria que explora algo que não é palpável como as memórias, as emoções, a personalidade. Portanto, se ao longo da história, as memórias individuais e coletivas mantiveram-se preservadas como pinturas rupestres em sítios arqueológicos datados de milhares de anos, ou em pergaminhos e papiros e, posteriormente, em coleções pessoais, museus e ao longo do tempo, na oralidade, passada de geração em geração, quem garantirá que o registo do nosso tempo seja preservado, quando estamos submetidos a *bits*, algoritmos e armazenamentos em nuvem? Uma questão a ser pensada, haja vista que, no modelo atual de sociedade a preservação desses legados está submetida a condições de sustentabilidade económica e ambiental. E mais problemático ainda, nas mãos de meia dúzia de bilionários, que detêm a propriedade do que deixamos em seus servidores e que nem sabemos se quer onde estão localizados e em quais circunstâncias.

## **Conclusões**

O objetivo e ponto de partida desta investigação foi explorar como os utilizadores compreendem a morte e a pós-morte nos ambientes digitais para identificar potenciais ameaças, riscos e oportunidades da indústria da pós-morte digital. Assim, essa tese fornece uma ‘cosmovisão’ e as suas implicações, visando contribuir para o debate – emergente e necessário – acerca da literacia sobre a morte e da literacia sobre dados, no contexto em que as *big tech* extraem, exploram, mineram e comercializam os dados dos vivos, mas também dos mortos. Com a proposta de ampliar a discussão sobre morte digital, numa perspetiva transdisciplinar, apresentarei as minhas conclusões e contributos a partir das “vozes e do que os dados dizem”, como falantes da língua portuguesa de países como Portugal e Brasil.

Defino-me aqui como uma peregrina, que caminha sem saber o que vai acontecer no percurso, mas que tem um ponto de partida e chegada programado e necessita de planear passo a passo para lidar com as dificuldades do caminho que certamente surgirão. Ora, pelas alterações no clima e na estrada ou no próprio percurso, ora para cuidar dos pés e calos, das dores no corpo, como para trocar os calçados desgastados. Comecei esta tese com uma viagem por conceitos e teorias emergentes, onde pousei na literatura, alojei-me nas dezenas de hiperligações do Centro de Privacidade da Meta Platforms, com uma passagem pelos grupos de Facebook. Enquanto isso, troquei impressões com os locais, neste caso, pessoas em processo de luto que vivenciaram a dor de perder alguém que amavam, seja por uma doença, um infortúnio ou mesmo que partiram por vontade própria.

Como qualquer viagem, ela tem de acabar. “O método de nos transportar através da nossa viagem difere do que ganhamos com essa viagem. O sentido que damos à viagem toma forma no nosso trabalho concluído”, como diz Charmaz (2014, p. 231). Seguindo uma abordagem da teoria construtivista fundamentada, na qual a reflexividade da pessoa investigadora integra a investigação a partir dos dados, apresento as minhas conclusões.

### **Contributos da investigação**

A partir de uma reflexão sobre como a aclamada Economia Digital influenciou no ecossistema das empresas e governos, ao ponto de, em poucas décadas, repaginar os modos de produção e exploração nos moldes do capitalismo, esta tese é, também, uma provocação partindo dos conceitos e teorias emergentes apresentadas no Capítulo 1. Se em 2009, a frase

proclamada pela ex-comissária da União Europeia, Meglena Kunevnek, de que “os dados pessoais são o novo petróleo da Internet e a nova moeda do mundo digital”, defendendo que essa afirmação já não se aplica. Com o crescente volume de registos digitais e a necessidade crescente de infraestrutura para armazená-los, o novo petróleo é o que se faz com esses dados, e não a extração ou acumulação em si, mas a mineração, o dar significado, tornando-os ativos financeiros, portanto, capitalizáveis, passível de comercialização.

Ao contrário do petróleo, que para chegar ao ponto de ser um produto vendável precisa passar por um ciclo extenso e penoso, altos investimentos em equipamentos para extração, pesquisa, logística até chegar a etapa de refinamento e, assim, virar combustível, ou seja, um produto, o refinamento de dados pessoais é muito menos trabalhoso. E com a vantagem competitiva de que não é necessário ir às profundezas da camada de pré-sal. Com o surgimento das tecnologias digitais e a sofisticação dos dispositivos eletrônicos, cada aspeto da vida quotidiana que registamos diariamente, na maioria das vezes, inconscientemente, tornam-se ativos para as *big tech*.

Como referido no Capítulo 1, o processo de dataficação revela as relações entre poder político e económico, controle e propriedade, numa lógica de que a extração e a mineração desses grandes volumes de dados, ou seja, do *big data*, influencia em toda a dinâmica e organização das sociedades mediatizadas. No entanto, essas mudanças estruturais vão ser notadas, *a priori*, em países ricos e desenvolvidos, nos grandes centros urbanos em que a dependência das tecnologias digitais passa a ser um problema, enquanto caminha para soluções imediatistas para resolver quase qualquer dilema da humanidade.

E como a vida e a morte andam de mão dadas, não seria a morte a escapar e a manter-se ileso do domínio das *big tech*. Como discutido ao longo desta tese, a morte digital como um campo de conhecimento recente já deu conta que os impactos das tecnologias sobre a morte e o luto são preocupantes por estarem moldando a maneira como a humanidade vê a própria morte. Não há dúvidas sobre os impactos da presença constante do digital na vida das pessoas, 24 horas por dia, 7 dias por semana, partilhando desde o prato que comeu a discursos de ódio nos ambientes digitais em experiências cada vez mais quantificadas. Essas representações de modelos numéricos quando quantificadas e analisadas preditivamente nas questões mais subjetivas, como a morte e o luto, podem provocar consequências irreparáveis em pessoas que estão a passar pelo processo de luto, a partir dos resultados das pesquisas que se dedicaram a compreender o fenómeno dos «laços contínuos».

Entretanto, se a análise preditiva é vista como positiva pelos entusiastas da transformação digital, representadas por *start-ups*, que se dedicam a todo o tipo de solução quantificada, não nego e nem discordo, mas quando se trata de questões existenciais, soluções simplistas podem provocar verdadeiros colapsos na individualidade e na própria identidade das pessoas.

No Capítulo 4, analisei os números que a Meta Platforms anuncia publicamente, ao afirmar em relatórios, documentos oficiais e notas públicas ter alcançado a marca de 3,9 bilhões de utilizadores em dezembro de 2023. A empresa declara que a sua principal fonte de receitas está baseada na sua família de aplicações: Facebook, Instagram, WhatsApp e Messenger, e que o seu modelo de negócio é baseado em publicidade direcionada. Não há dúvida de que a Meta detém os dados pessoais de cerca de metade da população mundial, se considerarmos que boa parte dos utilizadores com acesso à Internet, em todo mundo, se conectam uns com os outros através dos seus produtos digitais. A outra parte dos utilizadores vivos com acesso à Internet vai estar em países como China e Rússia e uma parte significativa em países subdesenvolvidos com estruturas precárias, acesso limitado às inovações tecnológicas digitais ou por restrições de ordem política e económica.

Por outro lado, se o Facebook é o maior cemitério do mundo (Sisto, 2020) e até o fim deste século terá mais perfis de mortos do que vivos, a grande dúvida é se todos os perfis de utilizadores das últimas duas décadas (2004 a 2024), são contabilizados nos números totais da companhia em seus relatórios públicos e para investidores. Não havendo transparência por parte da empresa sobre os números de contas inativas, pressupondo que, os 3,9 bilhões são contabilizados como utilizadores, vivos ou mortos. Defendo que haja uma política de transparência acerca dos números reais de utilizadores para que, enquanto sociedade e clientes, possamos cobrar da empresa medidas mais claras para o tratamento dos perfis de pessoas falecidas.

O que nos revela que os dados das contas e perfis dos mortos são ativos financeiros valiosos para a companhia, principalmente, por parte das pessoas em luto que mantêm a continuidade dos laços com os perfis dos entes queridos falecidos a partir da publicação de legados digitais. Esse questionamento leva-nos a outros, como exemplo, a passividade da Meta Platforms em não avançar no desenvolvimento de *affordances* para perfis de pessoas já falecidas ou sem grandes esforços, na divulgação dos recursos já existentes como contato legado e perfil memorial, ainda desconhecidos por boa parte de seus utilizadores.

Esta tese revela que as políticas de privacidade da Meta Platforms seguem desconhecidas pelo público comum. Como mostrei no Capítulo 4, na imersão etnográfica que fiz pelas inúmeras hiperligações, as políticas aparentemente são feitas para que o utilizador se perca ao tentar compreendê-las ou interpretá-las. É de fato, uma experiência exaustiva que reflete nos dados apresentados do Capítulo 6, de que os utilizadores têm noção que ali há regras que podem influenciar em decisões individuais futuras. Os utilizadores, em geral, têm noção e a percepção de que as políticas de privacidade existem e significam alguma coisa. No entanto, que tem tempo ou disposição para ler páginas e páginas que em determinados momentos utilizam uma linguagem simples, infográfica e quando se deseja aprofundar a linguagem vai se tornando técnica e jurídica? Na prática, a política de privacidade da companhia cumpre os regulamentos e normas previstas nas legislações sobre informações; porém, pouco serve para informar os utilizadores sobre as implicações de aceitar os termos e utilizar os serviços de forma acessível.

Por outro lado, há uma estratégia de arquitetura de informação estruturada para que não se consiga passar por todos os «nós», já que uma informação leva a uma hiperligação, que levará a outra e a outra, até que a experiência como utilizador se torne uma verdadeira divagação por caminhos que não levam a nada. Como abordado no Capítulo 3, a Meta Platforms não só extrai praticamente toda a atividade de seus utilizadores como comercializa dados com terceiros. Entretanto, não expõe de forma clara quem são esses terceiros. Para além do seu ecossistema de centenas de outras *start-ups* espalhadas pelo mundo e adquiridas na sua estratégia de expansão, quem são os terceiros?

Sem entrar na seara da regulação das *big tech* e no debate público que ronda os parlamentos e agências reguladoras em todo o mundo, a Meta como prestadora de serviços deve cumprir legislações nacionais, assim como melhorar seus serviços visando a proteção dos direitos e o interesse de seus clientes, neste caso, os utilizadores. Como discutido no Capítulo 4, os mortos seguem esquecidos no universo das aplicações da Meta; no entanto, as pessoas em luto não os deixam esquecidos, pelo contrário. E como um fenómeno recente, criando «identidades digitais póstumas», ao publicarem legados digitais de entes queridos falecidos que sequer tenham tido qualquer presença digital. Como abordei no Capítulo 6, mães que passaram pelo processo de aborto e na ausência de registos dos bebés, que sequer nasceram, tendem a criar memórias digitais, publicando ecografias durante a gestação. Por outro lado, filhos que publicam fotografias dos pais falecidos, que por questões geracionais não chegaram a ter contas em redes sociais, mas são memorializados, através de fotografias impressas digitalizadas e

publicadas nas redes sociais.

Falar sobre a morte continua a ser um tabu na esfera das relações sociais, como sinalizou o Capítulo 2. Todavia, com as mudanças de paradigmas sobre a morte, o morrer e o luto, influenciadas pelas redes sociais e capitaneadas pelas empresas de Tecnologias da Informação e Comunicação, as pessoas em luto estão a ocupar espaços online, em grupos e comunidades virtuais, para expressar suas experiências individuais e sentimentos como dor, perda, saudade.

Como discutido no Capítulo 5, as narrativas em torno da dor da perda provocam conflitos entre a noção de ‘intimidade e privacidade’, como se estes espaços fossem seguros para expor os sentimentos e a ambivalência das emoções provocadas pelo luto. Não só partilham suas emoções, mas seus dados pessoais, rotinas familiares, crenças, costumes e tradições. Os dois grupos analisados nesta tese apontam que os grupos online no Facebook podem ser caracterizados como «espaços online de validação da dor». É como um grande grupo de entajuda, nos moldes do que sempre foram os grupos de apoio como os Alcoólicos Anônimos ou de pessoas a enfrentarem doenças terminais que se reúnem para contar suas histórias e ajudarem-se mutuamente.

Diferentemente dos grupos tradicionais presenciais, nestes grupos online, há milhares de membros, que podem estar em qualquer lugar do mundo, com boas e más intenções, ou apenas para espreitar o que é que se passa ali, à espera de uma oportunidade para cometer algum tipo de crime diante da vulnerabilidade emocional das pessoas em luto. Este dado é fundamental para esta tese, quando refletimos sobre a responsabilidade que as plataformas têm de rever não só suas políticas, mas *affordances* capazes de tornar os ambientes digitais mais seguros quando se trata da exposição de emoções. Mesmo que exerçam um papel fundamental, a moderação/administração dos grupos, é limitada pela própria plataforma, tornando os grupos um problema de *design*, como apresentei no Capítulo 5. O que é completamente diferente quando um grupo é criado por utilizadores da plataforma para falar sobre séries e filmes, ou sobre receitas culinárias. Ao possibilitar que os utilizadores criem grupos para práticas de luto online, a plataforma não considera que esses grupos contém dados sensíveis sobre os vivos, mas também sobre os mortos, cabendo aos moderadores um tipo de trabalho não remunerado como curadores de conteúdos, portanto, como únicos responsáveis, quando na verdade quem ganha são as *big tech*.

A análise das entrevistas mostrou narrativas sobre o luto semelhantes aos grupos online

de Facebook. O padrão inclui o fato de as pessoas em luto se referirem a datas com precisão como parte das práticas de memorialização online e offline, de modo a manter viva a memória do ente querido falecido, mas também como uma forma de expressar sentimentos positivos sobre quem foi aquela pessoa em vida, como se quisessem manter uma imagem intocável, benevolente. Ainda sobre os grupos online e longe de um binário positivo-negativo, a grande questão que se põe para as pessoas em luto é como protegê-los nos ambientes digitais diante da vulnerabilidade emocional e da ausência de consciência sobre as consequências de expor a intimidade num ambiente onde cada pessoa é facilmente rastreável.

Esta tese revela que os grupos online ou restritos de apoio ao luto são espaços procurados porque a morte e a vulnerabilidade em torno do luto são ainda tabus. Mais do que trazer a questão para o espaço público digital, está a reflexão sobre o porquê de muitas pessoas em processo de luto demonstrarem vulnerabilidade em grupos com 24 mil membros, em que não fazemos ideia de quem vai ver, do que partilhar o sofrimento em nosso próprio perfil? Onde supostamente está a nossa rede de amigos ou pessoas que conhecemos, ao menos uma parte dos que lá estão a espreitar? Concluo que isso se dá ao fato de nas redes sociais sermos constantemente influenciados a ‘performar’, a partilhar apenas o que é belo, aceitável, ou o que é considerado sucesso.

A partir desta indagação, propõe-se o conceito de «comunidades afetivas imaginadas do luto» proposto nesta tese como uma junção entre as ideias de *Imagined Communities* (Anderson, 2006) e *Affective Communities* (Slaby & Scheve, 2019), aplicadas ao contexto do luto. Nesse modelo, «comunidades imaginadas» surgem quando pessoas, unidas por experiências de perda e luto nos ambientes digitais, formam conexões emocionais e simbólicas que perpassam a proximidade física ou relações pessoais diretas. Assim como Anderson propõe que as comunidades imaginadas são moldadas por narrativas partilhadas que criam um senso de pertencimento, essas comunidades de luto constroem-se em torno de memórias coletivas e práticas culturais, especialmente em espaços digitais. A perspectiva de Slaby e von Scheve complementa essa visão ao cunhar o conceito de «comunidade afetiva» na maneira como as emoções partilhadas, como tristeza, empatia, solidariedade e nostalgia criam vínculos sociais virtuais e temporários, configurando redes de apoio e cuidado mútuo. Em suma, a noção de «comunidades afetivas imaginadas do luto» aqui proposta permite compreender estes espaços simbólicos onde são trocados afetos e narrativas sobre a perda, reforçando laços comunitários emocionais e imaginários, como discutido no Capítulo 5.

Durante toda a investigação notei que a morte ainda é uma coisa feia. Mostrar-se triste

ou em luto não cabe no *feed*. No máximo, num grupo de Facebook onde não conhecemos ninguém, mas lá não vai ter julgamentos ou simplesmente o medo de ser julgado. Se na modernidade os mortos estavam escondidos nos cemitérios, na Era Digital quem se esconde são as pessoas em luto, que constroem «comunidades afetivas imaginadas do luto» nos ambientes digitais, onde likes, *emojis* e comentários de desconhecidos validam os sentimentos que não são expostos entre seus próprios pares. O que poderá estar associado ao fato de que, no *feed* todo mundo vai ver, mas num grupo de apoio ao luto online, só vai estar apenas quem está em luto, portanto, quem tem uma ideia do que é que se está a passar com as emoções, que compreende aquela narrativa, que se solidariza, mesmo que os utilizadores estejam espalhados por vários países, mas ali todo ‘mundo fala a mesma língua’, há uma «comunidade de sentido», que perpassa aspetos culturais, barreiras geográficas e até mesmo a religião. Porque a morte é inerente a todos os seres humanos e a religião e a crenças de cada um é que vai dizer o que é que se passa do lado lá.

O Capítulo 6 se configurou como a etapa mais sensível e ao mesmo tempo mais desafiadora de toda a investigação. Como parte da reflexividade, presente na abordagem da teoria construtivista fundamentada (Charmaz, 2014), considero que os dados revelam novos dilemas, enquanto apresentam possíveis caminhos para o campo de investigação. Utilizando o método de entrevistas semiestruturadas, a partir de uma estratégia *insider*, a análise dos dados revelou que ainda há resistência em falar ou mesmo pensar sobre a morte. Reforço que a amostra não reflete um panorama dos falantes de língua portuguesa, no entanto, traz luz para diversas questões, até então em aberto e identificadas como lacuna, conforme apontei no Capítulo 3. No entanto, não foram observadas diferenças significativas nas práticas do luto online, o que revela que a universalização dessas práticas nas sociedades ocidentais, mediadas por tecnologias digitais tendem a ser uniformizadas e influenciadas pelas *affordances* das plataformas utilizadas para estes fins, aliadas com a resistência cultural em falar sobre a morte e o morrer discutidas na literatura até o momento.

Durante a investigação, especificamente na etapa das entrevistas, notei que há um certo desconforto em pronunciar palavras como morrer, morte, suicídio e aborto. Quando pronunciadas no ímpeto da fala, carregam uma entonação diferente, quase impercetível. Graças à riqueza da língua portuguesa, essas palavras possuem inúmeros sinônimos que substituem as que são culturalmente rejeitadas. Em vez de ‘morrer’, ouvi por diversas vezes ‘partiu’ ou ‘faleceu’; em vez de ‘suicídio’, ‘autoextermínio’; em vez de ‘aborto’, ‘parto’. O que pode ser contestado diante das variações da língua, especificamente entre Portugal e Brasil, o que na

minha análise não tem a ver somente com a diferença cultural, mas com o receio de pronunciar palavras com conotação negativa, sombria, obscura. Tanto que, em vez de assumir a tradução literal da palavra *bereaved*, que em português é enlutado, optei por “pessoas em luto”, haja vista que o significado de enlutado passa por adjetivos como fúnebre, escuro, triste, o que não reflete as pessoas que entrevistei.

Pronunciar ou publicar palavras mencionadas acima também caracterizam um risco iminente de erros ou mesmo indicações das plataformas e websites que não necessariamente ajudam e apoiam pessoas a passar por situações de luto prolongado ou depressão profunda. Por não serem precisas e como apontaram os dados, algumas pessoas em luto demonstram resistência a notificações ou sugestões de conteúdos, baseadas em sua atividade online enquanto buscam por informações sobre como lidar com o luto. Neste sentido, a «negação algorítmica da morte», enquanto presume que determinada pessoa precisa de ajuda, por outro lado, poderá cometer erros graves ao indicar produtos, serviços ou conteúdos *Ads* potencializando práticas suicidas que acabam por estimular alguma ação por parte do utilizador. É, de fato, uma questão sensível e relevante para ser debatida por analistas de dados, desenvolvedores web, arquitetos de informação e especialistas em tráfego pago. Esses profissionais têm uma tarefa árdua de repensar a lógica de programação e seleção etimológica para extração e mineração de dados que envolvam palavras como morte, luto, suicídio, morrer, matar e assim por diante.

Conforme os dados revelam, embora muitos utilizadores ainda não assimilem que todas as atividades nos ambientes digitais são quantificadas e valiosas para as *big tech*, estas indicam os nossos gostos e interesses para a publicidade direcionada, principal fonte de receitas de empresas como a Meta e a Google. Todavia, a percepção dos utilizadores não se concentra apenas na falta de importância que dão às políticas de privacidade. Há uma certa preocupação em discutir «direito de propriedade». Se há uma tendência para que se pense cada vez mais na «herança digital», ao contrário dos bens físicos, em que o direito de propriedade já é garantido no ordenamento jurídico internacional, quando se trata de «bens digitais», a herança digital e a própria questão dos dados «digitais póstumos» são um enorme desafio para as Ciências Jurídicas e a governança global sobre dados e direitos digitais.

Como discutido no Capítulo 1, ainda não há um consenso sobre o que de fato são «bens digitais». O que não resta dúvida é de que a presença digital dos vivos e dos mortos são ativos financeiros. Neste sentido, a discussão sobre o que são ou não «bens digitais» deve avançar para além de uma definição, mas no caminho de uma regulação global do que as companhias podem preservar para seus projetos de desenvolvimento de inteligência artificial, como os

*chatbots* de «recriação de identidades online».

De acordo com o Capítulo 2, a «imortalidade digital» saiu das séries de ficção científica e já está disponível para subscrição, bastando que qualquer utilizador pague alguns dólares por mês. No entanto, a questão ética, se não é já, deverá passar a ser uma prioridade, tanto por parte de utilizadores, dos governos e órgãos regulatórios, quanto das empresas que operam na indústria da pós-morte digital neste momento. Com a aceleração do desenvolvimento deste tipo de serviço/produto, muitas vezes disfarçados de soluções para ajudar o utilizador a organizar suas tarefas quotidianas, ou alojamento de testamento digital, por exemplo, não possui reconhecimento legal, como os testamentos tradicionais que necessitam ser validados por um notário. As empresas não são claras sobre o que vai acontecer quando o cliente subscritor morrer, o que deveria ser óbvio, já que supostamente foram criadas para este fim. Para além de dados e informações espalhadas por toda a Internet, esse tipo de serviço detém de forma sistematizada e praticamente personalizada todo o perfil de seus utilizadores. Considerando que os discursos dos setores empresariais e do marketing de vendas é a de que um negócio só vai para a frente se ele resolver uma «dor do cliente», partimos do pressuposto de que o que não falta às pessoas em luto é justamente «dor», quando se deparam com a morte de um ente querido.

O que se estende, conseqüentemente, aos serviços pós-morte digital, que, assim como a indústria funerária tradicional, requer o aporte financeiro, seja para realizar um funeral online, ou para organizar um funeral físico. Lembremos que, quando se trata de caixões funerários os preços variam de acordo com o material utilizado, assim como, os altíssimos custos de jazigos nos cemitérios, procedimentos de cremação e assim por diante. Na pós-morte digital, as desigualdades económicas poderão estar associadas ao acesso à Internet, a depender da zona do país, a obsolescência de dispositivos eletrónicos, que deixam de funcionar depois de um determinado tempo, como é o caso dos dispositivos da Apple, Samsung, Huawei, entre outras. Por fim, na aquisição de determinados serviços de gestão de legados digitais como mencionados no Capítulo 2 e de recriação de identidades online como a Eter9 e a HereAfter (<https://www.hereafter.ai/>), que cobra cerca de 8 USD por mês, por utilizador.

A rejeição inicial à ideia de interagir com entes queridos falecidos por meio de avatares e IA, fundamentada em concepções de autenticidade, revela uma tensão entre as normas tradicionais do luto e as possibilidades que essas tecnologias oferecem. A rejeição inicial, como apontado no Capítulo 6, mostra-nos que a alma ou a essência humana não pode ser substituída por uma réplica digital. No entanto, a hesitação e a reflexão posterior sobre a possibilidade de

poder falar com os entes queridos expõem a vulnerabilidade emocional das pessoas em luto e os sentimentos ambíguos diante dessas tecnologias. Tal contradição aponta que as próprias convicções das pessoas enlutadas, motivadas por sentimentos como saudade e até mesmo curiosidade podem substituir a rejeição inicial, o que revela que o fenômeno de “poder dizer coisas que não foram ditas” sugere que a resistência não é definitiva e pode ser moldada pela forma como as tecnologias são apresentadas culturalmente. Portanto, a incerteza sobre o funcionamento e os limites éticos dos serviços digitais póstumos, sugere que a adesão dependerá não apenas da acessibilidade econômica, mas também da construção de significados sociais em torno da utilização dessas ferramentas. A apropriação das tecnologias de comunicação póstumas unidirecionais acidentais, como redes sociais, mostra como a necessidade de manter vínculos contínuos já é socialmente aceita. Portanto, com estratégias que apelem à nostalgia e ao desejo de conexão, é provável que a normalização das tecnologias intencionais como os *chatbots* seja acelerada, especialmente se apresentadas como soluções para as “dores” das pessoas em luto.

O que coloca na agenda do debate público a emergência em se discutir seriamente literacia sobre a morte a partir da literacia de dados. Se falar da morte ainda é um tabu, a literacia sobre dados pode ser um caminho interessante para abordar a morte, a partir do momento que para chegar à imortalidade, é preciso antes discutir a vida, o agora, as ameaças e os riscos quando essas tecnologias forem de fato disponibilizadas para um maior número de pessoas.

Neste sentido, os dados sobre a percepção dos moderadores sobre tecnologias digitais voltadas para a prática do luto, e das pessoas em luto sobre serviços pós-morte digital, é o desconhecimento, sobretudo surpreendente na prática profissional com as pessoas em luto. A ausência de dados sobre as tecnologias emergentes pós-morte digital é, ainda assim, um dado valiosíssimo para esta investigação, principalmente, quando se fala sobre como atuam as *big tech*, portanto, as empresas que operam na indústria da pós-morte digital. Mostra que os debates acerca dos direitos digitais pós-morte ainda estão longe de chegar às pessoas comuns, ainda concentrados na discussão acadêmica, num campo de estudo muito restrito. Haja vista que o debate precisa chegar aos profissionais de saúde, mais concretamente, aos de suporte e terapia e nos cuidados paliativos que possuem uma oportunidade significativa de promoção da literacia digital sobre a morte e sobre os dados, tanto para os pacientes no fim da vida, quanto para os familiares em luto. O que reforça a relevância desta tese no sentido de promover uma reflexão ampla, envolvendo diversas áreas de investigação e profissionais, numa abordagem transdisciplinar.

Neste sentido, ao olharmos para a transformação digital e para os impactos que a Economia Digital exerce sobre todos os aspetos da vida humana na atualidade, teremos de olhar com mais firmeza para a indústria da pós-morte digital. Ainda a dar os primeiros passos, já se mostra altamente influente num dos aspetos mais complexos da existência humana, como a identidade póstuma e a imortalidade digital, mas não deixando de impactar em questões práticas relacionadas diretamente aos vivos, como património e herança digital, direitos humanos e direitos digitais, propriedade, intimidade e privacidade e, talvez, o mais complexo e intangível, o futuro.

Por fim, com o rápido desenvolvimento da inteligência artificial, o *Digital Immortal*, ou seja, as réplicas da nossa personalidade digital póstuma, construída a partir do que publicamos hoje nas redes sociais alcançará o estado de sciência ainda neste século, como discutido no Capítulo 2. Sendo assim, já passou da hora de assumir que não há mais como voltar atrás e trazer de uma vez por todas o debate para cima da mesa. Na impossibilidade de resistir, só nos resta abraçar o dilema e traçar estratégias conjuntas que possam preparar as futuras gerações para conviver com nossas réplicas.

### **Implicações: ameaças e riscos**

A pandemia da COVID-19 contribuiu para o crescimento de serviços digitais pós-morte, até então, vistos como mais uma inovação tecnológica sem demonstrar muita confiança e credibilidade. Com o isolamento social e as restrições sanitárias, houve um aumento da presença digital, sobretudo, nos dois primeiros anos da pandemia, obrigando as pessoas a migrarem para os ambientes digitais para trabalhar, estudar e relacionar-se. Neste período, conseqüentemente, uma parte significativa das atividades sociais humanas tiveram de ser adaptadas rapidamente. Não obstante, as pessoas foram impedidas de realizar cerimónias de despedidas tradicionais, presente em diversas culturas e práticas religiosas, como velórios, funerais e reuniões familiares, o que levou as famílias e amigos a buscarem formas digitais de luto e homenagem, seja nas redes sociais, ou transmissões de funerais via *streaming*, aumentando a demanda por esses tipos de serviços. Empresas e *start-ups* viram na pandemia uma oportunidade de expandir serviços como a gestão de legados digitais, ferramentas de organização de património digital e plataformas para preservar memórias. Alguns serviços avançaram para, assim, oferecer a criação de “identidades digitais póstumas”, como vimos ao longo desta investigação. Com a iminência da morte presente nas redes sociais e na

comunicação social, a cada balanço divulgado por governos em todo o mundo, o luto coletivo, vivenciado em um contexto de perdas massivas, intensificou a busca por espaços online para a expressão do luto.

Entretanto, e como discutido nesta tese, não alterou significativamente a percepção das pessoas sobre a própria finitude, que segue sendo negada, quando analisamos as perspectivas individuais de parte dos entrevistados. Cada pessoa segue a seu ritmo e da sua forma, reconfigurando a sua existência diante da perda, procurando consolo e validação, criando as suas próprias estratégias de memorialização. No entanto, a ameaça aqui identificada e onde proponho um olhar mais crítico, é na possibilidade das tecnologias digitais pós-morte provocar um tipo de individualização das práticas do luto, em que as pessoas em luto recorram aos serviços como avatares, isolando-se cada vez mais em soluções e ferramentas, mediadas tecnologicamente, provocando um colapso de sentido nas relações humanas. Se hoje os enlutados estão nos grupos online privados ou navegando nas redes sociais ou por websites em busca de informação, apoio e validação, com a possibilidade de poderem, por exemplo, manter um laço contínuo com os entes queridos falecidos, qual a garantia de que o luto não será prolongado, tornando-se patologizado e a negação da morte seja normalizada? Mais do que uma discussão sobre ética, ou sobre inovação tecnológica, os impactos dos serviços digitais pós-morte passam a ser, também, uma ameaça para a saúde mental e uma questão de saúde pública.

Como reflexão do meu percurso enquanto investigadora, observo que para muitas pessoas, o luto online é, talvez, a única via de expressar a dor, de pô-la para fora. Haja vista que, se na família não se pode falar sobre morte e sobre dor sentado à mesa na hora do jantar porque é um tema delicado, proibido, mórbido. No trabalho e diante da necessidade de mostrar-se produtivo é praticamente inconcebível, não há tempo para emoções diante de longas jornadas de trabalho. E na impossibilidade de recorrer ao acompanhamento psicológico, seja pela ausência de informação, por decisão própria ou mesmo pela dificuldade no acesso, devido ao custo de uma consulta privada. Só resta recorrer aos sistemas de saúde público, muitas vezes precarizados, para receber aconselhamento para algo tão subjetivo como o luto e que não tem sintomas, a não ser a dor causada pela perda e a tristeza que não é uma doença, como afirmam alguns teóricos do campo filosófico. No entanto, não deixa de ser uma condição, mesmo que temporária e que pode afetar a vida de uma pessoa em luto por um período prolongado.

A inclusão do luto prolongado como transtorno mental, reconhecida em 2022 tanto pela nova edição do *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* da American

*Psychiatric Association* quanto pela Classificação Internacional de Doenças (CID-11) da Organização Mundial da Saúde (OMS), representa um avanço no reconhecimento institucional do sofrimento psíquico decorrente da perda. Esta atualização normativa poderá contribuir para a legitimação clínica do luto prolongado e para a ampliação do seu acolhimento nos sistemas público e privado de saúde. Ressalta-se que a pandemia da COVID-19 poderá ter influenciado na medida por parte da OMS, haja vista que, embora ainda em fase de investigação, a pandemia tenha acentuado ou contribuído para a incidência de um número maior de pessoas em luto prolongado.

Diante da possibilidade de que as memórias individuais e coletivas e a própria existência dos digitais imortais sejam armazenadas em servidores, sob controle de um número reduzido de empresas, dispostas a todo o tipo de prática antiética, o risco que se coloca é a incerteza no futuro.

Nossos ancestrais sempre buscaram formas de registo que resistissem ao tempo. Seja pelas pinturas rupestres em cavernas e sítios arqueológicos que dão conta de milhares e milhares de anos de história. Sejam pelos papiros e pergaminhos, passando pelas coleções individuais, museus, bibliotecas. No entanto, a transição digital trouxe um dilema: a dependência de uma infraestrutura tecnológica controlada maioritariamente por um número reduzido de grandes corporações e Estados, provocando uma dependência global de pessoas e instituições, como discutido no Capítulo 6. As *big tech* que atuam no escopo da indústria da pós-morte digital, prometem preservar bens digitais para o futuro, mas não expõem os riscos quando analisada sob o olhar dos impactos ambientais e da centralidade de poder económico.

Ao contrário de monumentos e manuscritos, os dados digitais são efêmeros e intangíveis. A longevidade de informações armazenadas em plataformas digitais depende de uma rede global de servidores, *datacenters* e tecnologias que precisam ser continuamente financiadas, mantidas e atualizadas, demonstrando o risco de desaparecerem. Sem investimentos e desenvolvimento constante de soluções, esses sistemas são passíveis de falhas técnicas, obsolescência, podendo ser influenciados por crises económicas e políticas e por mudanças climáticas. Para funcionar os *datacenters* necessitam de energia e água, além de depender do fornecimento de recursos escassos como minerais como o lítio e o cobalto, necessários para a produção de componentes tecnológicos como computadores e telemóveis. Ou seja, o impacto ambiental provocado influencia drasticamente no desmatamento, na destruição de ecossistemas, na poluição do ar afetando, principalmente, os países subdesenvolvidos de onde, também são extraídos parte destes recursos naturais. Portanto, a

promessa de preservar dados por um longo período é contestada, sobretudo, pela imprevisibilidade e riscos relacionados à própria infraestrutura para manter o modelo de negócios.

O que nos impõe um outro risco, se olharmos para as questões pós-morte, a memória digital não é autossuficiente, não funciona de forma autônoma ou independente. E, conseqüentemente, levanta a questão de quem decide quais memórias, identidades e dados merecem ser preservados? Estando o controle nas mãos das *big tech* como Meta, Apple, Samsung, Google, Amazon, Alibaba, entre outras, que determinam por vontade própria os formatos de armazenamento, os termos de utilização, o preço a se pagar para ter direito a armazenar dados e até mesmo quem tem acesso a esses dados no futuro. Essa centralização é, sem dúvida, o maior risco para as sociedades dependentes de tecnologias digitais, como é o caso de boa parte dos países ocidentais.

Outro aspecto crítico é o controle dessa infraestrutura por um número restrito de empresas. Essas corporações não apenas detêm o monopólio sobre os *datacenters*, mas também sobre os algoritmos que controlam e quais dados são preservados, como são apresentados e quem pode aceder. Essa concentração de poder alimenta desigualdades, limitando o acesso à memória digital de grupos sociais desfavorecidos e ainda excluídos da transição digital, de comunidades e povos tradicionais que não têm os recursos para enfrentar um sistema governado por interesses privados, escusos e totalitários. A preservação dos dados se torna economicamente inviável, colocando em risco as memórias digitais das pessoas comuns que numa lógica de hierarquização do que é ou não digno de memória, poderão ter seus registros apagados, enquanto pessoas públicas, celebridades e influenciadores podem ser privilegiados.

O risco, sobretudo, é a exclusão histórica de uma parte dos vestígios de culturas, práticas e saberes do nosso tempo. Diferentemente de sítios arqueológicos que podem ser descobertos milhares e milhares de anos depois, como serão as memórias do tempo presente se a humanidade já não faz mais pinturas em cavernas? Se as práticas artísticas se tornaram digitais? Se nossos livros já não são impressos e agora são *e-books*? Se nossas cidades caminham cada vez mais para serem *smart cities*?

Por fim, se enquanto sociedade estamos a caminhar para o luto e a morte tecnologicamente mediados, quais garantias as pessoas em luto que sentem conforto ao ouvir a voz do ente querido falecido terão de que aquele áudio não será apagado da nuvem? Ou as dezenas e dezenas de fotografias e vídeos salvos no telemóvel serão preservadas, caso não

consigam pagar por armazenamento. Neste sentido, os serviços digitais pós-morte são um risco e não oferecem qualquer garantia de que a memória digital do nosso tempo será preservada. Portanto, se os perfis nas redes sociais são os nossos «Papiros e Pergaminhos do futuro» quem garantirá o acesso das futuras gerações?

### **Recomendações**

A discussão transdisciplinar em torno das ameaças e riscos da morte digital é, também, uma oportunidade para convocar atores sociais para um debate ampliado, visando o desenvolvimento de boas práticas e reflexões coletivas, de modo que mais áreas profissionais sejam integradas.

Enquanto a literacia digital foca em competências e habilidades para dominar a utilização de dispositivos eletrônicos, visando a aquisição de competência para o mercado de trabalho e a vida digital na sociedade em geral, de modo que mais pessoas possam ser incluídas no processo de transformação digital, o desenvolvimento de uma literacia sobre a morte digital torna-se necessária.

No contexto da morte online, a aplicação dessa literacia se torna essencial para lidar com os desafios éticos, psicológicos e tecnológicos que surgem na era digital. Compreender como os dados, as redes sociais e as tecnologias estão moldando as práticas sobre morte, luto e finitude torna necessário que seja feito um esforço conjunto para que profissionais de saúde (médicos, enfermeiros, psiquiatras, psicólogos, terapeutas do luto) sejam sensibilizados para uma prática clínica que responda aos desafios apresentados nesta tese. Os profissionais de saúde, especialmente os que atuam em cuidados paliativos, desempenham um papel importante na introdução da literacia digital sobre a morte para pacientes no fim da vida e familiares. Além de oferecer suporte emocional e físico, esses profissionais podem ajudar a orientar sobre gestão de legados digitais, estimular que os pacientes expressem seus desejos sobre o que querem que aconteça aos seus perfis nas redes sociais. Isso inclui identificar os desejos dos pacientes sobre presença online após a morte, como apagar contas ou transformá-las em memoriais, assim como amenizar a sobrecarga que o familiar tem quando se deparam com essas questões durante o luto.

De outro lado, as associações, grupos de apoio ao luto e profissionais de psicologia devem ser inseridos no debate acerca dos serviços pós-morte digital para que possam, durante

o processo terapêutico identificar situações de excesso de dependência tecnológica, distorções da realidade, nos casos de pacientes que conversam com entes queridos falecidos ou práticas como memorialização constante, que podem prolongar o luto. No entanto, como resultado desta investigação, identificamos que a abordagem para questões pós-morte digital é desconhecida pelos profissionais que entrevistamos, o que enfatiza a urgência em ampliar o debate para outras áreas. Ao mesmo tempo, as associações de apoio ao luto são um ponto de partida para o desenvolvimento de uma literacia sobre morte digital, dentro do que já realizam em termos de formações para um público geral.

Em ambos os casos, não se trata de delegar mais uma tarefa, mas de incorporá-las no trabalho que realizam quotidianamente. No Capítulo 6, discuti como atuam algumas das associações de apoio ao luto em Portugal, que cumprem um papel social extremamente relevante no apoio ao luto. Se os moderadores e voluntários destas organizações e profissionais de saúde tiverem acesso a ferramentas metodológicas para abordar ameaças e riscos apontados nesta tese, mesmo que numa pequena escala, poderão contribuir para uma reflexão junto aos utentes. Como ponto de partida, as associações e iniciativas que se propõem a discutir a morte como um processo natural da vida são atores indispensáveis.

Outra categoria profissional que pode contribuir para um debate público é a de profissionais da comunicação, jornalistas, publicitários, *social media*, principalmente de assessorias de comunicação de ministérios, institutos de pesquisa, universidades, museus, instituições culturais em geral. Como tradutores e mensageiros de ideias complexas para o público, eles podem criar campanhas e conteúdos de consciencialização sobre a importância de pensar sobre legados digitais, numa linguagem acessível, capaz de influenciar o público, sem entrar em confronto direto com as questões existências ou sobre morte, mas numa perspetiva da literacia sobre dados, práticas mais conscientes sobre conexão e desconexão digital.

Por outro lado, iniciativas como promovidas pela Inluto - Associação Portuguesa de Cuidados Integrados no Luto, que desenvolve projetos em escolas, voltados para profissionais da assistência social, professores e a comunidade escolar em geral devem ser amplamente abraçadas e difundidas como estudo de caso e boas práticas.

No entanto, todas as propostas mencionadas não resolvem as questões apontadas durante a investigação, que passam, sobretudo pela regulação das plataformas, por uma governança global sobre dados póstumos, no desenvolvimento de *affordances* e design sensível das plataformas e redes sociais e, principalmente, pela formulação de políticas públicas de

saúde mental para contemplar os dilemas da pós-morte digital.

A promoção de uma literacia digital sobre a morte poderá aumentar o nível de consciencialização dos cidadãos, que a partir do acesso à informação, do estímulo ao pensamento crítico e da reflexão poderão intervir de maneira coletiva para que haja uma pressão social e uma maior participação da sociedade civil nas decisões sobre os impactos da Economia Digital. Como em outros períodos históricos, direitos só foram conquistados a partir da luta social, da organização e da participação de atores sociais na tomada de decisão. Não será diferente no debate sobre o monopólio e a centralidade de poder económico e político das *big tech*.

A partir deste ponto, deixo como pistas para futuras investigações um chamado aos profissionais de saúde para que incorporem em suas práticas clínicas com pessoas em luto e pessoas no fim da vida, pesquisas que possam responder questões sobre planeamento da própria morte digital, ou seja, sobre o desejo individual de cada pessoa acerca do que querem que seja feito aos seus perfis em redes sociais, assim como testamento vital e o testamento digital.

### **Limitações e pesquisa futura**

Uma das principais limitações desta investigação foi a dificuldade em recrutar homens para o estudo de entrevistas. No entanto, este acabou por se tornar um importante contributo, nomeadamente na constatação de que pessoas do género masculino ainda resistem a procurar apoio para questões existenciais como a morte e o luto, como discutido no Capítulo 6. Ao mesmo tempo que é um dado, não deixa de limitar os resultados e inviabilizar uma reflexão aprofundada sobre as diferenças de género.

Outro fato bastante presente nas redes sociais é a camuflagem de determinadas palavras como ‘m05t3, m0rr3r, sulc1d10’, que ganham caracteres numéricos ou símbolos para enganar os algoritmos e não ter o perfil suspenso ou mesmo bloqueado, sobretudo, nos perfis da Meta Platforms. Vale ressaltar que ao longo desta investigação fui confrontada pelos navegadores Google e Safari, que diante das incansáveis buscas, até o momento, não identificaram as minhas reais intenções. Insistentemente, recebo publicidade de serviços de prevenção ao suicídio, sugestões de websites onde possivelmente poderei “encontrar algum tipo de apoio”. Considero válido e bastante útil como recurso para pessoas que estejam a considerar tais atos, mas mostra que a análise preditiva da minha atividade não é assim tão confiável, reforçando a vigilância e o controlo de tudo o que busco na Internet, o que é um dado

interessante para futuras investigações no campo da tanatecnologia.

A continuidade desta investigação será realizada no âmbito do *Small Research Grant from the Surveillance Studies Network (SSN)*, no qual fui vencedora, em 2022, para desenvolver uma investigação acerca da percepção de pessoas migrantes sobre a utilização de seus dados pessoais para controlo e vigilância por parte de governos que integram o Espaço Schengen. Com o título (provisório) “Uma abordagem interseccional dos direitos digitais pós-morte: as percepções de pessoas migrantes sobre privacidade e vigilância”, o estudo visa explorar aspetos que surgiram durante esta tese e que não foram explorados como questões de género, classe social, estatuto migratório e níveis de literacia sobre dados.

A partir dos resultados apresentados nesta tese, outros poderão dar continuidade a esta investigação buscando compreender interseções entre tecnologia digitais, morte digital e luto online no campo dos estudos de género, de pessoas migrantes e refugiadas e de famílias monoparentais que perderam seus filhos vítimas de violência policial. Especificamente, se esta dissertação retratou realidades não cobertas por pesquisa anglo-saxónica, continua a existir a necessidade para que mais investigadores se dediquem a levantar novas questões, sobretudo, em países do Sul Global. Outro tema instigante são as táticas de des/conexão digital durante o luto provocadas pelas ambiguidades e tensões da presença digital póstuma, que analisaremos no âmbito do projeto On&Off.

Para pesquisadores das Ciências Jurídicas, assinalo a emergência em discutir a aplicação prática e a monitorização das legislações nacionais, como a Lei n.º 27/2021, que instituiu a Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital, mas ainda desconhecida por uma parte dos cidadãos portugueses. Por outro lado, um quadro regulatório de governança de dados digitais póstumos, no caso da União Europeia, se faz urgente considerando que o atual Regulamento Geral de Proteção de Dados não contempla essa questão de forma clara.

Outro aspeto a investigar prende-se com a relação com as imagens, nomeadamente o hábito de manter fotografias dos entes queridos em dispositivos eletrónicos como repositório de memórias, mas não considerar o risco de que, sendo arquivos armazenados em nuvem, sob controle de empresas num mercado que ainda não há regulação, podem perder o acesso de uma hora para outra.

## Referências Bibliográficas

- Adichie, C. N. (2021). *Notas sobre o luto* (F. Abreu, Trad.). Companhia das Letras.
- Anderson, B. R. O. (2006). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. Verso.
- Andrejevic, M. (2014). The Big Data Divide. *International Journal Of Communication*, 1673–1689. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2161/1163>
- Andrejevic, M., Hearn, A., & Kennedy, H. (2015). Cultural studies of data mining: Introduction. *European Journal of Cultural Studies*, 18(4–5), 379–394. <https://doi.org/10.1177/1367549415577395>
- Antunes, P. F. R. (2017). Marx, maquinaria e grande indústria: O desenvolvimento tecnológico no Livro I de Das Kapital. *Griot : Revista de Filosofia*, 16(2), 36–55. <https://doi.org/10.31977/grirfi.v16i2.780>
- Bassett, D. (2015). Who Wants to Live Forever? Living, Dying and Grieving in Our Digital Society. *Social Sciences*, 4(4), 1127–1139. <https://doi.org/10.3390/socsci4041127>
- Bassett, D. J. (2022). *The Creation and Inheritance of Digital Afterlives: You Only Live Twice*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-91684-8>
- Baudrillard, J. (2017). *Symbolic exchange and death* (I. H. Grant, Trad.; Revised edition). SAGE.
- Bauer, M., & Gaskell, G. (2000). *Qualitative Researching with Text, Image and Sound*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781849209731>
- BBC, N. (2012, março 8). Google and Facebook top 2011's most visited sites in US. *BBC*. <https://www.bbc.com/news/technology-16356066>
- Bell, G., & Gray, J. (2001). Digital immortality. *Communications of the ACM*, 44(3), 28–31. <https://doi.org/10.1145/365181.365182>
- Besser, A., Morse, T., & Zeigler-Hill, V. (2023). Who Wants to (Digitally) Live Forever? The Connections That Narcissism Has with Motives for Digital Immortality and the Desire for Digital Avatars. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(17), 6632. <https://doi.org/10.3390/ijerph20176632>
- boyd, D. (2010). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. Em *A Networked Self*. Taylor & Francis Group.
- boyd, D., & Crawford, K. (2011). Six Provocations for Big Data. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1926431>
- Brubaker, J. R., Ananny, M., & Crawford, K. (2016). Departing glances: A sociotechnical account of 'leaving' Grindr. *New Media & Society*, 18(3), 373–390. <https://doi.org/10.1177/1461444814542311>
- Brubaker, J. R., & Callison-Burch, V. (2016). Legacy Contact: Designing and Implementing Post-mortem Stewardship at Facebook. *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2908–2919. <https://doi.org/10.1145/2858036.2858254>
- Brubaker, J. R., Hayes, G. R., & Dourish, P. (2013). Beyond the Grave: Facebook as a Site for the Expansion of Death and Mourning. *The Information Society*, 29(3), 152–163.

<https://doi.org/10.1080/01972243.2013.777300>

- Bucher, T. (2020). Nothing to disconnect from? Being singular plural in an age of machine learning. *Media, Culture & Society*, 42(4), 610–617. <https://doi.org/10.1177/0163443720914028>
- Buckingham, D. (2020). Epilogue: Rethinking digital literacy: Media education in the age of digital capitalism. *Digital Education Review*, 37, 230–239. <https://doi.org/10.1344/der.2020.37.230-239>
- Burden, D. (2020). Building a Digital Immortal. Em M. Savin-Baden & V. Mason-Robbie (Eds.), *Digital Afterlife: Death Matters in a Digital Age*. CRC Press.
- Cahn, N. (2011). Postmortem Life On-Line. *Probate & Property*, 25(4), 36. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2026628](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2026628)
- Carmack, H. J., & Degroot, J. M. (2014). Exploiting Loss?: Ethical Considerations, Boundaries, and Opportunities for the Study of Death and Grief Online. *OMEGA - Journal of Death and Dying*, 68(4), 315–335. <https://doi.org/10.2190/OM.68.4.b>
- Carroll, E., & Romano, J. (2011). *Your digital afterlife: When Facebook, Flickr and Twitter are your estate, what's your legacy?* New Riders.
- Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital, Pub. L. No. Lei n.º 27/2021, 5 (2021).
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2. ed). SAGE.
- Charmaz, K., & Belgrave, L. L. (2012). Qualitative Interviewing and Grounded Theory Analysis. Em J. Gubrium, J. Holstein, A. Marvasti, & K. McKinney, *The SAGE Handbook of Interview Research: The Complexity of the Craft* (pp. 347–366). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452218403.n25>
- Christensen, D. R., & Sumiala, J. (2024). Introducing the Special Issue Digital Death: Transforming Rituals, History, and the Afterlife. *Social Sciences*, 13(7), 346. <https://doi.org/10.3390/socsci13070346>
- Conar. (2023, agosto). *Volkswagen E Almapbbdo—Vw Brasil70: O Novo Veio De Novo*. <http://www.conar.org.br/processos/detcaso.php?id=6354>
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). Data Colonialism: Rethinking Big Data's Relation to the Contemporary Subject. *Television & New Media*, 20(4), 336–349. <https://doi.org/10.1177/1527476418796632>
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2023). The decolonial turn in data and technology research: What is at stake and where is it heading? *Information, Communication & Society*, 26(4), 786–802. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1986102>
- De Oliveira, J., Reis, L. P., & Amaral, L. (2015). Plataforms for digital heritage management. *2015 10th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/CISTI.2015.7170505>
- Deuze, M. (2013). Living as a Zombie in Media (is the Only Way to Survive). *Matrizes*, 7(2), 113. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v7i2p113-129>
- Doka, K. J. (Ed.). (2002). *Disenfranchised grief: New directions, challenges, and strategies for practice*. Research Press.
- Dussel, E. (1988). *Hacia un Marx desconocido. Un comentario de los Manuscritos del 61-63. Siglo XXI*. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/otros/20120329094702/marx.pdf>

- Dustin I, A., & Joseph Johnson, J. (sem data). *Creating a conversational chat bot of a specific person* (United States Patent and Trademark Office Patente No. EUA10853717B2). <https://patentcenter.uspto.gov/applications/15484470>
- Edwards, L., & Harbinja, E. (2013). “What Happens to My Facebook Profile When I Die?”: Legal Issues Around Transmission of Digital Assets on Death. Em C. Maciel & V. C. Pereira (Eds.), *Digital Legacy and Interaction* (pp. 115–144). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-01631-3\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-319-01631-3_7)
- Elias, N. (2001). *The Loneliness of the Dying*. Bloomsbury Academic & Professional.
- Ellul, J. (1964). *The Technological. Society*, Vintage Books, NY.
- Emmer, P., Rivas, C., Salas Neves, B., & Schweidler, C. (2020). *Technologies for Liberation: Toward Abolitionist futures*. Astraea Lesbian Foundation for Justice. <https://astraeafoundation.org/wp-content/uploads/2020/12/Technologies-for-Liberation-1.pdf>
- Erl, A. (2010). Cultural memory studies: An introduction. Em A. Erl & A. Nünning (Eds.), *A Companion to Cultural Memory Studies*. De Gruyter.
- Europeia, C. (2021, março 9). *2030 Digital Compass: The European way for the Digital Decade*. <https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2021/03/2030-Digital-Compass-the-European-way-for-the-Digital-Decade.pdf>
- Flick, U. (Ed.). (2014). *The SAGE handbook of qualitative data analysis*. SAGE.
- Floridi, L. (2011). The Construction of Personal Identities Online. *Minds and Machines*, 21(4), 477–479. <https://doi.org/10.1007/s11023-011-9254-y>
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution how the infosphere is reshaping human reality*. Oxford university press.
- Foot, K., Warnick, B., & Schneider, S. M. (2005). Web-Based Memorializing After September 11: Toward a Conceptual Framework. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(1), 72–96. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.tb00304.x>
- Fordyce, R., Nansen, B., Arnold, M., Kohn, T., & Gibbs, M. (2021). Automating Digital Afterlives. Em A. Jansson & P. C. Adams (Eds.), *Disentangling: The geographies of digital disconnection* (pp. 115–136). Oxford University Press.
- Fotopoulou, A. (2018). From networked to quantified self. Em Z. Papacharissi (Ed.), *A Networked Self and Platforms, Stories, Connections*. Routledge.
- Franzke, A. S., Bechmann, A., & Zimmer, S. (2019, outubro 6). *Internet Research: Ethical Guidelines 3.0*. Association of Internet Researchers. <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>
- Freud, S. (1961). Mourning and Melancholia. Em *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud, Volume XIV (1914-1916): On the History of the Psycho-Analytic Movement, Papers on Metapsychology and Other Works* (pp. 243–258).
- Furtado, R., & Camilo, J. (2017). O Conceito de Biopoder no Pensamento de Michel Foucault. *Revista Subjetividades*, 16(3), 34. <https://doi.org/10.5020/23590777.16.3.34-44>
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford Univ. Press.
- Gillespie, T. (2010). The politics of ‘platforms’. *New Media & Society*, 12(3), 347–364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>

- Goffman, E. (1993). *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*. Relógio D'Água.
- Goggin, G. (2017). Afterword: Why digital inclusion now? Em *Digital Rights in Australia*. The University of Sidney. <https://ses.library.usyd.edu.au/handle/2123/17784>
- Graham, C., Gibbs, M., & Aceti, L. (2013). Introduction to the Special Issue on the Death, Afterlife, and Immortality of Bodies and Data. *The Information Society*, 29(3), 133–141. <https://doi.org/10.1080/01972243.2013.777296>
- Gyu-lee, L. (2020, abril 5). «Meeting You» creator on his controversial show: “I hope it opens up dialogue” [VIDEO]. *The Korea Times*. [https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2020/04/688\\_287372.html](https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2020/04/688_287372.html)
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (2019). *Ethnography: Principles in Practice* (4.<sup>a</sup> ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315146027>
- Harbinja, E. (2022). *Digital Death, Digital Assets and Post-Mortem Privacy: Theory, Technology and the Law*. Edinburgh University Press.
- Harding, S. G. (Ed.). (2011). *The postcolonial science and technology studies reader*. Duke University Press.
- Harju, A. A., & Huhtamäki, J. (2021). ‘#helloworld needs to trend’: Methodological reflections on the digital and emotional afterlife of mediated violence. *International Review of Sociology*, 31(2), 310–341. <https://doi.org/10.1080/03906701.2021.1947951>
- Haworth, S. D. (2014). Laying Your Online Self to Rest: Evaluating the Uniform Fiduciary Access to Digital Assets Act. *University of Miami Law Review*. <https://repository.law.miami.edu/umlr/vol68/iss2/10/>
- Heidegger, M. (1977). *The question concerning technology and other essays*. New York: Harper Torchbooks.
- Helmond, A. (2015). The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media + Society*, 1(2), 2056305115603080. <https://doi.org/10.1177/2056305115603080>
- Hill Collins, P. (2000). *Black feminist thought: Knowledge, consciousness, and the politics of empowerment* (Second edition). Routledge, Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780203900055>
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9780857020277>
- Hine, C. (2020). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday* (1.<sup>a</sup> ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003085348>
- Hopkins, J. (2013). Afterlife in the Cloud: Managing a Digital Estate. *Hastings Science and Technology Law Journal*, 5(2). [https://repository.uclawsf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1077&context=hastings\\_sci\\_ence\\_technology\\_law\\_journal](https://repository.uclawsf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1077&context=hastings_sci_ence_technology_law_journal)
- Hoskins, A. (2014). 29. The mediatization of memory. Em K. Lundby (Ed.), *Mediatization of Communication* (pp. 661–680). DE GRUYTER. <https://doi.org/10.1515/9783110272215.661>
- Hurtado Hurtado, J. (2023). Exploited in immortality: Techno-capitalism and immortality imaginaries in the twenty-first century. *Mortality*, 29(4), 903–920. <https://doi.org/10.1080/13576275.2023.2266373>

- Hutt, R. (2015, novembro 13). What are your digital rights? *Forum Agenda*. <https://www.weforum.org/stories/2015/11/what-are-your-digital-rights-explainer/>
- Iansiti, M., & Lakhani, K. R. (2014, novembro 1). Digital Ubiquity: How Connections, Sensors, and Data Are Revolutionizing Business. *Harvard Business Review*, *R1411D*, 11. <https://hbr.org/2014/11/digital-ubiquity-how-connections-sensors-and-data-are-revolutionizing-business>
- Information Centre, G. (2017, abril 17). *G20 Digital Economy Ministerial Declaration: Shaping Digitalisation for an Interconnected World*. <https://g20.utoronto.ca/2017/170407-digitalization.html>
- Jin, G. Z. (2019). Artificial Intelligence and Consumer Privacy. Em A. Goldfarb, A. Agrawal, & J. Gans (Eds.), *The economics of artificial intelligence: An agenda*. The University of Chicago Press.
- Johnson, B., & Clarke, J. M. (2003). Collecting Sensitive Data: The Impact on Researchers. *Qualitative Health Research*, *13*(3), 421–434. <https://doi.org/10.1177/1049732302250340>
- Jorge, A. (2019). Social Media, Interrupted: Users Recounting Temporary Disconnection on Instagram. *Social Media + Society*, *5*(4), 2056305119881691. <https://doi.org/10.1177/2056305119881691>
- Jorge, A. (2020). Celebrity Bloggers and Vloggers. Em K. Ross, I. Bachmann, V. Cardo, S. Moorti, & M. Scarcelli (Eds.), *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication* (1.<sup>a</sup> ed., pp. 1–7). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119429128.iegmc004>
- Karppi, T. (2013). Death Proof: On the Biopolitics and Noopolitics of Memorializing Dead Facebook Users. *Culture Machine*, *14*.
- Kasket, E. (2012). Continuing bonds in the age of social networking: Facebook as a modern-day medium. *Bereavement Care*, *31*(2), 62–69. <https://doi.org/10.1080/02682621.2012.710493>
- Kasket, E. (2020). *All the ghosts in the machine: The digital afterlife of your personal data*. Robinson.
- Kaufmann, K., & Palmberger, M. (2022). Doing Research at Online and Offline Intersections: Bringing Together Digital and Mobile Methodologies. *Media and Communication*, *10*(3), 219–224. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i3.6227>
- Kim, J. (2001). Phenomenology of Digital-Being. *Human Studies*, *24*(1–2), 87–111. <https://doi.org/10.1023/A:1010763028785>
- Klass, D., Silverman, P. R., & Nickman, S. (Eds.). (1996). *Continuing Bonds*. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781315800790>
- Kneese, T. (2023). *Death glitch: How techno-solutionism fails us in this life and beyond*. Yale University Press.
- Kraus, S., Kanbach, D. K., Krysta, P. M., Steinhoff, M. M., & Tomini, N. (2022). Facebook and the creation of the metaverse: Radical business model innovation or incremental transformation? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *28*(9), 52–77. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2021-0984>
- Kubler-Ross, E. (1969). *On Death and Dying* (1.<sup>a</sup> ed.). MACMILLAN PUBLISHING CO.,

INC. NEWYORK.

- Lagerkvist, A. (2013). New Memory Cultures and Death: Existential Security in the Digital Memory Ecology. *Thanatos*, 2(2). <https://journal.fi/thanatos/article/view/131944>
- Lagerkvist, A. (Ed.). (2019). *Digital Existence: Ontology, Ethics and Transcendence in Digital Culture* (1.<sup>a</sup> ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315107479>
- Lagerkvist, A. (2022). *Existential media: A media theory of the limit situation*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190925567.001.0001>
- Langley, P., & Leyshon, A. (2017). Platform capitalism: The intermediation and capitalisation of digital economic circulation. *Finance and Society*, 3(1), 11–31. <https://doi.org/10.2218/finsoc.v3i1.1936>
- Leaver, T. (2013). The Social Media Contradiction: Data Mining and Digital Death. *M/C Journal*, 16(2). <https://doi.org/10.5204/mcj.625>
- Lesh, N., Marks, J., Rich, C., & Sidner, C. (2002). «Man-Computer Symbiosis» Revisited: Achieving Natural Communication and Collaboration with Computers. *IEICE Transactions on Information and Systems*, 1290–1298. [https://www.researchgate.net/publication/220241223\\_Man-Computer\\_Symbiosis\\_Revisited\\_Achieving\\_Natural\\_Communication\\_and\\_Collaboration\\_with\\_Computers](https://www.researchgate.net/publication/220241223_Man-Computer_Symbiosis_Revisited_Achieving_Natural_Communication_and_Collaboration_with_Computers)
- Lingel, J. (2013). The Digital Remains: Social Media and Practices of Online Grief. *The Information Society*, 29(3), 190–195. <https://doi.org/10.1080/01972243.2013.777311>
- Livingstone, S. (2014). Children’s digital rights: A priority. *Intermedia*, 42, 20–24. [https://eprints.lse.ac.uk/60727/1/\\_lse.ac.uk\\_storage\\_LIBRARY\\_Secondary\\_libfile\\_shared\\_repository\\_Content\\_Livingstone%2C%20S\\_Childrens%20digital%20rights\\_Livingstone\\_Childrens%20digital%20rights\\_2015.pdf](https://eprints.lse.ac.uk/60727/1/_lse.ac.uk_storage_LIBRARY_Secondary_libfile_shared_repository_Content_Livingstone%2C%20S_Childrens%20digital%20rights_Livingstone_Childrens%20digital%20rights_2015.pdf)
- Livingstone, S., & Third, A. (2017). Children and young people’s rights in the digital age: An emerging agenda. *New Media & Society*, 19(5), 657–670. <https://doi.org/10.1177/1461444816686318>
- Lupton, D. (2014). Self-Tracking Modes: Reflexive Self-Monitoring and Data Practices. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2483549>
- Lupton, D. (2016a). The diverse domains of quantified selves: Self-tracking modes and dataveillance. *Economy and Society*, 45(1), 101–122. <https://doi.org/10.1080/03085147.2016.1143726>
- Lupton, D. (2016b). *The quantified self: A sociology of self-tracking*. Polity.
- Maddrell, A. (2020). Bereavement, grief, and consolation: Emotional-affective geographies of loss during COVID-19. *Dialogues in Human Geography*, 10(2), 107–111. <https://doi.org/10.1177/2043820620934947>
- Marín-Cortés, A., Acosta, S., Gómez, F., García, A., & Quintero, S. (2023). Identification and validation of grief in Facebook groups on mourning. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 17(1). <https://doi.org/10.5817/CP2023-1-4>
- Martinuzzo, & Sangalli, H. (2019). O luto compartilhado no infoterritório: Morte e intimidade transformadas no Facebook. *Revista ECCOM - Educação, Cultura e Comunicação*, 10(19), 47–62.
- Marwick, A. E. (2013). *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media*

- Age. Yale University Press. <https://doi.org/10.12987/9780300199154>
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2014). Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. *New Media & Society*, 16(7), 1051–1067. <https://doi.org/10.1177/1461444814543995>
- Marwick, A., & Ellison, N. B. (2012). “There Isn’t Wifi in Heaven!” Negotiating Visibility on Facebook Memorial Pages. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(3), 378–400. <https://doi.org/10.1080/08838151.2012.705197>
- Massey, D. (2008). *Pelo espaço: Uma nova política da espacialidade*. Bertrand Brasil.
- Mathiesen, K. (2014). Human Rights for the Digital Age. *Journal of Mass Media Ethics*, 29(1), 2–18. <https://doi.org/10.1080/08900523.2014.863124>
- Mayer-Schönberger, V. (2009). *Delete: The virtue of forgetting in the digital age*. Princeton University Press.
- Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Mbembe, A. (2017). *Necropolítica: Biopoder, soberania, estado de exceção, política da morte*. N-1 Edições.
- McBride, S. (2012). “Facebook IPO has halo effect for venture capitalists”. *Reuters*. <https://www.reuters.com/article/markets/wealth/facebook-ipo-has-halo-effect-for-venture-capitalists-idUSBRE84C06J/>
- McCallig, D. (2014). Facebook after death: An evolving policy in a social network. *International Journal of Law and Information Technology*, 22(2), 107–140. <https://doi.org/10.1093/ijlit/eat012>
- Medeiros, D., & Makhshvili, A. (2022). United in Grief? Emotional Communities Around the Far-Right Terrorist Attack in Hanau. *Media and Communication*, 10(3), 39–49. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i3.5438>
- Meese, J., Nansen, B., Kohn, T., Arnold, M., & Gibbs, M. (2015). Posthumous personhood and the affordances of digital media. *Mortality*, 20(4), 408–420. <https://doi.org/10.1080/13576275.2015.1083724>
- Meta, P. (sem data-a). *Centro de Privacidade da Meta*. <https://www.facebook.com/privacy/center/>
- Meta, P. (sem data-b). *O que acontece à tua conta do Facebook em caso de falecimento*. [https://www.facebook.com/help/103897939701143?helpref=search&query=O%20que%20acontece%20%C3%A0%20tua%20conta%20do%20Facebook%20em%20caso%20de%20falecimento&search\\_session\\_id=3206dd10d8028ee24830ce2cec0f53c5&sr=0](https://www.facebook.com/help/103897939701143?helpref=search&query=O%20que%20acontece%20%C3%A0%20tua%20conta%20do%20Facebook%20em%20caso%20de%20falecimento&search_session_id=3206dd10d8028ee24830ce2cec0f53c5&sr=0)
- Meta, P. (2023). *Annual Report Pursuant to Section 13 or 15(d) of the Securities Exchange Act of 1934* (FORM 10-K Nos. 001–35551). Commission, Securities and Exchange.
- Michael, M., & Lupton, D. (2016). Toward a manifesto for the ‘public understanding of big data’. *Public Understanding of Science*, 25(1), 104–116. <https://doi.org/10.1177/0963662515609005>
- Milan, S., & Treré, E. (2019). Big Data from the South(s): Beyond Data Universalism. *Television & New Media*, 20(4), 319–335. <https://doi.org/10.1177/1527476419837739>
- Mitchell, L. M., Stephenson, P. H., Cadell, S., & Macdonald, M. E. (2012). Death and grief on-

- line: Virtual memorialization and changing concepts of childhood death and parental bereavement on the Internet. *Health Sociology Review*, 21(4), 413–431. <https://doi.org/10.5172/hesr.2012.21.4.413>
- Morozov, E. (2018). *Big Tech*. Ubu Editora.
- Morse, T. (2024). Digital necromancy: Users' perceptions of digital afterlife and posthumous communication technologies. *Information, Communication & Society*, 27(2), 240–256. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2023.2205467>
- Morse, T., & Birnhack, M. (2022). The posthumous privacy paradox: Privacy preferences and behavior regarding digital remains. *New Media & Society*, 24(6), 1343–1362. <https://doi.org/10.1177/1461444820974955>
- Mundial, F. E. (2018). *Shaping the Future of Digital Economy and Society*. <https://www.weforum.org/centres/shaping-the-future-of-digital-economy-and-new-value-creation/>
- Navon, S., & Noy, C. (2023). Conceptualizing social media sub-platforms: The case of mourning and memorialization practices on Facebook. *New Media & Society*, 25(11), 2898–2917. <https://doi.org/10.1177/14614448211035769>
- Neate, R. (2014, novembro 22). How celebrities can make millions after death: Meet the man with the formula. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/music/2014/nov/22/celebrities-millions-after-death-bob-marley-michael-jackson>
- Neff, G., & Nafus, D. (2016). *Self-tracking*. The MIT Press.
- Noman, A. S. M., Das, S., & Patil, S. (2019). Techies Against Facebook: Understanding Negative Sentiment Toward Facebook via User Generated Content. *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–15. <https://doi.org/10.1145/3290605.3300698>
- Nothias, T. (2020). Access granted: Facebook's free basics in Africa. *Media, Culture & Society*, 42(3), 329–348. <https://doi.org/10.1177/0163443719890530>
- Notopoulos, K. (2020, abril 22). Instagram Is Rushing To Roll Out A Memorial Account Feature Because Of COVID-19 Deaths [Notícia]. *BuzzFeed News*. <https://www.buzzfeednews.com/article/katienotopoulos/instagram-new-memorialization-feature-coronavirus>
- O'brien, M. (2016, agosto 16). Who Owns Your Digital Afterlife? *The Mercury News*. <https://www.mercurynews.com/2015/08/28/who-owns-your-digital-afterlife/>
- Ochôa, P., & Pinto, L. G. (2020). Memória e morte digitais – dilemas éticos e perspectivas do tempo em Ciência da Informação. *Páginas a&b : Arquivos & Bibliotecas*, 13, 13–22. <https://doi.org/10.21747/21836671/pag13a2>
- O'Connor, M., & Kasket, E. (2022). What Grief isn't: Dead Grief Concepts and Their Digital-Age Revival. Em T. Machin, C. Brownlow, S. Abel, & J. Gilmour (Eds.), *Social Media and Technology Across the Lifespan* (pp. 115–130). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-99049-7\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-030-99049-7_8)
- Öhman, C. (2024). *The afterlife of data: What happens to your information when you die and why you should care*. The University of Chicago Press.
- Öhman, C., & Floridi, L. (2017). *The Political Economy of Death in the Age of Information: A*

- Critical Approach to the Digital Afterlife Industry. *Minds and Machines*, 27(4), 639–662. <https://doi.org/10.1007/s11023-017-9445-2>
- Öhman, C., & Floridi, L. (2018). An ethical framework for the digital afterlife industry. *Nature Human Behaviour*, 2(5), 318–320. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0335-2>
- Orgad, S. (2009). How Can Researchers Make Sense of the Issues Involved in Collecting and Interpreting Online and Offline Data? Em A. Markham & N. Baym, *Internet Inquiry: Conversations About Method* (pp. 33–53). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781483329086.n4>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Tucci, C. L. (2005). Clarifying Business Models: Origins, Present, and Future of the Concept. *Communications of the Association for Information Systems*, 16. <https://doi.org/10.17705/1CAIS.01601>
- Pangrazio, L., & Sefton-Green, J. (2021). Digital Rights, Digital Citizenship and Digital Literacy: What’s the Difference? *Journal of New Approaches in Educational Research*, 10(1), 15–27. <https://doi.org/10.7821/naer.2021.1.616>
- Papacharissi, Z. A. (2011). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Routledge.
- Pasquale, F. A. (2016). Two Narratives of Platform Capitalism. *Yale Law & Policy Review*, 309. <https://openyls.law.yale.edu/handle/20.500.13051/17260>
- Paul, K. (2021, outubro 30). Do the Facebook papers spell doom for Meta – or is it too big to fail? *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2021/oct/30/facebook-papers-meta-analysis-zuckerberg>
- Peacock, A. (2019). *Human Rights and the Digital Divide* (1.<sup>a</sup> ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351046794>
- Pennington, N. (2013). You Don’t De-Friend the Dead: An Analysis of Grief Communication by College Students Through Facebook Profiles. *Death Studies*, 37(7), 617–635. <https://doi.org/10.1080/07481187.2012.673536>
- Pereira, D. (2024, dezembro 2). Facebook Business Model. *The Business Model Analyst*. <https://businessmodelanalyst.com/facebook-business-model/>
- Perrone, M. (2012). What Happens When We Die: Estate Planning of Digital Assets. *The CommLaw Spectus: Journal of Communications Law and Technology Policy*, 185–210.
- Phillips, W. (2011). LOLing at tragedy: Facebook trolls, memorial pages and resistance to grief online. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v16i12.3168>
- Pitsillides, S., Conreen, M., & Jeffries, J. (2012). Museum of the self and Digital Death: An emerging Curatorial Dilemma for Digital Heritage. Em G. Elisa (Ed.), *Heritage and Social Media* (0 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203112984>
- Protalinski, E. (2011, agosto 24). Facebook is first with 1 trillion page views, according to Google. *ZD Net*. <https://www.zdnet.com/article/facebook-is-first-with-1-trillion-page-views-according-to-google/>
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. van. (2008). *Manual de investigação em ciências sociais* (5. ed). Gradiva.
- Reading, A. (2011). Memory and Digital Media: Six Dynamics of the Global Memory Field. Em M. Neiger, O. Meyers, & E. Zandberg (Eds.), *On Media Memory* (pp. 241–252).

- Palgrave Macmillan UK. [https://doi.org/10.1057/9780230307070\\_18](https://doi.org/10.1057/9780230307070_18)
- Reckwitz, A. (2002). Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243–263. <https://doi.org/10.1177/13684310222225432>
- Ricaurte, P. (2019). Data Epistemologies, The Coloniality of Power, and Resistance. *Television & New Media*, 20(4), 350–365. <https://doi.org/10.1177/1527476419831640>
- Rodriguez, S. (2021, outubro 28). Facebook changes company name to Meta. *CNBC*. <https://www.cnn.com/2021/10/28/facebook-changes-company-name-to-meta.html>
- Sadowski, J. (2019). When data is capital: Datafication, accumulation, and extraction. *Big Data & Society*, 6(1), 2053951718820549. <https://doi.org/10.1177/2053951718820549>
- Sanderson, J., & Hope Cheong, P. (2010). Tweeting Prayers and Communicating Grief Over Michael Jackson Online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 328–340. <https://doi.org/10.1177/0270467610380010>
- Savin-Baden, M., & Burden, D. (2017). The ethics and impact of digital immortality. *Knowledge Cultures*, 5(2), 178. <https://doi.org/10.22381/KC52201711>
- Savin-Baden, M., & Burden, D. (2019). Digital Immortality and Virtual Humans. *Postdigital Science and Education*, 1(1), 87–103. <https://doi.org/10.1007/s42438-018-0007-6>
- Savin-Baden, M., & Mason-Robbie, V. (Eds.). (2020). *Digital afterlife: Death matters in a digital age*. CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9780429322198>
- Segerstad, Y. H. A., Bell, J., & Yeshua-Katz, D. (2022). A Sort of Permanence: Digital Remains and Posthuman Encounters with Death. *Conjunctions*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.2478/tjcp-2022-0001>
- Segura, M. S., & Waisbord, S. (2019). Between Data Capitalism and Data Citizenship. *Television & New Media*, 20(4), 412–419. <https://doi.org/10.1177/1527476419834519>
- Sisto, D. (com McClellan-Broussard, B.). (2020). *Online Afterlives: Immortality, Memory, and Grief in Digital Culture*. MIT Press.
- Slaby, J., & Scheve, C. von (Eds.). (2019). *Affective societies: Key concepts*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Smith, A., Segall, L., & Cowley, S. (2012, outubro 10). “Facebook reaches one billion users”. *CNN*. <https://money.cnn.com/2012/10/04/technology/facebook-billion-users/index.html>
- Sofka, C., Cupit, I. N., & Gilbert, K. R. (Eds.). (2012). *Dying, death, and grief in an online universe: For counselors and educators*. Springer Pub.
- Sofka, C. J. (1997). Social Support «Internetworks,» Caskets for Sale, and More: Thanatology and the Information Superhighway. *Death Studies*, 21(6), 553–574. <https://doi.org/10.1080/074811897201778>
- Srnicek, N. (2019). *Platform capitalism* (Reprinted). Polity.
- Stake, R. E. (2010). *The art of case study research* (Nachdr.). Sage Publ.
- Stokes, P. (2015). Deletion as second death: The moral status of digital remains. *Ethics and Information Technology*, 17(4), 237–248. <https://doi.org/10.1007/s10676-015-9379-4>
- Stokes, P. (2021). *Digital souls: A philosophy of online immortality*. Bloomsbury Academic.

- Tech, C. (2010, julho 21). Zuckerberg Makes It Official: Facebook Hits 500 Million Members. *Tech Crunch*. <https://techcrunch.com/2010/07/21/facebook-500-million/>
- Treré, E. (2021). Intensification, discovery and abandonment: Unearthing global ecologies of dis/connection in pandemic times. *Convergence*, 27(6), 1663–1677. <https://doi.org/10.1177/13548565211036804>
- Tsukayama, H. (2012, dezembro 24). “Facebook’s 2012: IPO, a billion users and a shift to mobile”. *Washington Post*. [https://www.washingtonpost.com/business/technology/facebooks-2012-ipo-a-billion-users-and-a-shift-to-mobile/2012/12/24/8a4f5d52-4c46-11e2-b709-667035ff9029\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/business/technology/facebooks-2012-ipo-a-billion-users-and-a-shift-to-mobile/2012/12/24/8a4f5d52-4c46-11e2-b709-667035ff9029_story.html)
- Valente, J. (2020). *Tecnologia, informação e poder: Das plataformas online aos monopólios digitais* [Tese (Doutorado em Sociologia), Universidade de Brasília]. <http://icts.unb.br/jspui/handle/10482/36948?mode=full>
- Van Der Sloot, B. (2017). *Privacy as Virtue: Moving Beyond the Individual in the Age of Big Data* (1.<sup>a</sup> ed.). Intersentia. <https://doi.org/10.1017/9781780686592>
- Van Dijck, J. (2014). Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & Society*, 12(2), 197–208. <https://doi.org/10.24908/ss.v12i2.4776>
- Voices, G. (2017, julho 27). Can Facebook Connect the Next Billion? *Advox*. <https://advox.globalvoices.org/2017/07/27/can-facebook-connect-the-next-billion/>
- Walter, T. (1994). *The revival of death*. Routledge.
- Walter, T. (2015). Communication media and the dead: From the Stone Age to Facebook. *Mortality*, 20(3), 215–232. <https://doi.org/10.1080/13576275.2014.993598>
- Walter, T. (2020). *Death in the Modern World*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781526480101>
- Walter, T., Hourizi, R., Moncur, W., & Pitsillides, S. (2012). Does the Internet Change How We Die and Mourn? Overview and Analysis. *OMEGA - Journal of Death and Dying*, 64(4), 275–302. <https://doi.org/10.2190/OM.64.4.a>
- Whittaker, S. (2011). Personal information management: From information consumption to curation. *Annual Review of Information Science and Technology*, 45(1), 1–62. <https://doi.org/10.1002/aris.2011.1440450108>
- Zuboff, S. (2015). Big other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), 75–89. <https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. Profile books.

## Anexos

### 1. Documentos enviados aos entrevistados



#### 1.1 Pedido de participação no projeto de investigação *On&Off*

Convidamo-la/o a dar-nos o seu consentimento para participar no projeto de investigação *On&Off*.

##### **Contexto e objetivo**

Este projeto de investigação procura compreender os dilemas do uso de tecnologias digitais atuais e o modo como esses dilemas são experienciados no dia-a-dia das pessoas. Visa estudar as tensões entre a necessidade de ligação digital e o desejo de desconectar, focando-se em diferentes aspetos da vida quotidiana. Entre eles, o projeto pretende identificar se as práticas offline de luto são alargadas a ambientes virtuais e quais são as diferenças na expressão do luto online e offline.

O On&Off é coordenado pela Prof. Ana Jorge, no Centro de Investigação em Comunicação Aplicada, Cultura e Novas Tecnologias da Universidade Lusófona e é financiado pela FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia (2022.01282.PTDC). Mais informações relativas ao projeto podem ser consultadas em: <https://cicant.ulusofona.pt/research/projects/668-on-off-atmospheres-of-dis-connection>

As informações recolhidas serão também utilizadas no âmbito da tese de doutoramento da investigadora Ionara Talita Silva, no curso de Ciências da Comunicação da mesma Universidade. Mais informações sobre a investigadora podem ser consultadas em: <https://cicant.ulusofona.pt/research/people/87-research-fellows/546-ionara-talita>

##### **O que implica a participação no estudo?**

A sua participação no projeto assentará na partilha de experiências ligadas ao trabalho desenvolvido no âmbito do seu grupo ou associação de apoio ao luto, como dinamização das atividades e encontros.

Esta participação será concretizada por meio de uma entrevista presencial, com duração aproximada de 60 minutos, em que serão feitas perguntas sobre as motivações para a criação do referido grupo/associação, as dinâmicas de funcionamento, periodicidade dos encontros, números de participantes regulares, estratégias de divulgação/disseminação do grupo. O agendamento será feito na data, hora e local que for mais conveniente para si.

- De acordo com a dinâmica de funcionamento do grupo, será solicitado que a investigadora participe de um dos encontros, como observadora não-participante. Caso não seja possível, dada a sensibilidade dos encontros, será solicitado a indicação de utentes/membros do grupo para posterior entrevista individual.

- Durante a entrevista não há registo de vídeo nem fotografias. Apenas anotações e a gravação do som da entrevista, para fins de transcrição e análise.

- A entrevista é destinada a pessoas maiores de 18 anos.

### **O que acontecerá às suas informações pessoais?**

Todos os dados pessoais serão tratados confidencialmente. Só a equipa do projeto tem acesso aos dados pessoais.

De acordo com a sua preferência, a participação no projeto pode ser feita de modo identificável (incluindo o seu nome e o nome do grupo/associação) ou sob pseudónimo, que pode indicar na ficha abaixo.

### **Participação voluntária**

A participação no estudo é voluntária e pode, a qualquer momento, anular o seu consentimento sem dar nenhuma justificação, tendo apenas de contactar qualquer investigador/a do projeto. Se preferir sair do estudo, todas as informações que lhe digam respeito serão removidas do estudo, a menos que já tenham sido incluídas em publicações do projeto.

### **Onde posso obter mais informações?**

Se tiver alguma dúvida sobre o estudo, contacte o CICANT, ao cuidado de Ana Jorge, e-mail:

### **Consentimento para participar no estudo**

Recebi informações sobre o estudo e estou disposta/o a participar, concordando em ser entrevistada/o e em fornecer informações que serão utilizadas em publicações do projeto de investigação *On&Off* e por investigadores que fazem parte do projeto.

Por favor, assinale a opção que deseja:

Nome: \_\_\_\_\_

Desejo ser citada/o pelo meu nome e identificada/o em publicações do projeto:

\_\_\_\_\_

OU

Desejo ser identificada/o pelo seguinte pseudónimo (nome próprio e apelido):

\_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_ Local e Data:



## 1.2 Questionário de comportamento informacional:

2022.01282.PTDC

Este questionário visa recolher alguma informação básica sobre as pessoas entrevistadas e os seus hábitos digitais. A informação providenciada neste questionário será armazenada e analisada de modo seguro, de modo a garantir a sua privacidade.

Nome:

### **Identificação no estudo (por favor escolha apenas uma):**

Prefiro ser identificada/o/e pelo meu nome:

Prefiro ser identificada/o/e por um pseudónimo:

Email:

Idade:

Género:

Nacionalidade:

Ocupação:

Grau de escolaridade:

De forma geral, qual diria que é o seu nível de literacia digital?

(. ) Expert (*domino o uso de motores de busca, faço compras online, giro contas bancárias online, utilizo redes sociais e serviços digitais de forma independente, etc.*)

(. ) Mediano/a (*não tenho grandes dificuldades em usar motores de busca e utilizo serviços de email, redes sociais e lojas online, etc. com ajuda de algum colega o familiar.*)

(. ) Iniciante (*tenho dificuldades em usar motores de busca e dependo completamente de colegas ou familiares para aceder a outros tipo de websites e plataformas mais complexas*)

Quantas horas por dia costuma ficar online?

Que tipo de conteúdo gosta de consumir online?

Tem conta de utilizador em alguma das seguintes plataformas de social media? Com que frequência as utiliza?

	Não, nunca tive conta	Não tenho no momento, mas tive no passado*	Não, mas uso às vezes sem conta	Sim tenho conta, usei no passado mas neste momento não uso	Sim, às vezes uso	Sim, uso frequentemente	Não sabe / Não responde
Facebook							
Instagram							
Twitter							
Snapchat							
TikTok							
YouTube							
Messenger (Facebook)							
WhatsApp							
Telegram							
Viber							
LinkedIn							
BeReal							
Twitch							
Tumblr							
Reddit							
Outra(s) Quais?							

Qual é a sua rede social preferida? Por quê?

Utiliza ou já utilizou as redes sociais de forma profissional ou semi-profissional, ou seja, trabalha ou já trabalhou com redes sociais? Se sim, com que tipo de conteúdo?

Obrigada!

## 2. Guião e entrevistas

### 2.1 Guião de Entrevistas – Moderadores de grupos de apoio ao luto

Olá, bom dia/tarde/noite (adaptar)

Primeiramente agradecemos mais uma vez a sua disponibilidade para colaborar com o projeto. O que lhe vou pedir é que responda a um conjunto de perguntas sobre as dinâmicas de funcionamento do grupo/associação. Recordo que é livre de interromper, cessar a entrevista ou optar por não responder a perguntas que sejam desconfortáveis para si. A previsão de duração da entrevista é de 60 minutos aproximadamente. Pode voltar atrás se assim o entender ou não responder a algumas questões. O nosso objetivo é que se sinta o mais confortável possível durante esta entrevista.

Se concordar(em), passaria a gravar o som e passamos de imediato à realização da entrevista. (Ligar o gravador e iniciar a entrevista)

#### Parte I – sobre o grupo e dinâmicas de funcionamento – offline

- 1) Quem criou o grupo/associação?
- 2) Quando foi criado?
- 3) Qual foi a principal motivação?
- 4) É um grupo/projeto/associação formal ou informal?
- 5) Qual a periodicidade dos encontros?
- 6) Quem dinamiza as sessões?
  - a. São especialistas, profissionais da psicologia, psiquiatria, cuidadores?
  - b. Voluntários ou remunerados?
- 7) Os participantes têm de concordar com algum tipo de regra ou política para participar dos encontros?
  - a. Quais são essas regras?
- 8) Os participantes fazem algum tipo de contribuição financeira para participar das sessões? Pode explicar como funciona?
- 9) O grupo/associação recebe algum tipo de apoio, financiamento?
- 10) Qual o percurso do utente até receber o primeiro acolhimento?
- 11) Na sua opinião, as tecnologias digitais contribuem ou interferem no processo de luto? Porquê?
- 12) Quais são as principais redes sociais em que o grupo/associação tem perfis ativos? Por exemplo, Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter
  - a. Qual é a mais relevante ou onde os utentes são mais ativos?
- 13) E plataformas digitais? Por exemplo, grupo no WhatsApp, Telegram, Perfil no Google, plataformas de vídeo-chamada, etc)
- 14) Quais são as principais estratégias de divulgação do grupo de apoio?
- 15) Os utentes dos encontros presenciais são ativos nas redes sociais online do grupo/associação?
- 16) Como descreve as dinâmicas dos utentes online?
- 17) Há necessidade de moderar? De que forma(s)? (bloquear, recordar regras, etc)
- 18) Durante a pandemia da COVID-19 e o isolamento social o grupo seguiu com os encontros online?
  - a. Se não, Porquê?

- b. Se sim, como decorreram?
  - a. Qual foi a plataforma de videochamada utilizada? Porquê?
  - b. Os utentes aderiram?
  - c. Participavam com qual frequência?
  - d. Houve diferenças na dinâmica do grupo?
  - e. Cite três pontos positivos e três pontos negativos/desafios das sessões online?
- 19) Com o fim do isolamento social o grupo retornou com as sessões presenciais?
- f. Há algum tipo de encontro ou atividade online mesmo com o fim do isolamento social? Com que intuito?
- 20) Como as pessoas gerem as memórias online dos entes queridos? A identidade? É um tema de conversa?
- 21) Situações que acontecem online, referentes ao processo de luto, são ou já foram discutidos nos encontros do grupo? Se sim, com que frequência?

*Você poderia indicar utentes do grupo que eu possa entrevistar como parte deste projeto? Em linhas gerais, faremos perguntas acerca do comportamento informacional, de quais grupos online de entreaajuda que participam, entre outras.*

## 2.2 Guião de Entrevistas – Pessoas em processo de luto

Olá, bom dia/tarde/noite (adaptar)

Primeiramente agradecemos mais uma vez a sua disponibilidade para colaborar com o projeto. O que lhe vou pedir é que responda a um conjunto de perguntas sobre o uso das tecnologias digitais e da sua participação no grupo de ajuda (NOME DO GRUPO/ASSOCIAÇÃO). Não existem respostas certas ou erradas. Se concordar, passaria a gravar o som e passamos de imediato à realização da entrevista. (Ligar o gravador e iniciar a entrevista)

Como foi informado/a, o objetivo dessa entrevista é identificar práticas de luto, considerando a utilização cada vez mais frequente das tecnologias digitais em nosso quotidiano e em todas as áreas da nossa vida.

Nas questões a seguir, faremos perguntas sobre as suas práticas de luto no grupo de ajuda e também algumas perguntas sobre se você participa ou procura ajuda ou acolhimento online. Lembramos que a sua participação é anónima em todas as fases da investigação e que seu nome, assim como o que for dito aqui nesta entrevista não será identificado. Como são questões que podem despertar alguma memória ou lembrança do seu ente querido, lembramos que poderá interromper essa entrevista a qualquer momento. Nosso objetivo é que possa continuar confortável e à vontade.

Posso continuar?

### Parte I

- 1) Como soube deste grupo de ajuda?
- 2) Qual foi a sua principal motivação para participar dos encontros presenciais?
- 3) Com que frequência participa? (*ocasional, semanal, quinzenal, mensal*)
- 4) Há quanto tempo perdeu o seu ente querido?
  - a. Pode dizer o parentesco ou relação? (*Pai, mãe, filho, irmão, amigo, marido/esposa, vizinho, colega de trabalho*)
- 5) No processo de luto, envolveu-se em algum grupo de entreajuda, acolhimento ou apoio a pessoas que perderam entes queridos? - grupo presencial ou online?
- 6) O que considera mais relevante nos encontros presenciais?
- 7) E nos grupos online? (*Se não fizer parte de nenhum grupo, na internet de modo geral*)
- 8) Nesse processo de luto, tem momentos em que desliga dos meios - notícias, entretenimento, redes sociais...? Porquê? [pedir para elaborar o mais possível]
- 9) Participa, modera ou administra algum grupo de entreajuda, acolhimento ou apoio as pessoas que perderam entes queridos online?
  - a) Se sim, quais grupos? E em que redes? (Facebook?) Pode indicar os nomes?
  - b) Costuma fazer publicações online – seja em grupos ou nos seus perfis privados? Em qual situação? (*datas comemorativas, aniversário, Natal, aniversário de morte etc*)
  - c) Com qual frequência?
  - d) O que o/a leva a fazer essas publicações? - e o retorno é o esperado?
  - e) Nos grupos em que participa, tem o hábito de comentar os posts de outras pessoas?

- a. Se sim, que tipo de mensagem costuma deixar como comentário?
- f) Há grupos que abandonou por não concordar com o seu modo de funcionamento?
  - a. E nos grupos em que está, há práticas que considera incorretas ou com que não se identifica?
  - b. Deixou de seguir ou bloqueou alguém?
- g) Alguma vez já participou de um evento ou conheceu pessoalmente alguma pessoa com quem teve contato no grupo online?
- h) Além de grupos, busca algum tipo de ajuda ou informação sobre como lidar com o luto em sites de notícias, blogs, páginas especializadas?
- 10) Qual a principal diferença entre o apoio recebido em grupos presenciais e os grupos online? Por quê?
- 11) Já adquiriu algum serviço oferecido em algum grupo? (impressão de fotografia, produção de t-shirts, design ou arte com a fotografia do ente falecido, vídeo slideshow etc...)

#### Parte II –

- 1) O seu ente querido tinha perfil em alguma rede social (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter etc)?
- 2) Os perfis continuam ativos?
- 3) Foram transformados em memorial? Ou continuam como estavam antes do falecimento?
- 4) Visita esses perfis? se sim, com que frequência? (nas várias fases do luto)
- 5) Recebe notificações com frequência? Datas comemorativas, aniversários etc?
- 6) Considera que as memórias e lembranças enviadas nas notificações interferem no processo de luto? Se sim, de forma positiva ou negativa?
- 7) Gostaria de manter as notificações do perfil do ente falecido ativas? Porquê?
  - a. Sabe como ativá-las ou desativá-las?

#### Parte III -

- 8) Já pensou alguma vez sobre o que acontecerá com os seus perfis nas redes sociais após a sua morte? Quer mantê-los ativos ou prefere excluí-los? Porquê?
- 9) Você considera aceitável que plataformas de redes sociais utilizem os dados de pessoas falecidas para fins comerciais? Por exemplo, quando um perfil continua ativo, o Facebook continua a enviar lembranças e memórias para estimular a interação.
- 10) Você acredita que as políticas/regras de privacidade das plataformas de redes sociais deveriam informar sobre o que acontece com os dados de pessoas falecidas?
- 11) Conhece alguma empresa ou já ouviu falar sobre serviços digitais pós-morte como memoriais online, funeral online ou gestão das redes sociais de pessoas falecidas? Se sim, o que pensa sobre estes serviços? Por exemplo, já há empresas que enviam o último email da pessoa falecida, outras que gerem os perfis nas redes sociais.
- 12) Se tivesse a possibilidade de voltar a conversar com o seu ente querido através de um programa que reproduz a voz, a imagem e até mesmo a personalidade, aceitaria? Porquê?

### **3. Contactos para aconselhamento/apoio psicológico de urgência**

As linhas de apoio são gratuitas, confidenciais e anónimas.

SNS 24: O número para onde deve ligar é o 808 24 24 24. Depois deve seleccionar a opção 4 (aconselhamento psicológico). A iniciativa é resultado de uma parceria entre a Serviços Partilhados do Ministério da Saúde (SPMS) e a Ordem dos Psicólogos Portugueses (OPP), com apoio da Fundação Calouste Gulbenkian (FCG).

Linha Conversa Amiga: 210 027 159 - Horário: todos os dias das 15h00 às 22h00

Linha SOS voz amiga. Linha de apoio emocional e prevenção ao suicídio:  
213 544 545 | 912 802 669 | 963 524 660 (Todos os dias, das 15h30 às 00h30)

Linha da Universidade de Lisboa

Voltada a estudantes e funcionários da instituição: (+351) 210 443 599).

Junta de Freguesia de Santa Maria Maior (eleitores da freguesia)

Acompanhamento por telefone destinado a todos/as os/as residentes da freguesia: (+351) 218 870 067.

Gabinete de Apoio e Acompanhamento Psicológico (GAAP) da Cruz Vermelha Portuguesa:  
(+351) 213 913 900

Voz de Apoio Atendimento via Chat <https://www.vozdeapoio.pt/chat/>