
Dossiê

Espaços políticos do consumo: Juventudes, políticas de visualidades e ativismos canábicos

Eder Claudio Malta Souza¹

Resumo

Este artigo tem como objetivo discutir as políticas de visualidade e as práticas de consumo visual das juventudes ativistas em espaços políticos do consumo, exemplificados pelo ativismo canábico. Nosso enfoque aborda os agenciamentos criativos, as expressões estéticas e as mobilizações em prol de causas sociais, saúde e direitos civis que envolvem novos sujeitos políticos, indo além do acesso individual à planta e seus derivados para fins terapêuticos ou recreativos. A metodologia adotada foi a revisão de literatura e a análise de imagens publicadas em perfis de associações, de profissionais e de coletivos na rede social Instagram. Os resultados da pesquisa revelam perfis identitários renovados entre os ativistas, que ampliam a compreensão pública sobre a cannabis por meio de práticas visuais estratégicas, articuladas a diferentes pautas sociais, ainda que conflitos sociais e identitários persistam.

Palavras-chave: Juventudes. Ativismo. Visualidades. Práticas de consumo. Cannabis.

¹ Universidade Federal de Sergipe, Programa de Pós-Graduação em Sociologia; Programa de Pós-Graduação em Antropologia; São Cristóvão, Sergipe, Brasil .E-mail: ecmsouza82@hotmail.com Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3153-3400>

Introdução

A relação entre ativismo e práticas sociais e culturais das juventudes pode ser analisada a partir do consumo visual e das políticas de visualidade. As teorias da sociedade de consumo oferecem uma base teórica capaz de compreender como processos identitários, as redes sociais e a diversidade cultural influenciam os conflitos político-sociais e as práticas cotidianas, tanto nas cidades quanto no ciberespaço. Essas práticas evidenciam como o consumo, especialmente na cultura visual, molda a experiência contemporânea de cidadania e ativismo.

O consumo não se limita à aquisição de bens, mas está intrinsecamente ligado ao modo de vida dos indivíduos, às suas formas de sociabilidade e à participação na esfera pública. Quando pensamos na cidadania como um conjunto de práticas e direitos, incluindo os direitos sociais e coletivos, vemos como o consumo reflete as dinâmicas culturais contemporâneas, inclusive na negociação e construção de identidades (Holston e Appadurai, 1996; Canclini, 2006). Assim, ao invés de caracterizar os consumidores como agentes irreflexivos de gastos desnecessários, é necessário reconhecer que eles podem exercer reflexão crítica sobre suas práticas de consumo e suas implicações sociais.

Essa abordagem vai além das análises convencionais, considerando que os consumidores são, em muitas circunstâncias, agentes ativos que refletem sobre os bens que consomem, buscando alinhá-los a um estilo de vida ético. Escolhas relacionadas à defesa do meio ambiente, às condições trabalhistas e aos direitos humanos são exemplos de como o consumo politizado transcende a dimensão individual para se tornar uma resposta coletiva e institucional (Stillerman, 2015). No entanto, muitos desses movimentos de consumo politizado ocorrem em espaços de pequena escala que não se traduzem em maior conhecimento e adesão entre os públicos de massa.

Nesta discussão, propomos a discussão sobre o que chamamos de *espaços políticos do consumo* com o entendimento de que o consumo não é apenas uma atividade econômica individual, mas uma prática social, cultural e política que permeia as estruturas da sociedade, as relações de poder e as hierarquias sociais. Tais espaços se estendem para as redes virtuais que conectam globalmente as atividades de consumir produtos físicos ou visuais, e visam transformar a relação dos produtos que adquirimos com as nossas identidades e relações sociais. Eles são constituídos de repertórios de ações, expressões de agências estetizadas (Marcon, 2018; 2019), práticas visuais e de políticas de visualidade (Campos, 2013; Marques e Campos, 2017) observadas nos ativismos juvenis em suas diferentes manifestações sob a forma de protestos, intervenções e movimentos culturais, políticos, sociais e institucionais.

Este artigo tem como objetivo discutir as políticas de visualidade e as práticas de consumo visual das juventudes ativistas em espaços políticos do consumo, com ênfase no ativismo canábico. Para tanto, a metodologia da pesquisa foi elaborada a partir de revisão de literatura sobre estudos das juventudes, ativismos canábicos, cultura de consumo visual. Em um segundo momento, conduzimos a pesquisa através de análise iconográfica, visto que a dimensão visual nas ciências sociais abrange importantes questionamentos dos processos interativos e subjetivos da vida social (Malta, 2022). Assim, focamos em como esse ativismo cria repertórios criativos e formas estetizadas de expressão, mobilizando diversas causas sociais, de saúde e de direitos civis que envolvem novos sujeitos políticos, indo além do acesso individual à planta e seus derivados para fins terapêuticos ou recreativos.

1 Juventudes, ativismos e repertórios de ação

A interação entre as juventudes contemporâneas e a cidade revela um palco de disputas políticas e de significados. Galvão e Marcon (2023) destacam que as práticas culturais juvenis adquirem características políticas de reivindicação, expressão política e agência sobre o uso dos espaços urbanos. Neste palco, especialmente os jovens se engajam com diferentes táticas de intervenção estética e disputas em torno do espaço público e do direito à cidade.

A noção de juventude é inicialmente discutida por eles através da observação de que ela é comumente referida como uma categoria social e política construída historicamente por representações e entendimentos institucionais e sociais sobre o que é ser jovem. Por não se limitar a uma fase específica do ciclo da vida, o olhar para esta categoria é plural e orientado por variáveis sociais, culturais e políticas, relações de classes, de gênero e étnico-raciais que moldam seus estilos de vida, perspectivas e concepções sobre a própria juventude.

A pluralidade das *juventudes* (Marcon, 2019), conforme discutido na literatura socioantropológica, é caracterizada pela transitoriedade e pela tensão em relação às estruturas pré-estabelecidas pelos adultos, bem como, deve-se às mudanças globais dos estilos de vida e ao surgimento de novas identidades culturais (Hall, 2006). Nessa perspectiva, Aderaldo e Raposo (2016) sugerem que a juventude não deve ser reduzida a uma fase do ciclo da vida, mas compreendida como uma “posição” que permite vivenciar as mudanças sociais e culturais.

Fatores sociais, econômicos e culturais influenciam a maneira como os jovens vivenciam, por exemplo, a identidade ocupacional e as incertezas em relação ao futuro no mundo do trabalho. Além disso a renovação das perspectivas analíticas para a compreensão dos estilos de vida juvenis leva em conta as diferenças e particularidades entre os grupos e suas diversas afinidades culturais suas formas de autoexpressão, usos, práticas e formas de consumo distintos, refletidos em suas escolhas e interesses (Featherstone, 2007).

O sentido plural das juventudes reflete uma mudança na compreensão socioantropológica dessa categoria, que antes se concentrava em questões como violência urbana, distúrbios políticos e desajustes sociais em relação às instituições. As abordagens mais recentes investigam a hibridização cultural e a realocação dos estilos de vida juvenis em espaços descentralizados e em temporalidades mais curtas e descontínuas.

Essa mudança trouxe uma análise mais profunda da transformação dos valores juvenis e suas interações com esferas como educação, família, trabalho, política e consumo. Martín-Barbero (2022) observa que as juventudes contemporâneas estão em constante reciclagem e reescrita das identidades culturais tradicionais, usando a metáfora do palimpsesto para descrever como as novas gerações reinterpretam práticas culturais anteriores, atribuindo-lhes novos significados, sem, contudo, apagar totalmente as marcas deixadas por essas práticas.

As culturas juvenis manifestam-se também a partir de agências criativas em espaços interconectados, locais e globais, seja sob a forma de consumir e produzir bens, e de transitar entre espaços *on* e *offline*, seja sob a forma de ativismo, protestos, mobilizações etc. As juventudes conectadas implicam um cruzamento de fronteiras devido à mobilidade das pessoas em diferentes tempos e espaços intergeracionais, econômicos, políticos e até religioso, e ocasionam as incertezas dos “mundos plurais” que compõem os estilos de vida e a sociabilidade juvenil da sociedade global (Nilan e Feixa, 2006).

Além disso, uma vez que as juventudes reproduzem ativamente sua relação com as estruturas de poder dominantes, o grau em que esta relação pode ser contestatória se reflete na cultura expressiva dos grupos e tendências juvenis. Podemos citar como exemplos dessa expressão a dança, música, skate e o grafite, por meio dos quais estes mesmos jovens reivindicam sua pluralidade mediados pelos mercados de produção e consumo audiovisual (Nilan e Feixa, 2006; Aderaldo e Raposo, 2016; Galvão e Marcon, 2023). Tais mundos plurais e agências se reflete também no ativismo canábico.

A relação entre a ativismo canábico e as juventudes revela-se na forma como as novas gerações ressignificam o consumo da cannabis, especialmente ao inseri-lo no contexto de lutas por direitos, saúde e bem-estar. As juventudes ativistas se apropriam do ciberespaço e utilizam a visualidade, expressões políticas e estéticas, e o conhecimento científico e jurídico para desafiar estigmas antigos associados ao uso recreativo da planta. Em particular, o engajamento com a cannabis medicinal reflete a construção de uma identidade política que transcende a busca pela liberação individual, posicionando-se em prol de novos agenciamentos coletivos.

Marcon (2019) analisou a emergência das agências estetizadas como formas predominantes de expressão política e ativismo juvenil, tanto nos espaços urbanos quanto no ciberespaço. Com a geração digital e a expressão estetizada do ativismo conectado, a internet e as tecnologias móveis tornaram-se ferramentas de informação para a captura, transmissão e manifestação do ativismo entre as ruas e as redes sociais. Essa confluência cultural das agências estetizadas envolve formas de ação, narrativa e comunicação, que emergem das expressões sensíveis dos sujeitos, negociadas entre quem as produz, consome e propaga, com todos atuando como produtores de sentido.

As manifestações de protesto, mobilizações e ativismos contemporâneos utilizam um “amplo repertório criativo de práticas e símbolos com referências locais e globais e que carregam sentidos políticos intrínsecos nos contextos em que aparecem” (Marcon, 2019, p.192). Tais repertórios são formas de agências e criações culturais postas em prática nos espaços de protesto e manifestações sociais sob a forma de linguagens, formas de expressão, ação e comunicação com públicos diversos.

1.1 Cultura visual e políticas da visualidade

A globalização cultural e o avanço das tecnologias de comunicação intensificaram o consumo audiovisual, resultando na hibridização de estilos de vida, símbolos e bens associados a eles. Consumir bens culturais se tornou constitutivo para certos estilos de vida e há uma forte componente visual (Featherstone, 2007). Para Marques e Campos (2017, p. 6), neste domínio, há “agência e criatividade, pois há opções e formas de ‘bricolage’ que não são meramente utilitárias, mas também simbólicas e que pretendem comunicar algo sobre quem somos e como vivemos”.

Discutir a cultura visual e as políticas de visualidade é relevante para a compreensão das práticas de consumo, pois mobiliza formas de agenciamentos criativos. A agência criativa se manifesta na capacidade de produzir bens que comunicam visualmente uma mensagem ou conceito. Conforme os autores:

a agência criativa reside na capacidade de produção de bens que se destinam, de alguma forma, a comunicar algo em termos visuais. Esta agência não se reflecte apenas na produção de imagens, mas também na fabricação de uma série de artefactos e no uso de recursos que compõem a nossa esfera de representação visual (Marques e Campos, 2017, p. 6).

Em outras palavras, os atores sociais exercem sua criatividade na produção de representações visuais que transmitem mensagens e repertórios em um contexto visual coletivo. A cultura visual contemporânea, renovada por tecnologias e forças de poder político, simbólico e econômico, molda tanto relações cooperativas quanto conflitantes, e evidenciam as dimensões materiais e imateriais da sociedade por meio da visualidade que permite aos atores sociais compartilharem linguagens, símbolos e percepções sensoriais.

Redes sociais e mídias digitais, como Facebook, Instagram, Twitter (X), TikTok e YouTube emergiram como espaços de encontro e comunicação independentes, ao abranger tanto a cultura visual dominante quanto micro ou subculturas, que envolvem agentes, objetos, propostas estéticas e ideológicas, além de processos de produção e disseminação de bens visuais.

Campos (2013) diferencia visibilidade e visualidade: a visibilidade é o que emerge no domínio do visível e é percebido pelo olho, enquanto a visualidade abrange a forma como o olhar e o visível são construídos historicamente e socialmente. A visualidade está presente na ideologia, economia, religião, consciência individual e coletiva, moldando ideias, pensamentos, desejos e necessidades. A política da imagem e da visualidade na contemporaneidade está intimamente ligada a uma articulação entre poder, mediação *on* e *offline* e o contexto em que as imagens são produzidas e consumidas na era digital.

Para Canclini (2016), o lugar cultural da internet, como as redes sociais, tornou-se uma nova forma de ler o mundo através da produção diária de conteúdos, onde textos, imagens e sons se combinam nas telas pessoais. O autor argumenta que para entender essa profusão de imagens no ecrã do celular, é necessário usar conceitos transdisciplinares que envolvem cidadãos, consumidores e usuários, os chamados *prosumidores*, que participam ativamente na produção de imagens, sons ou discursos sobre um bem de uso.

Esta confluência cultural, mediada por tecnologias e pelos novos saberes juvenis, reflete não só a diversidade de expressões das juventudes, mas também favorece a emergência de coletivos de reivindicações políticas, enquanto consumidores-cidadãos. No entanto, surgem contradições decorrentes da inovação, como a precariedade do trabalho e a vigilância digital. O compartilhamento de conteúdo envolve significados negociados por representações de semelhança e diferença, além das relações entre os grupos, mediados pelos meios de comunicação e espaços de consumo.

As imagens presentes em nosso cotidiano são cada vez mais mediadas por essas mídias digitais, nos quais diferentes atores têm influência na produção da linguagem audiovisual para além da indústria cultural, dentre eles, artistas, produtores culturais, ativistas etc. Isso inclui também os territórios periféricos das cidades que produzem, nessas localidades, circuitos e performances transnacionais, a exemplo do *hip-hop* (Aderaldo e Raposo, 2016).

Existem territórios de vivência – periféricos e transnacionais – conectados *on* e *offline*. Essa rede aumenta o leque de práticas sociais expressas em elementos culturais e sociodemográficos heterógenos. Além disso, inova os circuitos de sociabilidade, produção e consumo protagonizados por coletivos juvenis (Aderaldo e Raposo, 2016). Suas agências escritas, sonoras e visuais, podem estar presentes em produtos culturais já disseminados globalmente ou podem ser produzidas pelos consumidores através repertórios diversos, sejam artísticos, lúdicos, políticos, corporais e, inclusive, mercadológicos etc.

O ativismo canábico se conecta com essas formas de agenciamento e vivências na construção de uma nova narrativa visual em torno da cannabis. Através de estratégias estéticas e simbólicas, essas agências transformam a imagem da planta, associando-a a valores como saúde, ciência, direitos e cuidado social. Essa reconfiguração visual contrasta fortemente com o imaginário negativo

outrora vinculado à maconha, abrindo espaço para um debate público mais complexo e diversificado sobre seu uso terapêutico.

Os repertórios e as políticas de visualidade utilizadas no ativismo canábico incluem imagens cuidadosamente escolhidas para comunicar uma mensagem de legitimidade e transformação social. O uso estratégico da folha de cannabis, por exemplo, recontextualizado como um símbolo de cura e bem-estar, ilustra como as políticas de visualidade buscam suavizar o estigma ligado ao consumo recreativo. Essa visualidade ressignificada dialoga com um público mais amplo, composto por pacientes, profissionais da saúde e legisladores, reforçando a necessidade de mudanças nas políticas públicas sobre a cannabis.

Desse modo, as condições sociais da formação da pessoa e sua inserção na cultura de consumo visual influencia a construção de um estilo de vida. Devemos olhar para como as desigualdades sociais baseadas em classe, raça, gênero, sexualidade e idade diferenciam os consumidores e não devemos ignorá-las em favor de uma análise generalista dos estilos de vida. É preciso discutir como a desigualdade influencia as escolhas dos consumidores e na construção de suas identidades. Portanto, o consumo reflete a posição social de um indivíduo (por exemplo, seu gênero ou etnia), mas os indivíduos também usam o consumo como forma de alcançar status social em relação a outros grupos (Zukin, 2004; Stillerman, 2015).

1.2 Consumo visual: reflexos para as políticas de visualidade canábicas

A cultura de consumo abrange uma diversidade de produtos e imagens que mobilizam interações complexas entre indivíduos, grupos e suas representações. Canclini (2006) argumenta que o consumo vai além da simples aquisição de bens, propõe uma reflexão contínua sobre a relação entre mercados, consumo e cidadania. Para ele, os direitos relacionados ao consumo é um processo no qual os desejos são convertidos em demandas e socialmente regulados. Há um jogo de desejos e estruturas no qual as mercadorias e o consumo servem como ordem política na sociedade contemporânea, mesmo em um contexto neoliberal de maximização dos lucros e concentração de poder cultural entre elites.

O consumo visual é uma das suposições levantadas pelos autores que discutem o consumo como uma prática não necessariamente lógica da vida cultural. Isto é, a prática sociossimbólica de consumir envolve o encontro com outros estilos de vida e, por isso, as interações podem ser frequentemente conflitantes quando seus agentes buscam inovar os referenciais culturais, inspirados no lado imaginário da vida e da experimentação imagética (Featherstone, 2007), através da produção de processos de identificação com mercadorias que desestabilizam as estruturas sociais tradicionais do Estado e dos mercados.

As visualidades no âmbito da cultura de consumo influenciam novas conexões e identificações entre sociedade, espaço e tempo, alterando até mesmo a maneira como a vida cotidiana é estruturada cultural, política e economicamente no ambiente urbano e no ciberespaço local e global. Nessa perspectiva, Featherstone (2007) e Stillerman (2015) correlacionam estas características não somente às forças econômicas ou às escolhas individuais, mas a uma proliferação de imagens criadas para atrair consumidores ávidos por experiências distintas e adequadas ao seu estilo de vida.

Os consumidores mais politizados e atentos às políticas de visualidade, a exemplo das juventudes ativistas globais, são vistos como agentes interativos nos processos de produção e na emissão de

mercadorias, imagens, marcas, tecnologias, moda etc. Essa forma de consumir é uma prática eminentemente social e ativa, influenciada por fatores sociais, políticos e econômicos, e os produtos circulam em diferentes regimes de valor, ainda que sejam principalmente definidos por uma elite econômica (Holston e Appadurai, 1996).

No caso do novo ativismo canábico, em termos de visualidade, há uma clara distinção entre as representações da maconha recreativa e da cannabis medicinal. A primeira carrega um histórico de estigmatização, ligada ao tráfico e à delinquência juvenil associada ao hábito de “fumar maconha”. Entretanto, para a segunda representação, há uma regulação social para a noção de “cannabis medicinal”. Essa mudança é reforçada por mercados de cannabis medicinal que, em países como os Estados Unidos, utilizam visualidades sofisticadas para se distanciar dos estereótipos associados ao uso recreativo. No Brasil, essa tendência também está presente, com empresas que exploram brechas legais para comercializar produtos canábicos e acessórios relacionados ao cultivo.

Esses mercados de cannabis, sejam eles locais ou globais, são mediados por agentes culturais que, ao lado de seus públicos, legitimam novos modos de produção e consumo. Através da inovação no marketing e na construção de visualidades, esses agentes criam nichos de autenticidade para seus produtos medicinais. Isso se revela no jogo visual, que falaremos adiante, entre os significados culturais da “maconha” e da “cannabis”. O consumo visual, portanto, torna-se um campo de disputa simbólica que redefine não só o mercado, mas também as práticas sociais em torno da planta.

2 Espaços políticos do consumo: análise do ativismo canábico

Para maioria dos jovens consumidores, reconhece-se que eles se apropriam de espaços altamente complexos. Entre eles, há segmentos juvenis locais e globais que assumem posturas críticas ou alternativas às publicidades midiáticas e do consumismo de massa. Muitos consumidores constroem espaços de autoexpressão, de afirmação de estilos de vida diferenciados, muitas vezes alternativos ao modelo de cidade e sociabilidade racionalista, excludente e segregada.

São aqueles envolvidos no debate de gênero e a sexualidade, na luta antirracista, militantes político-partidários, ativistas ambientais e ecológicos, veganos que promovem os direitos dos animais, ativistas migrantes que lutam pelos direitos dos imigrantes, produtores culturais que utilizam a arte como forma de expressão política, militantes da democratização da mídia, ativistas antiglobalização que questionam o modelo econômico global (Rocha e Pereira, 2023). Podemos incluir também os cicloativistas, que se tornaram agentes de resistência às práticas e valores hegemônicos associados ao paradigma rodoviarista (Rosin e Leite, 2019), e os ativistas e os neoativistas canábicos (Mourão, 2023), debate esse que passou por uma inflexão significativa nos últimos anos contra o proibicionismo e a existência de um mercado terapêutico legalizado (Fraga, Rosa e Rezende, 2023).

Martín-Barbero (2022) introduz o conceito de hipertexto para explicar as técnicas de escrita das ciberculturas e a maneira como os jovens usam as tecnologias para interagir, imaginar o futuro e para a criação de novas formas de comunicação digital. A metáfora do palimpsesto e o conceito de hipertexto são centrais para entendermos como os jovens se apropriam e transformam as dimensões culturais para formar suas próprias identidades em um mundo em constante mudança tecnológica e cultural.

Dessa forma, os espaços políticos do consumo são constituídos das intrincadas relações entre consumo, estilo de vida e poder. A discussão desses espaços requer uma abordagem que considere

as particularidades dos consumidores, suas associações a manifestações sociais e políticas, até as estruturas de poder, proporcionando uma visão mais ampla das dinâmicas contemporâneas de produção e consumo. É importante ressaltar que esses espaços não são estáticos, mas fluidos e plurais, moldados pelas interseções entre diferentes atores, causas e pela reelaboração de suas práticas.

Com vistas a investigar o ativismo canábico no espaço urbano e nos ecrãs dos dispositivos digitais, passamos à análise das políticas de visualidade, bem como das agências criativas e estetizadas da Marcha da Maconha, da atuação das associações e empresas ligadas à cultura e direito canábico. A nossa análise ocorre com base em produções acadêmicas recentes como subsídios à argumentação, embora, neste momento não faremos análise sócio-histórica desses movimentos. Enfoca-se no conteúdo postado pelos ativistas na rede social Instagram para capturar suas formas de auto-expressão, ou seja, o que defendem em suas causas e quais os repertórios de ação e as práticas visuais. Também analisamos como as empresas e associações criaram suas próprias visualidades em torno de causas mercadológicas, legais e de conhecimento geral sobre os usos terapêuticos da planta.

2.1 Ativismos canábicos e a emergência de “novas identidades canábicas”

As manifestações em torno da legalização da maconha restituem uma luta que se travava nas expressões “guerra às drogas” versus “legalize já”. Essa luta, antes centrada na liberação do uso recreativo, agora abrange novas dimensões, como o uso medicinal e a luta por direitos civis, refletindo novas identidades políticas em torno do ativismo canábico. Essas “novas identidades canábicas”, emergentes no ativismo, são compostas por diferentes grupos sociais, incluindo mães, pacientes, profissionais da saúde e advogados, que mobilizam discursos renovados em defesa da cannabis medicinal.

Muitos questionamentos foram feitos por cientistas sociais ao longo do tempo, desde que o proibicionismo nas legislações sobre drogas tornou-se uma política mundial, mesmo que as regras impostas, a exemplo da Lei brasileira de drogas (Lei nº 11.343/2006), não cumpra o seu “objetivo inicial de privilegiar a saúde pública e nem diminuir o encarceramento” (Fraga, Rosa e Rezende, 2023, p. 12).

Nas últimas duas décadas, os movimentos canábicos no Brasil, impulsionados pela Marcha da Maconha desde sua primeira edição em 4 de maio de 2002, têm se mobilizado pela descriminalização e outras causas, especialmente após países como Uruguai, Colômbia, Estados Unidos e Canadá terem flexibilizado as leis sobre o uso medicinal da cannabis. Eles visam a ampla aceitação da sociedade contra a proibição do uso da planta e de seus derivados, como os óleos, alimentos e medicamentos.

Fraga, Rosa e Rezende (2023) levantam questionamentos importantes sobre a formação das novas coerências práticas e discursivas relacionadas à planta, e se isso representa uma ruptura ou continuidade com a proibição. Essa análise pode ser feita investigando as conexões entre os movimentos antiproibicionistas em países que mantêm a criminalização para o uso recreativo e aqueles que liberaram ou buscaram acesso ao uso medicinal, bem como os mercados em países onde as leis estão sendo alteradas em decorrência da articulação entre esses movimentos e os mercados ou governos. O binômio recreativo ou medicinal do uso da maconha torna complexa as práticas de consumo dos usuários e os interesses dos mercados de consumo da maconha legal.

Os estudos sobre essa luta ganharam novos enfoques acerca da proibição da maconha e começaram a tomar uma direção macro-micro. Numa direção, compreende-se a atuação dos Estados, a jurisdição médica, a repressão policial ao uso recreativo, os motivos econômicos e raciais por trás da proibição do cultivo da planta e do uso de seus derivados em todo o mundo (Carneiro, 2018). Noutra, compreende-se as condutas dos usuários, suas relações étnico-raciais, de gênero, sexualidades, ocupações, a luta antimanicomial etc. mediante a ressignificação das pautas de luta pela legalização ou descriminalização.

A internet e as tecnologias móveis no ativismo contemporâneo precipitaram novos processos identitários e novas práticas visuais em torno dessa causa. Novas formas de comunicação, de disseminação de informações e de organização de ações coletivas, transformaram uma das principais manifestações em torno do uso e cultivo da planta, a Marcha da Maconha, de modo que esse novo ativismo ganhou novas visualidades e foi reapropriado por diferentes atores sociais, pelo menos nas marchas das grandes cidades, como Rio de Janeiro e São Paulo. O ato de conectar em uma rede social e interagir com repertórios produzidos pela Marcha e pelas associações de cultivo, significa que as trocas ocorrem em um espaço e tempo além do “usuário de maconha” e dos *growers*.

Conforme Mourão (2023), temos testemunhado uma significativa mudança no debate e ativismo em torno da cannabis medicinal, refletindo novas tendências entre as redes clandestinas de *growers* e a pauta da cannabis medicinal. Anteriormente marginalizada e frequentemente associada à repressão policial, a discussão sobre a cannabis se expandiu para incluir dimensões médicas e terapêuticas, alcançando uma considerável visibilidade na mídia e na esfera pública.

Essas mudanças ampliaram a compreensão dos usos da cannabis e reconfigurou o cenário do ativismo, especialmente no contexto das Marchas da Maconha. O ativismo das marchas, historicamente associado à defesa da liberação e descriminalização da cannabis para uso recreativo e adultos, viu emergir o neotivismo associada à cannabis medicinal: 1) associações de cannabis medicinal, que são discrepantes – ainda que possam manter laços e convergências – dos grupos e coletivos anteriores; 2) novos sujeitos políticos que se engajam na militância antiproibicionista desde pais, mães e cuidadores; médicos prescritores, pesquisadores engajados em legitimar os benefícios terapêuticos; empresários, empreendedores, consultores e investidores antiproibicionistas²; 3) por fim, um novo regime moral de engajamento político antiproibicionista (Mourão, 2023).

Em relação ao primeiro ponto, o autor observa “a centralidade da distinção entre uso medicinal/ terapêutico e uso social/recreativo/adulto [...] e a formação de associações especificamente ou explicitamente terapêuticas” (Mourão, 2023, p. 73). Quanto ao segundo ponto, há um deslocamento identitário devido ao surgimento de novos sujeitos políticos que expressam novas identidades canábicas. Esses sujeitos não se centram no consumo individual e num estilo de vida vinculado ao uso da planta, ao hábito de fumar maconha, “mas uma vinculação identitária mais próxima da família, do cuidado, da dignidade, e cujo uso se enquadra no marco da necessidade e, portanto, da falta de alternativa e de arbítrio” (idem, p. 74).

2 No Brasil, apesar das limitações legais, empresas e serviços do ramo aproveitaram essa tendência e brechas legais para oferecerem a comercialização de sementes “para colecionadores”, óleos medicinais, uso das flores e vaporizadores com tecnologia avançada para o público de associações de cannabis medicinal. Mas também, serviços de cursos de cultivo *indoor* e *outdoor*, lojas de produtos de cultivo específicos para a planta, tendas, iluminação, equipamentos de corte e fertilizantes. Lojas brasileiras e estrangeiras de produtos e derivados de cannabis criam perfis nas redes sociais, plataformas audiovisuais e aplicativos de venda de produtos diversos (Shopee, AliExpress) e em sites próprios.

Esta alteração no perfil identitário dos antiproibicionistas resultou em mudanças na forma como a cannabis é compreendida, expandindo, a nosso ver, a compreensão pública da cannabis para diversos fins, embora os conflitos sociais e identitários ainda persistam. A mudança terminológica reflete uma transformação mais ampla no perfil do movimento antiproibicionista, ao envolver uma controvérsia importante sobre a identidade ou a diferença entre os dois termos.

O terceiro ponto compreende que o novo regime moral reflete uma alteração na percepção e uso planta, indo além das pautas tradicionais das marchas focadas na defesa da liberação, descriminalização e na defesa do direito individual (e coletivo) autodeterminado pela escolha de um estilo de vida que adere ao uso recreativo da planta. Tradicionalmente, o movimento antiproibicionista seguia um paradigma liberal, criticando os danos da repressão estatal ao consumo de drogas (Mourão, 2023). Contudo, o debate sobre os usos terapêuticos da cannabis desafiou essa visão ao criticar a ideia de que a planta é necessariamente maléfica e por isso se justificava sua criminalização. O foco foi deslocado para a defesa do direito à saúde, especialmente por famílias que buscam políticas de apoio ao uso medicinal, caracterizando um novo regime moral, diferente do liberalismo anterior (Fiore, 2012; Mourão, 2023).

Além das considerações acima, devemos acrescentar outros agenciamentos que interseccionam o ativismo canábico não consideradas na análise anterior. As intersecções entre o ativismo canábico com as causas que enfocam as pautas dos direitos e das condutas dos próprios usuários de maconha como os debates sobre o racismo, homofobia, relações de gênero, vulnerabilidades sociais, espiritualidade e as diferenças dos estilos de vida.

No Brasil, a maconha/cannabis tem uma longa história de uso medicinal e social, com debates em torno de sua legalidade e moralidade pós-proibição. Os desafios legais decorrem do quadro político-jurídico conservador e da falta de regulamentação federal no país que ocasionam as disputas jurisdicionais e ações do Judiciário para autorizar o cultivo e uso medicinal da planta. No entanto, essa situação não impede a atuação de manifestações e agenciamentos pela causa numa rede com milhares de seguidores, o que demonstra que há atores sociais e políticos que olham para as implicações na saúde pública, economia e direitos civis.

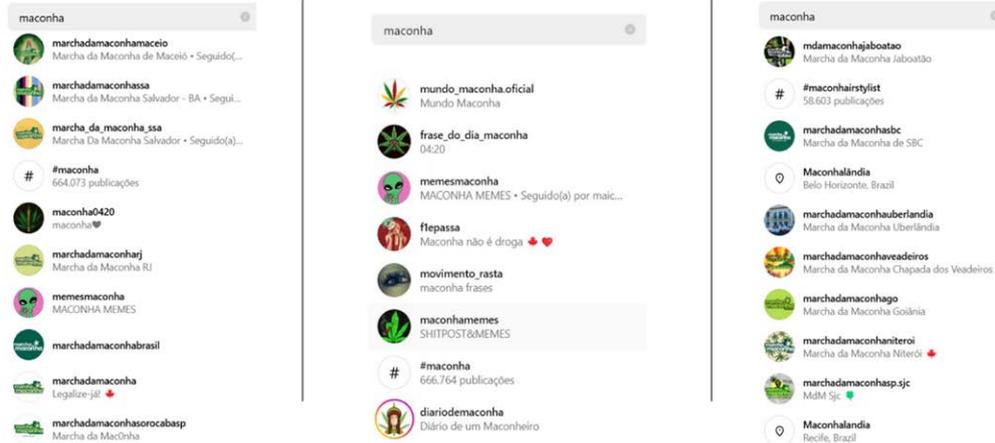
2.2 Marcha da Maconha, associações e empreendimentos canábicos

Nesta última seção, apresentaremos a análise das imagens coletadas em alguns perfis sobre os usos da cannabis na rede social Instagram, para debatermos acerca das políticas de visualidade e das práticas de consumo visual das juventudes ativistas. Consideraremos ainda a reciclagem das imagens e a reescrita dos repertórios. Essas imagens serão apresentadas no formato de “pranchas”, uma proposta de olhar imagens ou uma pista imagética (Barros, 2022) para a análise das visualidades deslocadas de símbolos e discursos tradicionais dado a emergência de uma nova estética vinculada à cannabis.

Nossa primeira estratégia de coleta de dados foi usar o campo de pesquisa do Instagram para obter imagens e títulos dos perfis. A amostragem inicial é aleatória, com apenas uso do termo Cannabis ou Maconha (prancha 1 e prancha 2). Em seguida refinamos a pesquisa com o uso dos termos cannabis e saúde, e cannabis e direito ou direito canábico (prancha 3). Estes dados possuem valor heurístico para a pesquisa porque conseguem retratar, não somente em imagem, a mobilização em torno do termo cannabis. Há perfis voltados para uma diversidade de públicos, desde perfis educacionais, terapêuticos de pessoas e pets, do direito para a defesa do usuário ou

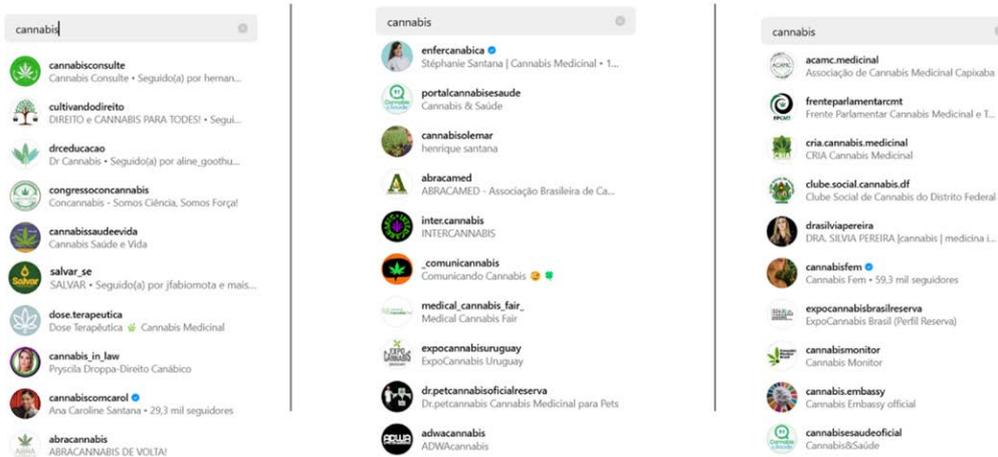
para o acesso aos tratamentos e *habeas corpus* de cultivo. Vemos também os chamados “doutores” da cannabis, advogados, enfermeiros, institutos, congressos e até perfis da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB)³.

Prancha 1 – Pesquisa visual “maconha”



Fonte: instagram.com

Prancha 2 – Pesquisa visual “cannabis”



Fonte: instagram.com

3 Não contabilizamos em termos quantitativos os resultados da pesquisa. Nossa abordagem remete somente para a visibilidade das páginas, das *tags* que aparecem nos resultados e da visualidade diferenciada que os termos maconha e cannabis restituem. Chamou-nos a atenção que na rolagem da pesquisa do Instagram que perfis bastante conhecidos do público usuário e *grower* como o @growroombr e o @smokebuddies_oficial, ambos com mais de 100 mil seguidores, e o @expocannabis.brasil, com pouco mais de 72 mil seguidores, não apareceram nos resultados como esperávamos. Isso abre possibilidades para outros questionamentos acerca do algoritmo da rede social, já que estas páginas cobrem um conteúdo para o cultivo recreativo, isto é, conteúdo não necessariamente lúdico ou medicinal. Também não apareceu nos resultados o perfil do @movrecam, Movimento Regulamentação da Cannabis, com quase 28 mil seguidores. O movimento promove cursos de formação e palestras sobre o tema, e tem como um dos seus criadores o padre Antonio Luiz Marchioni (1953-2021), conhecido como Padre Ticão, defensor da Cannabis e ativista social.

Prancha 3 – Pesquisa visual específica – direito e saúde



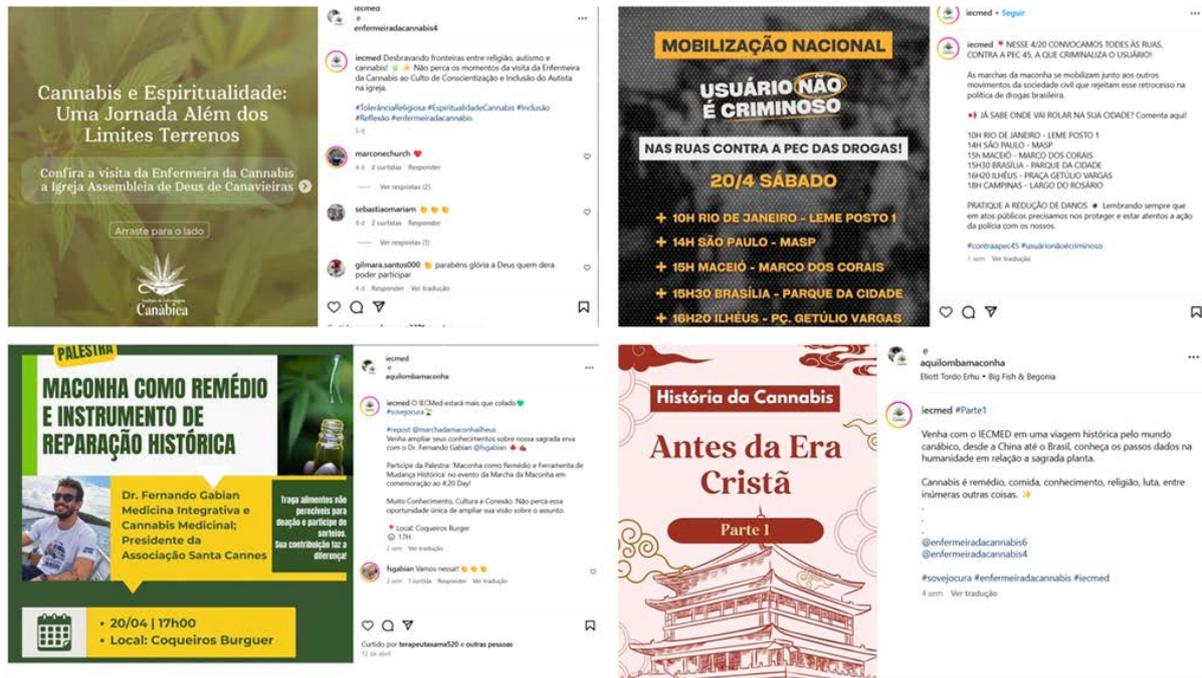
Fonte: instagram.com

Os resultados revelam diferentes políticas visuais associadas ao binômio cannabis/maconha. O termo “cannabis” carrega um diferencial simbólico importante em relação à “maconha”, distanciando-se de seus estereótipos recreativos ao criar uma visualidade *soft* e institucionalizada, voltada para o uso medicinal e legal, e as audiências profissionais da saúde, direito e empresários. Essa distinção reflete o “novo regime moral de engajamento político” (Mourão, 2023) relacionado ao ativismo canábico, que articula um novo entendimento da planta como uma mercadoria terapêutica, conforme, também, discutido por Fraga, Rosa e Rezende (2023). Ao dissociar-se da imagem recreativa tradicionalmente associada à maconha, essas visualidades buscam legitimar o uso da cannabis na esfera pública através de campanhas visuais voltadas para a saúde e bem-estar, corroborando a análise de Canclini (2006) sobre a relação entre consumo, cidadania e a formação de novas identidades políticas.

Esse contraste visual é observado em perfis de Instagram ligados ao ativismo medicinal, como veremos abaixo os perfis @salvar_se e @iecmmed, que privilegiam narrativas sobre saúde, qualidade de vida e direitos terapêuticos. Tais perfis evitam deliberadamente a conexão com a imagem recreativa da maconha, focando-se em audiências específicas, como pacientes, profissionais da saúde e legisladores. Passemos, então, à análise mais detalhada de alguns perfis visitados. A análise baseia-se em perfis com um número mínimo de mil seguidores (1.000), considerando que essa quantidade revela alguma importância para o público conectado.

O primeiro perfil que visitamos foi @iecmmed (Instituto Enfermagem Canábica), criado em junho de 2021, atualmente com 3.594 seguidores. Esta página que presta cursos de capacitação, palestras e compartilha diversas informações sobre o tema, é mantido por um grupo de jovens enfermeiros que tem por objetivo “a pesquisa direcionada para a capacitação de profissionais de saúde usando a CANNABIS como ferramenta terapêutica” (@iecmmed, descrição do perfil). Este instituto ganhou visibilidade devido à atuação da enfermeira Valéria Moura, conhecida como Enfermeira da Cannabis, em debates públicos com o Congresso Nacional brasileiro sobre os potenciais terapêuticos da planta. Chama-nos a atenção a variedade de temas divulgados na página como a ligação entre cannabis e espiritualidade, criminalização, uso medicinal e conhecimento histórico, que demonstramos na prancha 4.

Prancha 4 – Pesquisa visual @iecmcd

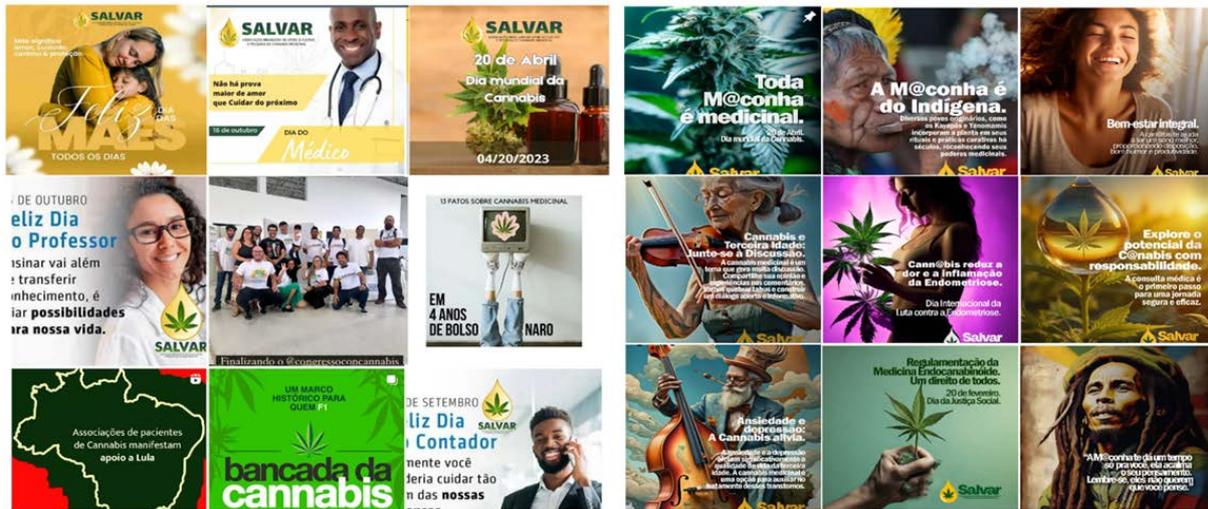


Fonte: <https://www.instagram.com/iecmcd/>

A Associação Brasileira de Apoio ao Cultivo e Pesquisa de Cannabis Medicinal, fundada em 2019, com sede em Aracaju, Sergipe, perfil @salvar_se, com 16,2 mil seguidores, é uma Organização Não-Governamental (ONG) que obteve uma autorização histórica da justiça brasileira para operar. De acordo com a decisão emitida pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) no ano de 2023, a Salvar recebeu autorização do “direito de plantar e cultivar a Cannabis e manipular, preparar, produzir, adquirir, ter em depósito, transportar, guardar, dispensar, importar e pesquisar produtos derivados da Cannabis exclusivamente para fins medicinais, utilizado nos tratamentos das diversas enfermidades que afligem seus associados”⁴. O quadro de administradores da associação é formado por jovens enfermeiros e advogados que visam regulamentar o uso da planta no país, inclusive utiliza os termos maconha e cannabis em suas postagens, destoando de muitas outras instituições que privilegiam o termo cannabis. As imagens da prancha 5 demonstram o perfil de divulgação da associação, que mescla imagens focadas em pessoas que expressam qualidade de vida em decorrência do uso dos produtos endocanabinóides, relação entre cannabis e profissões e imagens das lutas tradicionais dos movimentos antiproibicionistas.

4 Outras organizações em prol da cannabis que têm autorizações semelhantes e anteriores à Salvar: Aliança Medicinal, em Pernambuco, Abraço Esperança, na Paraíba, a Apepi, no Rio de Janeiro, e a Santa Cannabis, sediada em Santa Catarina.

Prancha 5 – Pesquisa visual @salvar_se



Fonte: https://www.instagram.com/salvar_se/.

Distribuição das imagens editada pelo autor.

As imagens da esquerda foram publicadas no ano de 2023 e tinha como foco chamar a atenção de profissionais, famílias e divulgação das atividades da associação em congressos. A partir do ano de 2024, a associação assume uma visualidade ativista, mesclando símbolos e repertórios tradicionais ao conhecimento sobre os benefícios da planta e suas origens em território brasileiro, como o uso medicinal da maconha pelos povos indígenas.

A ressignificação de imagens desempenha um papel central no ativismo canábico visual nas redes sociais. Nos perfis analisados, observamos como símbolos tradicionalmente associados ao uso recreativo da maconha são ressignificados para reforçar seu uso medicinal e sua legitimidade no campo da saúde pública. Por exemplo, a folha de cannabis, antes vista como um símbolo contracultural, é reapropriada em perfis como @iecmmed e @salvar_se, além dos resultados de pesquisa das pranchas 1, 2 e 3, para promover o uso terapêutico, destacando seus benefícios médicos e seu potencial para o tratamento de diversas condições. Essa reapropriação visual representa uma luta simbólica por legitimidade e reconhecimento social.

Além disso, profissionais médicos prescritores de cannabis realizam congressos voltados ao tema. Diferentes iniciativas são divulgadas nas redes sociais, a exemplo do WeCann Summit, congresso global de medicina endocanabinóide, realizada pela “Comunidade Global de Estudos em Medicina Endocanabinóide”, a @wecann.academy, com 48,6 mil seguidores no Instagram. Outro evento é o CNABIS, congresso em sua 4ª edição que acontece *online* e gratuito destinado à comunidade de saúde, com ênfase na discussão sobre a cannabis medicinal, seus benefícios e métodos de uso. Este evento é patrocinado por diferentes comunidades terapêuticas e empreendimentos canábicos (prancha 6), como o @dreducacao (plataforma de educação e pesquisa do grupo Cannect, com 42 mil seguidores), @cannect.life (considerado o maior ecossistema de cannabis medicinal da América Latina, com 43,4 mil seguidores) e @sechat_oficial (plataforma de conhecimentos e negócios voltada ao uso medicinal da cannabis, com 44,7 mil seguidores).

Prancha 6 – Pesquisa visual @drceeducacao, @connect.life e @sechat_oficial



Fonte: <https://www.instagram.com/drceeducacao/>; <https://www.instagram.com/connect.life/>; https://www.instagram.com/sechat_oficial/.

Distribuição das imagens editada pelo autor.

Observando-se esses perfis no Instagram, eles conectam um ecossistema robusto de divulgação de conhecimentos educacionais, de saúde e de negócios, o que incluem educadores, médicos, terapeutas e operadores do direito. Vale destacar que a maioria dos membros são jovens com formação acadêmica e atuação na área da cannabis⁵. O uso de termos técnicos e científicos também se tornam evidentes nestas páginas, seja através das hashtags ou nas imagens, o que indica uma forte projeção de responsabilidade clínica e acadêmica.

Por fim, o perfil @marchadamaconhasp foi escolhido dentre os diversos perfis⁶ existentes sobre a marcha devido ao maior número de seguidores, mas principalmente devido a sua política de visibilidade. A Marcha da Maconha é um movimento global que ocorre em mais de 70 países com início em Nova York no ano de 1999, e foi o primeiro em solo brasileiro a se apropriar do espaço público urbano para fazer manifestações nas ruas na cidade do Rio de Janeiro (Prado, 2023) mobilizando diversas gerações, e enfrenta constantemente tentativas de proibição por parte das prefeituras das cidades em que a organização anuncia a data da marcha.

A página @marchadamaconhasp especificamente possui 98,7 mil seguidores, porém há vários perfis relacionados a cidades como Rio de Janeiro-RJ, Salvador-BA, Natal-RN, Porto Alegre-RS, Osasco-SP, São Carlos-SP, Aracaju-SE, Recife-PE, Belo Horizonte-MG, Pelotas-RS etc. O diferencial desses perfis é que eles pautam as causas que consideram transversais ao movimento canábico desde o seu início em 2002.

As novas pautas têm transformado seu repertório de ações principalmente na palavra de ordem “Legalize Já”, para outros repertórios e formas de comunicação como demonstramos na prancha 7 e 8: “apologia ao cuidado”, “política de drogas”, “redução de danos”, “bloco terapêutico”, “mulheres

5 Importante explicar que a pesquisa é feita visualmente nos perfis mencionados. Nesses casos, os “jovens” empreendedores, médicos e advogados, por exemplo, aparecem nos perfis, seja em vídeos ou imagens, o que reforça o mercado de autenticidade da cannabis.

6 Cada perfil foi criado com base na cidade em que a marcha ocorre.

antiproibicionistas”, “luta antimanicomial e antiproibicionista”, “mãeconheiras”, “solta o preso, legaliza a vida”, “maconheiro não é racista/machista”, “descriminaliza STF” etc. Isso não quer dizer que as faixas com os dizeres “Legalize Já” perderam importância, mas ela produziu novos #hashtags como reforços para que se reivindique a legalização.

A Marcha da Maconha utiliza estrategicamente de hashtags amplamente aceitas pelos novos sujeitos políticos como #reducaodedanos e #direitoshumanos é crucial para contornar possíveis censuras associadas a termos como maconha ou cannabis, que podem não ser priorizados pelos algoritmos da plataforma. Ao mesmo tempo, mantém as #hashtags da luta histórica da marcha: #antiproibicionismo, #lutapelalegalização, #fimdaguerra etc. Isso revela uma tensão constante entre a censura algorítmica e a visibilidade desejada pelos ativistas.

Há também o desenvolvimento de produtos para venda como camisetas, canecas, bonés e diversos adereços divulgados nas redes sociais como Instagram, Facebook, Twitter (X), etc, que não fazem apenas referência aos seus símbolos tradicionais como o músico Bob Marley, o baseado, a folha serrada (atualmente a folha da maconha ganha diversas formas na internet) estampadas em camisetas e bandeiras. A diversificação de pautas concorre com a já demonstrada diversificação de serviços, especialistas e associações canábicas no Brasil.

Diferentemente dos outros perfis analisados, a Marcha da Maconha ocorre nos espaços urbanos e mobiliza a população em torno do debate sobre políticas de drogas, destacando os prejuízos da repressão e criminalização, além de defender o uso medicinal e recreativo da maconha. Organizada, em grande parte, coletivos antiproibicionistas, ativistas da cannabis medicinal, representantes de ONGs e movimentos pela reforma das políticas de drogas etc. a marcha ampliou sua pauta para incluir questões como violência policial, encarceramento em massa de negros e justiça racial. Coletivos como o “Movimentos” e a “Marcha das Favelas”, criados em 2016 e 2018 respectivamente, trouxeram a participação de jovens de periferias, ampliando o escopo de luta do movimento (Prado, 2023).

Prancha 7 – Perfil da Marcha da maconha-SP e seus repertórios de ação



Fonte: <https://www.instagram.com/marchadamaconhasp/>. Distribuição das imagens editada pelo autor.

Prancha 8 – Perfil da Marcha da maconha-SP e seus repertórios de ação



Fonte: <https://www.instagram.com/marchadamaconhasp/>. Distribuição das imagens editada pelo autor.

Considerações Finais

A pesquisa realizada com os perfis de Instagram analisados revela a existência de espaços políticos de consumo que articulam novos sujeitos políticos, repertórios e agências criativas em interconexão com a cultura de consumo visual, conhecimento e poder. Esta análise revela também uma série de estratégias adotadas pelos defensores da causa no contexto brasileiro. Apesar do cenário político-jurídico conservador do país, manifestações pela descriminalização e acesso à cannabis medicinal continuam a surgir, refletindo preocupações com questões de saúde pública, economia e direitos civis.

Os perfis de Instagram analisados transformam o consumo visual em uma ferramenta central para a reivindicação de direitos e a ressignificação da cannabis no espaço público. As políticas de visibilidade dos perfis voltados especificamente para a medicina endocanabinóide como @salvar_se, @iecmmed, @wecann.academy, @cannect.life e parceiros, ressignificam as narrativas e os agenciamentos sobre o uso da cannabis, distanciando-se dos estigmas históricos associados ao uso recreativo e constroem uma novas identidades e moralidades em torno do uso medicinal para representá-la como um símbolo de saúde e bem-estar. Essa estratégia visual contribui para suavizar o estigma que há muito circunda a maconha, não necessariamente articulada com os repertórios da luta antiproibicionista das Marchas da Maconha.

O engajamento das Marchas é ampliado do ciberespaço e dos espaços institucionais para as cidades e outros repertórios, sob formas de linguagem e expressão estetizadas, além da mobilização

em torno da defesa de diversas causas sociais, o que inclui a luta antirracista, a diversidade de gênero, a luta antimanicomial, entre outras. Neste caso, as Marchas visam romper o binômio cannabis/maconha para dialogar com os diversos setores da sociedade e classes sociais através da luta pela descriminalização, seja no campo medicinal ou recreativo. Tal luta está intimamente ligada às questões de justiça social, como o encarceramento em massa e a violência policial nas favelas.

Apesar das diferenças na forma como se propagam informações sobre o uso da cannabis, estes espaços políticos utilizam a visualidade como estratégia para mobilizar diferentes públicos, desde ativistas antiproibicionistas até profissionais de saúde e pacientes. Atores políticos importantes, como coletivos de mães, educadores e profissionais da saúde, emergem como protagonistas nesse espaço, reforçando a legitimidade da luta pela regulamentação da cannabis medicinal.

Ademais, a interconexão entre os ativismos juvenis e as políticas de visualidade é claramente observada nos perfis pesquisados. As juventudes tornam-se o principal agente no uso das redes sociais, mobilizam postagens estilizadas e conteúdos visuais para reivindicar direitos e representatividade. Nesse sentido, o consumo visual e os agenciamentos criativos mobilizados transformam o Instagram em uma arena de disputa política, onde as imagens e narrativas circulam e produzem novas ordens morais. Essa forma de ativismo, que une a estética com a política, desempenha um papel essencial na forma como os públicos juvenis contemporâneos reivindicam seu espaço na sociedade e nos debates sobre políticas públicas.

REFERÊNCIAS

- ADERALDO, Guilherme.; RAPOSO, Otávio. Deslocando fronteiras: notas sobre intervenções estéticas, economia cultural e mobilidade juvenil em áreas periféricas de São Paulo e Lisboa. **Horizontes Antropológicos** (online), v. 22, p. 279-305, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/3p9TLysCjY8gmxiQDGKVVtB/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 25 mai. 2024.
- BARROS, Erna. **Uma cidade muda não muda**: Mulheres, Graffitis e Espaços Urbanos Hostis. Aracaju, SE: Criação Editora, 2022. 278 p. Disponível em: https://editoracriacao.com.br/wp-content/uploads/2022/05/livro-cidade-mudafinal_compressed.pdf. Acesso em: 03 mai. 2024.
- CAMPOS, Ricardo. A cultura visual e o olhar antropológico. **Visualidades**, Goiânia v. 10 n. 1, p. 17-37, 2012. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/VISUAL/article/download/23083/13629>. Acesso em: 24 abr. 2024.
- CAMPOS, Ricardo. **Introdução à Cultura Visual**. Abordagens e Metodologias em Ciências Sociais. Lisboa. Ed. Mundos Sociais, 2013. 167 p.
- CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 6ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006. 227 p.
- CANCLINI, Nestor García. **O Mundo Inteiro como Lugar Estranho**. São Paulo: EDUSP, 2016. 171 p.
- CARNEIRO, Henrique. **Drogas**. A história do proibicionismo. São Paulo: Autonomia Literária, 2018. 541 p.
- FEATHERSTONE, Mike. **Consumer Culture and Postmodernism**. 2ª ed.. London: Sage, 2007. 232 p.
- FIORE, Maurício. O lugar do Estado na questão das drogas: o paradigma proibicionista e as alternativas. **Novos Estudos CEBRAP**, n. 92,, p. 9-21, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/nec/a/yQFZQG48VQvdYW8hQVMYbCd/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 18 mai. 2024.
- FRAGA, Paula; ROSA, Lilian; REZENDE, Daniela (orgs). **De maconha à cannabis**: entre política, história e moralidades. Juiz de Fora: Editora UFJF/Aldeia, 2023. 206 p. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/editora/wp-content/uploads/sites/113/2023/09/De-maconha-%C3%A0-cannabis-entre-pol%C3%ADtica-hist%C3%B3ria-e-moralidades-Editora-UFJF.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2024.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ª Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. 104 p.

HOLSTON, James.; APPADURAI, Arjun. Cities and Citizenship. **Public Culture**, v. 8, p. 187-204, 1996. Disponível em: <https://read.dukeupress.edu/public-culture/article-abstract/8/2/187/32194/Cities=-and-Citizenship?redirectedFrom-fulltext>. Acesso em: 13 mai. 2024.

MALTA, Eder. Imagens de um tempo lento: reflexões sobre o cotidiano urbano em Belém (Brasil) e Santiago (Chile). **AMBI-VALÊNCIAS**, v. 10, p. 59-96, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/Ambivalencias/article/view/18421/13841>. Acesso em: 10 mai. 2024.

MARCON, Frank Nilton. Agências Estetizadas: Juventudes, Mobilizações e Ativismos em Angola. **Crítica e Sociedade: revista de cultura política**, v. 9, n. 2, p. 191-208, 2019. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/criticassociedade/article/view/56679/30081>. Acesso em: 12 mai. 2024.

MARCON, Frank Nilton. Agências Estetizadas, Geração Digital, Ativismos e Protestos no Brasil. **Ponto Urbe**, n. 23, p. 1-19, 2018.

MARCON, Frank Nilton; GALVÃO, Letícia Oliveira Feijão. Práticas culturais juvenis e a cidade como *locus* de ação política e disputa de sentidos sobre o espaço público. **Ponto Urbe**, v. 31, n. 1, p. 1-17, 2023. Disponível em: <https://journals.openedition.org/pontourbe/pdf/15056>. Acesso em: 12 mai. 2024.

MARQUES, Sandra C. S.; CAMPOS, Ricardo. Políticas de Visualidade, Práticas Visuais e a Construção de Espaços de Imaginação. **Cadernos de Arte e Antropologia**, v. 6, n. 2, p. 5-10, 2017. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cadernosaa/pdf/1250>. Acesso em: 24 abr. 2024.

MARTÍN-BARBERO, Jesús.; FEIXA, Carles.; FIGUERAS, Monica. (Orgs.). **Jovens, entre o palimpsesto e o hipertexto**. São Paulo: Edições SESC, 2022. 200 p.

MOURÃO, Victor. Neotativismo canábico, controvérsias científicas e canabização do humano: Transformações no complexo simbólico e político da cannabis. In: FRAGA, Paulo; ROSA, Lilian; REZENDE, Daniela (orgs). **De maconha à cannabis: entre política, história e moralidades**. Juiz de Fora: Editora UFJF/Aldeia, 2023, p. 72-83. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/editora/wp-content/uploads/sites/113/2023/09/De-maconha-%C3%A0-cannabis-entre-pol%C3%A0tica-hist%C3%B3ria-e-moralidades-Editora-UFJF.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2024.

NILAN, Pam; FEIXA, Carles. **Global Youth? Hybrid identities, plural worlds**. New York: Routledge, 2006. 218 p.

PRADO, Monique. Política de drogas e “reparação histórica”: uma análise da atuação da marcha da maconha do Rio de Janeiro e sua influência no cenário político e cultural. In: FRAGA, Paula; ROSA, Lilian; REZENDE, Daniela (orgs). **De maconha à cannabis: entre política, história e moralidades**. Juiz de Fora: Editora UFJF/Aldeia, 2023, p. 72-83. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/editora/wp-content/uploads/sites/113/2023/09/De-maconha-%C3%A0-cannabis-entre-pol%C3%A0tica-hist%C3%B3ria-e-moralidades-Editora-UFJF.pdf>. Acesso em: 16 mai. 2024.

ROSIN, Lucas Bravo.; LEITE, Cristiane Kerches da Silva. A bicicleta como resistência: o paradigma rodoviarista e o papel do ativismo ciclista no município de São Paulo/SP. **Cadernos Metrópole**, v. 21, n. 46, p. 879-902, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cm/a/qdHRFqcstzR5BBTR48Yt7VJ/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 28 mai. 2024.

STILLERMAN, Joel. **The Sociology of Consumption: A Global Approach**. Cambridge, UK, Polity Press, 2015. 223 p.

ZUKIN, Sharon. **Point of Purchase**. New York: Routledge, 2004. 336 p.

Political spaces of consumption: Youth, visual politics and cannabis activism

Abstract

This article discusses the politics of visibility and visual consumption practices among activist youth in political spaces of consumption, exemplified by cannabis activism. Our focus addresses the creative agencies, aesthetic expressions, and mobilizations for social causes, health, and civil rights involving new political actors, extending beyond individual access to the plant and its derivatives for therapeutic or recreational purposes. The methodologies adopted are literature review and image analysis from the social network Instagram profiles of associations, professionals, and collectives. The research results reveal renewed identity profiles among activists that expand public understanding of cannabis through strategic visual practices, even as social and identity conflicts persist.

Keywords: Youth. Activism. Visualities. Consumption practices. Cannabis

Espacios políticos de consumo: Juventudes, políticas visuales y activismo cannábico

Resumen

Este artículo tiene como objetivo discutir las políticas de visibilidad y las prácticas de consumo visual entre las juventudes activistas en los espacios políticos de consumo, ejemplificadas en el activismo cannábico. Nuestro enfoque aborda los agenciamientos creativos, las expresiones estéticas y las movilizaciones en favor de causas sociales, la salud y los derechos civiles que involucran a nuevos actores políticos, y que van más allá del acceso individual a la planta y sus derivados con fines terapéuticos o recreativos. Las metodologías utilizadas son la revisión de literatura y el análisis de imágenes publicadas en perfiles de asociaciones, profesionales y colectivos en la red social Instagram. Los resultados de la investigación revelan perfiles identitarios renovados entre los activistas, que amplían la comprensión pública del cannabis mediante campañas visuales estratégicas articuladas a diversas agendas sociales, aunque persisten los conflictos sociales e identitarios.

Palabras Clave: Juventud. Activismo. Visualidades. Prácticas de consumo. Cannabis

HISTÓRICO	
Recebido: Julho/24	
Parecer: Agosto/24	
Parecer: Agosto/24	
Aceito: Setembro/24	
Revisado Autor: Outubro/24	
Revisão Gramatical/Ortográfica e ABNT: Novembro/24	
Revisado Autor: Novembro/24	
Publicado: Novembro/24	
Equipe Editorial Revista TOMO envolvida no processo editorial deste artigo	
Marina de Souza Sartore (Editora-Chefe)	
Gabriela Losekan (Editora Junior)	
Ítalo Gordiano de Cerqueira (Editor-Junior)	