

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ  
UNIOESTE/CAMPUS DE TOLEDO  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS - CCHS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS – MESTRADO**

**MARILENA OLGA KOCH**

**AS RELAÇÕES SOCIAIS NA CONTEMPORANEIDADE: OS USOS E  
APROPRIAÇÕES DO *FACEBOOK* ENTRE ALUNOS DE GRADUAÇÃO DE UMA  
UNIVERSIDADE PRIVADA NA CIDADE DE TOLEDO/PR**

**TOLEDO/PR**

**2018**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ  
UNIOESTE/CAMPUS DE TOLEDO  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS - CCHS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS – MESTRADO**

**MARILENA OLGA KOCH**

**AS RELAÇÕES SOCIAIS NA CONTEMPORANEIDADE: OS USOS E  
APROPRIAÇÕES DO *FACEBOOK* ENTRE ALUNOS DE GRADUAÇÃO DE UMA  
UNIVERSIDADE PRIVADA NA CIDADE DE TOLEDO/PR**

Dissertação apresentada como quesito parcial à obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais, Linha de Pesquisa “Cultura, Fronteiras e Identidades”, Centro de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, Campus Toledo.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Henrique Barbosa Dias

**TOLEDO/PR**

**2018**

KOCH, Marilena Olga

As relações sociais na contemporaneidade : os usos e apropriações do Facebook entre alunos de graduação de uma universidade privada na cidade de Toledo/PR. / Marilena Olga KOCH; orientador(a), Paulo Henrique Barbosa Dias, 2018.

118 f.

Dissertação (mestrado), Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Campus de Toledo, Centro de Ciências Humanas e Sociais, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2018.

1. Ciberespaço. 2. Facebook. 3. Identidade. 4. Relações Sociais. I. Dias, Paulo Henrique Barbosa. II. Título.

**MARILENA OLGA KOCH**

**AS RELAÇÕES SOCIAIS NA CONTEMPORANEIDADE: OS USOS E  
APROPRIAÇÕES DO *FACEBOOK* ENTRE ALUNOS DE GRADUAÇÃO DE UMA  
UNIVERSIDADE PRIVADA NA CIDADE DE TOLEDO/PR**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais, no curso de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Linha de Pesquisa “Cultura, Fronteiras e Identidades” Centro de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste) em 19 de dezembro de 2018.

**Banca Examinadora**

---

Prof. Dr. Paulo Henrique Barbosa Dias (Orientador)

Unioeste – Toledo

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Andréia Vicente da Silva

Unioeste – Toledo

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Marta Izabel Schneider Fiorentin

Unipar – Toledo

Dedico esse trabalho a todos os grandes mestres, professores que direta ou indiretamente contribuíram para minha formação.

## Agradecimentos

A meu marido Salah, pelo amor, pela dedicação, por cuidar de mim e de nossa família.

Aos meus filhos Amir e Guilherme, que embora ainda tão pequenos, pacientemente compreenderam minha ausência.

Às minhas irmãs Cristina e Monica, que mesmo à distância, estiveram ao meu lado, em pensamento e coração, vibrando junto a mim em todos os momentos desta jornada.

A meu pai, Paulo Artur Koch, pela vida, pela educação e por me permitir ser quem eu sou hoje.

Aos alunos, que tão respeitosa e prontamente aceitaram e contribuíram para a realização desta pesquisa.

À minhas amigas e colegas de trabalho da Unipar, que tanto me auxiliaram e me apoiaram, em especial, Professoras Marta, Silvana, Dcheimy, Telma, Dora, Fábía, dentre tantos que me motivaram a seguir em frente.

À minhas queridas amigas do grupo “Mestrandas da Depressão”, Taíza, Maria Tereza, Marta, Paula, Ana Paula, Carmem e Michele, sem o apoio e a amizade de vocês, esse projeto não se concretizaria.

A todos os professores, que compõem o corpo docente do curso de mestrado em ciências sociais da Unioeste-Toledo.

À Marilucy, pelo carinho, consideração e orientações.

Ao meu estimado orientador, Professor Paulo Dias, por todo o conhecimento transmitido, por todos os apontamentos, encaminhamentos, instruções, “puxões de orelha”, e principalmente, por não permitir que eu desistisse desse trabalho.

À Professora Andreia Vicente, pelas ideias, conselhos, pela escuta ativa dos desabafos e principalmente, pela valiosa amizade que nasceu e se fortaleceu ao longo desses últimos dois anos.

A todos meus amigos, os de perto e os de longe, que sempre me acompanharam, que torcem e vibram junto a mim.

Meu muito obrigada!

KOCH, M.O., **As relações sociais na contemporaneidade**: os usos e apropriações do Facebook por alunos de uma universidade privada da cidade de Toledo-PR. 2018. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Nível de Mestrado) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Campus Toledo.

### **RESUMO:**

O presente estudo buscou averiguar de que forma a conectividade via internet e a interatividade via Facebook revelam características do sujeito contemporâneo conectado. A pesquisa exploratória foi realizada por meio de estudos de casos junto a oito alunos de uma universidade privada na cidade de Toledo-PR. Foram analisadas e descritas as práticas dos alunos, e as relações sociais por eles estabelecidas. Buscou-se compreender como se expressam e se representam esses indivíduos, quem são seus interlocutores e quais práticas estes indivíduos desenvolvem na referida mídia social. Por meio da observação das páginas pessoais dos alunos e entrevistas em profundidade com os mesmos, constatou-se que o Facebook para além de um espaço para interação entre os usuários, caracteriza-se como um lócus de expressões identitárias dos indivíduos.

**PALAVRAS-CHAVE:** ciberespaço; Facebook, identidade, relações sociais

**KOCH, M.O., Social relations in the contemporaneity:** the uses and appropriations of Facebook by students of a private university in the city of Toledo-PR. 2018. Dissertation (Graduate Program in Social Sciences Master's Degree) - State University of Western Paraná - Campus Toledo.

### **ABSTRACT**

The present study sought to find out how internet connectivity and interactivity via Facebook reveal characteristics of the connected contemporary subject. More specifically, the students' practices and the social relations established by them were analyzed and described. The exploratory research was carried out through case studies with eight students from a private university in the city of Toledo-PR. We sought to understand how these individuals are expressed and represented, who their interlocutors are and what practices these individuals develop in the social media. Through the observation of students' personal pages and in-depth interviews with them, it was found that Facebook, besides a space for interaction among users, is characterized as a locus of identity expressions of individuals.

**KEYWORDS:** cyberspace; Facebook; identity; social relationships

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Página para a criação da página pessoal – perfil.	31
Figura 2: Campo de atualização do status no Facebook.	34
Figura 3: Atualização do status no Facebook: opções de atividade.	35
Figura 4: Emotions evidenciando diferentes reações.	37
Figura 5: Página pessoal no Facebook.	37
Figura 6: Composição da página pessoal – Box “Sobre”.	38
Figura 7: Box “Mais”.	39
Figura 8: Exemplos de Expressões do “Internetês”.	53
Figura 9: Postagem de foto na página pessoal de Priscila, 19 anos.	83
Figura 10: Comentários e reações tecidas a partir da publicação da foto na figura 9.	83

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Quadro comparativo referente a rede social dos alunos no Facebook	86
Tabela 2: Conteúdos e Formas de manifestação de PEDRO, 22 anos.	92
Tabela 3: Conteúdos e Formas de manifestação de RICARDO, 54 anos	93
Tabela 4: Conteúdos e Formas de manifestação de GIOVANA, 20 anos	95
Tabela 5: Conteúdos e Formas de manifestação de ALEXANDRE, 38 anos.	97
Tabela 6: Conteúdos e Formas de manifestação de HENRIQUE, 34 anos.	98
Tabela 7: Conteúdos e Formas de manifestação de AGATHA, 39 anos.	100
Tabela 8: Conteúdos e Formas de manifestação de HELOISA, 43 anos.	102
Tabela 9: Conteúdos e Formas de manifestação de PRISCILA, 19 anos.	105
Tabela 10 – Usuários, suas interações e formas de manifestação no Facebook.	105

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	11
<b>1. CIBERCULTURA OU CULTURA DA INTERNET</b>	18
1.1 REDES SOCIAIS E SOCIABILIDADE EM REDE	23
1.2 O CAMPO: FACEBOOK	26
<b>1.2.1 Produtos e Recursos do Facebook</b>	32
<b>1.2.2 Dos usos e apropriações do Facebook</b>	34
<b>2. SUBJETIVIDADE E AGÊNCIA</b>	41
2.1 TEMPOS MODERNOS E MODERNIDADE TARDIA	44
2.2 O DESCENTRAMENTO DO SUJEITO	51
2.3 AS RELAÇÕES SOCIAIS NO FACEBOOK	57
<b>3. A PESQUISA DE CAMPO</b>	67
3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	67
3.2 O PERCURSO DA PESQUISA	68
3.3 ABORDAGENS COLABORATIVAS	70
3.4 DESCRIÇÃO DO PERFIL DOS PARTICIPANTES	73
<b>3.4.1 Primeiro Ato: Os atores</b>	73
<b>3.4.2 Segundo Ato: Aproximações e Distanciamento nos usos e práticas entre os alunos</b>	84
<b>3.4.2.1 Aproximações</b>	84
<b>3.4.2.2 Distanciamentos</b>	90
<b>3.4.3 Tipologias e análises individuais dos alunos</b>	91
<b>3.4.4 O todo como soma das partes: uma visão geral sobre os dados</b>	105
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	111
<b>REFERÊNCIAS</b>	114

## INTRODUÇÃO

A sociedade do século XXI se caracteriza pelo ritmo acelerado de mudanças globais que impactam na vida dos indivíduos em diversas esferas da sociedade. O avanço tecnológico e o surgimento da internet trouxeram consigo uma extensa gama de possibilidades antes inimagináveis. A interconectividade do mundo atual talvez seja a maior das consequências deste fenômeno. As distâncias foram minimizadas e ao mesmo tempo, ampliou-se o mundo perceptível, de maneira que com apenas o “clique” ou um *touch* em um dispositivo, é possível acessar informações de todos os cantos do mundo em um mínimo espaço de tempo.

Além da possibilidade de acesso a informações em escala global, a internet possibilitou o estabelecimento de novas formas de relações sociais e a interação constante entre pessoas e grupos muitas vezes distantes e distintos. A ampliação de recursos tecnológicos e comunicacionais propiciou novas plataformas de interação, os sites de mídias sociais, como o Facebook, conectando indivíduos e tecendo redes de relações que representam um vasto campo de pesquisa para as ciências sociais.

O Facebook, alcançou a marca de 2,23 bilhões de usuários em todo o mundo e destes, 127 milhões só no Brasil (FACEBOOK, 2018). Tais dados impressionam e revelam a poderosa ferramenta de comunicação e interação social que temos em número de usuários. O Facebook, assim como o Twitter<sup>1</sup> e o Instagram<sup>2</sup> constituem uma categoria de utilitária da internet, cada vez mais difundida, a dos sites de rede social ou mídias sociais – termo escolhido para ser utilizado nesta dissertação.

Trata-se de instrumentos ou plataformas que propiciam a publicação e a construção de redes sociais - compreendidas como estruturas dos agrupamentos ou conjunto de indivíduos, compostas pelas interações que edificam os grupos sociais. Nessas mídias sociais, as redes são moldadas, transformadas pela mediação de tecnologias e principalmente pela apropriação delas para a comunicação.

---

<sup>1</sup> Rede social e um servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, por meio do website do serviço, por SMS e por softwares específicos de gerenciamento.

<sup>2</sup> Rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais, como Facebook, Twitter e outras.

Alguns afirmam que vivenciamos tempos de individualismo exacerbado, isolamento, relações superficiais, mas, não se trata de um consenso. Talvez o arsenal de tecnologias de informação e comunicação disponível sobretudo a internet, e os distintos recursos, como as mídias sociais, revelariam uma outra perspectiva, o surgimento de um sujeito contemporâneo interconectado, um ser que busca conhecer, se informar e interagir agora também no campo do ciberespaço.

Quando a internet foi disponibilizada comercialmente, na década de 90, ela contribuiu para ampliar os processos de diversificação das relações sociais. As interações entre indivíduos e grupos vem sendo crescentemente mediadas por plataformas comunicacionais em rede. Manuel Castells (2005) menciona o termo “sociedade em rede”, referindo-se ao o período no qual se vivencia sob a hegemonia das tecnologias da informação e comunicação. Trata-se de uma peculiaridade do mundo globalizado, a qual permite a interação de pessoas através de tecnologias de comunicação e informação, fomentando conhecimento partilhado em diversas esferas da sociedade, desde a política ao entretenimento, passando por áreas como educação, economia e saúde, caracterizando uma transformação do tempo e do espaço da experiência humana. (CASTELLS, 2005)

Até este momento, as pessoas escreviam diários e registravam em suas agendas fatos e eventos importantes, hoje publicam-se blogs, compartilham-se posts em websites. As correspondências manuscritas ou impressas foram em sua grande maioria, substituídas por mensagens eletrônicas com às quais distintos tipos de arquivos podem ser incorporados e fluir por meio da *web*. As tecnologias da informação e comunicação vem se tornando cada vez mais presente na vida das pessoas e nos dias atuais, para muitos não se pode mais imaginar a vida sem elas.

Nos últimos anos, nas ciências sociais brasileiras inúmeros temas se destacaram no campo da cibercultura, tais como:

[...] realidade virtual, da comunicação mediada por computador (CMC), da internet e dos seus dispositivos, como também aqueles da inteligência artificial, do pós-humano e da elasticidade da vida – nos laboratórios ou no Ciberespaço – são os mais recorrentes. Desde e-mails, chats, blogs e listas de discussão, transações bancárias, desenvolvedores de softwares e jogos eletrônicos, tecnologias da imagem, a produção e difusão artísticas, dispositivos móveis e seus aplicativos, as redes sociais e suas formas de lazer, ativismo e politização ou ainda toda a sorte de ciborgues que vem se multiplicando pela expansão cada vez mais pervasiva e ubíqua dessas tecnologias. (SEGATA; RIFIOTIS, 2016, p.09)

Observa-se que tem havido mudanças na forma como os indivíduos lidam com as novas tecnologias comunicacionais, com as informações e participam ativamente do processo de desenvolvimento e construção destas mesmas, a partir de suas práticas. Desta forma, os procedimentos da pesquisa foram teoricamente orientados a luz de alguns autores que de alguma forma, vinculam-se ao que poderia se chamar de teoria da agência, que por sua vez veem influenciando muitos estudos no campo das ciências sociais e humanas.

Além das teorias da agência, a abordagem dramaturgicada de Goffman e seus conceitos, contribuiu para a análise e discussão dos dados obtidos a partir das observações e entrevistas realizadas junto aos participantes do estudo. Para a compreensão de alguns aspectos conceituais referentes a este universo denominado ciberespaço e o campo de pesquisa, também foi necessário recorrer a diversas concepções teóricas sobre as temáticas do ciberespaço, redes sociais, relações sociais mediadas por computador/internet e relação dos indivíduos com objetos.

Na presente pesquisa baseada em informações fornecidas por oito alunos de uma universidade privada da cidade de Toledo-PR, usuários da mídia social Facebook, buscou-se averiguar de que forma a conectividade via internet e a interatividade via Facebook revelam características do sujeito contemporâneo conectado. Mais especificamente, foram analisadas e descritas as práticas daqueles alunos e as relações sociais por eles estabelecidas – o que informam e para quem. Também buscou-se conhecer as representações e expressões identitárias utilizadas por estes indivíduos em termos de material simbólico para a construção de seus perfis<sup>3</sup> e identificar possíveis discrepâncias ou similaridades entre estes usuários da mídia social.

Uma pesquisa realizada pela agência de marketing social *We Are Social*<sup>4</sup> em parceria com a agência *Hootsuite* sobre uso da internet no mundo durante o período de janeiro de 2017 a janeiro de 2018 revelou que o Brasil está na trigésima posição

---

<sup>3</sup> Tradução de Profile, em inglês, refere-se aos espaços de construção e apresentação de si, onde o usuário ou administrador insere seus dados pessoais como nome, data de nascimento, foto, status de relacionamento; dentre outras informações. É também por meio destes, que os usuários estabelecem e gerenciam toda a comunicação que ocorre na plataforma, também denominado de página pessoal na mídia social Facebook.

<sup>4</sup> <https://digitalreport.wearesocial.com/>

no ranking em termos de penetração da internet, com 66% sobre o total da população no país. O Brasil é o terceiro país no mundo onde as pessoas passam mais tempo on-line, com a média de nove horas e quatorze minutos de navegação diária na rede. Os números em relação ao acesso a rede por meio do celular também são significativos, 129 milhões de pessoas. Em relação ao tempo dispendido em mídias sociais, o país ocupa a segunda posição com o tempo médio de três horas e trinta e nove minutos, atrás apenas das Filipinas com três horas e cinquenta e sete minutos. São 130 milhões de usuários ativos em sites de relacionamento e destes, 120 milhões os acessam por meio do celular. Ainda de acordo com a pesquisa, no período de 12 meses, entre janeiro de 2017 e janeiro de 2018, houve crescimento no acesso às mídias sociais, no Brasil o percentual foi de 7%, ou seja, 8 milhões de pessoas a mais em relação ao mesmo período no ano anterior. (WE ARE SOCIAL, 2018)

No ambiente universitário, é possível notar por meio de observações e diálogos informais, a significativa adesão às mídias sociais, entre elas o Facebook. Considerando esse panorama, buscou-se respostas para algumas indagações acerca das formas de uso da mídia social Facebook. Estaria a prática destes usuários do Facebook voltada a uma dimensão mais institucionalizada, por exemplo, ao utilizar sua página pessoal para fins profissionais, ou ainda em prol de uma ideologia religioso ou política? Quem é esse sujeito contemporâneo conectado?

O campo de observação constituiu-se pelas páginas pessoais dos alunos de graduação de uma universidade privada na cidade de Toledo-PR, escolhida por critério de conveniência, considerando acessibilidade e disponibilidade dos envolvidos no estudo. Foram convidados a participar da pesquisa, alunos ingressantes e formandos de cursos de graduação que representassem as áreas das ciências humanas, exatas e saúde.

Este primeiro recorte objetivou contemplar diferentes idades, gêneros e perfis. Inicialmente, 155 acadêmicos, sendo 109 do gênero feminino e 46 do gênero masculino, aceitaram participar da pesquisa e assinaram o termo de consentimento livre esclarecido – TCLE. A partir de então foram estabelecidas três diferentes faixas etárias considerando a idade mínima e máxima dos 155 alunos participantes (entre 17 anos e 53 anos). Foram selecionados arbitrariamente dentre estes, um grupo de

indivíduos com 08 componentes, sendo: 04 mulheres com idades entre 19 e 43 anos e quatro homens com idades entre 22 e 54 anos. Dados estes que serão melhor detalhados do decorrer do texto, no item apresentação por entrevistados. A opção pela restrição do número total de participantes ocorreu em razão da natureza do que foi observado – as páginas pessoais dos usuários da mídia social Facebook. Foi decidido limitar o número de alunos, pois não seria viável a análise aprofundada de um grande número de indivíduos. Cabe aqui também esclarecer que o curso de Direito representando a área das ciências humanas nesta pesquisa, destacou-se pelo número de participantes, 04 indivíduos, devido ao fato de ter sido o curso com maior número de alunos e também maior heterogeneidade em termos de idade e gênero entre ingressantes e formandos na universidade onde ocorreu o estudo.

Para a obtenção dos dados de análise e descrição, foi criada uma página pessoal no Facebook, específica para fins de pesquisa, pela qual se efetuou o acesso as páginas pessoais dos alunos voluntários, participantes do estudo, previamente abordados, por meio de convite – solicitação de amizade.

Foram realizadas observações semanais das páginas pessoais ao longo de dois meses em dias e horários alternados visando:

a) explorar as práticas dos indivíduos na construção e atualização de suas páginas pessoais no Facebook, considerando fotos/imagens do perfil, foto/imagens da capa, adoção de pseudônimo, apelido ou utilização do nome real e disponibilização de dados pessoais na apresentação.

No ciberespaço há um contínuo processo de construção e expressões identitárias, coletivas e individuais, um método que se dá como apropriação de um espaço privado e público simultaneamente e que sinaliza a presença do ator, de alguém que comunica algo e faz com que o outro o perceba, possibilitando conexões. (DÖRING, 2002; LEMOS, 2002; SIBILIA, 2003 apud RECUERO, 2004).

No Facebook, a página pessoal se caracteriza por um espaço de interação, um lócus de fala construído de forma a expressar elementos constitutivos do ator social. Desta forma, um primeiro ponto a ser considerado para a investigação é a característica da expressão pessoal ou a personalização na internet. Compreender

como os indivíduos se representam e se fazem perceber pelo outro neste campo é fundamental para perceber como se estabelecem as conexões e interações sociais.

b) sobre as postagens<sup>5</sup>, procurou-se realizar um mapeamento, considerando a frequência e o comportamento dos indivíduos – o que fazem e de que maneira o fazem, bem como realizar uma análise quanto ao conteúdo e formato do que é publicado, visando avaliar dentre os agentes/atores, os usos do Facebook, o propósito ou principal finalidade para a qual utilizam esta mídia social.

Em relação ao conteúdo, baseado em observações anteriores a realização do estudo, como usuária da mídia social, foram arbitrariamente criadas e elencadas algumas categorias de postagem que aparecem com maior frequência, tais como: selfies, experiências pessoais, família, profissional (marketing/carreira), religião (proselitismo ou apenas manifestação da crença), ativismo de toda ordem, causas humanitárias, movimentos sociais, espectro político-ideológico, arte, conteúdo de cunho técnico-científico e conteúdo inspiracional/motivacional. Buscou-se também averiguar a forma de exposição das postagens: público ou restrita, visando responder as questões sobre o que postam e para quem postam.

Com o propósito de complementar informações e preencher possíveis lacunas, foram realizadas entrevistas em profundidade, individual e pessoalmente com cada um dos oito participantes do estudo.

Com relação a estrutura da dissertação, o primeiro capítulo, aborda a questão da cultura da internet, a apropriação de dispositivos tecnológicos comunicacionais, as redes sociais e o campo de pesquisa, a mídia social Facebook. Para tal serão apresentadas algumas ideias de autores que se propuseram a problematizar e discutir sobre o tema.

O capítulo dois, aborda as noções de identidade, subjetividade e sujeito na contemporaneidade bem como suas práticas, a luz alguns teóricos sociais que por sua vez também contribuem para a compreensão destes conceitos, a partir das transformações do cenário e dinâmica social que diretamente exercem influência sobre o comportamento dos indivíduos e sua constituição.

---

<sup>5</sup> Postar: adaptação do verbo *to post* em inglês. Refere-se as atualizações, conteúdos que são publicados, passíveis de visualização na página pessoal do usuário do Facebook (textos, fotos, imagens, vídeos, áudios, hiperlinks, etc.).

Considerando que o presente estudo tem como foco as práticas que diretamente refletem nas relações sociais, ainda neste capítulo são apresentados os conceitos de agência tanto dos atores quanto dos objetos utilizando-se das formulações de Bourdieu, Giddens, Garfinkel e Latour, teóricos estes, que abordam e discutem tais conceitos em suas teorias. O terceiro capítulo traz consigo o enquadre e processo metodológico do estudo bem como a apresentação e discussão dos dados oriundos das observações nas páginas pessoais no Facebook dos participantes e informações obtidas por meio das entrevistas em profundidade. A presente dissertação se findará no capítulo quatro com as considerações e apontamentos para futuros estudos e desdobramentos sobre a temática.

## 1 CIBERCULTURA OU CULTURA DA INTERNET

As tecnologias comunicacionais das quais dispomos hoje ocupam um lugar de destaque nas transformações experimentadas em muitos aspectos da vida social. Não é a intenção desta pesquisa se aprofundar no debate relacionado ao surgimento destas tecnologias, ou ainda as motivações que impulsionaram o surgimento das mesmas, pois trata-se de um quadro complexo. De acordo com Fragoso (2009), é difícil resistir e não cair na máxima do determinismo tecnológico, que traduz em respostas demasiadamente simplistas de que a tecnologia define a sociedade. Para a autora, esse pressuposto dá origem a explicações frágeis, porém reconfortantes no sentido de que oferecem uma certa solidez e estabilidade que contrapõe o contexto conturbado o qual vivemos atualmente. Neste presente estudo, partiu-se da premissa de que todas as tecnologias são artefatos culturais, produtos de nossas necessidades, intenções e propósitos, porém a que se considerar, que as formas como nos apropriamos delas e os usos dessas tecnologias fazem com que as mesmas se reinventem e adquiriam novas funcionalidades e características. Assim, penso que moldamos e somos moldados por essas tecnologias. Há um processo de influência recíproca que abre um leque de possibilidades, sobre tudo na dinâmica das relações sociais.

Com a popularização dessas ferramentas, a utilização de computadores, notebooks, tablets e em especial os celulares (smartphones) para conversar, interagir e conectar-se a outras pessoas em qualquer parte do mundo, passaram a fazer parte do cotidiano das pessoas e de suas práticas de comunicação.

Desta forma, essas tecnologias fomentaram novos espaços de interação entre indivíduos e de acordo com Recuero (2012), adquire contornos similares aqueles da conversação visando estabelecer e/ou manter laços sociais. Representam um espaço de lazer, *lócus* virtual onde as práticas sociais ocorrem pelos mais diversos motivos ou fatores, sejam eles em termos de limitações do espaço físico, limitações inerentes a vida moderna ou apenas pela comodidade, conforto.

Tratam-se de novas modalidades de “ser” social que possuem impactos variados na sociedade contemporânea a partir das práticas estabelecidas no

ciberespaço. Essas práticas são também dependentes das limitações técnicas dos espaços construídos para a interação que vão reconstruir, através da apropriação, sentidos e convenções para interação online. Conjuntamente, essas interações possuem novos formatos e são continuamente adaptadas e negociadas para acontecer dentro das limitações, possibilidades e atributos das ferramentas. (RECUERO, 2012)

Para refletir sobre essas novas formas de “ser” social e interação entre indivíduos neste novo território que aloca o concreto e o virtual, o humano e o não humano<sup>6</sup>, nos termos de Latour (2012), serão apresentadas inicialmente algumas ideias referentes ao conceito de cibercultura e cultura da internet com o intuito de nos situar em relação ao universo ao qual pretende-se explorar neste trabalho.

O arsenal tecnológico disponível hoje é fruto de uma produção social, foi socialmente constituído. Essa produção social é estruturada culturalmente e a Internet não foge à regra.

Na obra de ficção científica, *Neuromancer*, de 1984, William Gibson, utiliza, pela primeira vez o termo “ciberespaço” que reflete o universo das redes digitais, descrito como um campo de batalha entre empresas multinacionais, cenário de conflitos mundiais, uma nova fronteira econômica e cultural. O ciberespaço desenhado por Gibson, tornava perceptível a geografia móvel da informação, normalmente invisível. (LEVY, 1999)

Levy (1999), enfatiza a codificação digital, afirmando que a mesma condiciona o caráter virtual da informação, que é a marca distintiva do ciberespaço. Este novo recurso tem a capacidade de colocar sinergia e interfacear todos os dispositivos de criação de informação, de gravação e simulação. O aspecto da digitalização geral das informações faz do ciberespaço o principal *locus* de comunicação e suporte de memória da humanidade no século XXI. O termo não especifica apenas a infraestrutura material da comunicação digital, envolve também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os indivíduos que navegam e alimentam esse universo.

---

<sup>6</sup> Termo utilizado por Bruno Latour na teoria ator-rede para se referir aos objetos, as coisas e também dispositivos tecnológicos, como computadores, smartphones, softwares, etc., que mediam as relações humanas.

O conceito foi adotado por usuários e criadores de redes digitais e seria integrado às mais distintas formas de expressão: literária, musical, audiovisual, artes plásticas, que podem ser pensadas como parte da “cibercultura”. (LÉVY, 1999)

Para Lévy (1999 p. 92), o ciberespaço pode ser definido como um “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores.”. Essa definição abarca o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos, (inclusos os conjuntos de ondas de rádio e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização.

O ciberespaço pode ser abrangido como uma dimensão que surge junto à digitalização do simbólico e sua veiculação por meio da rede mundial de computadores e outros instrumentos, recursos tecnológicos que interagem com as dimensões preexistentes, criando novas lógicas e formas de relação cultural. (BRITTO, 2009).

Ao longo de sua história a humanidade multiplicou sua produção simbólica de forma exponencial. Por meio de diversos artefatos, símbolos, cores, sons, traços que se combinam e se reconfiguram infinitamente, foi se produzindo um universo de formas e expressões culturais que hoje pode ser digitalizada e disponibilizada através da internet.

Tudo o que concebemos de simbólico, reduzido a apenas um código binário. Centenas de alfabetos, milhões de imagens e sons, tudo codificado para a lógica digital. A rede acaba por se constituir num imenso depósito de imaginação humana, uma reserva permanentemente renovada e atualizada de produtos de culturas tão diversas” (BRITTO, 2009. p.134).

O ciberespaço assim pode ser compreendido também como uma porta de entrada, o acesso a um grande acervo do conhecimento e da produção humana, um imenso conjunto das diversas manifestações artísticas, culturais e intelectuais do atual e do que foi anteriormente produzido.

Não há um corpo teórico denominado cibercultura. Existem diversas e até discordantes visões acerca da cultura que se manifesta ou que é produzida na esfera do ciberespaço.

Rüdiger (2016 p.07) afirma que:

A cibercultura pode ser entendida como uma formação histórica de cunho prático e cotidiano, cujas linhas de força e rápida expansão, baseadas nas redes telemáticas, estão criando em pouco tempo, não apenas um mundo próprio, mas também um campo de interrogação pujante, dividido em várias tendências de interpretação.

Em meados da década de 90, quando a internet iniciou sua trajetória de popularização como plataforma de comunicação cotidiana, tão relevante quanto a sua apropriação ordinária, foi a sua exploração publicística e mercadológica, que, a partir dessa época, a formatou para a sociedade. O surgimento do que daí então, passou a ser chamado de cibercultura por diversos comunicadores e intelectuais diz respeito sobretudo à transformação dos aparatos de informação em recurso de uso cotidiano por parte das pessoas e das instituições.

Durante a segunda metade de século XX, segundo Rüdiger (2016), a sociedade iniciou um novo ciclo de desenvolvimento tecnológico, fundamentado na expansão dos maquinários informáticos de processamento de dados e desenvolvimento de redes comunicacionais. O aparecimento da expressão cibercultura, situa-se neste cenário.

Alice Hilton (1964), considerada a pioneira na utilização do termo afirmava que a revolução tecnológica colocava à sociedade um desafio ético de escala universal: a humanidade estava então diante de uma situação de escolha entre a educação emancipatória e o lazer criativo de um lado e a adaptação mecânica e idiotia apática, de outro. (HILTON, 1964 apud RÜDIGER, 2016).

Adentrando na era na internet, que teve seu auge no início dos anos 90, as definições começaram a se refinar e deram origem a teorizações mais amplas. Arturo Escobar (2000), referiu-se a cibercultura como desenvolvimento de novas tecnologias em duas áreas: a inteligência artificial tendo como foco as tecnologias de computação e informação e a biotecnologia.

Já para Pierre Levy, a cibercultura se caracteriza como um conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas e atitudes, de formas de pensar e de valores que se desenvolvem em paralelo ao desenvolvimento do ciberespaço. (LÉVY, 1999).

Podemos compreender a cibercultura então, como algo que está diretamente relacionada ao complexo enredo social e suas demandas, é o espaço de manifestação do todo cultural contemporâneo e, portanto, não deve considerada com uma subcultura ou cultura particular. Trata-se de um longo e contínuo processo

resultante do desenvolvimento tecnológico que é estruturado socialmente e simultaneamente condiciona novas práticas sociais.

De acordo com Britto (2009), o processo de conversão do simbólico em digital, não faz com que as práticas culturais preexistentes sejam anuladas ou esquecidas, elas permanecem. O digital não ocorre em substituição ao tradicional, estas duas instâncias coexistem, num processo dialético entre resistência e inovações. Assim, pode-se então considerar o digital ou virtual como uma forte tendência da pós-modernidade, mas não excludente do que a precede e que permanece existindo nas diversas dimensões da produção cultural na sociedade.

Manuel Castells (2003), em sua obra “A Galáxia da Internet” utiliza-se do termo “cultura da internet” e esclarece que essa se traduz por uma estrutura de camadas. Segundo ele, no topo do constructo cultural que promoveu a criação da Internet está a cultura tecnomeritocrática da excelência científica e tecnológica, que se origina essencialmente da *big science*<sup>7</sup> e do mundo acadêmico. Essa tecnomeritocracia tinha como premissa, a missão de dominação (ou contradominação) do mundo pelo poder de conhecimento, mas conservou sua autonomia e confiou numa comunidade de pares como a fonte de sua legitimidade auto definida. A capacidade de criar tecnologia e de compartilhá-la com a comunidade são valores respeitados pelos hackers, a liberdade é um valor fundamental, em especial a liberdade de acesso à sua a tecnologia e a de usá-la como quiser.

A apropriação da capacidade de interconexão por redes sociais de todos os tipos teve como consequência a formação de comunidades on-line que reinventaram a sociedade nesse processo, expandiram eximamente a interconexão de computadores, em seu alcance e em seus usos. Estas comunidades adotaram os valores tecnológicos da meritocracia e adotaram a crença dos hackers em relação ao valor da liberdade, da comunicação horizontal e da interconexão interativa, contudo, utilizando-a para a vida social ao invés da prática da tecnologia pela tecnologia.

Os empresários da Internet se depararam com um novo universo, repleto de inovações tecnológicas, novas formas de vida social e sujeitos autônomos, cuja

---

<sup>7</sup> Termo utilizado por historiadores das ciências para descrever investigações científicas que envolvem grande e caros projetos, geralmente financiados pelo governo.

capacidade tecnológica lhes permitia poder de negociação frente as regras e instituições sociais dominantes. Os empresários foram além, assumindo o controle utilizando-se do poder que viria junto a essa tecnologia, o dinheiro. Assim a cultura empresarial orientada para o dinheiro partiu para a conquista do mundo e, nesse processo fez da internet a espinha dorsal da vida das pessoas.

## 1.1 REDES SOCIAIS E SOCIABILIDADE EM REDE

A internet atual também conhecida como web 2.0 tem como principal característica a possibilidade de sociabilização entre pessoas e grupos por meio de plataformas de comunicação mediadas por computador (CMC). Essas comunicações estabelecidas através de conexões, deixam rastros, que por sua vez formam as denominadas redes sociais. Porém, o termo rede social, (*social network*) surgiu muito anteriormente ao conceito que se conhece hoje, vinculado as tecnologias de informação. A discussão acerca do conceito já está fundamentada nas disciplinas das ciências sociais de longa data. Em 1954, J.A. Barnes começou a usar o termo sistematicamente como um recurso de análise, incorporando os conceitos tradicionalmente usados tanto pela sociedade quanto pelos cientistas sociais: grupos bem definidos como por exemplo tribos, famílias e categorias sociais, tais como gênero e grupos étnicos. Posteriormente, diversos outros autores das ciências sociais ampliaram e difundiram o uso sistemático da análise das redes. (ACIOLI, 2007)

Os sites de redes sociais passaram a existir alguns anos após a criação da World Wide Web<sup>8</sup> e popularização dos computadores pessoais. SixDegrees foi a primeira mídia social na internet e existiu entre os anos de 1997 a 2000. Esta primeira rede social na internet permitia aos seus usuários a criação de um perfil virtual, o qual agrupava registros de publicações e de contatos e possibilitava a navegação pelas redes sociais que se estabeleciam por meio de outros usuários cadastrados no site. O SixDegrees deu início ao que viria a ser denominado como formas de “agregações eletrônicas” ou “comunidades mediadas por computadores” (LEMOS; LEVY, 2010). A partir do sucesso obtido por essa pioneira mídia social e

---

<sup>8</sup> (WWW) também conhecida como Web. Trata-se de um termo técnico que traduzido para o português significa rede mundial de computadores. Caracteriza-se por um sistema de documentos em hipermídia que são interligados e executados na internet. < [https://pt.wikipedia.org/wiki/World\\_Wide\\_Web](https://pt.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web)>

devido ao crescente número de adeptos de seus serviços, outros sites como estes foram criados. Em um relativo espaço de tempo, talvez uma década, as mídias sociais se diversificaram e obtiveram milhões de usuários procedentes das mais diversas partes do mundo e assim esses suportes comunicacionais foram recebendo destaque por reunir atores (pessoas, grupos, instituições) e suas respectivas conexões, constituindo-se como uma rede de contatos que tende a expandir-se na medida em que novos usuários iniciam sua utilização. (RECUERO, 2005)

Lemos e Levy (2010) assinalam que o desenvolvimento de comunidades e redes sociais on-line é provavelmente um dos maiores acontecimentos dos últimos anos em razão de ser uma nova forma de “fazer sociedade”. Para Castells (1999), criou-se uma nova forma de organização social, deslocando indivíduos e grupos para a rede na internet.

Howard Rheingold (1993), um dos pioneiros no debate relacionados às redes sociais na internet, na década de 1990 as definiu como sendo comunidades construídas pela interação, uma forma de interação predominantemente maior entre os participantes em relação à tecnologia. Para o autor, essa tecnologia funciona como plano de fundo, como suporte, conformando um espaço para que as pessoas troquem experiências por meio de computadores em rede. Sob essa perspectiva, a interação entre os indivíduos e grupos configuram um papel fundamental no que diz respeito a existência dessas redes. A diante, infere-se que a despeito da tecnologia e de todos os demais suportes e dispositivos envolvidos nesse universo, são as relações sociais estabelecidas entre os usuários que criam e mantem o interesse por essas redes.

Uma especificidade importante para as investigações sobre as redes sociais na internet, é que nelas, as interações se concretizam de forma diferenciada e com o intuito de distinguir entre essas interações mediadas por suportes tecnológicos e as interações conhecidas como face a face ou presenciais. Neste sentido destacamos as palavras de Goffman (2016) que caracteriza essa última: “A interação (isto é, interação face a face) pode ser definida, em linhas gerais, como a influência recíproca dos indivíduos sobre as ações uns dos outros, quando em presença física imediata.” (GOFFMAN, 2016, p.27-28) Sob esta definição, a interação entre os indivíduos se associa a presença física imediata entre os interlocutores. Embora haja a interação através da telefonia, a qual não se evidencia a presença física

imediate e se assemelha das interações via internet em muitos aspectos, nas mídias sociais apresenta-se alguns atributos fundamentais: se constituem por meio dos perfis, ou páginas pessoais que são construídos pelos usuários que se representam na rede; essas interações não se vinculam a tempo e espaço; podem se estabelecer em modalidades diversas (um para um, um para muitos, muitos para muitos e muitos para um) e ainda possibilitam o acesso e a inferência por parte de usuários diversos conectados à rede.

Atualmente, há diferentes mídias sociais com propósitos distintos (profissionais, amorosos, comerciais, etc.), mas que se aproximam em termos de semelhança, tais como mencionados por Recuero (2012) e Boyd (2007): possibilidade de comunicação assíncrona e gravada; buscabilidade, que permite a busca e por sua vez a extensão da rede relacional e construção de novas conexões, audiência invisível, que produz incerteza em relação a quem está estabelecendo a comunicação.

Conforme algumas possibilidades são exploradas e outras caem em desuso, recriam-se novos limites e potencialidades nessas interações mediadas por computador. Desta forma, ao tratar das mídias sociais não é suficiente considerar apenas os fatores estritamente tecnológicos da questão, ou seja, deixando como pano de fundo as pessoas que interagem umas com as outras para focar sobre a mediação tecnológica. Da mesma forma, contudo, não se pode recusar as especificidades do suporte tecnológico, pois as peculiaridades das relações sociais mediadas se fundam no encontro entre os aspectos humanos e não humanos, de forma que só podemos vislumbrá-los e compreendê-los na medida em que reconhecemos o conjunto de múltiplos e complexos fatores que está em jogo.

De acordo com Nobre e Pedro (2013), sob a concepção de rede de Latour (2001), as mediações ganham ênfase e apontam para um processo de constante redefinição. Não há nenhuma garantia de uma estabilidade pré-determinada, a priori, por um centro normatizador que esteja fora do campo inseparável de tais processos de agenciamentos e nenhuma transcendência normatizadora fora do tempo. Todo mediador é entendido, aqui, como seres/agenciamentos que não são nem puros humanos e nem puros não-humanos, denominados actantes.

Latour afirma:

O segredo é definir o ator com base naquilo que ele faz – seus desempenhos [...]. Uma vez que, em inglês, a palavra actor (ator) se limita a

humanos, utilizamos muitas vezes actant (atuante), termo tomado à semiótica, para incluir não-humanos na definição. (LATOURE, 2001 p. 346)

Sob esta perspectiva adentramos ao Facebook, nosso campo de observação, o qual procurou-se detalhar em termos de funcionamento e recursos disponibilizados com o intuito de compreender a dinâmica das relações sociais e das diversas práticas dos indivíduos que se sustentam nessa plataforma.

## 1.2 O CAMPO: FACEBOOK

Fundado em 2004 pelo então aluno da Universidade de Harvard, Mark Zuckerberg, o Facebook inicialmente foi limitado aos estudantes de Harvard e em pouco tempo expandiu-se para outras instituições de ensino superior americanas. O site gradativamente adicionou suporte para alunos de várias outras universidades, alunos de ensino médio e mais tarde, em 2005 tornou-se aberto para o público em geral, incluindo empresas. Atualmente o Facebook está ao alcance de qualquer pessoa com acesso à internet, em termos mundiais. (CORREIA; MOREIRA, 2014)

Em sua página oficial, o Facebook é descrito como um produto/serviço que tem como missão “dar as pessoas o poder de criar comunidades e aproximar as pessoas” e afirma “As pessoas usam o Facebook para manter contato com amigos e parentes, descobrir o que está acontecendo no mundo e compartilhar e expressar o que é importante para elas.”(FACEBOOK, 2018).

É curiosa a afirmação presente na página institucional da mídia social no diz respeito ao compartilhamento e expressão do que é importante para elas, no caso seus usuários. A assertiva nos sugere autonomia por parte dos agentes no sentido de expressarem-se sobre o que quiserem, como quiserem ou sobre o que julgam importante, porém atualmente já é sabido que existem mecanismos na rede que direcionam e de certa forma podem induzir o comportamento do usuário. Esses mecanismos denominados algoritmos<sup>9</sup>, que serão detalhados a seguir, selecionam conteúdo a partir dos rastros deixados na rede pelos usuários fazendo com que se estabeleça uma espécie de padrão de visualização.

---

<sup>9</sup> Informática – refere-se a um conjunto de regras e procedimentos lógicos definidos que levam a solução de problemas em um número finito de etapas. Fonte: < <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/Algoritmo/>>

Segundo especialistas, nas mídias sociais, se não houvesse uma triagem de conteúdo (o que aparece no feed de notícias do usuário), se tornaria possível ver todos os conteúdos de todas as atualizações de todas as pessoas e páginas que são seguidas, o que tornaria inviável o uso da plataforma, pelo excesso de informação. Assim, o que ocorre no caso do Facebook, é que há um algoritmo que dá uma ideia de relevância, selecionando, filtrando e mostrando as informações que o sistema julga acha que são importantes para o usuário com base na navegação.

Não são necessariamente as informações que o usuário escolhe ou seleciona. O usuário não tem a possibilidade de escolher o conteúdo de deseja visualizar, o algoritmo faz com que o conteúdo visualizado seja aquilo que o sistema acha mais interessante, com base em alguns sinais que foram passadas para ele. Que sinais seriam esses? Esses sinais se baseiam nas interações que são estabelecidas com determinadas publicações, as curtidas, reações, comentários e compartilhamentos, ou seja, as práticas na rede. Ao interagir sobre determinado conteúdo, o Facebook interpreta que o usuário gostaria de receber mais informações referentes a esse assunto. É dessa forma que ele faz a seleção de conteúdo e vai disponibilizando ao usuário “o que ele deveria ver”.

De forma simplificada, seria desta forma que os conteúdos e os anúncios chegam até o usuário.

Quais os problemas desse mecanismo?

Um deles é a questão de que muitas vezes o usuário se depara com notícias ou conteúdo dos quais ele não concorda, porém, ao reagir ou mesmo comentar negativamente aquele conteúdo, o sistema registra aquela interação e isso dá força para a publicação. Sendo assim, ao invés de suprimir aquele conteúdo, uma *fakenews* (notícia falsa<sup>10</sup>), por exemplo, o usuário reforça, dá força para tais notícias/anúncios. Por essa lógica, ao se deparar em seu feed de notícias com um determinado conteúdo que julga desagradável ou que não gostaria que estivesse na rede por ser inadequado, o ideal seria não interagir com o mesmo, não fazer nada, ou ainda a ocultar ou denuncia-la, comunicando ao Facebook que aquela publicação é ruim ou imprópria. Trata-se de uma questão complexa e por mais que o usuário

---

<sup>10</sup> Tradução livre

procure se ater aos conteúdos que lhe são pertinentes, não há um controle sobre as informações que chegarão em seu feed de notícias.

Recentemente, o Fundador do Facebook, Mark Zuckerberg, anunciou em sua página pessoal, mudanças no algoritmo da mídia social, com o intuito de priorizar atualizações de familiares e amigos em detrimento de publicidade realizadas por páginas comerciais. O mesmo justificou “Uma vez que há mais conteúdo público do que posts de amigos e da família, o feed afastou-se da coisa mais importante que o Facebook pode fazer: ajudar a nos conectarmos uns com os outros.” (CUSTÓDIO, 2018)

Mas seria realmente este o objetivo do Facebook?

Para Pariser (2012) a busca de saber o máximo possível acerca de seus usuários tornou-se a basilar na batalha entre os gigantes da internet atualmente (Google, Facebook, Apple e Microsoft). Chris Palmar, engenheiro de segurança de software da *Electronic Frontier Foundation* afirma “Recebemos um serviço gratuito e o custo são as informações sobre nós mesmos. E o Google e o Facebook transformam essas informações em dinheiro de forma bastante direta.” O serviço de e-mails da Google denominado Gmail e o Facebook, serviços oferecidos “gratuitamente”, embora sejam indiscutivelmente úteis como suportes de interação, são também mecanismos extremamente vorazes e eficazes para a extração de dados, nos quais alimentamos com os detalhes mais íntimos de nossas vidas. Quanto mais personalizada forem as ofertas de informações dos usuários, mais anúncios as empresas conseguirão vender e maior será a chance de que os usuários comprem os produtos oferecidos. A rede agora vira em torno do eu e o futuro da internet está na personalização.

Além da estratégia comercial, um outro ponto a ser discutido, diz respeito às informações, notícias que são consumidas e veiculadas na rede. Ainda de acordo com Pariser (2012), para uma grande porcentagem de indivíduos o feed de notícias como o Facebook, está se transformando na principal fonte de informações. Podemos observar essa realidade através da resposta de um dos entrevistados para esse estudo. Quando indagado sobre qual a principal utilidade do Facebook, responde:

*Eu uso para conversar com os amigos, saber sobre alguns eventos, alguma coisa, notícias também, eu sigo muito a página de notícias, eu sempre me informo bastante pelo Facebook, eu acredito. (PEDRO, 22 anos, formando de Direito).*

A problemática que envolve essa prática para obtenção de informação na rede consiste no que os especialistas chamam de “Efeito Bolha ou bolha de filtros”, ou seja, os filtros da mídia social examina aquilo que aparentemente é apreciado pelo usuário ou ainda as coisas das quais pessoas semelhantes com o perfil daquele usuário gostam e assim o sistema faz extrapolações<sup>11</sup>. Mecanismos de previsão criam e refinam continuamente uma teoria sobre quem é o usuário, o que esse usuário vai desejar seguir ou fazer. Unidos, esses mecanismos criam um universo de informações exclusivos para cada um dos indivíduos – a bolha de filtros, que altera fundamentalmente o modo como o indivíduo se depara com ideias e informações.

Não escolhemos aos critérios que o site utiliza para filtrar os diversos conteúdos, não optamos por entrar na bolha, porém ao efetuar escolhas sobre A ou B usamos uma “lente”, um filtro para compreendermos o mundo. Pariser (2012) salienta: eles vêm até nós (os filtros) e por serem a base de lucros dos sites que os utilizam, será cada vez mais difícil evitá-los.

Essa questão nos remete a reflexão sobre o quanto as práticas no Facebook poderiam influenciar na subjetividade e refletir sobre as identidades dos usuários. Podemos levantar também a ideia a agência da própria mídia social, uma vez que esta condiciona a prática dos indivíduos que se utilizam dela. Estaria então a agência do Facebook inculcando em seus usuários novos *habitus*?

A princípio deixaremos essa reflexão em aberto para nos ater a descrição dessa engenhosa mídia social, seus recursos e funcionalidades.

O Facebook pode ser definido como uma plataforma de comunicação online, ou ainda um website de relacionamentos, que interliga páginas pessoais, também denominadas *profile* (perfil) de seus usuários. Em sua página institucional é possível obter números que revelam o crescimento o seu crescimento exponencial. Em junho de 2018 o site contava com 1,47 bilhão de pessoas/contas ativas em todo o mundo

---

<sup>11</sup> Trata-se de um método matemático, processo de estimar, além do intervalo de observação original, o valor de uma variável com base em sua relação com outra variável.

e só no Brasil, eram aproximadamente 130 milhões de usuários. (FACEBOOK, 2018)

Em suas páginas pessoais os usuários publicam as mais diversas informações a seu respeito, e são também os usuários que ligam os seus perfis aos perfis de outros usuários, estabelecendo redes. Basicamente a experiência no Facebook permite que seus usuários desenvolvam três tipos de atividades: a publicação de informações pessoais relevantes em uma página individual com seu perfil, conectar-se a outros usuários e criar uma lista de amigos afim de interagir com outros usuários.

A criação de uma página pessoal no Facebook é um processo que demanda pouco tempo para ser realizado, com um designer bastante intuitivo, o sistema vai guiando o novo usuário, conforme será descrito a seguir.

Ao acessar a plataforma pela primeira vez, aparecerão campos obrigatórios a serem preenchidos, como: nome, sobrenome, celular ou e-mail, senha, data de nascimento e sexo. Nesta mesma página o novo usuário tem acesso a política de coleta de dados, na qual o Facebook explicita que tipo de informações serão coletadas para “garantir a melhor experiência com o produto/serviço”. (FACEBOOK, 2018). Dentre essas informações estão: Coisas que você e outras pessoas fazem e fornecem; redes e conexões; uso (tipos de publicações e conteúdos); informações sobre transações realizadas com os produtos do Facebook e informações de dispositivos utilizados para o acesso. Ainda neste campo, a política de coleta de dados descreve como as informações serão utilizadas e de que forma estas registradas no sistema serão compartilhadas. Após a conclusão dessa primeira etapa do cadastro, é enviada uma mensagem para o e-mail fornecido pelo usuário, para fins de validação da nova conta. Após a validação, o novo usuário segue para a próxima etapa que é a adição de amigos, o que pode ser realizado através de mensagem automática para o mailing de alguns serviços de e-mail, ou ainda por meio do campo de busca, onde o usuário pode digitar o nome de pessoas conhecidas e lhe enviar solicitações de amizade. O site também sugere ao novo usuário que preencha alguns dados de apresentação como, por exemplo: cidade onde mora e cidade onde nasceu, onde fez o ensino médio, onde estuda atualmente e onde trabalha, com o objetivo de facilitar o encontro de pessoas já conhecidas,

usuárias da mídia social. O último passo é a escolha da foto do perfil e a partir desta etapa, a página pessoal está pronta.

A construção da página pessoal nesta mídia social, bem como sua utilização, constitui-se como uma identificação dos indivíduos através de atributos distintos e de reconhecimento, os quais servem também para que cada usuário possa interagir com os demais usuários. Abaixo a figura 1 ilustra a página inicial para a construção do perfil na plataforma Facebook. Os prints a seguir foram extraídos do perfil criado exclusivamente para a realização deste estudo, denominado Mari Pesquisa.

Figura 1. Página para criação da página pessoal – perfil.



Fonte: [www.facebook.com/profile](http://www.facebook.com/profile). Print do perfil de pesquisa. Set.2018

Desde sua criação em fevereiro de 2004 até os dias atuais, o Facebook transformou-se em um admirável caso de sucesso através do domínio em massa de milhões de interações sociais, diárias. Este novo cenário de práticas sociais propicia aos cientistas sociais uma oportunidade sem precedentes de observação de comportamentos num cenário natural, totalmente novo e que pode envolver participantes de todo o mundo e com os mais diversos perfis. Para que se possa examinar e compreender essas práticas e possibilidades de interação neste cenário social, é importante detalhar as funcionalidades e atributos mais relevantes do Facebook, denominados como produtos e serviços.

### **1.2.1 Produtos e Recursos do Facebook**

Em sua página institucional, na janela produtos, o Facebook disponibiliza um apanhado geral sobre seus principais atributos e funcionalidades, conforme serão descritos a seguir:

Perfil ou Mural – também conhecida como página pessoal - possibilita ao usuário a organização, registro e publicação de eventos e atividades. O usuário pode escolher as informações, conteúdos (fotografias, imagens, textos, vídeos, áudios) que almeja publicar e compartilhar essas publicações com amigos específicos, marcando-os nos conteúdos divulgados ou ainda pode optar por restringir o acesso a publicação a partir do ícone de configuração de privacidade, este item será mais detalhado adiante em termos de funcionalidade. O Feed de notícias – disponibilizado em 2006, é o espaço onde as publicações mais recentes dos amigos do usuário são apontadas em ordem cronológica. Esta lista é atualizada regularmente e revela as publicações de amigos, páginas e outras conexões com grupos e eventos. Esta área é personalizada conforme os interesses e as atividades de compartilhamentos do usuário. Assim como a página pessoal, o item Feed de notícias receberá maior detalhamento a seguir, por se tratar de um espaço que permite a maior parte de interação entre os usuários no Facebook. A Busca Social: refere-se a um campo de pesquisa, disponibilizado em 2013, onde o usuário pode digitar e buscar informações que foram compartilhadas com ou por ele na mídia social e ainda pode encontrar pessoas, locais, fotos e outras informações. As Páginas, serviço disponibilizado em 2007, referem-se a perfis públicos que artistas, figuras públicas, empresas, marcas, organizações e ONGs usam para criar uma presença no Facebook e se conectar à comunidade do Facebook. Quando uma pessoa curte uma Página, ela começa a ver as atualizações dessa página em seu Feed de notícias e quando um usuário curte ou comenta uma publicação em uma página, essa atividade pode ser compartilhada com os amigos deste usuário, aumentando a exposição e o alcance da página.

Grupos – introduzido em 2004, é mais um recurso disponibilizado pelo Facebook onde o usuário pode criar um espaço particular para interagir com um conjunto de pessoas mais restrito, que pode ser familiar, organizacional, grupo de amigos, grupo de estudos, interesses comuns, etc. Neste recurso é possível também

restringir o acesso e a visualização dos conteúdos publicados, por meio das configurações de privacidade de cada grupo. Nestes grupos, os integrantes podem publicar atualizações, compartilhar fotos, vídeos, áudios, textos, arquivos em geral e ainda organizar eventos. De acordo com o site institucional do Facebook, mais de 500 milhões de pessoas em todo o mundo utilizam-se desse recurso na mídia social. (FACEBOOK, 2018).

O Facebook ainda apresenta como produtos em sua página institucional, o Instagram e o Messenger, e o Stories introduzidos em 2010, 2011 e 2017 respectivamente. O Instagram, assim como o Facebook, também se caracteriza como uma mídia social, trata-se de uma plataforma *on-line* de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais. (WIKIPEDIA, 2018)

O Instagram torna mais fácil capturar o que está acontecendo no seu mundo e compartilhar instantaneamente cada momento com amigos e parentes, seja um vídeo dos primeiros passos do seu bebê, um pôr do sol inesquecível ou a foto de um amigo cruzando uma linha de chegada. O Instagram nos inspira a explorar e ver o mundo com outros olhos, a participar de aventuras, tomar outros caminhos, absorver tudo o que está ao seu redor e compartilhar com o mundo o que você vê. Tire uma foto ou faça um vídeo, escolha um filtro e compartilhe. (FACEBOOK, 2018)

O Messenger ou Facebook Messenger é um aplicativo de mensagens para dispositivos móveis que permite entrar em contato instantaneamente com outros usuários do produto/serviço em seus celulares/smartphones. Com ele, o usuário pode enviar mensagens particulares e figurinhas, denominadas *emoticons*, conversar em grupo e fazer ligações gratuitas, mesmo estando em outro país. Também é possível visualizar quem está disponível/on-line no Messenger e quem está ativo no Facebook. (FACEBOOK, 2018) O Facebook *Story* é um recurso que permite ao usuário compartilhar publicamente ou junto a sua rede de contatos, suas experiências em vídeos rápidos e fotos. Esses conteúdos só podem ser visualizados por um curto período de tempo (24 horas) e posteriormente saem do ar, não podendo mais ser acessados.

## 1.2.2 Dos usos e apropriações do Facebook

Após a efetivação do cadastro e composição da página pessoal ou perfil, inicia-se a navegação. A interação entre os usuários se dá por meio do compartilhamento de informações/conteúdos com as redes de contatos e atualização do *status*. É possível compreender mais facilmente essa dinâmica operacional a partir da visualização do campo de atualização de *status* ilustrado (Figura 2) na página pessoal criada exclusivamente para este trabalho. É possível observar neste campo algumas possibilidades de ação: adicionar uma foto ou vídeo gravado com a câmera do computador, smartphone ou tablet no momento da publicação; transmitir um vídeo ao vivo ou registrar um acontecimento voltado a educação e trabalho; família e relacionamento; habitação; saúde e boa forma; viagens e experiências ou personalizado. Em todos os casos, motiva-se o usuário a registrar uma produção com a pergunta: “No que você está pensando?”.

Figura 2: Campo de atualização do status no Facebook

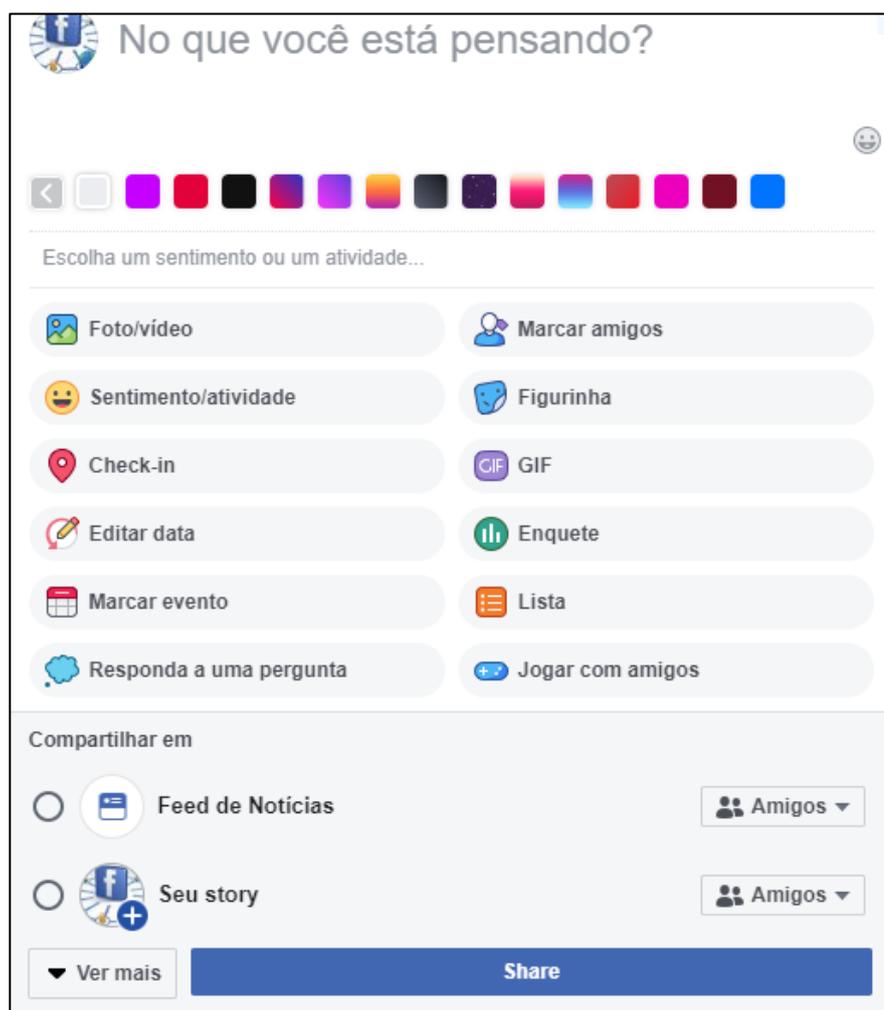


Fonte: [www.facebook.com/profile](http://www.facebook.com/profile). Print do perfil de pesquisa. Set.2018

O usuário tem a possibilidade de tornar a atualização do *status* ainda mais personalizada escolhendo um plano de fundo para sua publicação (em texto), com diversas opções de cores e imagens, conforme a palheta exibida na imagem. Logo abaixo observar-se ícones que permitem as seguintes opções: primeiro ícone na

linha inferior, da esquerda para a direita – inserir fotos, imagens ou vídeos; segundo ícone – marcar amigos, pessoas envolvidas nesta atualização; terceiro ícone, cujo símbolo é um sorriso – expressar sentimentos e atividades; o quarto ícone, representado pelo símbolo de reticências, quando clicado, apresenta outras opções para tornar a atualização ainda mais personalizada e diretiva, conforme ilustra a figura 3.

Figura 3: Atualização do status no Facebook: opções de atividade



Fonte: [www.facebook.com/profile](http://www.facebook.com/profile). Print do perfil de pesquisa. Set.2018

Observa-se os ícones: *check-in* - onde o usuário pode marcar sua localização atual; editar data – alterar a data de alguma publicação relacionado a eventos e acontecimentos; marcar evento – se abre uma aba onde o usuário pode selecionar os eventos que está participando ou tem interesse em participar; *gif* e figurinhas – correspondem a animações que podem ilustrar a mensagem/publicação; enquete –

permite ao usuário a criação e divulgação de uma pesquisa de opinião sobre qualquer assunto; responde a uma pergunta – possibilita a criação de uma pergunta pelo usuário sobre qualquer temática para que seus amigos e/ou qualquer usuário do Facebook possa responder; lista – permite que o usuário sistematize informações a seu respeito como por exemplo: “lugares que eu gostaria de visitar”, ou ainda: “minhas cores preferidas são...” e divulgue a sua rede de contatos e/ou a todos do Facebook e por fim o ícone jogar com um amigo – abre uma lista de jogos, aplicativos no Facebook, onde o usuário pode escolher o jogo e com quem está jogando, selecionando um amigo/usuário de sua rede e esta informação fica registrada em seu *status*.

Recentemente, o Facebook ainda disponibilizou uma nova opção de compartilhamento, assim, ao fazer a atualização do status, o usuário pode escolher entre compartilhar o conteúdo no *Feed* de notícias ou em seu *story*. Esse conteúdo pode ser compartilhado de maneira pública ou não, a depender das configurações de privacidade selecionadas pelo usuário no momento ou posteriormente à publicação do *status*. Vale ressaltar que as atualizações de *status* realizadas pelo indivíduo formam sua *timeline* (linha do tempo) e as atualizações de sua rede de contatos (usuários/amigos e páginas escolhidas conforme seu interesse), constituem um Feed de notícias, cuja organização se dá por atualizações mais recentes ou por histórias, publicações com maior número de interações, ou seja, reações como curtidas, comentários e compartilhamentos.

Com relação às interações que podem ser desenvolvidas em torno dessas atualizações, apontamos às possibilidades:

- a) reagir afetivamente, expressando-se por meio dos emotions disponíveis, conforme a figura 4, logo abaixo.
- b) reagir por meio de um comentário, possibilitando a abertura de um diálogo ou apenas registrando sua opinião;
- c) compartilhar o conteúdo em sua própria rede de amigos/usuários, difundindo a informação.

Figura 4: Emotions evidenciando diferentes reações.



Ícones: Curti; Amei; Risos; Surpreso/Admirado; Triste; Raiva/Ira.

Fonte: [www.facebook.com/profile](http://www.facebook.com/profile). Print do perfil de pesquisa. Set.2018

Em relação a página pessoal, vale ressaltar aspectos da apresentação do usuário à rede de contatos. A construção de uma página pessoal, ou perfil (Figura 5) no Facebook envolve uma foto para o perfil e uma foto de capa, a ser escolhida pelo indivíduo. Estas fotos ou imagens podem ser alteradas a qualquer momento e no caso da foto do perfil, atualmente ainda são disponibilizados temas relacionados a causas sociais, frases de efeitos, humor, times de futebol, profissões, etc., que podem compor e destacar-se na foto.

Figura 5. Página Pessoal no Facebook



Fonte: [www.facebook.com/profile](http://www.facebook.com/profile). Print do perfil de pesquisa. Set.2018

Ainda com relação a estrutura da página pessoal, logo abaixo da foto de capa, é possível visualizar uma *list box* (lista de caixas), uma espécie de menu que possibilita a visualização de informações do usuário. Este menu é apresentado na seguinte sequência, da esquerda para a direita: Linha do Tempo; Sobre; Amigos; Fotos; Arquivo e Mais.

A “Linha do tempo” ou *TimeLine* refere-se à sequência de atualizações do usuário estruturada em ordem cronológica, com o registro das interações (curtidas/reações, comentários e compartilhamentos) que foram construídas nas publicações. O “Sobre” remete à apresentação, onde há uma composição de informações pessoais e profissionais a serem exibidas (Figura 6), conforme a opção do usuário. Atualmente, essas informações são dispostas da seguinte forma: Trabalho e educação (registros sobre atividade profissional e formação); locais onde você morou (cidades, localidades); família e relacionamentos (parentesco, estado civil); detalhes sobre você (apelidos, citações favoritas, etc.); acontecimentos (fatos e eventos vivenciados).

Figura 6. Composição da página pessoal - Box: “Sobre”



Fonte: [www.facebook.com/profile](http://www.facebook.com/profile). Print do perfil de pesquisa. Set.2018

A caixa “Amigos” permite a visualização de todos com contatos que compõem a rede de relacionamentos do usuário e neste campo, é possível visualizar os contatos em comum, caso existam. As Fotos ficam organizadas em álbuns e são classificadas por fotos do usuário e fotos com o usuário, além de fotos do perfil e

fotos de capa utilizadas para a composição da página pessoal. A caixa “Arquivo” corresponde as imagens e vídeos disponibilizados por meio dos *Stories*. E por fim, a caixa “Mais” (Figura 7) propicia o acesso e visualização a uma série de informações referente a práticas do usuário como por exemplo: vídeos publicados nas atualizações, aplicativos e jogos os quais o usuário utiliza, eventos, os quais o usuário participou, participará ou marcou como “tem interesse”, perguntas que dizem respeito a aspectos pessoais do indivíduo/usuário publicados em suas atualizações, avaliações e notas referentes a locais frequentados e serviços utilizados pelo usuário; filmes assistidos; livros apreciados; programas de TV; bandas; músicas; check-in; etc.

Figura 7. Box “Mais”



Fonte: [www.facebook.com/profile](http://www.facebook.com/profile). Print do perfil de pesquisa. Set.2018

Vale reforçar que todas as informações que são registradas e fornecidas pelo indivíduo ao Facebook podem ser ou não visualizadas por outros usuários a depender das configurações de privacidade previamente estabelecidas. Desta forma, a depender dos interesses e intenções do indivíduo, suas atualizações podem ser públicas ou restritas à apenas alguns amigos na rede.

A partir do conhecimento de todos esses elementos, e possibilidades envolvem a construção de uma página pessoal ou perfil no Facebook, adentrarei ao

debate que envolve a questão das representações identitárias e da construção da subjetividade destes indivíduos usuários da mídia social Facebook. Vale ressaltar que este estudo não tem como intuito criar generalizações ou ainda evidenciar estereótipos. O cerne da questão é, estamos realmente diante de um novo sujeito ou construindo novas identidades e subjetividades? Essa problemática é abordada no capítulo seguinte, onde também buscou-se apresentar e discutir as noções de identidade, subjetividade e agência a luz de diferentes perspectivas teóricas.

## 2 SUBJETIVIDADE E AGÊNCIA

As noções de identidade, subjetividade e de sujeito na contemporaneidade tem sido foco de inúmeros debates no âmbito das ciências humanas e sociais. Neste capítulo serão apresentadas algumas ideias de autores que se dedicaram ao tema, bem como as mudanças ocorridas no contexto social que diretamente influenciaram e seguem reformulando estas noções.

Ao acessar uma página pessoal no Facebook, nos deparamos com os mais diversos tipos de registros e formas de expressão do usuário. Fotos, imagens, postagens, comentários, locais frequentados, redes de contatos, uma série de informações que nos dão pistas ou indícios sobre quem é esse ser, sua forma de agir e pensar, suas crenças, valores e regras. Em suma, acredita-se que o Facebook pode ser análogo a uma espécie de vitrine que permite vislumbrar o outro a partir de suas representações e expressões identitárias.

Muitos estudos sobre a representação pessoal no ciberespaço<sup>12</sup> abordam a identidade fragmentada do sujeito pós-moderno. Mas quando falamos sujeito, identidade fragmentada, deslocada, a que estamos nos referindo? Que momento é esse denominado pós-moderno e o que o caracteriza? Com base nestes questionamentos, pretende-se aqui contextualizar esses conceitos para que posteriormente seja possível tecer algumas considerações sobre o sujeito contemporâneo conectado.

Hall (2000), afirma que a identidade se torna uma questão ainda mais relevante em um cenário onde estas não mais estão relacionadas apenas aos grupos étnicos ou classes sociais. A realidade hoje apresenta-se instável, incerta e numa modernidade líquida (BAUMAN, 2001), em que as identidades também se tornam mutáveis, fluídas.

Assim, identidades deixaram de ser determinadas por grupos específicos e também deixaram de ser a base de estabilidade do mundo social. Tornaram-se híbridas e desarticuladas de um vínculo local. Neste contexto também significa dizer que a identidade se caracteriza como uma tarefa individual de construção constante

---

<sup>12</sup> Espaço de comunicação por meio das redes de computação

e incessante, não se referindo mais a uma atribuição coletiva que implicava apenas certa conformidade às normas sociais.

O deslocamento da identidade enquanto processo de identificação cultural, para um processo de construção individual também evidencia uma linha tênue entre a sociologia e a psicologia na medida em que o *self* e indivíduo se tornam objeto de ambas áreas do conhecimento, no que diz respeito a(s) identidade(s) e possibilidades de práticas desse indivíduo em interação social.

No campo da psicologia, Erik Erikson (1902-1994) discípulo de Freud, foi um dos primeiros a ressaltar a questão da identidade e desenvolveu sua teoria psicossocial do desenvolvimento vislumbrando a identidade como um conceito chave, destacando confluências entre aspectos psicodinâmicos e sociais. Erikson deu ênfase às relações sociais conjuntamente aos fatores intrapsíquicos que constituem a identidade e que segundo ele, se dá a partir de um processo contínuo durante toda a existência do indivíduo caracterizado por oito estágios ao longo do ciclo vital.

A identidade é um processo de transformação que se constitui por meio da relação entre o indivíduo e seu ambiente – contexto sociocultural. Nesse sentido, ao longo de sua existência, o indivíduo atravessa ciclos ou estágios que dão corpo ao processo de construção da identidade que, por sua vez se constitui como um *continuum* entre passado, presente e futuro. Para Erikson (1976), a identidade diz respeito ao que a pessoa é, de acordo com suas crenças, seus valores e suas metas pessoais.

Desta forma, compreende-se que a definição do que a pessoa é; não se reduz a aspectos intrapessoais, mas incorpora aspectos denominados interpessoais e socioculturais por serem derivadas de outros indivíduos, das crenças e valores que adquirem sentidos e conformam as identidades de cada ser.

A construção da identidade, de acordo com a visão Eriksoniana é o resultante da passagem por períodos singulares do ciclo vital, com foco nas descobertas, experiências, sentimentos, nas crises da fase da adolescência, que propiciam o comprometimento com ocupações e ideologias.

Nesse processo Erikson ressaltou a ocorrência de uma oposição entre dois domínios que se contrapõem e conformam a identidade: identidade alcançada ou conquistada (*identity achievement*) e a confusão de papéis ou identidade difusa (*identity diffusion*). O primeiro domínio relaciona-se ao comprometimento autêntico com referenciais ideológicos, ocupacionais e modelos que proporcionam ao indivíduo uma identidade alcançada. Em contrapartida, a confusão de papéis está relacionada a uma oposição a estes referenciais, o que resulta em uma identidade ainda não conquistada ou difusa. (ERIKSON, 1976).

Constata-se que a teoria psicossocial de Erikson se torna um primeiro referencial para refletirmos sobre a noção de identidade como um processo, embora o autor enfatize a fase da adolescência como o período mais crítico para a aquisição dessa identidade, todos os conflitos vivenciados ao longo do ciclo vital e que são fundamentalmente atrelados as relações sociais e ao meio ao qual o indivíduo se insere resultarão em diferentes sentimentos e práticas que constituirão o “eu”.

Considera-se que a adolescência seja de fato um momento marcante da vida visto que esta fase está vinculada ao preparo e ingresso do indivíduo na fase adulta, contudo, acredita-se que uma vez alcançadas essas identidades durante este estágio do ciclo vital, é possível negociá-las em períodos seguintes.

Um fator importante a ser apontado em relação à teoria de Erikson e que pode auxiliar na compreensão a cerca da identidade é o investimento emocional e afetivo que propicia ao indivíduo um sentimento de identidade. Mendes (2002), a partir de uma perspectiva similar indica que há a necessidade de um sentimento individual de permanência identitária, a qual se relaciona a consciência de si e elabora-se por meio de narrativas mediante discursos que são acionados em diferentes contextos.

Para o autor, o diálogo com os outros é de suma importância no processo de construção da consciência de si. Diálogo este que se constitui na conjunção de forças centrípetas – necessidade de se ligar ao outro e de forças centrífugas – necessidade de se diferenciar perante o outro.

Ao estabelecer a narrativa e o diálogo como aspecto preponderante para a construção identitária, Mendes (2002) salienta a importância da questão da

identificação e diferenciação ante a alteridade, para que se constitua a conservação de um sentimento de identidade contínuo em um trabalho biográfico permanente.

Em concordância com o autor, acredita-se que quando ocorre à identificação, simultaneamente ocorre a diferenciação dos conteúdos e características do outro as quais não nos dizem respeito e que são fundamentais para a afirmação das identidades, num processo contínuo e constante na qual a vida transcorre. Desta forma ainda se crê que a noção de identidade não engloba apenas as particularidades de um indivíduo, que vão se constituindo do decorrer de sua vida, faz-se necessária a correlação com alteridade e com uma série de práticas e atributos socioculturais originários do contexto em que esse indivíduo se encontra inserido.

Em suma, para investigar as identidades como um processo deve-se considerar as particularidades do meio em que ele se encontra, seu investimento afetivo-emocional para com determinadas ideologias, ocupações, narrativas e projetos de vida, bem como o contexto histórico em que ocorre a sua existência.

## 2.1 TEMPOS MODERNOS E MODERNIDADE TARDIA

A modernidade, diz respeito a um modo de vida, costumes e organização social que surgiu na Europa por volta do século XVII e que rapidamente se expandiu por todo o mundo (GIDDENS, 1991).

Quatro formas institucionais se entrelaçam para configurar a que Giddens chama de modernidade: o capitalismo que seria um sistema de produção de mercadorias centrado sobre a relação entre a propriedade privada do capital e o trabalho assalariado, e que carece de mercados competitivos, bem como de investidores, produtores e consumidores de forma que atrelados estes fatores o geram e o realimentam.

A industrialização, outra dimensão da modernidade, diz respeito ao uso de fontes inanimadas de energia material na produção de bens, combinado ao papel essencial da maquinaria no processo de produção.

A vigilância relaciona-se ao controle e supervisão da população pelos mecanismos que detém o poder político. Esta pode ser tanto direta, como as relatadas por Foucault (2004, 2005): prisões, escolas, hospitais, etc., bem como indireta, baseada no controle de informação por especialistas ou órgão governamentais.

O poder militar refere-se ao controle dos meios de violência no contexto da industrialização da guerra – exército e forças armadas. O monopólio bem-sucedido dos meios de violência dentro de fronteiras precisas é específico do estado moderno, como o é igualmente a existência de vínculos específicos com o industrialismo, permeando as organizações militares e os armamentos a sua disposição.

Todas, atuando conjuntamente, alimentando-se reciprocamente e fortalecendo-se. Articuladas essas quatro instituições fizeram emergir uma economia capitalista global e a divisão do trabalho do mundo pelo sistema Estado-Nação (GIDDENS, 1991).

De certa forma, a modernidade foi um projeto que tinha como meio o conhecimento, e como fim a organização e o controle do mundo. Adorno e Horkheimer (1985) exprimem o projeto moderno como um projeto que objetivava a libertação do homem de suas necessidades naturais e acabava por libertar o homem da natureza, dominando-o pelos mesmos meios que o libertou. A dominação do homem pelo homem findava por ser uma consequência da dominação do mundo e da natureza.

Bauman (1999) afirma que a modernidade constituiu uma constante luta contra a ambivalência entre a ordem e o caos, uma busca incessante de formas de compreender e sistematizar o mundo. Tudo o que não é ordenado, é considerado natural e se é natural, deve ser controlado e adequado às condições humanas de vida. O projeto moderno era sinônimo de ordem, um projeto técnico-científico que visava conhecer para prever, controlar.

O projeto do Estado moderno tinha como propósito organizar os povos, a existência social de cada um para assim lhes trazer uma vida melhor. Categorizar pessoas; dividi-las em grupos, entre aquelas que deveriam ser estimuladas e

cuidadas e aquelas que deveriam ser excluídas, separadas. Desta forma o Estado Moderno dividia a sociedade em categorias, indivíduos em grupos e visava esquivar-se da indeterminação por meio da racionalidade.

A convergência de tal projeto com uma sociedade nacional moderna, empenhada em organizar, ordenar, separava o mundo entre os amigos e inimigos, os de dentro e os de fora. Todo esse projeto de sociedade e estado modernos acabaram resultando no mundo globalizado que conhecemos hoje.

Segundo Giddens (1991), a modernidade ocasionou mudanças radicais, as quais o autor denominou como consequências da modernidade. Para ele, uma das mudanças ocorreu na concepção de espaço-tempo. Anteriormente, nas sociedades ditas pré-modernas tempo e espaço estiveram sempre inteiramente conexos, ligados às práticas cotidianas.

Com a chegada da modernidade, com a invenção de relógios, calendários padronizados e com a viabilidade de se deslocar por longos espaços em tempo reduzido, tempo e espaço se desconectaram, possibilitando a relativa independência entre um e outro. Desta forma, com a flexibilização do espaço-tempo, as práticas humanas passaram a repercutir externamente aos contextos locais, atingindo o global.

O advento da modernidade extrai gradativamente o espaço do tempo promovendo relações entre outros “ausentes”, isto é, localmente distantes de qualquer situação dada ou interação face a face. Desta forma, o que estrutura o lugar não é apenas o que está presente na cena.

O teórico social utiliza-se do termo “desencaixe” para se referir ao processo de deslocamento das relações sociais, decorrente da modernidade, interações que passam de contextos locais e sua reestruturação por meio de extensões indefinidas de tempo e espaço. Desta forma, iremos do desencaixe da dimensão local ou reencaixe das relações em âmbito local-global.

Ele ainda argumenta que para que ocorra o encaixe e desencaixes nas relações sociais, são necessários sistemas peritos, ou seja, “sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social que vivemos hoje”. Esses sistemas peritos removem as relações de

contextos locais específicos e exigem confiança em sua eficácia, confiança que pode ser traduzida como uma espécie de crença em seus possíveis resultados (GIDDENS, 1991).

O termo “desencaixe” utilizado por Giddens, apesar de ter sido utilizado para se referir à modernidade, o que nos remete ao momento histórico de início do processo de industrialização, alto investimento e valorização das ciências para explicar o mundo, o homem e a máquina, acredita-se que o termo se adequa perfeitamente ao cenário atual, no âmbito das relações sociais mediadas pelas mídias sociais e outros suportes de comunicação via internet.

Essas redes sociais se estruturam e as interações fluem independentemente do tempo e espaço. Contamos e confiamos nos sistemas peritos onde disponibilizamos informações a nosso respeito, criamos representações de nossas identidades e deliberadamente ou com algumas restrições permitimos que parte de nossas práticas, história individual e coletiva fique armazenada neste enorme banco de dados digital.

Sobre essas práticas sociais, Giddens traz a noção de reflexividade, outra característica relevante da vida social na modernidade. Para o autor, as práticas sociais são “constantemente examinadas e reformuladas à luz de informação renovada sobre estas próprias práticas, alterando assim constitutivamente seu caráter” (GIDDENS, 1991, p.45).

Vale ressaltar que a reflexividade é inerente às práticas sociais, assim sendo, ela sempre esteve presente, mesmo nas sociedades consideradas pré-modernas. Porém, na medida em que há uma ampliação de informação por meios de comunicação que abrangem uma vasta parte da população mundial em tempo relativamente curto, ela se radicaliza, torna-se proeminente. Esse cenário pertinente a modernidade continua em processo de mudança.

O desenvolvimento das tecnologias, de novos meios de comunicação como a Internet, faz com que o nosso mundo se torne cada vez mais globalizado. Hoje, estamos diante de uma nova fase da modernidade com diferentes denominações a luz de diferentes autores, mas que destacam características comuns. Ainda sobre a

perspectiva de Giddens, a radicalização da reflexividade é um dos atributos mais marcantes desse momento ao qual ele denomina como modernidade tardia.

As relações sociais são revisadas mais rápida e intensamente sob a luz de conhecimentos, que por sua vez são produzidos em maior escala e velocidade. Os sistemas peritos operam com um dos principais meios por onde atua essa reflexividade.

Bauman (2001) intitula modernidade líquida essa nova etapa da modernidade. O autor utiliza-se da ideia de liquidez como oposição a solidez da primeira modernidade, metaforicamente falando. Essa liquidez estaria envolvendo todas as esferas da sociedade, anteriormente consideradas sólidas.

A cultura, a economia, as relações de trabalho, o poder, as relações sociais, a comunicação, tudo se desterritorializou e se tornou independente do local. Desta maneira, as identidades nesse novo período também se modificam e se tornam diferentes das identidades sólidas da primeira modernidade.

O sujeito até então compreendido como sendo portador de uma identidade única e estável, vem se despedaçando, agora constituído não por uma, mas várias possibilidades identitárias, muitas vezes incoerentes e contraditórias, concomitantemente entra em falência o cenário social que antes garantia a congruência subjetiva junto às demandas objetivas da cultura.

Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma 'celebração móvel': formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. É definida historicamente e não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são identificadas que não são unificadas ao redor de um "eu" coerente (HALL, 1987; 2000 p. 13).

Para o autor, as mudanças estruturais que se iniciaram nas sociedades modernas no final do século XX estão transformando com elas as concepções que temos de sujeito e formas de exercer a identidade. Em sua obra a identidade cultural na Pós-Modernidade, Hall apresenta três diferentes concepções acerca da identidade, cada uma se relacionando diretamente a um dado momento histórico. Essas identidades se constituíram e se caracterizaram como reflexo de uma determinada realidade social que influenciava diretamente na concepção de sujeito

de determinado período. São estes: o sujeito do Iluminismo; o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno.

O sujeito do Iluminismo se baseava na ideia de ser autônomo, único, centrado e coerente. Os indivíduos contavam com uma identidade unificada, eram sujeitos cujo centro da identidade emergia ao nascimento e se desenvolvia permanecendo a mesma ao longo de toda sua vida. Santaella (2004) aponta para o fato de que essa estabilidade identitária se sustentava sobre os conceitos de sujeito e de subjetividade remanescentes da visão cartesiana que dominou o pensamento ocidental por alguns séculos. O homem racional, reflexivo e a frente no comando de seus pensamentos e ações.

A premissa do “Penso, logo existo” evidencia a característica basilar desta concepção de ser humano. A emancipação da arbitrariedade religiosa das sociedades pré-iluministas e complexidade gradativa do mundo moderno fizeram com que emergisse uma consciência de que esse núcleo interior do “eu” não se constituía de forma autônoma e autossuficiente, mas sim a partir das relações estabelecidas com outros indivíduos que por sua vez faziam a mediação entre códigos, símbolos, valores, cultura, o mundo e o próprio sujeito – ser social (MAGALHÃES, 2010).

[...] a identidade é formada na interação entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que oferecem. (HALL, 2000, p.11)

Nesta concepção de sujeito sociológico, a identidade se constituía a partir de uma espécie de jogo onde se projetava a subjetividade nas identidades culturais e reciprocamente internalizava-se seus significados e valores fazendo com que esses se tornassem parte do “eu”. Assim, ao sujeito se fundia a estrutura social, e estabilizavam-se tanto os sujeitos quanto o universo cultural ao qual este estivesse inserido, resultando em coesão e previsibilidade.

Sobre essa perspectiva, o sujeito ainda possuía a sua individualidade, um “eu interior”. Entretanto, esse ser se constitui e se transforma na medida em que ocorre a interação e as experiências no meio social. Trata-se de uma noção de identidade que depende de uma estrutura e que não pode ser formada independentemente

dela. Diversos autores desenvolvem essa concepção sociológica de identidade em seus escritos.

Esta unidade e previsibilidade tanto do sujeito, da sua identidade quanto da estrutura a qual pertence vem sofrendo transformações. O sujeito até então compreendido como sendo portador de uma identidade única e estável, vem se despedaçando, agora constituído não por uma, mas várias possibilidades identitárias, muitas vezes incoerentes e contraditórias, concomitantemente entrando em falência o cenário social que antes garantia a congruência subjetiva junto às demandas objetivas da cultura. Todas essas alterações, resultantes de rupturas culturais, sociais e econômicas, fomentaram novas interpretações do sujeito.

O intenso e contínuo desenvolvimento das tecnologias liga cada vez mais o local ao global. A grande interdependência global promove um colapso das identidades tradicionais, ligadas ao local e por sua vez possibilita uma ampla diversidade de estilos e identidades (HALL, 2000).

Há ainda um processo de hibridização<sup>13</sup> e homogeneização à medida em que, de um lado características locais se difundem e passam ser encontradas em qualquer parte e de outro, determinados padrões se encontram em todos os lugares, padrões relacionados ao consumo.

Segundo Hall (2000, p.74):

Os fluxos culturais, entre as nações e o consumismo global criam possibilidades de 'identidades partilhadas' – como 'consumidores' para os mesmos bens, 'clientes' para os mesmos serviços, 'públicos' para as mesmas mensagens e imagens – entre pessoas que estão bastante distantes umas das outras no espaço e no tempo.

Neste sentido, parece ser bastante improvável que determinada identidade cultural local permaneça intacta na medida em que é “engolida” pela força do fluxo da globalização.

O autor afirma ainda que:

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as

---

<sup>13</sup> O termo remete ao conceito de hibridismo ou identidades híbridas, construídas a partir de diferentes culturas, que não possui apenas uma origem ou matriz.

identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem ‘flutuar livremente’. (HALL, 2000, p.75)

Desta forma, a globalização abrange processos que hibridizam na medida em que colocam culturas, estilos de vida, maneiras de ser, um de frente com o outro e processos que homogeneízam ao negar o local em prol de um global “padronizado”. Culturas locais interagem com outras e minam assim sua localidade, simultaneamente ao adotar culturas globais que partilham como consumidores.

## 2.2 O DESCENTRAMENTO DO SUJEITO

Hall (2000) ainda salienta que há concepções onde argumenta-se que o que ocorreu à ideia do sujeito moderno e sua identidade, na pós-modernidade não foi simplesmente sua fragmentação, mas seu deslocamento. Dentro dessa proposta, o autor descreve cinco avanços na teoria social e nas ciências humanas ocorridos na segunda metade do século XX, que impactaram e culminaram do descentramento do sujeito cartesiano.

Na década de sessenta, a releitura e reinterpretção do pensamento marxista que “os homens fazem a história, mas apenas sob as condições que lhe são dadas” foi considerada a primeira importante descentração do sujeito. Sob essa perspectiva, os indivíduos jamais poderiam ser os autores de sua história, uma vez que agiriam apenas a partir das condições históricas criadas por outros, utilizando-se apenas de recursos materiais e de cultura deixados por gerações anteriores, deslocando a noção de agência individual para as relações sociais (modos de produção, exploração de mãe de obra, os circuitos do capital). A partir deste posicionamento teórico, Marx deslocou duas suposições-chave da filosofia moderna: “que haveria uma essência universal de homem e que essa essência é o atributo de “cada indivíduo singular”, o qual é seu sujeito”. (ALTHUSSER, 1966 apud HALL, 2000). O segundo descentramento ocorreu a partir da formulação da primeira teoria do funcionamento do aparelho psíquico criada por Sigmund Freud. A afirmação de que a identidade, os desejos e a sexualidade humana são constituídos e direcionados a partir de processos psíquicos inconscientes, conteúdos simbólicos

que funcionam baseados numa lógica própria, diferente da razão põe fim ao sujeito uno, estável, dotado de racionalidade. (HALL, 2000)

Sob a perspectiva psicanalítica, a imagem do eu sempre foi produto de uma construção psíquica. Essa construção ilude quanto a existência de uma forma coerente e unificada de ser humano. De acordo com Freud, a desordem identificatória é inerente a nossa condição humana, de nossa constituição como seres simbólicos. Lacan (1982) retomando os achados freudianos acerca do processo de formação do ego, exprime que esse ego é na realidade uma coleção desorganizada de identificações e que a aparente unidade do eu é uma projeção no imaginário. O modelo psicodinâmico de Freud evidencia a formação inconsciente de um sujeito partido, dividido e inacabado, contradizendo definitivamente com a noção de identidade fixa e imutável.

Hall (2000) propõe que o terceiro descentramento do sujeito ocorreu associado ao trabalho do estudioso linguista estrutural Saussure, ao argumentar que os indivíduos não são em nenhuma instância os autores de suas afirmações ou do significado atribuído a essas. A língua e suas regras compõem um sistema de símbolos que antecede a nossa existência, assim, ao expressar nossos pensamentos a partir desse conjunto de códigos culturalmente criados, ativamos todo o universo de significados que estão introduzidos em nossa língua e em nossa cultura. Segundo o linguista, as palavras, os seus significados são variáveis de acordo com objetos ou situações que ocorrem no mundo fora da língua. O significado emerge nas relações de similaridade e diferença, um processo de identificação e diferenciação, muito semelhante ao que ocorre com a identidade.

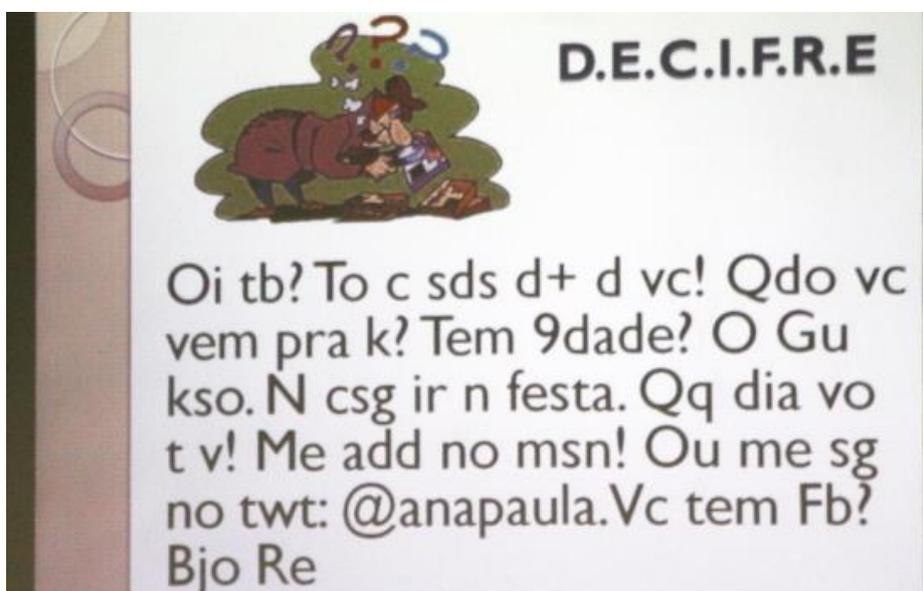
Derrida (1981) expõe que:

[...] apesar de seus melhores esforços, o/a falante individual não pode, nunca, fixar o significado de uma forma final, incluindo o significado de sua identidade. As palavras são "multimoduladas". Elas sempre carregam ecos de outros significados que elas colocam em movimento, apesar de nossos melhores esforços para cerrar o significado. Nossas afirmações são baseadas em proposições e premissas das quais nós não temos consciência, mas que são por assim dizer, conduzidas na corrente sanguínea de nossa língua. Tudo que dizemos tem um "antes" e um "depois" – uma "margem" na qual outras pessoas podem escrever. O significado é inerentemente instável: ele procura o fechamento (a identidade), mas ele é constantemente perturbado (pela diferença). Existem sempre significados suplementares sobre os quais não temos qualquer controle, que surgirão e subverterão nossas tentativas para criar mundos fixos e estáveis. (DERRIDA, 1981 apud HALL, 2000, p.41)

Neste ponto, faz-se pertinente ilustrar como a língua no campo do ciberespaço, as expressões utilizadas hoje entre usuários da internet evidenciam características da cibercultura e de uma das identidades do sujeito contemporâneo conectado.

A língua usada das redes sociais, denominada por alguns como *internetês*<sup>14</sup> apresentado na figura 8, objetiva facilitar o entendimento e a agilidade no diálogo. O mesmo ainda não foi classificado como um gênero textual, mas sem dúvida é uma marca da cultura da internet.

Figura 8 – Exemplos de expressões do “Internetês”



Fonte: <https://blogdoenem.com.br/portugues-internetes-dicas-redacao/nov.2018>

Quando a língua se difunde, ela se modifica e segundo Crystal (2005), o simples fato de diferentes partes do globo se distinguirem tanto uma das outras em termos físicos e culturais, faz com que os falantes fomentem novas oportunidades de adaptar a língua com o intuito de satisfazer suas necessidades comunicacionais e adquirir novas identidades. O vocabulário é a parte principal dessa adaptação, não apenas ao criar termos, mas também incorporando novos significados às palavras e a novas expressões idiomáticas.

<sup>14</sup> modo de escrita na internet que surge com a expansão da comunicação por e-mail, mas, sobretudo, com as comunidades virtuais e redes sociais.

Fonte: <https://www.labeurb.unicamp.br/endici/index.php?r=verbete/view&id=118>

O quarto descentramento ocorreu de acordo com Hall (2000) a partir dos estudos de Foucault ao construir uma espécie de “genealogia do sujeito moderno”. Em uma de muitas de suas obras, Foucault aborda um novo tipo de poder que ele denomina “poder disciplinar” que se desdobra durante todo o século XIX até culminar no início do século XX. Em síntese, o poder disciplinar diz respeito a toda e qualquer instituição que veio a se desenvolver no decorrer do século XIX e que se encarrega de manter a vigilância, o controle e a disciplina em todas as atividades e instâncias da vida humana coletiva e individualmente.

Conforme Dreyfus e Rabinow, (1982 apud Hall, 2000 p. 42):

O objetivo do poder disciplinar consiste em manter “ as vidas, as atividades, o trabalho, as infelicidades e os prazeres do indivíduo”, assim como sua saúde física e moral, suas práticas sexuais e sua vida familiar, sob o estrito controle e disciplina, com base no poder dos regimes administrativos, do conhecimento especializado dos profissionais e no conhecimento fornecido pelas “disciplinas” das Ciências Sociais. Seu objetivo básico, consiste em reproduzir um ser humano que possa ser tratado como um corpo dócil.

Hall (2000) ainda salienta um aspecto relevante sob a questão do poder disciplinar de Foucault. É que este poder, fruto das “novas instituições coletivas e de grande escala da modernidade tardia” e seus os artifícios controladores de poder e de saber, ampliam a individualização do sujeito, por meio da vigilância, observação e sobre tudo através do acúmulo sistemático de documental individual.

No contexto atual, a internet, as mídias sociais também funcionam como um grande banco de dados de seus usuários na medida em que a todo momento inserimos na rede, uma série de informações a nosso respeito. O Facebook, em especial, como campo deste trabalho, talvez nos remeta a uma reflexão sobre a questão da publicização da privacidade, e disponibilização de dados pessoais, praticadas neste ambiente que possibilitam um jogo de poder envolvendo a vigilância e o controle de indivíduos por indivíduos.

Lapa Alves e Moura (2016) fazem uma analogia entre o Facebook e o Panóptico de Jeremy Bentham, retratado por Foucault (1975) em sua obra “Vigiar e Punir” como uma eficaz ferramenta de controle e ordem social.

O Panóptico foi um projeto arquitetônico desenhado por Bentham, que objetivava o controle disciplinar e vigilância em escolas, prisões, hospitais

psiquiátricos e asilos. O projeto compreendia um prédio que deveria ser circular com uma torre ao centro, por onde seriam observadas as celas construídas ao seu redor. Em cada uma das celas, haveriam duas janelas, que permitiriam a entrada de luz no ambiente e a visão total das celas. A torre de observação – panóptica seria constituída por amplas janelas para que os vigilantes tivessem total visibilidade da movimentação dentro das celas. As janelas internas da central panóptica seriam cobertas por biombos que impediriam a visibilidade daqueles que vigiavam, assim o observado nunca saberia quem o observa e tampouco quem estava sendo observado. (ALVES; MOURA, 2016) Desta forma, caracterizando-se como uma das ferramentas de disseminação de informações e interação entre seus usuários, o Facebook poderia ser comparado a um Panóptico da contemporaneidade na medida em que as práticas nessa plataforma são constantemente monitoradas e avaliadas.

Voltando a questão das identidades e o processo de descentração do sujeito, Hall (2000) afirma que “o feminismo tanto como crítica teórica quanto como movimento social” consolidou o quinto descentramento. O movimento feminista surgido durante os anos sessenta concomitantemente a outros movimentos sociais, tais como: as revoltas estudantis, os movimentos juvenis contraculturais e antibelicistas, as lutas pelos direitos civis, movimentos pela paz, dentre outros, fizeram com que emergissem novas identidades sociais. Ele ainda salienta que cada um desses movimentos recorria à identidade social de seus defensores, fazendo com que emergisse a política de identidade ou uma identidade para cada movimento. O autor confere que em especial, o movimento feminista, se relacionou de forma mais direta com o processo de descentração do sujeito cartesiano do Iluminismo e do sujeito sociológico na medida em que questionou a distinção entre público e privado; dentro e fora. O feminismo trouxe novas temáticas da vida social, como exemplo, questões de ordem doméstica e familiar para o debate político. Foi responsável pela politização da subjetividade, ao destacar a maneira generalizante de como os indivíduos são formados e produzidos e o que surgiu como uma forma de debate sobre os papéis sociais das mulheres, se ampliou para a inclusão da constituição das identidades sexuais e de gênero. (HALL, 2000). Desta forma pode-se sintetizar com a ideia de que a desconstrução do sujeito uno se deu a partir de um processo histórico e não há sujeito ou subjetividade fora da história, da linguagem, cultura e das relações de poder.

Mediante o que foi exposto até aqui, evidencia-se um momento de transformação do sujeito ou transformação de identidades, uma crise no sentido de mudança e instabilidade que vem se explicitando cada vez mais e que atualmente com mídias sociais encontrou-se mais um meio, ou uma vitrine para se revelar.

Os processos culturais e comunicacionais promovidos pelos ambientes do ciberespaço apontam a multiplicidade identitária do sujeito, pondo em xeque, mais uma vez, a ideia ilusória do sujeito uno, racional e estável, já questionada e desconstruída pela filosofia e psicanálise há mais de um século. Assim, pode-se afirmar que essa inconstância que é constitutiva do “eu” e da subjetividade só descobriu no ciberespaço meios favoráveis de encenação e representação. Se as personas que se revelam no ciberespaço parecem mais fluídas do que aquelas as quais o indivíduo assume em outras situações cotidianas, isso incide do fato de que ele possa, até certo ponto, conscientemente edificar essas personas no ambiente simulado. E essa consciência admite jogar com o “eu” e os seus novos modos de ser, na interação com os outros e suas respectivas personas do ciberespaço. Porém, isso só é possível a partir da mediação pelo outro – a cultura, a linguagem, o ciberespaço - enquanto sistema de códigos, que permite essa interação não experienciáveis em outras situações.

Santaella (2004) corrobora:

[...] a novidade do ciberespaço não está na transformação de identidades previamente unas em identidades múltiplas, pois a identidade humana é, por natureza múltipla. A novidade está, isto sim, em tornar essa verdade evidente e na possibilidade de encenar e brincar com essa verdade, jogar com ela até o limite último da transmutação identitária. (SANTAELLA, 2004, p.53)

Bauman (2005) ressalta que no processo de constituição do sujeito pós-moderno, o indivíduo utiliza-se da Bricolagem<sup>15</sup> para estabelecer o que iria denominar de identidade, tomando partes de outros grupos ou culturas, formando assim que se compreende por um “tipo ideal<sup>16</sup>” de humanidade. Nesse contexto

---

<sup>15</sup> Termo utilizado por Lévi Strauss para se referir a união de vários elementos para a constituição de um indivíduo único e individualizado. O termo é citado na obra “O Pensamento Selvagem” de 1962.

<sup>16</sup> Termo traduzido do alemão (Idealtyp) ou tipo puro comumente associado ao sociólogo Max Weber (1864-1920). Na concepção de Weber trata-se de um instrumento de análise sociológica para apreendimento da sociedade por parte do cientista social com o propósito de criar tipologias puras, destituídas de tom avaliativo,

permeado por identidades e identificações múltiplas, as mídias sociais passam a ser um espaço em que diversos modelos de sujeitos e de posicionamentos são ofertados aos indivíduos.

Se houve um tempo em que a identidade de um indivíduo era determinada pelo trabalho que o mesmo desempenhava na divisão social do trabalho, de acordo com Bauman (2005), atualmente ela é o resultante de determinadas escolhas em meio a inúmeras possibilidades. A pós-modernidade possibilitou que as identidades se constituíssem em torno da aparência, da imagem, do lazer e do consumo e permitindo que se tornassem frágeis os laços que as delimitavam. As mídias sociais ou plataformas onde se estabelecem as redes sociais, como no caso do Facebook, configuram-se como um cenário amplo onde se permite construir e divulgar a ou as, já que no plural revela-se sempre mais adequado ao referir-se à identidade ou concepção identitária.

Com o advento da internet e a maneira pela qual conseqüentemente as redes virtuais de relacionamento influenciam nas questões de identidade, esse debate se demonstra extremamente atual. As mídias sociais configuram-se como um local onde representações e expressões identitárias convergem. Veicula-se no Facebook, aquilo que se é, o que se almeja ser, o que se defende, o que se repulsa, enfim, uma gama de possibilidades que de certa maneira reflete um espaço para a construção de sujeitos.

### 2.3 AS RELAÇÕES SOCIAIS NO FACEBOOK.

As tecnologias de comunicação disponíveis hoje fizeram com que as relações sociais passassem do telefone para o computador e agora do computador para os celulares, conseqüentemente isso ampliou significativamente nossa possibilidade de interação por meio das mídias sociais como o Facebook e outros aplicativos de comunicação via internet que propiciam a aproximação apesar das distancias. Essa relação entre homem e máquina modificou nossa forma de lidar com o mundo em várias esferas da vida humana. Estamos até certo ponto sempre acessíveis, sempre na possibilidade de sermos encontrados. O celular se tornou uma extensão de nossos corpos. Essa relação entre homem e tecnologia representa o que Santaella

---

de maneira a oferecer um recurso analítico baseado em conceitos, tais como: religião, burocracia, economia, capitalismo, etc.

(2003) denominou de “Pós-Humano”, referindo-se à dependência tecnológica que influencia em sua identidade, tornando-o parte de uma nova espécie para além do *homo-sapiens*, o *machina-sapiens*. Ainda para a autora, essa mudança não exerce influência apenas física, mas ideológica, cultural. Silva (2007, p.02), corrobora com a ideia afirmando que celular “consolida-se como um artefato símbolo da contemporaneidade” e que uso e a apropriação desta tecnologia convergente vai muito além da posse de bens, ela condiciona práticas e instituem novas formas de ser que interagem com a construção de subjetividades.

A autora salienta que os estudos no campo da antropologia do consumo já há uma reflexão acerca do caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Para além da função utilitária, os bens materiais carregam significados e atuam como sistemas de comunicação. Ao utilizar-se dos bens os indivíduos simultaneamente constroem-se a si mesmos e ao mundo, estabelecendo assim uma compreensão do universo ao seu redor. Douglas e Isherwood (2004 apud Silva 2007) inferem que ao consumir determinado produto, também adquirem toda a gama de significados simbólicos atrelados a este, que por sua vez evidenciam pertencimento ao mundo social. Sob esta perspectiva, os indivíduos não são vistos como meros consumidores ou resultantes de forças estruturais de mercado, mas sim seres que embora estejam sujeitos a determinados padrões de consumo e convenções sociais pré-estabelecidas, têm a capacidade de manipular os bens simbólicos dentro das regras e códigos culturais por eles mesmos estruturados, numa relação de reciprocidade como produtos e produtor da cultura e sociedade.

De acordo com essa visão de que os indivíduos não são apenas resultante de forças estruturais e que possuem capacidade de ação e manipulação no contexto social, irei adentrar ao conceito de agência e reflexividade a luz de alguns autores sociais que buscaram em seus arcabouços teóricos apontar formas distintas de agenciamento, acreditando que esses conceitos irão contribuir para a discussão sobre as práticas e representações identitárias dos indivíduos, alunos de graduação, no Facebook.

O conceito de agência nas ciências sociais, diz respeito ao grau de liberdade exercido pelos indivíduos aqui compreendido como agentes, face aos constrangimentos sociais. Reporta-se à capacidade dos agentes, face a uma mesma

situação, poderem conscientemente agir de forma diferente, tendo por referência seus objetivos e projetos pessoais. As estruturas sociais constroem, mas também capacitam e criam condições de possibilidade para o exercício dos poderes causais das pessoas, nomeadamente da reflexividade. Entende-se que essa capacidade de agência dos indivíduos não emerge de um vácuo social. O exercício da agência é realizado por meio do sistema cultural e não em contraponto deste. Esses poderes agenciais são variáveis e consoam com as posições no espaço social, os contextos por onde se movem e as redes em que se encontram inseridos os agentes. Já a reflexividade está relacionada ao nível de consciência, reflexão, autonomia e capacidade de produzir efeitos, atribuída aos indivíduos. Penna (2012) afirma que há discrepâncias marcantes no corpo teórico da sociologia contemporânea no que tange a capacidade de agência e reflexividade dos indivíduos. Porém, não cabe aqui entrar neste debate acerca das diferentes noções sociológicas dos conceitos e sim utilizar-se dos mesmos acreditando que cenário atual os indivíduos possam exercer diferentes graduações de agenciamento.

Partindo da concepção de Bourdieu (2009) e sua Teoria da prática, estrutura e sujeito constituem uma relação dialética através de um processo onde o indivíduo introjeta aspectos da estrutura e posteriormente os exterioriza de forma inconsciente a partir de suas ações e de sua compreensão sobre o mundo. O habitus é um conceito central na teoria de Bourdieu, pois esta garante uma coerência entre a sua concepção de sociedade e a do agente social fazendo a mediação entre o individual e o coletivo. Para o autor, o habitus se refere a:

[...] sistemas de disposição duradouros e transponíveis, estruturas estruturadas dispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, como princípios geradores e organizadores de práticas e representações que podem ser objetivamente adaptadas ao seu objetivo sem supor a visada consciente de fins e o controle expresso das operações necessárias para atingi-los, objetivamente 'reguladas' e 'regulares', sem ser em nada o produto da obediência a regras e sendo tudo isso, coletivamente orquestradas sem ser o produto da ação organizadora de um maestro. (BOURDIEU, 2009, p.87)

Essa definição enfatiza que o habitus é um sistema de disposições duradouras adquiridos pelo indivíduo durante o processo de socialização. Essas disposições são atitudes, inclinações para perceber, sentir, fazer e pensar, introjetado pelos indivíduos de acordo com suas condições objetivas de existência e

que por sua vez funcionam como princípios inconscientes de ação, percepção e reflexão. Para o autor, essas introjeções constituem o mecanismo basal da socialização, na medida em que os comportamentos e valores aprendidos são considerados como óbvios, naturais, quase como instintivos; desta maneira essas introjeções propiciam o indivíduo a capacidade de agir sem ser obrigado a recordar-se explicitamente das regras que se faz necessário observar para agir. (BONNEWITZ, 2003)

Neste modelo em que as ações são determinadas pelas estruturas, há um esvaziamento da capacidade reflexiva no sentido de poder de avaliação e crítica sobre a realidade, o que torna o indivíduo um ser completamente passivo. Para Garfinkel (1967, p.68 apud Penna 2012) trata-se do “homem que produz e reproduz as características estáveis da sociedade ao agir em concordância com as alternativas preestabelecidas e legítimas de ação que a cultura comum provê”.

Para Giddens (2009) a reflexividade também compreendida como monitoração reflexiva das ações é um conceito de suma importância para o debate sobre agência e estrutura. Segundo este, as práxis sociais organizadas no tempo e espaço seriam por excelência o objeto de estudo das ciências sociais. Estas práxis são organizadas a partir da capacidade cognitiva dos agentes e se reproduzem no tempo e espaço em razão da reflexividade. Desta forma, segundo o autor, a reflexividade deve ser compreendida não somente em termos de autoconsciência, mas como o caráter monitorado do fluxo contínuo da vida social. (GIDDENS, 2009, p.3 apud PENNA, 2012). Para o autor, o indivíduo é um agente reflexivo, intencional e totalmente consciente de suas ações. A agência do sujeito reflexivo na concepção de Giddens (2009), diz respeito a sua capacidade de realização, de produção e transformação. Um agente, na teoria da estruturação, é dotado de poderes causais e é capaz de influenciar os poderes de outros. Porém, vale salientar, que estes agentes atuam em contextos nos quais estão presentes regras e recursos que possam promover a existência de práxis sociais distintamente semelhantes por dimensões variáveis de tempo e espaço. Tais regras e recursos constituem a “estrutura” na ótica do autor.

A consciência prática das regras atribui aos indivíduos a capacidade de monitoração reflexiva de suas ações. Desta forma, na medida em que se obtém

consciência das regras que caracterizam a estrutura e a capacidade de interpretá-las, os indivíduos agem reproduzindo-as ou as modificando. É importante frisar que a abordagem teórica de Giddens (1991) se apoia no debate sobre modernidade, desta forma, o autor indica uma maior capacidade de reflexividade nas sociedades modernas. Para o autor, a reflexividade é limitada à reinterpretação e esclarecimento da tradição nas culturas tradicionais onde a dimensão espaço-tempo é diferente. Nestas culturas, a rotinização do cotidiano é mais relacionada à tradição.

A reflexividade está intimamente relacionada à noção de conversação interna, a capacidade de falar consigo mesmo, internamente, habilidade essa que permite ao indivíduo atuar sobre suas vidas de forma ativa. No que diz respeito à agência, está se encontra atrelada a concepção de que os atores são capazes de desenvolver e definir suas inquietações mais importantes sob a forma de projetos que por sua vez são considerados pré-requisitos para a ação. A realização de projetos sugere a tentativa de exercer poder causal sobre outros indivíduos. Neste modelo, há uma interação constante entre os projetos individuais e os constrangimentos do contexto mediada pela conversação interna. Vale ressaltar que a reflexividade permite ao indivíduo a mobilidade social, no sentido de pensar sobre seus projetos e executá-los.

Os estudos em etnometodologia de Garfinkel (1967) e a teoria da prática de Bourdieu representam na sociologia contemporânea, duas visões distintas no tocante as noções de agência e reflexividade conferida aos indivíduos. Os estudos em etnometodologia consideram as atividades cotidianas dos indivíduos e também os métodos utilizados para tornar essas atividades observáveis, racionais e relatáveis – para todos os propósitos práticos. Garfinkel (1967 apud Penna 2012) confere a capacidade de reflexividade a todos os indivíduos e afirma que estes não são só capazes de produzir conhecimento sobre as atividades e métodos do cotidiano, como também, tornam esses conhecimentos relatáveis. As concepções que explicam as ações dos indivíduos relacionando-as com padronização social ou estrutura são criticadas pelo autor por estas negligenciarem a capacidade de criação e produção do indivíduo. Em termos de capacidade de agência, Garfinkel, assim como Giddens, os agentes no processo de interação social são produto e produtores dos constrangimentos, das regras da vida cotidiana. Devido à grande capacidade de agência e reflexividade conferida aos indivíduos, a etnometodologia de Garfinkel

encontra-se muito próxima da perspectiva do sociólogo leigo, expressão utilizada para se referir a ideia de os indivíduos possuem capacidade para realizar teorização sociológica e que o conhecimento sociológico é o mesmo processo de construção do conhecimento do senso comum. (PENNA, 2012)

Na sociologia de Bruno Latour, (2005) o social é explicado das diversas associações que foram traçadas para sua confecção. Os laços sociais são aquilo que deveria ser explicado e não a explicação em si. Explicar, neste caso, não pressupõe estabelecer relações causais entre variáveis, mas sim conectar entidades a outras entidades, traçando uma rede, apontando a relação entre cada mediador. O autor aponta as “controvérsias” como ponto de partida para a investigação social. Iniciar pelas controvérsias seria uma forma privilegiada de adentrar no campo de investigação, pois é a partir destas controvérsias que se explicitam as afiliações e as relações de proximidade ou distanciamento entre as pessoas ou entre as pessoas e as coisas. A noção de agência na concepção de Latour (2005) diz respeito a tudo aquilo que produz efeito, tudo o que deixa rastros, pistas que possam ser identificadas. Nesta abordagem para que se compreenda a ação dos indivíduos faz-se necessário considerar estes como sendo seres constituídos por diversas camadas sucessivas, construídas em diversas situações, cada qual com suas particularidades. A ação por sua vez, é entendida como um nó, um conglomerado com diversas origens e que deve ser vista como o resultado de um conjunto de agências. Por essa perspectiva, a questão da agência está relacionada a identificação dos resultados das associações estabelecidas entre os diversos indivíduos. Assim como Garfinkel, Latour acredita que os indivíduos possuem grande capacidade de reflexividade. (PENNA, 2012)

Voltando a questão inicial na presente pesquisa, o cenário ao qual investiga-se a prática dos agentes é o Facebook e diante do que foi exposto até aqui sobre as teorias da agência, concorda-se com os posicionamentos dos teóricos. Entretanto, no que se refere a amplitude da capacidade de agenciamento dos indivíduos e no âmbito das práticas na mídia social, acredita-se que a reflexividade se faz presente em certa medida, visto que conforme foi apresentado no capítulo anterior, existem mecanismos, estruturas presentes nesta plataforma, que atuam sobre as práticas dos agentes e as condicionam, sem que os mesmos tenham ciência desse

processo. Nesse sentido, adentrarei agora a questão da agência dos objetos, que por sua vez também atuam sobre as práticas indivíduos.

Ao discorrer sobre agência, considera-se que se trata de um processo dialético no sentido em que a agência humana molda ou reproduz estruturas sociais e por sua vez essas estruturas condicionam as práticas dos indivíduos através de regras e acordos compartilhados entre os membros desse processo. Porém, as teorias orientadas para as práticas têm seu foco voltado apenas as ações dos indivíduos, em sua capacidade de modificar a estrutura, tendo em vista sobretudo a intencionalidade do sujeito. Tais abordagens não consideram os demais elementos que constituem a rede de relações sociais, pela questão de serem considerados objetos “não humanos, não sujeitos, e não possuindo qualidades biológicas dos seres vivos”. (MERÊNCIO, 2013, p.186).

Gell (1998) postula que as motivações das práticas de agentes humanos não são tão somente resultantes das ações e/ou presença de outros elementos humanos em suas redes de relações. Os objetos, elementos materiais, não humanos também possuem capacidade para inferir a ação, como no caso de artefatos religiosos, estatuetas, as quais impelem a determinados comportamentos ritualísticos como por exemplo: oferendas e banhos, ou ainda como ressalta Latour (2012), equipamentos eletrônicos que direcionam e possibilitam as práticas dos indivíduos. Desta forma, não considerar a agência dos objetos e a forte influência destes em nossas relações tanto no passado quanto no presente é extinguir a possibilidade de compreensão das motivações humanas em suas ações. (MERÊNCIO, 2013)

De acordo com Merêncio (2013) ao tratar da agência dos objetos é importante salientar que embora a temática sido amplamente debatida no campo das ciências sociais a partir da década de 1990, ainda em 1948, o assunto havia sido abordado na filosofia por Maurice Merleau-Ponty. O filósofo avaliou objetos como componentes centrais para dar origem a certos estados afetivos e comportamentos e ainda destacou que a opção por certos objetos em detrimento de outros, estaria intimamente relacionado a apreços e condutas adotadas dos indivíduos. Assim, pode-se refletir acerca da forma com que determinados objetos atuam sobre nossa subjetividade despertando diversos sentimentos, emoções, gostos e tendências

favoráveis ou desfavoráveis, de forma que não se deve ignorar sua atividade sobre nós.

Gell (1998), influenciado pela antropologia cognitivista e envolvido com a antropologia da arte propôs uma teoria que tem como eixo central a aproximação das noções de pessoa e objeto e como consequência, a abordagem de objetos como pessoas, alegando que estes objetos “também são destino e origem de ação social” (ARONI, 2010 p.6). O autor postula o poder de agenciamento a pessoas ou coisas que são geradoras de fatos ou práticas, independentemente de seu estado físico. Entretanto, ele ressalta que os objetos não são “agentes autossuficientes”, eles teriam abdução de agência, ou seja, um papel de agente secundário (agenciamento passivo) atribuído pelo agente humano. Desta forma considera-se que é o agente humano que propicia a agência ao objeto de acordo com um quadro de relações sociais específicas que por sua vez são compartilhadas com outros agentes humanos, numa relação intersubjetiva que agregam significação, produção e uso em relação ao objeto.

[...] o objeto em si é um recipiente da substância-agência atribuída pelo agente humano, que possui uma agência ativa, e a partir disso o objeto passa a possuir as características básicas de um agente secundário, uma agência passiva. (...) a agência é distribuída de acordo com as intencionalidades do sujeito [...] (MERÊNCIO, 2013, p.191)

Latour (2012) diferencia-se de Alfred Gell ao propor uma agência distribuída sem intencionalidade e subjetividade, denominada teoria Ator-Rede (TAR – sigla em português). Sua abordagem teórico-metodológica parte do pressuposto de que a dicotomia subjetividade-objetividade presente na teoria social é infundada. Para ele, a vida social, as práticas do dia a dia possuem caráter híbrido que transpassa as relações entre objetos e pessoas, resultando em elementos que constituem os dois atributos e dessa forma, objetos podem ser sujeitos e sujeitos podem ser objetos. (ARONI, 2010)

Latour evidencia que a teoria Ator-Rede (TAR) foi na verdade criada por Gabriel Tarde, ao final do século 20 e descrita em sua obra “Monadologia e Sociologia”, que por sua vez trazem consigo aspectos centrais para a constituição da TAR. Primeiramente no que diz respeito a existência de uma desnecessária dicotomia entre natureza e sociedade para que as interações humanas ou sociais, possam ser

compreendidas. A priori porque Gabriel Tarde, segundo Latour (2001) propõe uma substituição do termo social por associação, propiciando um melhor esclarecimento acerca do conceito de rede e essa por sua vez é construída a partir das associações entre os elementos heterogêneos. A ideia central desta concepção é não considerar a sociedade e nem tão somente os indivíduos como principal unidade de análise. Segundo Queiroz e Melo (2008, p. 265):

Apoiado em Tarde, Latour propõe que substituamos o termo *social* por *associação*. Uma rede é formada pela associação de elementos heterogêneos, variados, mínimos. A análise de Tarde, em oposição àquela de Durkheim, é microssocial: é do pequeno que tudo começa e é lá que encontramos a chave para entender o grande. A mônada é o material primeiro do qual todo o universo é composto. Tarde não só se recusou a tomar a sociedade como a ordem maior e mais complexa para análise, como também se negou a considerar o humano como único material de sua composição.

A teoria ator-rede é uma opção para o desenvolvimento da ciência social com vistas a um caráter relacional de agência onde todos os elementos são atores e a capacidade de agenciamento se distribui por toda a rede. Para Latour (2012) o agenciamento se atribui pela capacidade de indução ou influência sobre outro elemento da rede para realizar uma ação. O teórico ainda salienta que “o ator não é a fonte de uma ação, mas o alvo móvel de um amplo conjunto de entidades que enxameiam em sua direção.” (LATOUR, 2012, p.75). A rede integra elementos híbridos (sujeitos e objetos) e somente assim se faz possível analisar o social, visto que sem objetos não haveria sociedade uma vez que muitas das interações são mediadas por e através deles.

Conforme a concepção de Latour (2012), a agência distribui-se por todos os elementos que constituem a rede, pessoas e objetos, de maneira que tais objetos não são categorizados como simples instrumentos e sim agentes dotados de competência para influenciar e alterar as práticas e eventos. Nas perspectivas de Gell e Latour, os objetos são compreendidos como seres inanimados, de forma que necessitam de um humano para agirem dentro de um determinado contexto social. (MERÊNCIO, 2013).

Essas duas concepções são criticadas por Ingold (2012) ao argumentar que ambas são resultantes da persistência da visão hilemórfica dos objetos presente na cultura ocidental. Essa visão, a princípio concebida por Aristóteles, considera a

junção entre forma e matéria em uma espécie de fórmula onde a forma seria o produto final, resultante do imperativo de um agente e a matéria por sua vez receberia essa imposição do agenciamento, caracterizando-se, portanto, como passiva e estática. (MERÊNCIO, 2013) Para o teórico, ao constituir e olhar os objetos como coisas sem vida, perpetua-se a concepção de agenciamento humano em relação aos objetos. Desta forma, Ingold (2012) de uma forma radical, se apropriando das considerações realizadas pelo filósofo Heidegger (1971), propõe uma abordagem em que as dicotomias entre sujeito-objeto e materialidade-imaterialidade são desconstruídas através de uma nova compreensão da realidade. O autor defende que o mundo está repleto de coisas e não objetos e a diferença fundamental entre esses dois conceitos é que no caso do objeto, o mesmo encontra-se terminado, um constructo limitado e confinado dentro de uma superfície (materialidade morta). No que diz respeito as coisas, várias ações ocorrem de maneira entrelaçadas, *“um agregado de fios vitais”*.

Partindo dessas primeiras considerações, Ingold (2012) lança mão de um argumento que diz respeito ao ambiente sem objetos (ASO) e a problemática da agência dos objetos. Para ele, não ocupamos um mundo com objetos, ao contrário,

[...] nós habitamos um mundo sem objetos, no qual nos juntamos aos processos de formação e dissolução de diferentes entidades, que correspondem às coisas, que assim como nós, também estão vivas, pois elas vazam por e através de suas superfícies por meio de entrelaçamentos dos fios que as constituem. Os processos de vida das coisas estão centrados em todos os tipos de fluxos de e entre materiais, e para habitar este mundo é necessário se reunir aos processos responsáveis pela formação e dissolução de diferentes entidades que caracterizam um ASO, pois só assim os fluxos não serão contidos, como ocorre na definição dos objetos. (MERÊNCIO, 2013, P.197)

Em suma, acredita-se que todas as abordagens são válidas e proporcionam subsídios para reflexão acerca das mídias sociais e em especial o Facebook. Penso que estaríamos nos referindo diante de uma entidade, estabelecida no ciberespaço, que possibilita práticas, as condicionam e que por sua vez também vai se constituindo e se aprimorando a partir das ações de seus usuários (agentes humanos). Ao meu ver, assim como os celulares se transformaram em um ícone da contemporaneidade, resgatando a ideia de Silva (2007), ao fazer uso e se apropriar das mídias sociais, também se caracterizam esse novo sujeito, pois trata-se de uma nova forma de interagir e estabelecer redes sociais.

### 3. A PESQUISA DE CAMPO

#### 3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo serão abordados todo o processo e procedimentos metodológicos do estudo e posteriormente serão apresentadas as descrições e análises do material coletado por meio das observações das páginas pessoais no Facebook e informações obtidas por meio das entrevistas em profundidade junto aos participantes.

Deslocando o debate generalista extralocalizado e autoexplicativo que caracteriza tradições ensaísticas sobre as quais parte dessa produção tem sido desenvolvida, a etnografia posiciona e situa a cibercultura para o lugar onde ela é produzida e significada cotidianamente, ou seja, nas práticas, experiências e sensibilidades da vida vivida e não daquelas imaginadas. Ali, onde as pessoas, artefatos e outros seres são cruzados e coproduzidos com e pelas tecnologias digitais. (SEGATA; RIFIOTIS, 2016, p.10)

Analisar as práticas dos indivíduos no ciberespaço, em especial no Facebook, requer uma atenção às técnicas metodológicas utilizadas, visto que se por um lado as novas formas de interação propiciadas pelo avanço tecnológico se constituem como um rico cenário para a análise das relações sociais contemporâneas, por outro, consiste em um campo relativamente novo, em que as metodologias de pesquisa ainda encontram-se em formação, apropriando-se das técnicas das Ciências Sociais.

Ao estruturar um estudo sociológico no ciberespaço, segundo Fragoso et al (2012), uma das principais questões a ser levantada pelo pesquisador é descobrir a abordagem metodológica mais propícia para a coleta de dados, afim de que se assegure a qualidade do trabalho científico. Dito isso, “a internet é um universo de investigação particularmente difícil de recortar, em função de sua escala, heterogeneidade e dinamismo” (FRAGOSO et al., 2012, p. 55), em contrapartida, torna-se um desafio interessante. Desta forma, considerando os objetivos do estudo, já expostos anteriormente e a peculiaridade do objeto em questão, realizou-se uma um estudo qualitativo, de caráter exploratório através de estudos de casos. De acordo com Gil (2008), a pesquisa exploratória tem como finalidade, desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, propiciando uma visão geral de tipo aproximativo, acerca de determinado fato ou fenômeno, com vistas a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. E no que diz respeito aos estudos de casos, considera-se uma estratégia pertinente, pois

permite uma análise mais aprofundada de forma a permitir um conhecimento mais amplo e detalhado. Segundo Yin (2005), o estudo de caso é uma forma de investigação empírica sobre um fenômeno atual dentro de seu contexto de realidade (as práticas no Facebook) quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas e no qual são utilizadas várias fontes de evidência, neste caso as observações de campo e entrevistas em profundidade.

### 3.2 O PERCURSO DA PESQUISA

O campo de observação constituiu-se pelas páginas pessoais dos alunos de graduação de uma universidade privada na cidade de Toledo-PR, escolhida por critério de conveniência, considerando acessibilidade e disponibilidade dos envolvidos no estudo. Foram convidados a participar da pesquisa, alunos ingressantes e formandos de cursos de graduação que representassem as áreas das ciências humanas, exatas e saúde. Este primeiro recorte objetivou contemplar diferentes idades, gêneros e perfis. Obteve-se o número de 155 acadêmicos, sendo 109 do gênero feminino e 46 do gênero masculino que aceitaram participar da pesquisa e que assinaram o termo de consentimento livre esclarecido – TCLE. A partir de então foram estabelecidas três diferentes faixas etárias considerando a idade mínima e máxima dos alunos participantes (entre 17 anos e 53 anos). Foram selecionados arbitrariamente dentre estes, um grupo de indivíduos com 08 componentes, sendo: 04 mulheres com idades entre 19 e 43 anos e quatro homens com idades entre 22 e 54 anos. Dados estes que serão melhor detalhados do decorrer do texto, no item apresentação por entrevistados. Dada a natureza do que seria observado – as páginas pessoais dos usuários da mídia social Facebook, seria inviável a análise aprofundada de um grande número de indivíduos.

Para a obtenção dos dados de análise e descrição, foi criada uma página pessoal no Facebook, específica para fins desta pesquisa pela qual se efetuou o acesso as páginas pessoais dos alunos voluntários, participantes do estudo, previamente abordados, por meio de convite – solicitação de amizade. A princípio foram realizadas observações esporádicas em dias e horários alternados com o intuito de sondar o campo e analisar as possibilidades de estudo. Com essa primeira sondagem de campo, percebeu-se que em razão da grande quantidade de

informações e atividades na mídia social, seria necessário delimitar um período para observação das publicações na *timeline* dos alunos. Desta forma, foi feito um recorte de tempo (de 01 de junho a 31 de junho de 2018). Nas observações buscou-se explorar as práticas dos indivíduos na construção e atualização de suas páginas pessoais no Facebook, considerando fotos/imagens do perfil, foto/imagens da capa, adoção de pseudônimo, apelido ou utilização do nome real e disponibilização de dados pessoais na apresentação. Sobre as postagens<sup>17</sup>, procurou-se realizar um mapeamento, considerando a frequência e o comportamento dos alunos – o que fazem e de que maneira o fazem. Foram analisados os conteúdos e formato das publicações, objetivando conhecer dentre os usos do Facebook, o propósito ou principal finalidade para a qual os alunos utilizam esta mídia social.

E em relação ao conteúdo, baseado em observações anteriores a realização do estudo, foram arbitrariamente elencadas algumas categorias de postagem que acreditava-se aparecer com maior frequência, tais como: selfies, experiências pessoais, família, profissional (marketing/carreira), religião (proselitismo ou apenas manifestação da crença), ativismo de toda ordem, causas humanitárias, movimentos sociais, espectro político-ideológico, arte, conteúdo de cunho técnico-científico e conteúdo inspiracional/motivacional. Buscou-se também averiguar a forma de exposição das postagens: público ou restrita, visando responder as questões sobre o que postam e para quem postam. Ainda sobre as postagens foram examinadas as formas de manifestações classificadas como: proativas – quando o usuário publica em sua página pessoal conteúdos de sua autoria ou de fonte externa ao Facebook; ativas - quando o usuário compartilha em seu perfil postagens de outros usuários, possibilitando que seus interlocutores também possam visualizar tal conteúdo e reativas - quando o usuário reage com comentários ou apenas “curte” uma determinada postagem em que foi marcado e pode ser visualizado em sua página pessoal. Essas classificações foram adaptadas para este estudo com base nos conceitos de perfil proativo e perfil reativo, utilizado em psicologia organizacional, psicologia clínica e teorias da comunicação e interação humana.

---

<sup>17</sup> Postar: adaptação do verbo *to post* em inglês. Refere-se as atualizações, conteúdos que são publicados, passíveis de visualização na página pessoal do usuário do Facebook (textos, fotos, imagens, vídeos, áudios, hiperlinks, etc.).

Paralelamente as observações, foram realizadas entrevistas semiestruturadas junto aos alunos, estas ocorreram na modalidade online – através do aplicativo Messenger Facebook. Porém, constatou-se que nesta modalidade, os indivíduos se limitam a responder (escrever) o mínimo possível, o que se revelou desfavorável para o estudo. Desta forma, optou-se por realizar entrevistas individuais e pessoalmente junto aos participantes do estudo, aumentando a possibilidade de obtenção das informações e o preenchimento de lacunas que se evidenciaram nas observações das páginas pessoais e também nas entrevistas online. As entrevistas foram agendadas e ocorreram durante o mês de agosto de 2018.

### 3.3 ABORDAGENS COLABORATIVAS

Antes de iniciar a apresentação dos dados obtido com essa pesquisa, julgo necessário expor que conjuntamente ao arcabouço teórico apresentado até aqui, para auxiliar no processo de reflexão e compressão sobre como se dá a representação das identidades, e as interações entre os usuários na mídia social Facebook, optou-se pelo respaldo conceitual-metodológico de Erving Goffman (1922-1982) da Escola de Chicago e sua metáfora dramaturgic no âmbito as relações sociais sob uma análise microssociológica da vida cotidiana. Goffman construiu uma teoria das representações sociais baseando-se na metáfora da ação teatral como ponto norteador estrutural de sua exposição. Em seus estudos, buscou realizar uma análise das situações dentro das interações, os chamados encontros sociais. O campo da representação social está relacionado aos estudos do interacionismo simbólico, que dá ênfase aos processos de interação – ação social caracterizada por uma orientação imediatamente recíproca - enquanto que a análise desses processos se baseia num conceito específico de interação que privilegia o caráter simbólico da ação social. (JOAS, 1999). Nesse processo de interação, a comunicação é o elemento chave, visto que somente por meio dela, todas as atividades cooperativas de uma sociedade se tornam possíveis. Diante do exposto, acredita-se que construir uma espécie de analogia entre o “palco” que Goffman e as página pessoais do Facebook revelou-se coerente.

Segundo Goffman (2016, p.34) a representação é definida como “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e tem sobre esses alguma

influência.” Ainda parafraseando o autor, na representação, o indivíduo se divide entre ator e personagem, onde o primeiro consiste em seu viés que gera impressões, enquanto que o segundo se refere a um modelo social que busca admiração, uma espécie de analogia a teoria da psicologia fenomenológica-existencialista de Carl Rogers. Em ambos os casos, a representação social deve ser compreendida a partir da “crença do indivíduo na impressão da realidade que tenta dar àqueles entre os quais se encontra” (GOFFMAN, 2016, p.29), ou seja, como o indivíduo procura, perante os outros, apresentar sua identidade, de acordo com suas opções de práticas, cenário e discurso.

Também foram utilizados para a análise das práticas sociais o enfoque etnometodológico, uma corrente da sociologia inaugurada na década de 60 por Harold Garfinkel a partir de sua obra *Studies in Ethnomethodology*. A Etnometodologia revela-se como uma abordagem sociológica norte-americana que rapidamente conquistou o universo acadêmico europeu e mais especificamente as universidades alemãs e europeias. Sua relevância teórica-epistemológica se deve ao fato da ruptura definitiva que esta corrente realiza com as demais tradicionais linhas de pensamento sociológico. (COULON, 1995)

Para o autor, mais que uma teoria estabelecida, ela é uma perspectiva de estudo, uma nova postura intelectual. A Etnometodologia mostrou-se ambiciosa ao ampliar o pensamento sociológico, salientando a importância da compreensão do social em detrimento da explicação e a valorização da abordagem qualitativa nas pesquisas sociológicas. Sua prerrogativa é a de que todo indivíduo é um “sociólogo em estado prático” de acordo com Schütz (apud Coulon, 1995), assim a realidade já se encontra descrita pelos indivíduos, a linguagem comum remete a realidade social, descreve-a e simultaneamente a constitui:

Contra a definição durkheimiana da sociologia construída a partir da ruptura com o senso comum, a etnometodologia mostra que temos à nossa disposição a possibilidade de apreender de maneira adequada aquilo que fazemos para organizar a nossa existência social. Analisando as práticas ordinárias no aqui e agora sempre localizado das interações, ela vem somar-se a outras correntes mantidas à margem da sociologia oficial, em particular a sociologia da intervenção que leva também em conta o fato de todo o grupo social ser capaz de se compreender a si mesmo, comentar-se, analisar-se. (COULON, 1995, p. 8)

Pressupõe-se que esta concepção teórica denominada etnometodologia seja adequada para analisar e discutir os fenômenos relacionados ao objeto desta pesquisa que aborda as práticas sociais no contexto da internet, a medida em que se compreende que apesar de suas características próprias, o ciberespaço é concebido como um campo real de experiências socialmente constituídas e passíveis de descrição e observação. No âmbito do Facebook, as relações podem se estabelecer e se constituir, assim como as ações cotidianas dos indivíduos são vivenciadas, explicitadas e compartilhadas com outros numa espécie de narrativa consciente da experiência, todos estes mediados por suportes tecnológicos.

Ainda parafraseando Coulon (1995), a etnometodologia se caracteriza como uma pesquisa empírica dos métodos utilizados pelos indivíduos para dar sentido e concomitantemente realizar suas ações cotidianas mais diversas: comunicar-se, pensar, tomar decisões, etc. Trata-se do estudo das atividades do dia-a-dia, triviais ou eruditas, considerando que a sociologia também deve ser considerada uma atividade prática. Desta forma, nesta concepção teórica-metodológica faz-se necessário um retorno à experiência, exigindo uma modificação dos métodos e técnicas de coleta de dados, assim como a construção teórica. As relações sociais tecidas no campo do ciberespaço se constituem como processos dinâmicos, orgânicos que se redefinem e se transformam continuamente, assim como em outro qualquer campo, a etnometodologia irá voltar-se para esse emaranhado de informações e dados como uma realidade social que é continuamente criada e recriada pelos atores sociais, onde as atividades práticas dos membros revelam suas regras e seu modo de agir.

O postar, compartilhar, reagir a uma postagem podem ser compreendidas como ações sociais, visto que de acordo com Weber (1992, p.400) “ a ação social é uma ação na qual o sentido sugerido pelo sujeito ou sujeitos refere-se ao comportamento de outros e se orienta nela no que diz respeito ao seu desenvolvimento. ”

No contexto do Facebook quando o indivíduo expõe um determinado conteúdo, ele inerentemente espera uma reação, no sentido de algo concreto, observável como um comentário sobre o que foi exposto ou ainda uma “curtida”, algo que sinalize o contato do outro com aquilo que divulgado, foi tomado

conhecimento em alguma instância, causando-lhe um efeito. Porém, há de se questionar no âmbito do Facebook em que medida as ações sociais se determinam ou se limitam às reações do outro, uma vez que nem todos os atores ao se depararem com uma postagem realizam essas ações que sinalizam o interlocutor no sentido de *feedback*<sup>18</sup>. A observação atenta e a análise dos processos imbricados nestas ações permitem evidenciar as formas de procedimento pelos quais os atores sociais percebem constantemente sua realidade social. (COULON, 1995)

### 3.4 DESCRIÇÃO DO PERFIL DOS PARTICIPANTES

Fazendo uma alusão aos conceitos dramatúrgicos goffmanianos, serão apresentados no primeiro ato os atores (participantes da pesquisa) e seus perfis. Os dados apresentados foram obtidos por meio de observação e análise das páginas pessoais dos alunos participantes e entrevistas individuais em profundidade durante o mês de agosto do presente ano.

Vale mencionar que por questões éticas, foram utilizados pseudônimos para preservar a identificação dos participantes deste estudo. Seus dados e fotos das páginas pessoais no Facebook também foram omitidos afim evitar a exposição dos mesmos. Contudo, coerentemente com a proposta do estudo foram apresentadas aqui informações que se revelaram fundamentais para que fosse possível alcançar o objetivo da pesquisa. Faz-se necessário reforçar que com relação as observações, foi realizado um recorte arbitrário em relação ao período (de 01 de junho de à 31 de junho de 2018), necessário para que fosse possível registrar as práticas dos indivíduos de forma detalhada.

#### 3.4.1 Primeiro Ato: Os atores

**Pedro, 22 anos**, gênero masculino, estudante do 5º ano do curso de Direito. Solteiro, sem filhos e reside com os pais. Atua como estagiário em um órgão público. Tem sua página pessoal no Facebook desde 2011 e se apresenta utilizando seu nome (primeiro e último) e deixando público alguns dados de identificação (parentesco) idade, data de nascimento, estado civil, cidade natal e cidade onde

---

<sup>18</sup>Palavra inglesa que significa **realimentar** ou **dar resposta** a um determinado pedido ou acontecimento.

reside. Utiliza uma foto sua na capa (para ser reconhecido) e a foto de capa utiliza a da atlética com o intuito de divulgação.

**Henrique, 34 anos**, gênero masculino, estudante do 5º ano do curso de Fisioterapia. Profissionalmente já atua na área como sócio e terapeuta em clínica de fisioterapia. É casado e possui dois filhos. Tem sua página no Facebook desde 2011 e apresenta-se utilizando seu nome completo e deixa público algumas informações a seu respeito, tais como: Trabalho (nome da clínica) Educação (curso e nome da universidade), cidade natal e cidade onde reside e estado civil (com o nome da esposa). Apresenta como foto do perfil uma foto sua com a esposa e como foto de capa uma imagem da clínica onde atua, como forma de divulgação, segundo ele.

**Alexandre, 38 anos**, gênero masculino, estudante do 5º ano do curso de Direito. Atua profissionalmente em um escritório de advocacia. Casado, possui 02 filhos. Tem sua página no Facebook desde 2009. Apresenta-se utilizando seu primeiro e último nome, alegando que o mesmo é muito extenso. Em sua página pessoal revela algumas informações a seu respeito como educação (curso e universidade), cidade onde reside e seu estado civil (com o nome da esposa). Utiliza no perfil sua foto de rosto e na imagem de capa uma foto dos formandos do curso de Direito.

**Ricardo, 54 anos**, gênero masculino, estudante do 2º ano de Engenharia Civil, sendo esta sua quarta graduação. O mesmo também possui formação em Ciências Contábeis e Direito e paralelamente ao curso de Engenharia Civil, cursa outra graduação também Engenharia em outra instituição de ensino pública. É empresário e atua como técnico. É casado, possui 01 filho também universitário e reside com a família. Tem sua página no Facebook desde 2012. Utiliza a junção de seu nome e da empresa a qual administra e é proprietário. Apresenta uma frase de efeito na apresentação. Revela em sua página pessoal seu local de trabalho, dados sobre educação/formação, cidade natal e cidade onde reside. Como foto do perfil utiliza uma foto sua de rosto e na foto de capa utiliza uma bandeira do Brasil.

**Priscila, 19 anos**, gênero feminino, estudante do 2º ano de Direito, solteira, sem filhos, reside com os pais e uma irmã mais nova, de 16 anos. Tem sua página

pessoal no Facebook desde 2012. Apresenta-se utilizando seu nome completo e permite a visualização de algumas informações de identificação, tais como: Educação (curso e instituição), cidade onde reside; Informações de contato – Instagram; sua data de nascimento; gênero; religião – católica; família e relacionamento com parentes identificáveis e estado civil: solteira. Em sua página pessoal, utiliza uma foto sua de rosto e a imagem da capa é a balança da justiça que remete o seu gosto pelo curso de direito.

**Giovana, 20 anos**, gênero feminino, estudante do 2º ano de Engenharia Civil, solteira, sem filhos, reside com os pais. Tem sua página Pessoal no Facebook desde 2012. Em sua página pessoal apresenta-se com seu nome e sobrenome e permite a visualização de alguns dados de identificação, tais como: Educação e moradia. No campo educação, apesar de estar cursando, coloca o verbo no passado “estudou”. Também revela data de nascimento; gênero e parentes. Utiliza uma foto de rosto sua e na imagem de capa do perfil apresenta uma foto da família.

**Agatha, 39 anos**, gênero feminino, estudante do 2º ano de Fisioterapia, casada 01 filho. Tem sua página pessoal no Facebook desde 2011. Profissionalmente possui uma clínica de Fisioterapia e já atua na área. Em sua página pessoal utiliza nome e sobrenome e permite a visualização de alguns dados a seu respeito: trabalho (revela o nome de sua clínica), educação (ensino médio e graduação com o nome das instituições de ensino), moradia (de onde é e cidade onde reside) e estado civil. Em detalhes apresenta sua data de nascimento; gênero; religião (espírita kardecista); estado civil e parentes. Em sua página utiliza uma foto de rosto e como imagem de capa também uma foto sua junto a bandeira do Brasil.

**Heloisa, 43 anos**, gênero feminino, formada em ciências sociais e estudante do o 5º ano de Direito. Casada, possui 02 filhas e reside com sua família. Profissionalmente atua como professora no ensino médio em uma escola estadual. Tem sua página pessoal no Facebook desde 2011. Apresenta-se utilizando seu nome completo e sobre seus dados revela informações sobre educação (formação) e cidade onde reside. Nos detalhes aparece telefone para contato, data de nascimento; gênero e família (primos). Utiliza como imagem do perfil uma foto sua, antiga, a qual diz ser a

melhor e na imagem de capa utiliza uma foto de flores que ganhou no último dia das mães.

Percebe-se que a subjetividade se expressa de alguma forma em relação a construção da página pessoal no Facebook. Ao escolher as imagens que compõem sua representação na página, o indivíduo nos dá indícios acerca de seus gostos, valores e preferências. Porém, isso nem sempre é percebido de maneira objetiva pelos interlocutores, a que se interpretar os significados e dar destaque ao que está “nas entrelinhas”. Acredito que essa questão seja um ponto importante no que se refere as relações sociais no Facebook. Uma imagem, uma frase, uma expressão, pode se revelar confuso, ambíguo pelo interlocutor e gerar falhas na comunicações e impressões distorcidas e conseqüentemente vários tipos de reações.

Essa análise aproxima-se da visão de Recuero (2012) no que tange as relações nas mídias sociais. De acordo com a autora, o contexto pode revelar-se muitas vezes como um fator problemático para a comunicação, visto que as redes estabelecidas são multimodais, negociadas e construídas como lócus de diálogo, essas são apropriadas por grupos e nesse sentido, negociar o contexto se faz uma necessidade para que haja a comunicação em rede. (RECUERO, 2012)

O caráter mediador muitas vezes faz com que haja uma compreensão parcial do interlocutor, uma percepção de audiência imaginada ou invisível e com a possibilidade de interconexão nas mídias sociais, essas audiências muitas vezes são amplificadas e interconectadas, o que pode acarretar distorções, interpretações falhas, problemas relacionados aos contextos.

Uma outra vertente para pensar sobre a construção do perfil, seria a de que existe uma espécie de lógica de mercado subjacente, a qual influencia diretamente nas interações entre os usuários do Facebook. Os indivíduos constroem suas páginas não apenas a partir de seus gostos e preferências, mas também o fazem pensando no que pode agradar ou chamar a atenção de seus interlocutores, atraindo a audiência para si. Nesse ponto, acredita-se que essa lógica de mercado envolve os aspectos relacionados às representações do “eu” (Goffman, 2016), propiciando uma promoção das identidades no Facebook. Desta forma, a personalização do perfil condiz com a adequação do produto ao consumidor (amigos/contatos) dos usuários, o que torna o Facebook mais atrativo e mais

valorizado. Verificou-se que essa personalização se constitui na elaboração da página pessoal por meio da publicização de dados e de fotos, pelas opções de privacidade e pelas postagens em geral (a descrições, e relatos do dia-a-dia, comentários, links, citações, mensagens curtas, vídeos, etc.) O Facebook também oferece recursos para que os usuários publiquem suas atividades favoritas, gêneros musicais, ideologia política, orientação religiosa, entre outros aspectos que expressam os gostos e preferências culturais e que refletem sobre sua subjetividade.

Exemplo 1: Giovana, 20 anos, aluna do 2º ano de Engenharia Civil, ao ser questionada sobre as fotos selecionadas como foto de capa e de perfil, ela responde:

Na foto de capa eu coloco a foto da minha família, por que são as pessoas que convivem comigo, tipo, são as pessoas que eu mais me identifico, que ficam comigo sempre. Que são, meu pai, minha mãe e meu irmão. E minha foto de perfil, é minha foto mesmo. (GIOVANA, INFORMAÇÃO VERBAL)

Quando indagada sobre a alteração das fotos, se muda e quando muda, Giovana responde: “De vez em quando, quando a gente tira uma “melhorzinha” (risos)”. Sua resposta reflete a preocupação com a estética, a boa aparência na apresentação (do produto) e a importância desse quesito para que se estabeleçam as relações sociais.

Em outras entrevistas, também é possível observar essa preocupação em relação a apresentação para o outro e a representação de si e para si.

Exemplo 2: Henrique, 34 anos, aluno do 5º ano de Fisioterapia. Entrevistadora pergunta:

Com relação a sua página do perfil e da sua página (foto de capa), eu observei que você tem uma foto com sua esposa e de fundo, como foto de capa, você utiliza uma foto da clínica né? O que se levou a escolher essas duas imagens? (ENTREVISTADORA, INFORMAÇÃO VERBAL).

“Uma por divulgação da empresa e a pessoa que está do nosso lado, tanto ela, no Facebook dela, tem uma de nós dois. E eu acho uma foto legal também.” (HENRIQUE, INFORMAÇÃO VERBAL)

Exemplo 3: Heloisa, 43 anos, aluno do 5º ano de Direito (informação verbal). Quando indagada sobre o porquê de a manter se é antiga, a aluna do 5º ano de Direito responde que é por ser uma das que mais gosta e que diz ser mais bonitas pois destaca a cor de seus olhos.

A aluna Agatha do 2º ano de Fisioterapia segue o mesmo padrão de resposta, ao afirmar que é uma foto a qual se sente bonita e que com essas fotos pretende passar o que é verdade, sua essência:

O que eu sou de verdade, como eu sou, nas minhas postagens também, Ah, posto pouca coisa, não sou muito de ficar postando coisas sobre a minha vida, as vezes posto fotos assim porque minha família me pede dos meus filhos, então acabo colocando, mas fico muito tempo sem postar nada [...] (AGATHA, INFORMAÇÃO VERBAL)

Nota-se que há uma preocupação no que diz respeito a aparência, a estética em relação as fotos e imagens do perfil e também a questão do uso destas imagens para diversos fins, tais como revelar o estado civil, a profissão e área de atuação, assim como alguns valores como a família, por exemplo. Também é possível observar que há uma seleção em relação ao conteúdo que será exposto, evidenciado da narrativa de Agatha, 39 anos. Há uma tendência a personalização quando ela se refere ao que posta, o que quer que os outros vejam. A variedade de perfis nos leva a crer que os tipos de uso influenciam na forma como os usuários elaboram e configuram suas páginas pessoais. Um outro aspecto que chamou a atenção foi em relação ao receio sobre o que é revelado, o cuidado com a exposição de dados pessoais que por ventura possam ser utilizados por outras pessoas em detrimento dos donos das páginas pessoais. A preocupação com a segurança e com a publicização da privacidade evidenciou-se em várias narrativas das entrevistas, conforme os trechos apresentados a seguir:

Exemplo 1: Ricardo, 54 anos, aluno do 2º ano de Engenharia Civil:

No Facebook uso apelido para se precaver de algum hacker, daí o nome da divergência né? (...) A bandidagem...porque o pessoal tá evitando, eles copiam as fotos, tal, entendeu? (RICARDO, INFORMAÇÃO VERBAL)

Quando perguntado se o aluno já teve algum tipo problema em relação a segurança, violência, ele responde:

“Não, eu já vi, eu não tive porque eu me cuido muito. Eu uso muito o Facebook, digamos, no passado entendeu? Eu posto depois que eu fui na festa, eu

não posto antes que eu vou na festa. Pra ninguém saber que eu vou lá, eu já fui lá.”  
(RICARDO, INFORMAÇÃO VERBAL)

Ricardo também é cauteloso em relação a publicação de seus hábitos, lugares que frequenta, onde está em determinado momento, o que está fazendo, etc. conforme apresentado em seu relato: “Ah! Partiu acadêmica, isso eu acho fria! Voltei da academia, é diferente. Você não dá indícios de onde você está!”  
(INFORMAÇÃO VERBAL)

Sobre a construção da página pessoal ele afirma:

Algumas coisas eu completo, profissão [...]. O mínimo possível de dados, entendeu? Por que antes, as pessoas, eles seguiam religiosamente né? Mas andou dando muito golpes né? Bandidagem...copiar fotos, tal, entendeu? (RICARDO, INFORMAÇÃO VERBAL)

Um dos entrevistados, Alexandre, 38 anos, aluno do 5º ano de Direito, revelou uma outra faceta sobre a publicização de informações pessoais no Facebook. O aluno relatou se preocupar com a exposição e explicou sobre a prática de algumas empresas que utilizam o Facebook como recurso de investigação:

É assim. Talvez a minha resposta ali, não foi nem no sentido de me proteger, de nada, foi no sentido de ah...pra quê que eu vou colocar isso aqui? Não precisa, foi mais por isso. E assim, hoje, a profissão que eu faço hoje lá no escritório, eu faço o seguinte: Faz três anos, eu trabalho num escritório de advocacia que pega processos dos bancos, cooperativas, são processos razoavelmente, de valores altos e o nosso escritório, nós fazemos as cobranças, as execuções judiciais...muitas vezes a gente não consegue encontrar a pessoa pelo cadastro dela, então a gente utiliza o Facebook, a gente utiliza todo tipo de ferramenta de internet, ferramenta eletrônicas pra encontrar a pessoa e também pra saber o estado da pessoa. Por exemplo, nós temos situações em que a pessoa está devendo cem, cento e cinquenta mil, porque não tem nada no nome dela, não tem como buscar os bens, mas você abre o Facebook e fala, essa pessoa tem dinheiro, aí o Juiz vai olhar as fotos, porque Facebook serve como prova. Eu tiro as fotos, porque é público, coloco numa petição e falo ao juiz, ele está devendo isso, mas em tal dia está em tal lugar, olha aí as fotos. E as fotos, ninguém coloca uma foto comendo arroz e feijão e tomando água. Então são fotos que quando você olha, você diz, essa pessoa tem dinheiro, só que não tem nada no nome, então os juízes estão bloqueando a carteira de motorista. Olha um outro exemplo, eu estou negociando com você e você diz, olha, eu tô morrendo, eu tô com uma enfermidade incurável, beleza, você vai lá, abre o Facebook, não, ela estava vindo de viagem de Nova Iorque com a bolsona nas costas, perfeito estado. Então, eu tenho isso como um aprendizado pra mim, porque amanhã pode ser eu. E não porque eu tenho coisas a esconder, é mais porque, que nem ela, revelou tanto a vida dela, aquela revelação toda dela hoje, tá indo contra ela. Ao invés de favorecer ela, tá todo mundo aplaudindo, está me dando ferramenta pra ir contra ela. (ALEXANDRE, INFORMAÇÃO VERBAL)

A narrativa de Alexandre evidencia o uso do Facebook que nós remete a reflexão sobre o olhar do outro sobre nós, e a utilidade desta mídia social para pessoas e empresas que buscam informações a nosso respeito, como no exemplo supracitado, em escritório de advocacia especializado em cobrança, ou ainda empresas especializadas em recrutamento e seleção, serviços de espionagem, vigilância, etc.

Essa perspectiva faz jus ao que foi exposto anteriormente acerca do Facebook como uma espécie de panóptico pós-moderno. A sociedade disciplinar mencionada por Foucault (1999), em sua obra *Vigiar e Punir* e resgatada por Hall (2000). Sustenta-se que atualmente, as mídias sociais propiciam a formação de um grande banco de dados a nosso respeito, com os mais diversos tipos de registros e informações permitindo assim o monitoramento constante das mais diversas atividades e ainda mais aquelas que são espontaneamente reveladas nas páginas pessoais e timelines do Facebook. As narrativas dos entrevistados sugerem que há consciência em certa medida em relação a essa estrutura panóptica da internet e em especial das mídias sociais, porém, no caso dos dois alunos entrevistados é possível observar duas posições que aparentemente se distanciam em relação a figura do observador. Na narrativa de Ricardo há um temor em relação a segurança, violência, em contrapartida, o relato de Alexandre, nos remete a vigilância disciplinar, o poder coercitivo do estado.

Essas duas concepções permitem refletir sobre dois movimentos no processo de construção da página pessoal e personalização no Facebook. Um que se refere a uma adequação “do produto ao consumidor”, ou seja, uma gestão das expressividades identitárias do usuário em sua página pessoal com vistas a sua plateia, demais usuários, e outro onde cada indivíduo tende a seguir determinados critérios que os identifiquem segundo os ideais, valores e normas vigentes, instituídas e difundidas coletivamente, portanto, socialmente desejadas. Nesse ponto faz-se um resgate as ideias de Morin (2003), acerca da noção de sujeito onde o autor aborda o conceito de autonomia como auto-organização e adequadamente infere que o sujeito é autônomo, mas não em termos de liberdade absoluta, emancipada de qualquer dependência, mas sim,

[...] uma autonomia que depende de seu meio ambiente, seja ele biológico, social ou cultural. Assim um ser vivo, para salvaguardar sua autonomia, trabalha, despende energia, e deve obviamente, abastecer-se de energia em seu meio, do qual depende. Quanto a nós, seres culturais e sociais, só podemos ser autônomos a partir de uma dependência original em relação à cultura, em relação a uma língua, em relação a um saber. A autonomia não é possível em termos absolutos, mas em termos relacionais e relativos. (MORIN, 2003, p. 118)

A questão da preocupação com os valores morais, princípios normativos, éticos e até religiosos se evidenciam também nas narrativas, ilustradas abaixo, de alguns entrevistados. O que julgam como inadequado, inapropriado como condutas na mídia social, revela nuances de suas subjetividades e daquilo que acreditam ser o correto, o adequado em congruência com a visão de autonomia como princípio de auto-organização, mas não como uma instância alheia, descolada da sociedade.

Pedro, 22 anos (informação verbal): “O Facebook é uma ferramenta excelente pra gente poder manifestar a nossa opinião e desde que a sua opinião não fira o direito do próximo, eu acredito que seja válida a postagem, seja qual for a sua opinião.”

Giovana, 20 anos (informação verbal): “Ficar postando um monte de coisa toda hora, tipo a pessoa vai ali e posta, ficar falando muito coisa no Facebook, eu não gosto. Tipo, tem pessoas que tipo, tudo tá lá, brigas também.”

Priscila, 19 anos expõe:

Que eu jamais postaria? Essas coisas sobre sexo também sabem? Super vulgares assim que eu já vi, eu jamais postaria. Se algum dia alguém ver isso, com certeza meu Facebook foi “hakeado” e sobre religião também sabe? Impor coisas sobre Deus. Eu posto o que eu acredito, o que eu acho certo, o que eu sigo na minha religião, mas denigrando a religião de alguém sabe, falando mal, não, isso jamais. Nem as religiões que eu jamais seguiria. Eu não faria isso. (PRISCILA, INFORMAÇÃO VERBAL)

Os entrevistados Alexandre e Ricardo, em suas narrativas, consideram inadequado expor o sofrimento humano nas redes sociais, tanto de pessoas próximas, quanto de desconhecidos. Imagens de acidentes, vídeos considerados por eles violentos, pornografia, etc. Ricardo, 54 anos, aluno do curso de engenharia civil ainda salientou em sua fala, a importância da etiqueta nas relações que se estabelecem e se mantem na internet.

No decorrer da investigação, também foi possível observar certo consenso sobre a importância das fotos para a construção do perfil. A possibilidade de publicar

fotos é um dos recursos mais valorizados no Facebook, tal como expressam os alunos Giovana, Alexandre, Agatha e Ricardo, respectivamente. Cabe ressaltar que embora durante a entrevista alguns alunos não tenham mencionado sobre a valorização e postagem de fotos no perfil, por meio da observação foi possível obter este dado. Todos fazem uso deste recurso em suas páginas pessoais e entre os usuários de outras mídias sociais como no caso do Instagram, muitas vezes as fotos são direcionadas para essa plataforma e pode ou não ser compartilhada no Facebook a depender da opção do usuário. A seguir, apresentam-se as narrativas dos alunos sobre fotos, coletadas nas entrevistas individuais:

Giovana: “Olha, geralmente eu só posto minhas fotos mesmo. É bem difícil eu ficar postando coisa. Talvez tipo assim, você vai numa festa, essas coisas assim.”

Alexandre: “Então se você ver minha linha do tempo, você vai ver uma foto de um passeio, uma foto minha que eu postei de um prato de comida que eu fiz, que eu estava aprendendo.”

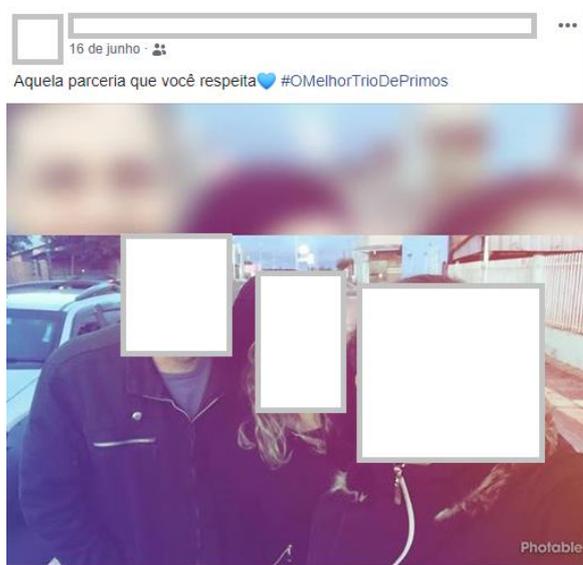
Agatha: “Posto só fotos, não sou muito de postar o que eu estou pensando, essas coisas não.”

Ricardo afirma:

Foto minhas, posto sim. Mais fotos, mas o que eu posto no Insta vai para o Face. É a mesma coisa. Eu deixo lá pra se alguém quiser saber de mim sabe? Me conhecer, o que muitas pessoas utilizam pra isso né? Pra ver um pouco sobre a minha personalidade mesmo, minhas opiniões, minhas fotos de como eu sou né? Pra quem não me conhece, mais pra isso. (RICARDO, INFORMAÇÃO VERBAL)

Com base nesses discursos, infere-se que a publicação de fotos é de grande valia para as interações no campo do Facebook e que os comentários tecidos em relação a estas publicações adquirem certa relevância para os alunos, conforme foi também observado nas páginas pessoais dos mesmos e ilustrado na imagem a seguir:

Figura 9: Postagem de foto na página pessoal de Priscila, 19 anos em 16 de junho de 2018.



Fonte: Facebook.com/profile.Print do perfil de PRISCILA, 19 anos. Set, 2018.

Figura 10: Comentários e reações tecidas a partir da publicação da foto na Figura 9.



Fonte: Fonte: Facebook.com/profile. Print do perfil de PRISCILA, 19 anos. Set, 2018.

Nota-se que houve uma reação por parte dos interlocutores de Priscila em relação a sua publicação e a mesma retroagiu aos comentários com uma expressão afetiva de coração e risos. A utilização de *emojis* ou *emotions* como forma de comunicação de afetos, sentimentos, bem como o uso do “internetês” são certamente uma característica dos usuários das novas tecnologias de

informação/comunicação e esse atributo revela-se nas interações que se estabelecem nos comentários e postagens no Facebook dos alunos participantes da pesquisa, como no caso Priscila ilustrado acima.

Em relação a publicação de fotos nas páginas pessoais do Facebook, Recuero (2008) salienta que tanto nos *photoblogs*, quanto nas mídias sociais, as fotos publicadas cumprem a função de personalização das páginas pessoais. Para a autora, esses espaços são apropriados para a construção de si e análogos aos diários pessoais. Acredita-se que as imagens propiciam uma forma eficaz para a gestão de impressões. Ainda em relação as fotos, acredita-se que os usuários tendem a representar-se seguindo padrões de estética e expressões afetivas consideradas interessantes e ocultando ou dissimulando aspectos socialmente malvistas ou indesejados. Infere-se, portanto, que há por parte dos indivíduos estratégias referentes ao controle de informação pessoal

### **3.4.2 Segundo Ato: Aproximações e Distanciamentos nos usos e práticas entre os alunos.**

#### **3.4.2.1 Aproximações**

A observação das páginas pessoais juntamente com os dados obtidos por meios nas entrevistas sugere algumas proximidades em termos de práticas entre os indivíduos, os quais serão apresentados a seguir:

Todos os entrevistados estão ativos no Facebook a mais de 06 anos, e acessam a mídia social diariamente, várias vezes ao dia. Considerando que a mídia social foi criada em 2004 e se consolidou no Brasil em 2011, observa-se adesão e fidelidade dos usuários ao serviço. Considerando essa adesão, indaga-se para que o usam?

As motivações para a utilização do Facebook são diversas, porém entre os entrevistados destaca-se o uso como principal meio de comunicação entre familiares e amigos distantes, forma de marketing profissional/divulgação de serviços e da empresa e também como meio de obtenção de informações, notícias sobre atualidades e demais assuntos de interesse individual. Essas particularidades de uso dos alunos serão apresentadas mais adiante no item das tipologias e análises individuais.

Outra proximidade entre os alunos diz respeito ao dispositivo utilizado para acesso a mídia social. O celular é apontado por todos os indivíduos participantes como o principal instrumento de acesso ao Facebook e também a outros serviços e/ou aplicativos de comunicação tais como Whatsapp, Facebook Messenger, Instagram e Snapchat. Dado esse que corrobora com as pesquisas recentes no campo das ciências sociais sobre a relação entre sociabilidade, novas práticas culturais e celulares. Para Erthal (2007) esses novos artefatos tecnológicos passaram a desempenhar o papel principal como meio de comunicação, em razão de seus atributos como mobilidade, portabilidade e possibilidade de onipresença. Estando sempre a mão ou ainda acoplados ao corpo, os celulares representam uma ampliação perceptiva e o aumento do poder de ação. Ela ainda destaca que o celular confere ao indivíduo a capacidade de conectividade total, em tempo real independentemente de sua localização física.

Para Silva (2007, p.12):

[...] a centralidade que os telefones celulares adquiriram na vida cotidiana aponta para sua consolidação como uma forma importante de inclusão simbólica dos atores sociais em uma lógica de contemporaneidade que é fortemente marcada pela instantaneidade, pela mobilidade e pela virtualidade. Nesse sentido, possuir e usar um celular torna-se uma maneira de estar no mundo – mediada pelas tecnologias de comunicação e informação – que é cada vez mais característica da cultura contemporânea.

No âmbito das relações sociais, número de amigos, com quem se estabelecem as interações, as práticas dos alunos também se aproximam. Tais informações foram explicitadas no quadro a seguir.

Tabela 1: Quadro comparativo referente a rede social dos alunos no Facebook

Usuário	Número de amigos no Facebook	Número de pessoas com quem acredita interagir efetivamente (conversar, curtir, compartilhar post)	Rede de pessoas com quem interage frequentemente	Critérios para a adição de novos amigos/contatos.
<b>Pedro, 22 anos.</b>	1918	30 ou 40	Amigos (faculdade e atlética)	Não adota critérios
<b>Henrique, 34 anos.</b>	694	15 a 20 no máximo	Amigos de longa data (infância e adolescência)	Tem que ser alguém que conhece.
<b>Alexandre, 38 anos.</b>	776	30	Maioria da Igreja, os demais são amigos de infância, trabalho e faculdade e família	Deve ser no mínimo amigo de amigos (ter pessoas conhecidas em comum)
<b>Ricardo, 54 anos.</b>	4112	Não respondeu, mas acredita ser poucos.	Amigos de longa data e família.	Diz não adotar critério, mas se não gostar da aparência exclui
<b>Priscila, 19 anos.</b>	1986	10 ou menos	Amigos distantes e família	Deve ser conhecido com amigos em comum
<b>Giovana, 20 anos.</b>	2178	100	Amigos, família e até pessoas que não conhece pessoalmente	Antes aceitava todos, agora só quem conhece.
<b>Agatha, 39 anos.</b>	1000	10	Amigos da faculdade	Não adiciona quem não conhece.
<b>Heloisa, 43 anos</b>	1463	20	Família, amigos de longa data e faculdade	Não adiciona quem não conhece.

Fonte: Entrevistas com os alunos e observação das páginas pessoais.

Com base nas informações acima constata-se que todos os alunos possuem mais de 700 contatos e interage efetivamente com poucos amigos que compõem a sua rede de contato. As interações (compartilhamentos, publicações, marcações em fotos, comentários em publicações, curtidas e reações) ocorrem normalmente com familiares e amigos, sendo estes de infância, juventude, trabalho e faculdade).

Com relação ao critério para adição de novos contatos, seis dos oito entrevistados afirmaram que só adicionam pessoas já conhecidas ou que possuam algum tipo de referência, como por exemplo, ser amigo de amigos, ou amigo de familiares. Estas informações corroboram com as ideias de Boyd e Ellison (2007) onde alegam que a grande parte das pessoas adicionadas nas mídias sociais, como o Facebook, seriam já conhecidas em ambientes off-line ou fora do ciberespaço. Desta maneira, o Facebook tende a se aproximar mais de uma plataforma para agregar pessoas que já possuem algum tipo de vínculo ou laço social (BOYD; ELLISON, 2007 APUD POLIVANOV, 2014) do que para adicionar e passar a conhecer pessoas novas, conhecidas por meio de outros ambientes virtuais.

Assim, ao gerenciarem suas impressões no Facebook, essas pessoas devem observar que seu público é constituído fundamentalmente por indivíduos que conhecem fora da internet, o que por outro lado, infere-se de que as páginas pessoais no Facebook não podem ser concebidas como espaços em que a uma hiperexposição aleatória dos usuários, uma vez que se caracterizam como local nos quais se dirigem a um público ou públicos específicos, majoritariamente de indivíduos conhecidas, com as quais já se relacionam e que pressupõem, dessa maneira, um certo ( mesmo que mínimo ) nível de convívio. (POLIVANOV, 2014)

Sobre outra perspectiva, ainda que o público, ou seus interlocutores sejam primordialmente formado por pessoas conhecidas, deve-se ater ao fato de que estes se originam a partir de relacionamentos e contextos distintos, como familiares, amigos de infância, amigos de faculdade, trabalho, etc., o que exige dos usuários um modo autorreflexivo (GIDDENS, 2002) para gerir as impressões que almejam passar sobre si, na mídia social para uma ampla variedade de indivíduos com as quais mantem diferentes tipos de relações e criam-se laços fortes e fracos<sup>19</sup>.

Considerando que cotidianamente, os indivíduos assumem diversos e distintos papéis sociais e por sua vez acionam diferentes facetas de sua subjetividade, tende-se a crer que na mídia social essa realidade se reflita, levando em conta que no Facebook realizam-se as múltiplas “representações do eu”.

---

<sup>19</sup> Laços fortes se caracterizam pela intimidade, proximidade e intencionalidade em estabelecer e manter uma conexão entre duas pessoas. Já os laços fracos, contrariamente, se constituem pelas relações distanciadas, que não traduzem proximidade e intimidade. (RECUERO, 2009, p.41)

Os usuários do Facebook podem lançar mão de diferentes estratégias afim de gerir suas identidades e lidar com as diversas plateias na mídia social. Conforme a narrativa dos alunos entrevistados.

“Restrinjo. Encaminhar para alguém é muito raro, mas acabo restringindo tipo assim, alguma coisa que me interessa, não quero abrir pra todo mundo, então eu compartilho só pra eu ver na minha página. Eu faço muito isso!” (HENRIQUE, INFORMAÇÃO VERBAL)

“Geralmente eu deixo só para meus amigos. Eu não sei como está lá agora, mas normalmente eu deixo só para meus amigos.” (GIOVANA, INFORMAÇÃO VERBAL)

“Eu restrinjo, só amigos. Já tem automático lá né? Só para os amigos verem. Tem algumas coisas assim que eu deixo público, mas, eu acredito que só tem coisas muito antigas de quando eu era mais nova, mas agora é só amigos mesmo.” (PRISCILA, INFORMAÇÃO VERBAL)

Uma observação interessante contatada durante as entrevistas ainda no âmbito das impressões e representações, é a de que os usuários do Facebook, em especial os mais jovens estão migrando para outras mídias sociais, em especial o Instagram e o Snapchat. Constatou-se que existe um gerenciamento em relação ao conteúdo que é publicado nas diferentes mídias e também há uma seleção deste público, conforme exprime a aluna do 2º ano de Engenharia Civil, Giovana, 20 anos:

Olha...nem é tanto assim, um negócio assim de...igual tipo eu coloquei a foto, atualizei a foto de capa, tipo, mais pra ficar bonito no Facebook, assim, pra ter as fotos das pessoas que eu gosto. Mas nem é assim tipo mostrar alguma coisa. Por que na verdade tipo assim, eu costumo mais publicar as minhas coisas, o que eu estou fazendo no Instagram. É, porque é assim, no Facebook a gente tem um monte de gente, tipo assim, aí no Instagram, tipo, as minhas histórias mesmo, só pode ver quem é meu amigo e tipo, eu tenho poucos, então só pode ver quem eu mesmo quero. E no meu Snap<sup>20</sup> também, aí é só os meus amigos mais chegados. A gente posta muito. (GIOVANA, INFORMAÇÃO VERBAL)

Quando questionada sobre a diferença entre as três mídias, a aluna responde:

Olha, o Snap, tipo, você tira a foto e posta, ela fica disponível por 24 horas. Aí você pode mandar essa foto e você limita os segundos que a

---

<sup>20</sup> Abreviação do Snapchat, um aplicativo de mensagens baseado em imagens/fotos.  
Fonte: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Snapchat>>

pessoa vê, aí você pode mandar para quem você quiser e pode ficar na sua história, aí todo mundo vê. Agora eu, tipo assim, eu geralmente, sempre tem as pessoas que você mais manda, tipo meus amigos, a gente vai conversar, no Snap é mais assim. Agora no Instagram tem, você pode postar as fotos, você pode conversar pelo chat e tem as histórias, que você pode publicar também, que elas ficam disponíveis durante 24 horas. (GIOVANA, INFORMAÇÃO VERBAL)

A explanação da aluna reforça a ideia de autogerenciamento das impressões, o que nos remete a capacidade de agência do usuário e em alguma medida sua reflexividade, ao selecionar seu público, sua audiência e direcionar suas práticas e expressões identitárias para tais interlocutores.

Com relação aos alunos que informaram não adotar critérios para a adição de amigos/contatos, observou-se que embora não haja restrições no momento do aceite de amizade, estes podem excluir ou desfazer tais vínculos ao perceber que tais usuários revelam condutas (publicações, perfis) considerados inadequados.

Estes dados convergem com o que foi exposto por Vicente da Silva (2016) sobre a possibilidade do encerramento unilateral de relações ou contato com o outro por meio na ação de excluir ou “deletar”. Segundo a autora, no ambiente virtual o “desconectar” alguém se traduz numa ação relativamente simples, que pode ser realizado sem esforço ou contestação, diferentemente das relações face-a-face que normalmente envolvem confrontação e conflitos. Ainda sobre o autogerenciamento de impressões e reflexividade dos agentes, Polivanov (2014), coloca:

[...] eles buscam não atrelar seus perfis a pessoas que possam romper com a coerência expressiva imaginada que criam para si. Ainda alguns optam por não deixar seus perfis completamente à mostra para sua rede de contatos, permitindo que sejam vistas apenas informações básicas, controlando, portanto, o quanto querem expor e para quem. (2014, p.367-368)

Essa prática se evidencia na resposta de Ricardo, 54 anos, aluno do 2º ano de Engenharia Civil, quando questionado sobre critérios para adicionar pessoas:

[...]assim sabe, eu tenho um pouco de medo da bandidagem. Não é discriminar sabe, eu não discrimino ninguém, mas de repente o cara chega cheio de tatuagem, com uns correntão, querendo amizade comigo (...) esse cara é da pesada né? Aí eu me cuido muito né? Eu tento né? Mas se insistir, insistir, aí eu tá confirmo, tal. Aí, tipo aquela coisa assim, se começar a me mandar mensagem, me provocar, eu já vou bloquear. Eu não dou retorno sabe? (RICARDO, INFORMAÇÃO VERBAL)

É interessante observar na fala de Ricardo, a questão de o quanto a percepção baseada em impressões e em muitas vezes estereótipos pode direcionar as práticas individuais e coletivas. Neste caso, especificamente, o aluno deixa claro que para ele existe um pré-conceito, um estereótipo internalizado de “bandidagem” que produz atitudes e conduz as ações. O exemplo mencionado pelo aluno “do cara cheio de tatuagem, com “correntões” demonstra uma concepção estigmatizada (GOFFMAN, 1993) de marginalidade, pessoas más ou com más intenções. Inere-se sobre essa questão, pois acredita-se que também no campo das mídias sociais, o material simbólico que produzimos e disponibilizamos e que leva as impressões, em muitos casos pode gerar divergências e refletir nas relações sociais.

#### **3.4.2.2 Distanciamentos**

Observar as páginas pessoais dos participantes da pesquisa e entrevista-los fez com que algumas hipóteses iniciais deste estudo fossem parcialmente refutadas.

A primeira delas foi com relação a similaridades entre colegas de curso. Acreditava-se que a influência do curso, área de conhecimento, formação profissional, em termos de atualizações/postagens, que direcionassem para tal universo fossem mais evidentes e mais frequentes. Porém, os quatro indivíduos que cursam Direito, por exemplo, revelaram-se bastante distintos em relação as suas publicações.

Pedro, 22 anos, aprecia política e o mundo jurídico e compartilha notícias deste seguimento dentre outras coisas, tais como: esporte e eventos.

Alexandre, 38 anos, revela um perfil voltado à família e religião. Sua página pessoal apresenta uma frequência relativamente baixa em relação a publicações de sua autoria. Observa-se em sua maioria conteúdos de cunho familiar, fotos, datas comemorativas, todas na verdade, postagens que foram realizadas por sua esposa, em sua página pessoal, as quais Alexandre foi marcado ou mencionado e por isso aparecem em seu perfil.

Heloisa, 43 anos, interage com seus amigos compartilhando vídeos de humor, correntes para receber mensagens de amigos, fotos com amigos e familiares.

Também aprecia compartilhar material de cunho crítico/opinativo em relação a causas sociais, educação e política.

Priscila, 19 anos, por sua vez, publica em sua página muitas selfies sozinha e com sua irmã mais nova, de 16 anos, além de compartilhar charges e mensagens com frases curtas de conteúdo humorístico.

Outra hipótese refutada foi em relação a gênero e faixa etária, acreditava-se que esses fatores pudessem de alguma forma revelar padrões ou similaridades e mais uma vez, por meio das entrevistas e observações das páginas pessoais constatou-se que as práticas destes indivíduos são bastante heterogêneas desde o processo de construção das páginas pessoais, suas atualizações/postagens e modos interação junto aos amigos pelo Facebook.

Diante destas evidências foram criadas tipologias para os alunos participantes da pesquisa com o intuito de apontar possibilidades e tendências que possam sinalizar sobre quem é o sujeito contemporâneo conectado e sua forma de ser e estar no mundo. Juntamente a descrição dos tipos, serão apresentados quadros com as categorias (conteúdos) das postagens/publicações e formas de manifestação destes indivíduos, visando ilustrar as discrepâncias entre os 08 usuários do Facebook participantes desta pesquisa em termos de prática e material simbólico compartilhado e publicado no Facebook. Vale ressaltar que por tratar-se de uma pesquisa exploratória de cunho predominantemente descritivo e aprofundado, não houve intenção de obter dados generalizáveis, mas sim informações que permitissem descrever atuações e abalizar caminhos para futuros estudos.

### **3.4.3 Tipologias e análises individuais dos alunos**

#### **Pedro, 22 anos - O sujeito conectado antenado:**

Procura não explicitar informações pessoais no Facebook, afirma ser mais reservado e acredita que isso se reflete também na mídia social. Tem muitos amigos, a maioria só de vista e da mesma faixa etária. Usa o Facebook para conversar com os amigos (através do Facebook Messenger) divulgar eventos e se informar sobre atualidades, principalmente de conteúdo jurídico, político ideológico e esportivo (futebol).

Compartilha material, principalmente hiperlinks de notícias sobre os mesmos assuntos os quais aprecia. Acredita que o Facebook é uma boa ferramenta para exprimir opiniões. Expressa suas opiniões, porém não entra em confrontos, fugindo ao debate. Já se posicionou sobre ideologia política cerca vez e a postagem gerou polêmica, o que o levou a excluir o post. Interage curtindo publicações e fotos de amigos, compartilhando e marcando amigos em conteúdos de humor.

Mostra-se aberto a novas relações deixando públicas suas postagens e adicionando contatos sem restrições. Acredita que o Facebook amplia o capital social, afirmando que quando mais *likes* a pessoa recebe mais popular ela é considerada pelos seus interlocutores. Também faz uso de outras mídias sociais e aplicativos de comunicação: Whatsapp e Instagram.

Tabela 2: Conteúdos e Formas de manifestação de Pedro, 22 anos.

Usuário	Conteúdo	Proativo	Ativo	Reativo
	Afetivo/Sentimental/Familiar	1		1
	Atualização De Foto De Capa	1		1
	Atualização De Foto De Perfil	1		1
<b>Pedro, 22 anos</b>	Check-In	1		
	Esporte/Lazer		6	
	Evento	1	2	
	Meio Ambiente	1		
	Notícias/Atualidades	2		1
	Político Ideológico		2	
	Profissional/Técnico		4	
	Selfie	2		

Fonte: Dados coletados a partir da observação da página pessoal de Pedro no Facebook (2018)

### **Ricardo, 54 anos – O sujeito empresário bem relacionado:**

Preocupa-se com a segurança na internet e por isso acredita expor o mínimo possível sobre sua pessoa na mídia social. Não faz check-in nos lugares que frequenta, mas faz selfies e as publica posteriormente. Revela-se patriota, apoiador de causas sociais, diz utilizar-se da foto de capa para divulgar campanhas sociais. Respeitador e ligado a família, busca preservá-la ao máximo, não expõe-a na rede. Alega que muitas vezes é marcado em publicações e fotos com amigos e familiares e já andou excluindo algumas fotos, por acreditar que estava se expondo demasiadamente. Acessa o Facebook diariamente, entre as atividades do dia-a-dia.

Gosta de parabenizar os amigos pelo aniversário, julga importante. Utiliza o Facebook para ver o que as pessoas estão publicando, comentando e as vezes faz um comentário também, procurando “perder menor tempo possível” com isso. Considera o Facebook prático e o afirma que o utiliza para manter contato com parentes e também fazer marketing da sua profissão. Curte as postagens de amigos, utiliza pouco o Facebook Messenger e prefere compartilhar conteúdos que não são de sua autoria, acreditando que desta forma não se expõe. Posta evitando se comprometer. Não gosta de dar pistas sobre si mesmo apesar de postar fotos e deixa-las sem restrição de visualização. Aprecia documentários e conteúdos sobre sua época de infância e adolescência – considera-se nostálgico.

É de ascendência italiana, sua mãe é muito religiosa (católica) e seu pai era político (vereador). Ricardo afirma não frequentar igreja, mas segue a mesma religião. Participa do Rotary Club e argumenta que por isso não costuma publicar suas opiniões sobre política e outros assuntos polêmicos para não se comprometer. Não participa de discussões e debates. Afirma que mesmo quando saber que está certo, abre mão de sua opinião para “não bater de frente”. Considera-se moderado, dá indiretas, mas não afirma nada. Preza a educação e o respeito nas relações sociais.

Possui mais de 4 mil contatos em sua rede no Facebook e afirma que interage com pessoas diferentes a depender de “época”. As vezes mais com amigos de infância, as vezes mais com a família, seus principais interlocutores. Considera-se saudosista, gosta de recordar do passado. Também utiliza o Facebook para se informar sobre notícias/atualidades.

Tabela 3: Conteúdos e Formas de manifestação de Ricardo, 54 anos.

Usuário	Conteúdo	Proativo	Ativo	Reativo
	Afetivo/Sentimental/Familiar			1
	Arte/Cultura		4	
	Curiosidades		2	
	Educação/Ensino		2	
	Esporte/Lazer		1	
<b>Ricardo, 54 Anos.</b>	Humor		6	
	Institucional		6	
	Lugares/Viagens		9	
	Mensagens Motivacionais/Inspiracionais		3	

	Notícias/Atualidades		3	
	Político Ideológico		5	
	Religião		2	
	Selfie	20		3
	Técnico/Científico		1	
	Nostalgia/Antiguidades		5	1

Fonte: Dados coletados a partir da observação da página pessoal de Ricardo no Facebook (2018)

### **Giovana, 20 anos: Sujeito conectado socialmente distribuído:**

“Amigos e mais amigos, mas no Facebook é mais família”.

Giovana utiliza uma foto sua com os pais na imagem de capa e afirma que a família é importante. Preocupa-se com a aparência, muda a foto do perfil sempre que tira uma “melhorzinha”. Restringe as informações para apenas os amigos. Afirma não gostar de exposição e nas fotos deixa “privado”. Não é muito de postar frases, gosta de fotos e de coisas positivas e otimistas e afirma que posta o que é “(...) se você vai publicar uma coisa no Facebook, eu vivo aquilo ou eu sou aquilo. Aí tem pessoas que põe conteúdo triste, ou tipo assim, aquelas frases depressivas, isso eu não coloco.” (GIOVANA, INFORMAÇÃO VERBAL)

Utiliza outra mídia social para postar o que faz (Snapchat e Instagram), no Facebook é muita família, alega. O Snapchat e Instagram são mais usados, por serem mais restritos só aos amigos. Gosta mais do Instagram por ser mais fácil de usar. Acessa diariamente e o tempo todo se estiver com acesso à internet, afirma. Para Giovana a principal funcionalidade do Facebook é o recurso de publicação de fotos. Mas depois que surgiu o Instagram, o Facebook ficou para segundo plano. Acompanha as postagens dos amigos, em relação a notícias, matérias, só as lê e diz não gostar de compartilhar ideias e pensamentos. As vezes publica frases curtas, indiretas para “atacar pessoas”, exemplificou com namorado. Reside em uma cidade pequena e todos se conhecem e comentam sobre todos. Incomoda-se ao ver seus interlocutores postando tudo o que fazem no Facebook, mas faz o mesmo em outra mídia social. Tem mais de 2000 contatos e afirmar ter “de tudo” amigos, família e até pessoas que ela nem conhece, mas em sua maioria, são amizades de infância com a mesma faixa etária e mais jovens que Giovana. Acredita interagir com aproximadamente 100, as quais curtem e comentam suas fotos. Anteriormente

aceitava todas as solicitações de amizade, mas agora só adiciona pessoas conhecidas. Excluiu contatos que não a interessava (não ser bonito).

Diz postar coisas que está fazendo e sempre tem alguém para direcionar essa postagem. Sempre há alguém específico que ela quer que veja a publicação. Também acredita que as pessoas têm necessidade de mostrar para o mundo quem elas são e o que elas fazem. Quando publica algo e percebe que não é curtido ou comentado, exclui a publicação. Sente medo da violência e evita publicar no Facebook coisas que está fazendo ou onde está fazendo naquele determinado momento.

Tabela 4: Conteúdos e Formas de manifestação de Giovana, 20 anos.

Usuário	Conteúdo	Proativo	Ativo	Reativo
	Afetivo/Sentimental/Familiar		1	
<b>Giovana, 20 Anos.</b>	Atualização De Foto De Capa	1		
	Check-In	2		
	Selfie	7		13

Fonte: Dados coletados a partir da observação da página pessoal de Giovana no Facebook (2018).

#### Alexandre, 38 anos – **O sujeito conectado inativo, porém curioso:**

Não posta, não curte, não comenta. Acessa o Facebook diariamente no trabalho para sondar as atividades de pessoas e por essa razão, acredita nos riscos da exposição no Facebook.

Quando publica algo, muito raramente é para expor algo muito marcante (felizes ou tristes) e exemplificou com a sua aprovação na aprova da Ordem dos Advogados e também quando faleceu sua avó.

É Pastor Evangélico, e a anos atrás criou sua página pessoal no Facebook em razão do grupo de jovens o qual era líder na igreja, buscava aproximar-se deles. Não declara suas opiniões políticas partidárias ou outros tipos de manifestação em razão da posição de liderança na igreja. Não expõe nada para não gerar divergência.

Utilizava uma foto antiga de uma viagem marcante que fez e quis registrar aquele momento. Sua foto de capa com a esposa também é antiga, revela que não

se lembrava de atualizar. Ele e a esposa utilizam a mesma foto, mas possuem páginas pessoais distintas.

Para interagir com os amigos e familiares utiliza o Whatsapp e recentemente aderiu ao Instagram para acompanhar postagens de famílias em viagens de aventura. Também acompanha essa mesma família em um canal no Youtube. Utiliza o Facebook profissionalmente para pesquisar sobre pessoas (como e o que estão fazendo) e utiliza-se das imagens e postagens capturadas para negociar. Teme que as postagens possam depor contra as pessoas e por isso se resguarda. Alega que aderiu ao Facebook logo no início e anteriormente possuía uma conta no Orkut. Acessa o Facebook geralmente ao final da noite ou quando está ocioso e acompanha as postagens de amigos no feed de notícias. Antes interagira mais, comentava as postagens, mas atualmente só as visualiza. Acha que atualmente o Facebook tem muita publicidade e não gosta disso.

Diz que gosta de visualizar e lhe chama a atenção postagens felizes, coisas boas e positivas e tem como regra para si, manter o foco nas coisas positivas. Tem como hobbies a culinária e gosta de ver receitas e matérias com esse conteúdo no Facebook. Considera inadequado expor problemas pessoais no Facebook e acha que o Facebook não é psicólogo e nem amigo para ajudar. “Ninguém precisa saber seus tombos” ressalta. Acha que o Facebook deveria restringir mais, filtrar, bloquear filmes e postagens relacionados a violência. Lhe incomoda a exposição do sofrimento humano. Sobre seus interlocutores, acredita que dos 700 contatos deve conhecer pessoalmente 500, destes acredita que por volta de 100 são amigos da faculdade, 100 amigos em geral e família e 500 são da igreja. Já reencontrou um amigo de longa data pelo Facebook e hoje se comunicam pelo Whatsapp. Só adiciona pessoas conhecidas ou que tenham amigos em comum. Já testemunhou experiências desagradáveis no Facebook referentes a relacionamento amoroso, mas nunca vivenciou nada negativo na mídia social. Acredita que o Facebook empodera as pessoas e não se sente seguro também por medo de ser mal interpretado pelas pessoas.

Tabela 5: Conteúdos e Formas de manifestação de Alexandre, 38 anos.

Usuário	Conteúdo	Proativo	Ativo	Reativo
	Check-In			2
	Mensagens Motivacionais/Inspiracionais			2
<b>Alexandre, 38 anos.</b>	Político Ideológico			1
	Profissional/Técnico	1		
	Selfie			2

Fonte: Dados coletados a partir da observação da página pessoal de Alexandre no Facebook (2018)

### Henrique, 34 anos – **O sujeito conectado Profissional + Hobby:**

Utiliza o Facebook para divulgação de seu trabalho/empresa e também para compartilhar sobre culinária e gastronomia, dentre outros assuntos que lhe agradam.

Acessa a mídia social diariamente, nas horas de “folga”, normalmente duas vezes ao dia. Procura não expor a família e informações de cunho pessoal por medo da violência. Também faz uso do Facebook para se informar sobre atualidades e compartilha vídeos e matérias consigo mesmo como técnica de salvamento das publicações mais interessantes. Afirma que antes utilizava o Facebook para manter contatos, mas hoje utiliza para salvar fotos e vídeos. Possui dois perfis, um pessoal e um da empresa e faz uso de ambas para divulgação de seus serviços profissionais. Costuma curtir fotos e utiliza o Facebook Messenger para se comunicar com pessoas que não tem seu contato no celular.

Afirma ser cauteloso para fazer publicações, pois tem uma imagem a zelar. Julga inadequado a superexposição e exemplifica com pessoas que exibem suas viagens, bens materiais ou ainda postam indiretas.

Faz uso também do Whatsapp e Instagram e diz hoje ter mais contatos no Instagram do que no Facebook. Seus interlocutores são amigos de faculdade, amigos de academia, amigos distantes e família. Também mantem contato com amigos de infância e novas amizades que faz através de seus cursos. Alega que utiliza o Facebook mais para visualização do que para interagir efetivamente. Costuma não comentar nas publicações por julgar desnecessário e acha que não tem tempo para tais práticas. Na sua opinião o Facebook prejudica o desenvolvimento dos adolescentes em termos sociais, pois tira a proximidade física, que é importante. Porém possui um lado positivo que é de aproximar as pessoas

que estão distantes. Relata que já vivenciou uma experiência ruim no Facebook com amigo de infância (um mal entendimento) e se afastaram após o episódio. Henrique, diz que não o excluiu, não o bloqueou, mas ambos não interagem mais. (HENRIQUE, INFORMAÇÃO VERBAL)

Afirma que se esquivava e foge de desavenças e confusões, mas reage discretamente se sentir-se incomodado, chamando a pessoa envolvida para conversa em particular se for o caso. Não acredita na influência de outras pessoas sobre seu comportamento, pois julga-se centrado e valoriza sua própria opinião. Não é adepto de nenhuma religião, acredita que se estruturou e se constituiu a partir de seus conhecimentos adquiridos e reafirma não se importar com o julgamento de terceiros, o que vale é a sua opinião.

Tabela 6: Conteúdos e Formas de manifestação de Henrique, 34 anos.

Usuário	Conteúdo	Proativo	Ativo	Reativo
	Afetivo/Sentimental/Familiar	1		1
	Arte/Cultura		1	
	Check-In	1		
<b>Henrique, 34 anos.</b>	Culinária/Gastronomia		4	
	Jardinagem		1	
	Meio Ambiente		1	
	Saúde/Bem-Estar		1	1
	Selfie	1		1
	Testes/Correntes		2	
	Utilidades Domésticas		1	

Fonte: Dados coletados a partir da observação da página pessoal de Henrique no Facebook (2018).

#### Agatha, 39 anos – **O sujeito conectado Voyeur assumido:**

Procura não publicar muito sobre a vida pessoal por medo da violência por isso afirma não expor a si mesmo, nem a família.

Utiliza duas suas (selfie) como imagem de perfil e capa e escolheu tais fotos, por considera-las bonitas.

Afirma não postar muitas coisas, as vezes posta sob solicitação da família, referindo-se a fotos dos filhos. Acredita que suas publicações revelam sobre quem ela é, pois afirma postar em coisas as quais acredita e as quais se identifica. Acessa o Facebook diariamente em momentos que está “de folga”. Acesso a mídia social

para acompanhar o feed de notícias e as vezes entrar nas páginas pessoais dos amigos. Para Agatha a principal utilidade da mídia social é “bisbilhotar a vida das pessoas” Matar a curiosidade da vida alheia.

Além dessa prática, Agatha acompanha, compartilha e curte postagens de uma página de um Centro Espírita Kardecista o qual frequenta.

Sobre a prática de acessar as páginas de amigos, Agatha afirma que faz isso com pessoas da família que estão longe e que ela gosta de acompanhar. Alega que utiliza o Facebook também para postar, mas apenas fotos, não tem o hábito de escrever o pensa, sente, etc. Também curti postagens de amigos e compartilha mensagens de autoajuda. Acredita que suas postagens revelam características suas e afirma ser calma, tranquila e sensata, acha que é o que transmite e o que é de fato.

Não sabe porque usa o Facebook, acredita ser apenas por curiosidade, não há nada que lhe chame a atenção. Não gosta de postagens com conteúdo de violência e quando se depara com os mesmos, os exclui e denuncia. Já utilizou o Facebook para fins acadêmicos, no ano anterior (2017) a turma mantinha uma página para comunicação e compartilhamento de material, hoje utilizam o Whatsapp. Mantém duas páginas no Facebook, a sua, pessoal e uma comercial para sua empresa. Sobre seus interlocutores, possui mais de 1000 contatos, entretanto acredita interagir com apenas 10 pessoas, sendo estes, amigos de faculdade.

Entre todos os seus contatos boa parte se constitui por família e o restante são amigos recentes e amigos de longa data, a maior parte com a mesma faixa etária de Agatha.

Através do Facebook resgatou uma amizade de 30 anos e hoje comunicam-se pela mídia social. Também já conheceu uma pessoa pelo Facebook, se tornaram amigos e conversam pelo Facebook Messenger. Em sua opinião o Facebook pode melhorar as relações sociais ou prejudica-las, mas no geral acredita que ajuda, aproximando-as. Trouxe como exemplo, uma situação em que marcou a enteada em uma foto, aguardou sua reação e foi positivo, as aproximou.

Evita comentar postagens (criticar, debater), julga desagradável e acha de o debate deve ser em particular, no privado. As vezes visualiza publicações das quais

diverge, mas prefere não expor sua opinião para evitar constrangimentos e não sofrer críticas.

Também acredita que muitas pessoas postam no Facebook aquilo que não são de fato, alegando ter um caso assim na família. Na sua visão, no Facebook pode-se distorcer a realidade.

Tabela 7: Conteúdos e Formas de manifestação de Agatha, 39 anos.

Usuário	Conteúdo	Proativo	Ativo	Reativo
	Afetivo/Sentimental/Familiar	3	2	1
	Arte/Cultura		3	
<b>Agatha, 39 anos</b>	Atualização De Foto De Capa	2		
	Comportamento		1	
	Culinária/Gastronomia		4	

Fonte: Dados coletados a partir da observação da página pessoal de Agatha no Facebook (2018).

#### Heloisa, 43 anos – **O sujeito conectado Miscelânea e tecnologicamente limitado:**

Interage compartilhando diversos assuntos, desde ideologia política até testes de personalidade, possui limitações para lidar com os recursos e funcionalidades da mídia social, mas pede socorro para a filha adolescente. Valoriza a família tradicional, compartilha fotos dos filhos e declara seu amor.

Não se preocupa com a exposição de dados pessoais e acredita que todas as informações que estão no Facebook podem ser facilmente encontradas em sites de busca. Porém, é zelosa em relação a intimidade, não postando sobre tudo o que faz. Acredita que suas publicações revelam suas características como pessoa. Procura opinar e comentar quando se depara com publicações que a incomoda.

Acessa o Facebook diariamente a noite e apenas procura não o utilizar quando está estudando ou trabalhando porque se distrai, acha que o Facebook atrapalha em termos de produtividade. Com relação aos seus interlocutores, seu pai de 73 anos, com quem conversa pelo Facebook diariamente e as vezes varias vezes ao dia, também interage com outros familiares e amigos distantes. Com o pai utiliza do Facebook Messenger, já com os amigos distantes e familiares, a interação acontece a partir dos recursos de curtir, compartilhar e comentar as postagens. No dia-a-dia utiliza o Whatsapp para contatar os familiares e amigos mais próximos.

Os assuntos de maior interesse no Facebook são referentes a sua família e também política ideológica. Já recebeu ofensas devido a postagens de cunho político partidário e teve que permanecer um tempo “offline” desativando temporariamente sua página pessoal. Sempre que julga pertinente, debate, comenta, argumenta e nunca exclui os comentários. Acredita que as pessoas a vem como alguém ativo politicamente. Já atuou como estagiária no gabinete de uma vereadora e teve que permanecer longe de debates políticos por um período. Participa de um grupo de professores e entrou em atrito com um colega que dizia que todas as suas postagens eram *FakeNews*.

Nunca se preocupou com a restrição de privacidade nas postagens e alega que também não sabe o como fazer. Tem dificuldades com as ferramentas tecnológicas. Seus principais assuntos de interesse são política e também o movimento feminista. Ultimamente tem compartilhado mais e publicado proativamente menos. Não gosta de conteúdos relacionados a violência e considera perturbadoras imagens e vídeos com esse tipo de temática, especialmente envolvendo crianças e normalmente as excluí. Mostra-se ciente de que as vezes compartilha conteúdos que não são verdadeiros, mas alega que acredita muito nas coisas, não vê maldade. Acha que o Facebook deveria ser mais rigoroso no sentido de conter postagens com conteúdos violentos e que as pessoas também deveriam ter mais cuidado ao postar. Relatou o caso de um aluno seu que soube da morte de seu pai pelo Facebook e ficou em choque ao ver a foto do pai estirado no chão. Quando amigos postam coisas desagradáveis, Heloisa deixa de segui-los.

Seu pai fiscaliza suas postagens e sinaliza quando acha que Heloisa está se excedendo nos debates. Normalmente atende aos pedidos do pai.

Debate até onde é possível, depois para, cansa e deixar de seguir a pessoa.

Aspectos positivos do Facebook: aproximação com pessoas distantes fisicamente e como aspecto negativo, trazer irritação pelos comentários tecidos pelos seus interlocutores. Normalmente compartilha tudo que acha legal, sobre todos os assuntos que a agrada.

Para ela, “o Facebook é como se fosse uma vitrine” Ela não conversa com todos, mas sabe que eles estão lá. Utiliza o Facebook também para entrar em

contato com seus alunos quando necessita de algo ou precisa dar algum recado e gosta de visualizar o perfil deles para ver o que estão comentando e visualizando. Acredita que de todos os seus contatos, interage efetivamente com aproximadamente 20. Conversas são apenas pontuais e não se prolongam.

Tabela 8: Conteúdos e Formas de manifestação de Heloisa, 43 anos

Usuário	Conteúdo	Proativo	Ativo	Reativo
	Afetivo/Sentimental/Familiar	3		1
	Causas Sociais		1	
	Comportamento		3	
	Curiosidades		3	
	Educação/Ensino		2	
<b>Heloisa, 43 anos.</b>	Humor		3	
	Mensagens Motivacionais/Inspiracionais		1	
	Pets/Animais		2	
	Saúde/Bem-Estar		1	
	Selfie	5		
	Testes/Correntes		1	1

Fonte: Dados coletados a partir da observação da página pessoal de Heloisa no Facebook. (2018)

#### Priscila, 19 anos – **O sujeito conectado “transparente” e politicamente correto:**

Apresenta-se com uma foto sua de rosto e seu nome completo para “facilitar a busca por empresas”. Preenche todos os campos referentes aos dados pessoais, mas restringe a visualização por medida de segurança.

Na foto do perfil, utiliza uma foto de corpo, mas diz não publicar nada “vulgar”. Sua foto de capa é o símbolo do curso de Direito, que alega representar seu sonho.

Acredita que suas postagens representam seus pensamentos. Exemplificou ao contar de uma postagem que fez em relação ao aborto, sua postura contra. Mas não recebeu nenhum comentário e acha que isso se deve ao fato de não agredir ninguém, apenas se posicionar a respeito de um assunto polêmico.

Acessa o Facebook diariamente, varias vezes ao dia por meio do celular. Também se utiliza do Whatsapp e o Instagram. O Whatsapp utiliza mais para conversar com os amigos e o Instagram, que acha “bonitinho” por causa das frases motivacionais/Inspiracionais que visualiza e compartilha. Nem tanto pelas fotos, ela

afirma. Acredita que o Instagram também é mais restrito, mais reservado e por isso não está mais “Tão ligada no Facebook”.

Mantem a sua página pessoa para as pessoas que desejam saber um pouco a seu respeito, para ver sobre sua personalidade, suas opiniões e as fotos “de como ela é”. Isso para quem não a conhece, afirma.

Para interagir com os amigos no Facebook, utiliza o Facebook Messenger, além de compartilhar matérias sobre conteúdos que julga mais polêmicos (aborto, violência, feminicídio) e que refletem seu ponto de vista, posta mensagens curtas de cunho motivacional e também humor.

Publica mensagens curtas e argumenta dizendo que “não gosta e não lê textões” por acreditar que os outros também não gostem e não leem, faz postagens com conteúdos sucintos para seus interlocutores.

Considera-se discreta e acredita que suas publicações refletem essa sua característica. Também se preocupa com as postagens pois há muitos familiares no Facebook e acreditam que todos veem e acompanham o que ela posta e por isso ela diz ser mais respeitosa.

Priscila também se preocupa em relação a irmã de 16 anos. Ela afirma que zela pela autoimagem e procura passar isso como exemplo para a irmã adolescente.

Quando se depara com algum conteúdo que não concorda ou que não lhe agrada, não emite opinião, acredita que se alguém quiser saber sobre sua visão de mundo, ou o que ela pensa, basta acessar sua página pessoal e visualizar suas publicações.

Não comenta sobre as postagens com conteúdos que julga ruins, inadequados porque acha que sua opinião não irá mudar o pensamento das pessoas. Também acredita que o debate não muda opiniões. A incomoda publicações extremistas, “disruptivas” sobre qualquer temática, em especial sexo e religião. Já teve umas experiências ruins com pessoas que conheceu no Facebook. Essas pessoas queriam falar de sexo, conteúdos eróticos e Priscila as bloqueou.

Considera inadequado postar “coisas vulgares” como exposição do corpo, bebida, acredita que isso denigre a imagem. Também acha errado impor opinião e

xingar, discutir. Afirmar que já excluiu fotos que havia postado que hoje as vê como inadequadas. Acha que no Facebook as pessoas não devem publicar sua intimidade.

No ano passado a turma da faculdade utilizava uma página no Facebook, agora foi criado um grupo no Facebook e a página ficou em segundo plano.

Priscila, possui atualmente 1986 contatos, considera que interage pouco, mas conversa com pelo menos 2 pessoas pelo Facebook todos os dias. Recebe muitas solicitações de amizade, mas antes de adicionar pessoas que não conhece pessoalmente, costuma entrar no perfil das pessoas e analisar suas páginas. Se as considera interessantes, aceita a solicitação de amizade. As vezes conversa até com pessoas que não conhece, gosta de conversar sobre coisas com “conteúdo”. Seus interlocutores são principalmente amigos distantes e família, depois amigos de trabalho, escola, faculdade. Já reencontrou amigos pelo Facebook e também fez muitas novas amizades pela mídia social. Ela afirma que alguns mais interessantes já conheceu pessoalmente. Costuma pesquisar bastante sobre a pessoa antes de encontrá-la pessoalmente e já se deparou com perfis falsos.

Para ela o Facebook é 50% positivo e 50% negativo. Positivo porque as pessoas podem usá-lo para se atualizar, para ler, se informar e negativo porque algumas vezes atrapalha, as pessoas perdem tempo, o tempo que poderia estar fazendo outras coisas. Quando indagada sobre porque o utiliza, Priscila afirma que é um vício e que precisa procurar alguma coisa para “desviciar” das redes sociais.

Também acredita que o Facebook dá um certo poder para as pessoas. Elas podem falar o que pensam e acha que isso nem sempre é bom. Diz que muitas pessoas valorizam os “likes”, publicam fotos para ganhar likes. Menciona sua irmã que observa a quantidade de likes que as pessoas recebem e antes ela também fazia isso. Acha que quando era mais nova postava mais, hoje é mais cuidadosa e criteriosa em relação ao que publica.

Tabela 9: Conteúdos e Formas de manifestação de Priscila, 19 anos.

Usuário	Conteúdo	Proativo	Ativo	Reativo
	Check-In	2		
	Evento		1	
<b>Priscila, 19 anos</b>	Humor		9	
	Mensagens Motivacionais/Inspiracionais		1	
	Político Ideológico		1	
	Selfie	7		2
	Correntes/Testes/Quis		1	

Fonte: Dados coletados a partir da observação da página pessoal do Facebook.

#### 3.4.4. O todo como soma das partes: uma visão geral sobre os dados.

Tabela 10 – Usuários, suas interações e formas de manifestação no Facebook.

Usuário	Total de Interações	Proativo	Ativo	Reativo
<b>Pedro, 22 anos</b>	28	10	14	4
<b>Henrique, 34 anos</b>	17	3	11	1 (2*)
<b>Alexandre, 38 anos</b>	8	1	0	7*
<b>Ricardo, 54 anos</b>	34	20	9	2 (3*)
<b>Priscila, 19 anos</b>	24	9	13	2
<b>Giovana, 20 anos</b>	23	9	1	13
<b>Agatha, 39 anos</b>	51	8	40	3
<b>Heloisa, 43 anos</b>	27	8	17	1 (1*)

O sinal de (\*) refere-se a publicações de outros onde o usuário foi marcado e por isso, aparece em sua página pessoal como publicação.

Fonte: Coleta de dados a partir das observações das páginas pessoais no Facebook.

Foram analisadas 212 interações entre 01 de junho à 31 de junho de 2018. Vale ressaltar que a interação neste contexto, diz respeito a publicação de conteúdo, sejam elas proativas, ativas ou reativas, mas que de alguma forma exercem influência sobre o outro, o interlocutor, visão muito similar ou conceito de interação

face a face de Goffman (2016), embora deva-se reforçar a ideia de que no ciberespaço pode haver um *timing* diferente nas interações. Conforme Reid (1991 apud Recuero, 2009), estas interações podem se dar de forma síncrona ou assíncrona, conceitos estes que se referem a diferença de construção temporal causada pela mediação, atuando sob a expectativa de resposta do interlocutor. A comunicação síncrona é aquela onde se obtém a resposta em tempo real, como num *chat* por exemplo. Já a comunicação assíncrona, refere-se à interação onde não existe a expectativa de respostas imediatas, como nos e-mails ou mesmo em comentários e reações em postagens no Facebook.

Na mídia social Facebook, ao compartilhar uma publicação em sua página pessoal, ocorre uma modificação no feed de notícias dos interlocutores, na rede social do indivíduo e ao visualizar essa publicação, o interlocutor poderá retroagir sobre a publicação curtindo-a, comentando-a, reagindo com os ícones de *emotions* (que refletem as reações afetivas), ou ainda compartilhando-a, fazendo com que a mesma também apareça em sua página pessoal e por sua vez seja visualizada pelos seus contatos, uma outra rede social e assim vai se constituindo a dinâmica das relações sociais no Facebook.

No que tange as formas do conteúdo das postagens, observou-se que há um grande fluxo de material imagético, fotos, mensagens com imagens e frases curtas e vídeos se destacam como base dos recursos interativos.

Os assuntos ou eixos temáticos elencados foram mapeados a partir das observações das páginas pessoais dos participantes da pesquisa e nos leva a crer que de alguma maneira representam e expressam o universo destes indivíduos, suas bagagens, o que apreciam, o que os desagrada, o que os mobiliza em alguma instância, enfim, suas subjetividades e intersubjetividades.

Ricardo, 54 anos, aluno do 2º ano de Engenharia Civil, mostrou-se o mais proativo dentre os oito participantes da pesquisa. Com vinte publicações proativas, em sua grande maioria fotos (*selfie*) sozinho, acompanhado em eventos por pessoas públicas como políticos e personalidades famosas, embora tenha verbalizado certa cautela em relação a sua exposição, suas postagens refletem o quanto este valoriza o marketing pessoal e o capital social, não que necessariamente o tem acumulado.

Mas o demonstra, arrisca-se dizer que talvez por uma necessidade egóica, afinal “nem tudo que reluz é ouro.”

Pedro, 22 anos, aluno do 5º ano de Direito é o segundo mais proativo e suas publicações variam entre atualizações de imagem do perfil, check-in em lugares frequentados, divulgação de eventos (festas universitárias) e disponibilização de hiperlinks com matérias de cunho político ideológico e jurídico. Em entrevista o aluno afirmou não divulgar muitas informações pessoais, entretanto, ao se deparar com sua página pessoa pode-se ter acesso aos seus gostos e atividades.

Então retomamos o que foi dito anteriormente a respeito das fachadas que os indivíduos assumem e buscam induzir uma determinada imagem aos seus interlocutores (GOFFMAN, 2016) utilizando artifícios de encenação. Também se considera que o ambiente no qual o sujeito está inserido define sua postura. O indivíduo escolhe uma imagem e a defende moldando sua personalidade, porém “este ‘eu’ não se origina do seu possuidor, mas da cena inteira de sua ação, sendo gerado por aquele atributo dos acontecimentos locais que os torna capazes de serem interpretados pelos observadores.

Por vezes as pessoas que são observadas empregam meios adequados para influenciar a forma pela qual o observador os trata. Porém há um outro caminho, pelo qual o observado pelo influenciar o observador. Em detrimento de permitir que surja uma impressão sobre sua atividade como subproduto incidental de sua própria atividade, o indivíduo pode reorientar seu quadro de referência e devotar seus esforços à criação de impressões desejadas. Ao invés de buscar alcançar determinados fins por meios aceitáveis, pode-se tentar realizar a impressão de estarem alcançando determinados fins por meios aceitáveis. De acordo com Goffman (2016), é sempre possível manipular a impressão que o observador usa como substituto para a realidade, pois um sinal de presença de uma coisa, não sendo a coisa, pode ser empregado na ausência desta. A necessidade do observador de confiar nas representações das coisas, cria, ela própria, a possibilidade de falsa representação.

Agatha, 39 anos aluna do 2º ano de Fisioterapia, se destacou dentre os oito participantes como compartilhadora de conteúdo. Embora tenha colocado que utiliza o Facebook como uma forma de observar o que os outros fazem, assumindo sua

postura curiosa, Agatha compartilha em sua página muitas mensagens e matérias de uma página do centro espírita Kardecista o qual segue e também várias matérias com conteúdo técnico profissional da área de Fisioterapia que remete a sua área de atuação e indiretamente remete a uma forma de marketing profissional.

Heloisa, 43 anos, é a segunda mais compartilhadora e suas postagens são omnívoras abrangem vários assuntos: humor, curiosidades, dicas de saúde e bem-estar, reportagens sobre comportamento humano, ensino educação e vídeos de animais. Possivelmente Heloisa represente um grande percentual de usuários do Facebook, dos quais não adotam muitos critérios para suas publicações, sendo o tipo “achei legal, quero divulgar”. Uma outra característica que se destaca na fala da aula do 5º ano de Direito é a sua postura crítica-opinativa. Dentre os oito entrevistados, ela foi a única a verbalizar que costuma se posicionar sobre alguns assuntos, em especial temas relacionados a política ideológica e comportamento. Talvez sua primeira graduação, em ciências sociais e também sua atuação profissional como professora no ensino médio esteja de alguma maneira relacionada a essa coerência performática crítica/opinativa na mídia social.

Alexandre, 38 anos, aluno do 5º ano de Direito revelou-se quase inativo em relação à produção de conteúdo. Durante o período de observação (entre os meses de junho e junho do ano presente) Alexandre publicou apenas uma vez. E todas as demais postagens em sua página foram produzidas pela sua esposa. Sua esposa, mais ativa na mídia social, compartilha fotos e marca o marido, fazendo com que as mesmas se revelem em sua página pessoas e gerem interação. O aluno de Direito, assim como outros entrevistados demonstrou apreço em relação a intimidade, privacidade e receio em se expor.

A correlação entre intimidade e privacidade é levantada por Giddens (1993) e fundamenta-se na concepção de que a intimidade é o polo oposto da privacidade por estar relacionada à exposição de sentimentos e pensamentos próprios de cada indivíduo, enquanto que a privacidade se refere a privação dessa mesma exposição. Sob esta perspectiva, a privacidade implica numa relação interpessoal na qual a esfera íntima ou a denominada vida pessoal não é revelada. Desta forma pode-se afirmar que o paradoxo entre privacidade e intimidade é inerente à utilização do Facebook em razão da valorização que os indivíduos apresentam em expor suas

informações, a possibilidade de expressar-se aplicando os recursos que a mídia social oferece, os quais podem simultaneamente gerar uma exposição comprometedora em que pese os indivíduos poderem utilizar opções de privacidade; às possíveis interferências alheias que podem revelar dados ocultos.

Sobre outra perspectiva, nota-se que há um intenso debate acerca da fronteira entre o público e privado no contexto das mídias sociais e no ciberespaço como um todo. Numa situação presencial, face a face, os diálogos normalmente se restringem aos indivíduos que dividem uma determinada situação de conversação e quando há aproximação de outros, esta é percebida pelas pessoas que iniciam o diálogo e detém o controle dos participantes. (GOFFMAN, 2016) No contexto do ciberespaço, o controle é muito menor, justamente porque não se percebe todos os participantes da conversação.

Como já mencionado anteriormente, o Facebook apresenta algumas ferramentas relacionadas as configurações da página pessoal do usuário onde este pode restringir o acesso a suas postagens apenas para seus amigos, ou seja aqueles que fazem parte diretamente de sua rede, ou ainda direcionar o comentário apenas para alguns contatos específicos, porém a depender das configurações de privacidade de seus interlocutores, essas comunicações podem ser expostas e acessadas por terceiros, que fazem parte do grupo de contatos de seu interlocutor.

Conforme Recuero (2012 p. 148):

[...] esse problema é decorrente da intersecção entre as diversas redes sociais dos atores e de suas conexões expoentes (conexões fracas). Cada ator que aceita alguém em sua rede, o faz de forma particular por motivações particulares. Entretanto, essa nova conexão influencia a rede como um todo, pois passa a ter acesso também, através desta conexão, àquilo que é dito pela rede. É por isso que é tão difícil negociar contextos públicos e privados em sites de rede social.

As redes sociais estruturam-se por nós e clusters um conjunto de nós mais interconectados que o restante da rede analisada. Desta forma um ator que não tem relação alguma com o ator original pode ter acesso a uma postagem ou mesmo reagir a ela, de maneira que indivíduos muito mais distantes do ator conseguem ter acesso ou participação em diálogos que a princípio seriam privadas, mesmo impossibilitados de “falar” acabam atuando como ouvintes e possibilitados de participar da conversa. (RECUERO, 2012)

A dicotomia público e privado nas redes sociais, ainda diz respeito a superexposição na esfera privada ou ainda uma aparente necessidade de publicização do “eu”. É possível observar que as atividades mais rotineiras são expostas na rede como numa espécie de diário online, onde as pessoas compartilham suas atividades e são acompanhados pelos seus contatos da rede numa espécie de Big Brother<sup>21</sup>.

Sibilia (2003), menciona o termo “imperativo da visibilidade”, o fenômeno vivenciado na sociedade contemporânea que diz respeito a necessidade de exposição pessoal. Segundo a autora, é preciso ser “visto” para existir no ciberespaço, faz necessário constituir-se parte dessa sociedade em rede, apropriando-se do ciberespaço e constituindo um “eu” ali. Esta visibilidade pode ser considerada sedutora na medida em que se caracteriza como algo valioso do tempo presente, uma forma de capitalizar um dos mais expressivos valores atuais, a atenção. Porém, há um custo inerente a visibilidade, (BRUNO, 2003) existe uma relação de investimento e custo, que pode agregar ou não capital social aos sujeitos na esfera da publicização do privado.

---

<sup>21</sup> Reality show criado por John de Mol, cuja primeira temporada mundial foi realizada em 1999 nos Países Baixos. O programa consiste no confinamento de um número variável de participantes em uma casa cenográfica, sendo vigiados por câmeras 24 horas por dia (...). (WIKIPEDIA, 2017)

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao término deste estudo, pode-se constatar que atualmente o Facebook se constituiu não apenas como uma ferramenta ou recurso para o estabelecimento de novas relações sociais, mas sobretudo, para a manutenção das relações sociais já existentes. O Facebook também propicia um espaço para as expressões das diversas identidades e subjetividades de seus usuários por meio de estratégias disponibilizadas pela própria mídia social e também através de táticas agenciadas pelos indivíduos nesta plataforma.

Constatou-se a existência de diversas práticas por parte destes usuários que se utilizam do Facebook não apenas com o intuito de interagir, mas sobretudo, manifestar suas ideias, o que sentem e o que desejam, servindo-se desses lócus para representarem-se enquanto indivíduos únicos e ao mesmo tempo plurais, e multifacetados.

No transcorrer do presente trabalho evidenciou-se o quanto essa mídia social se faz presente na vida das pessoas e arrisca-se afirmar que o Facebook reproduz a sociedade global conectada, retratando uma via para a expressão de qualquer indivíduo com acesso a rede independente das fronteiras de espaço e tempo. Indivíduo este, que cabe aqui mencionar constitui-se como multicultural, na medida que se utiliza dos artefatos tecnológicos disponíveis hoje, os incorpora de tal forma, que estes artefatos e seus usos, passam a fazer parte de seus corpos e suas identidades.

Foi possível perceber que embora a mídia social propicie uma ampla rede de contatos, assim como no dia-a-dia, na vida em sociedade, fora do ciberespaço, tendemos a limitar nossos vínculos e nossas relações com algumas e não todas as pessoas que conhecemos. Também foi possível observar que as redes sociais dos usuários, seus contatos são majoritariamente constituídos por pessoas as quais já se conhece, as quais já se estabeleceu uma relação anterior ao Facebook. Entre os oito participantes da pesquisa, suas redes eram formadas em maior parte por familiares, amigos de longa data e pessoas próximas acessíveis no dia a dia.

As páginas pessoais no Facebook revelaram-se como vitrines de produtos e produtores que transformam e são transformados na medida em que compartilham,

postam e relevam seus gostos, preferências, culturas, ideologias, filosofias de vida, as quais são transmitidas e fluem entre as interações na mídia social.

Evidenciou-se que cada usuário pode realizar diversos usos e apropriar-se do Facebook de acordo com seus interesses, demonstrando que não somente os recursos e funcionalidades na mídia social influenciam na sua utilização, mas que os indivíduos também possuem motivações específicas para utilizá-lo e que o fazem com propósitos distintos, promovendo variações na forma com que as pessoas se representam nesse locus.

Ao longo da investigação, pode-se perceber que os usuários atribuem sentidos de representação às narrativas, às publicações e às interações que se desenvolvem na plataforma. Com efeito, afirma-se que as páginas pessoais, os comentários, publicações e interações tendem a ser considerados como representações do “eu”, a qual pode ser interpretada de formas variadas em função da ausência da presença física, do tom de voz e da possível interferência de outros contatos.

Foi possível notar junto aos participantes que embora estes atuem ativamente no campo do ciberespaço, existe o medo, a insegurança de que a exposição possa gerar situações indesejadas, o receio em relação a publicização do privado.

Em suma, diante de todos os dados levantados a partir das observações e entrevistas, pode-se afirmar que as identidades, subjetividades, bem como a capacidade de agência e em certa medida, a reflexividade destes agentes, revelam-se nas práticas desses indivíduos. Seus pensamentos, visão de mundo, preferências e escolhas são representadas sob o que aqui estamos chamando de publicações, postagens, curtidas e compartilhamentos. É importante reafirmar que não houve nenhuma pretensão, nem poderíamos limitar esses indivíduos, suas singularidades e todo seu arcabouço interno àquilo que fazem no Facebook, mas arrisca-se assegurar que em suas páginas pessoais evidenciam-se ecos de suas personas.

As práticas revelam as contradições e a pluralidade inerentes ao ser humano como a multiplicidade de temas e assuntos abordados por cada um dos entrevistados e também aponta para os vários “eus” existentes sob a pele de cada

um deles. Esses “eus”, que se constroem, se desconstroem, se configuram e se reformulam de acordo com a dinâmica da realidade social a qual estão inseridos.

Trata-se de um *continuum*, um movimento de idas e vindas, introjeções, identificações e projeções que constituem o ser a partir de toda diversidade e gama de informações disponíveis ao qual se tem acesso.

Ainda há um longo caminho a se percorrer no campo do conhecimento sobre as práticas, os usos e as influências das mídias sociais, das novas tecnologias comunicacionais disponíveis hoje. Sendo assim, deixarei aqui algumas inquietações que permaneceram em aberto ao longo dessa pesquisa. Em relação aos filtros existentes na mídia social, os algoritmos que em certa medida seleciona os conteúdos que chega ao usuário de acordo com as interações estabelecidas por este. Esses mecanismos de alguma forma influenciariam em nossa maneira de ser, em nossa visão de mundo? Estariam esses mecanismos impactando em nossas ideias, valores, gostos e comportamentos dentro e fora do ciberespaço? Talvez esses questionamentos possam ser respondidos muito em breve com o avanço dos estudos por cientistas sociais, antropólogos, psicólogos e outros profissionais de áreas afins que se propuserem a desvendar as diversas esferas deste campo tão profícuo de conhecimento que é a internet.

## REFERÊNCIAS:

ACIOLI, S. Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos do conceito. *Rev. Informação & Informação*, [S.l.], v. 12, n. 1esp, p. 8-19, dez. 2007. ISSN 1981-8920. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1784/1520>> acesso em: 23 fev. 2016. doi: <http://dx.doi.org/10.5433/1981-8920.2007v12n1espp8>

**A nova cara das redes sociais.** Disponível em < <http://adnews.com.br/social-media/nova-cara-das-redes-sociais.html>> Acesso em 22. Mar. 2017.

ARONI, B. O. **Por uma etnologia dos artefatos:** arte, cosmologia, conceitos mitológicos: *Revista Proa*, n.2, v.01, p.1-27, 2010. Disponível em <<https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/proa/article/viewFile/2376/1778>> Acesso em 07.dez.2018

BAUMAN, Z. **Globalização:** As consequências humanas. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 1999.

\_\_\_\_\_. **Modernidade Líquida.** Rio de Janeiro: Zahar, 2001

\_\_\_\_\_. **Identidade.** Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Sites de redes sociais: definição, histórico e bolsa de estudos. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13, n.01, out.2007, p.210-230. Disponível em <<https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062>> Acesso em 05.out.2018.

BONNEWITZ, P. **Primeiras Lições sobre a sociologia de P. Bourdieu.** 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

BOURDIEU, P. **O senso prático.** Trad. Maria Ferreira, Col. Sociologia. Petrópolis: Vozes, 2009.

BRITTO, R., R., **Cibercultura:** sob o olhar dos estudos culturais. São Paulo: Paulinas, 2009.

BRUNO, F. A rede e o problema da mediação: uma nota sobre o ciberespaço. *Série Documenta*, Rio de Janeiro, v.VIII, n.12-13, p.185-212, 2003.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet:** reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

\_\_\_\_\_.; CARDOSO, G. (org.) **A Sociedade em Rede:** do conhecimento à acção política. Lisboa-Port.: Imprensa Nacional-Casa da Moeda,2005. Disponível em <[http://www.egov.ufsc.br:8080/portal/sites/default/files/anexos/a\\_sociedade\\_em\\_rede\\_-\\_do\\_conhecimento\\_a\\_acao\\_politica.pdf](http://www.egov.ufsc.br:8080/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf)> Acesso em 13.out.2018

**Como funcionam os algoritmos das redes sociais.** Disponível em <<https://www.incast.com.br/como-funciona-os-algoritmos-das-redes-sociais>>. Acesso em 01.set.2018

CORREIA, P. M.A.R., MOREIRA, M.F.R. Novas formas de comunicação: história do Facebook – Uma história necessariamente breve. Rev. **ALCEU**, v.14, n.28, p.168-187, jan./jun. 2014. Disponível em <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu%2028%20-%20168-187.pdf> Acesso em 24.fev.2016.

COULON, A. **Etnometodologia**. Trad. Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1995.

CUSTÓDIO, M. Facebook anuncia mudança no algoritmo: menos relevância para fanpages e mais para amigos e familiares. Disponível em <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/facebook-mudanca-algoritmo/>> Acesso em 04.set.2018.

CRYSTAL, D. **A revolução da linguagem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

**Digital in 2017 Global Overview**: a collection of internet, social media and mobile data from around the world. Disponível em <<https://wearesocial.com/blog/2017/01/digital-in-2017-global-overview>> Acesso em 21. mar.2017.

ERIKSON, E. H. **Identidade**: juventude e crise. 2 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

ERTHAL, A. A. O telefone celular como produtor de novas sensorialidades e técnicas corporais. Rev. **Contemporânea**. UERJ – Rio de Janeiro ed.8., v.5. n.1. jan-jun.2007 p.58-65. Disponível em <[http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed\\_08/05ANAAMELIA.pdf](http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_08/05ANAAMELIA.pdf)>

**Facebook**: informações da empresa. Disponível em <<http://br.newsroom.fb.com/company-info/>> Acesso em 22.mar.2017.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**: história da violência das prisões.20 ed. Petrópolis: Vozes, 1999

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

GELL, A. **Art and Agency: an anthropological theory**. Oxford: Oxford University Press, 1998.

GIDDENS, A. **As consequências da Modernidade**. 5 reimp. São Paulo: Unesp, 1991.

\_\_\_\_\_ **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. Trad. Magda Lopes. São Paulo: Unesp, 1993.

\_\_\_\_\_ **Modernidade e identidade**, Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2002.

\_\_\_\_\_ **A constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. 20 ed. 2 Reemp. Petrópolis: Vozes, 2016

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 4 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**: Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

JOAS, H. **Interacionismo Simbólico**. In: Giddens, A; Turner, J. (orgs.) Teoria social hoje. Trad. Gilson Cesar Cardoso de Sousa. São Paulo: Unesp, 1999.

LACAN, J. **Seminário 20. Mais, ainda**. 2 ed. Trad. M.D. Magno. Rio de Janeiro: Zahar, 1982

LAPA ALVES, C. J.; Moura, S. A. **Facebook como Panóptico moderno**: como a vontade de controle emana do indivíduo. Disponível em <[http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/anais\\_linguagem\\_tecnologia/article/viewFile/10485/9417](http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/anais_linguagem_tecnologia/article/viewFile/10485/9417)> Acesso em 01. Set. 2018.

LATOURETTE, B. **Reagregando o Social**: uma introdução à teoria do Ator-Rede. Trad. Gilson César Cardoso de Sousa. Eufba - Salvador: Bauru, São Paulo: Edusc, 2012.

\_\_\_\_\_. **A esperança de Pandora**: ensaios sobre a realidade dos estudos científicos. Trad. Gilson Cesar Cardoso de Sousa. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LEMOS, A.; LÉVY, P. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

MAGALHÃES, D. de Castro. Construção da identidade em redes sociais: análise do Orkut. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO DA REGIÃO CENTRO-OESTE, 7, 2010, GOIÂNIA. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos em Comunicação**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0040-1.pdf>> Acesso em 14.out.2017

MENDES, J. M. O. **O desafio das identidades**. In: Santos Boaventura de Sousa (Org.) A Globalização e as ciências sociais. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2002. p.503-539.

MERENCIO, F. T. **A imaterialidade do material, a agência dos objetos ou as coisas vivas**: a inserção de elementos inanimados na teoria social. Cadernos do LPAARQ – Textos de Antropologia, Arqueologia e Patrimônio, V.X, n.20, p.183-204. Pelotas, RS: UFPEL, 2013.

NOBRE, J.C.A., PEDRO, R.M.L.R. Reflexões sobre possibilidades metodológicas da teoria ator-rede. **Rev. Ator-Rede**. V. 1 ano 1. n. 1. 2013. Disponível em <<http://intervox.nce.ufrj.br/ojs/index.php/TAR/article/view/21/16>> Acesso em 21. abr.2017

PARISER, E. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PENNA, C. Reflexividade e agência na teoria sociológica contemporânea. **Ciências Sociais Unisinos** v. 48 n.3, p.192-204, setembro/dezembro 2012. Disponível em: [http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias\\_sociais/article/view/2348](http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/2348). Acesso em 11 nov. 2016.

POLIANOV, B. B. Fazendo faxina no Facebook: implicações do gerenciamento e comunicação com a rede de contatos para dinâmicas de autoapresentação. **Estudos da comunicação**, Curitiba, v.15, n.38, p.353-369, setembro/dezembro, 2012. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/22473>.> Acesso em 01.dez.2018.

QUEIROZ E MELO, M. F. A. **Mas de onde vem o Latour?** *Pesquisas e Práticas Psicossociais*, 2(2) São João Del Rei, fev. 2008. Disponível em < [https://ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/revistalapip/queiroz\\_melo\\_artigo.doc](https://ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/revistalapip/queiroz_melo_artigo.doc)> Acesso em 07.dez.2018.

RECUERO, R. Comunidades virtuais em redes sociais na internet: uma proposta de estudo. *E-Compós*, Brasília, v.4, n.3, p.1-15, 2005.

\_\_\_\_\_ **Redes Sociais na Internet.** 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

\_\_\_\_\_ **A conversação em rede:** comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulinas, 2012.

\_\_\_\_\_ Práticas de Sociabilidade em sites de redes sociais: interação e capital social nos comentários dos fotologs. In: **Compós.** Unip. 2008 Disponível em< <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/raquelrecuero compos2008.pdf>> Acesso em abr.2017

RHEINGOLD, H. **A comunidade virtual.** Portugal: Gradiva, 1993.

RÜDIGER, F. **As teorias da Cibercultura:** perspectivas, questões e autores. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2016.

SANTAELLA, L. Sujeito, subjetividade e identidade no ciberespaço. In: Leão, Lúcia (org) **Derivas:** cartografias do ciberespaço. São Paulo: Annablume - SENAC, 2004.p 45-54.

\_\_\_\_\_ **Da cultura das mídias à cibercultura:** o advento do pós-humano. Revista Famecos, mídia, cultura e tecnologia. 2003. V.10, n.22. p. 23-32. Porto Alegre, dez. 2003. Disponível em < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3229/2493>> Acesso em 01.nov.2018

SEGATA, J.; RIFIOTIS, T. (orgs). **Políticas Etnográficas no Campo da Cibercultura.** Brasília: ABA, 2016.

SIBILIA, P. **Diários íntimos da internet e a crise da interioridade psicológica**. Disponível em <[http://antroposmoderno.com/antro-version-imprimir.php?id\\_articulo=1143](http://antroposmoderno.com/antro-version-imprimir.php?id_articulo=1143)> Acesso em 05.jul.2017.

SILVA, S. R. “Eu não vivo sem celular”: sociabilidade, consumo, corporalidade e novas práticas nas culturas urbanas. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v.2, n.17, p.1-17 jul/dez. 2017. Disponível em: < <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/3457/4131>> Acesso em ago.2017.

SIMMEL, G. **Questões fundamentais da sociologia**: indivíduo e sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

VICENTE da Silva, A.; DIAS, P.H.D; VAZ da Silva, V.S. (orgs). **Conectando Mundos, Repensando Relações**. Porto Alegre: Unioeste: Evangraf, 2016.

WEBER, M. **Metodologia das ciências sociais**. Parte 2. 2 ed. São Paulo: Cortez, 1992.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.