UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - USP

FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

Pedro Felipe de Andrade Mancini

As representações de si no *Facebook*: estratégias de manipulação de impressões entre jovens de São Paulo

Versão corrigida

São Paulo

2019

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - USP

FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

As representações de si na rede social *Facebook*: um estudo sobre estratégias de manipulação de impressões entre grupos de jovens paulistanos

Versão corrigida de tese apresentada à Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Doutor em Sociologia.

Orientadora: Profª Drª Maria Helena Oliva Augusto

São Paulo

2019

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

M269r

Mancini, Pedro Felipe
As representações de si na rede social Facebook: um estudo sobre estratégias de manipulação de impressões entre grupos de jovens paulistanos / Pedro Felipe Mancini ; orientadora Maria Helena Augusto. - São Paulo, 2019.
133 f.

Tese (Doutorado)- Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Departamento de Sociologia. Área de concentração: Sociologia.

1. REDES SOCIAIS. 2. INTERAÇÃO SOCIAL (SOCIOLOGIA). 3. SOCIABILIDADE. 4. INTERNET. 5. REPRESENTAÇÃO. I. Augusto, Maria Helena, orient. II. Título.

ENTREGA DO EXEMPLAR CORRIGIDO DA DISSERTAÇÃO/TESE

Termo de Ciência e Concordância do (a) orientador (a)

Nome do (a) aluno (a): Pedro Felipe Kirilauskas Mancini

Data da defesa: 29/08/2018

Nome do Prof. (a) orientador (a): Maria Helena de Oliva Augusto

Nos termos da legislação vigente, declaro **ESTAR CIENTE** do conteúdo deste **EXEMPLAR CORRIGIDO** elaborado em atenção às sugestões dos membros da Comissão Julgadora na sessão de defesa do trabalho, manifestando-me **plenamente favorável** ao seu encaminhamento e publicação no **Portal Digital de Teses da USP**.

São Paulo, 31/12/2018

_____

Maria Helena Oliva Augusto

Dedicatória

À Camila, mulher junto a qual constituirei uma nova vida próxima ao mar, envolvida pela natureza e alguns centímetros mais distante das tentações e mazelas de uma vida hiperconectada. Que esse seja um de muitos marcos de uma existência feliz e intensamente suave para ambos.

Agradecimentos

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) pela concessão do financiamento.

A todos os participantes da pesquisa, sempre solícitos a responder perguntas, ceder acesso a perfis no *Facebook* e comparecer a longos, embora produtivos grupos focais. Sem eles, a pesquisa atual sequer seria possível.

Indispensável, também, agradecer a Professora Maria Helena Oliva Augusto por toda sua paciência, dedicação, atenção e carinho não apenas ao longo do doutorado, como por toda o meu percurso universitário, tendo sido uma parceira e uma conselheira permanente desde os meus primeiros anos de graduação.

Agradeço aos apontamentos de Maria Cristina Castilho Costa e da Mariana Zana6a Thibes em minha qualificação, que muito colaboraram para o desenvolvimento da tese até sua conclusão. Sou igualmente grato, por razões similares, aos colegas da pós-graduação Pedro Giovanetti Cesar Pires e Lucas Amaral de Oliveira, pelas discussões teóricas, conduzidas pela Profa. Maria Helena, que permitiram aprimoramentos importantes no texto.

Por fim, e falando especificamente sobre a esfera pessoal, agradeço aos amigos e familiares que me apoiaram durante o processo do doutorado. Mais do que tudo, agradeço imensamente à Camila por todo seu amor e companheirismo em um momento tão crucial para nossas vidas – tanto individualmente, quanto sob a perspectiva do casal. Que a conclusão do doutorado seja um dos marcos que inauguram uma nova fase para nossas existências, repleta de novas conquistas, desafios e afetos.

Resumo

A pesquisa buscou compreender as formas de sociabilidade vigentes na rede social *Facebook* – especialmente, sob a perspectiva das "representações do eu", conforme presente na sociologia de Erving Goffman (1985). O estudo deteve-se sobre o seguinte problema de investigação: De que forma um certo grupo de jovens moradores da cidade de São Paulo, com condições de vida similares e oriundos das regiões oeste e norte do município, utiliza as ferramentas interativas do *Facebook* para manipular virtualmente a impressão que causa nos demais? Quais são as semelhanças e diferenças nessa participação? A partir dessa questão, investigamos algumas das principais estratégias de manipulação de impressões adotadas para a administração de representações de si em ambientes virtuais de sociabilidade. O processo investigativo contou com uma abordagem qualitativa ancorada em grupos focais, entrevistas semiestruturadas, observações etnográficas virtuais e análises de conteúdo de publicações expostas nessa rede social. Como hipótese, especulou-se a existência de diferenças significativas entre os jovens na condução de estratégias de representação, que variariam de acordo com as características da rede de sociabilidade administradas pelo indivíduo nesse ambiente interativo. Optou-se pela seleção de um perfil jovem, supondo haver relação entre faixa etária e volume e diversidade da rede de sociabilidade (ou seja: com o número total de pessoas com as quais esses indivíduos se comunicam e com a variedade de pessoas dentro dessa rede). No fim do processo investigativo, pretendeu-se fornecer uma contribuição teórica clara acerca dos impactos sociais resultantes da difusão de formas virtuais de comunicação na sociedade – em especial, entre essa parcela dos jovens paulistanos.

Palavras-chave: Redes sociais; interação social (sociologia); sociabilidade; internet; representação.

Abstract

This research aimed to understand means of sociability operating on Facebook – specially under the perspective of the "presentations of self", as in the sociological thought of Erving Goffman (1985). This study aimed the following investigation problem: How certain young residents of São Paulo, with similar life conditions and from West and North regions of the city, use Facebook´s interactional tools to virtually manipulate the impression caused on others? What are the similarities and differences in this use? Thus, we investigated the main strategies of impression manipulation adopted to administrate presentations of self on virtual environments of sociability. The investigative process counted with a qualitative approach flagged on focal groups, semi-structured interviews, virtual ethnographical observations and content analysis of publications published on this social network. As hypothesis, it was speculated the existence of significative differences on the exercise of representative strategies of presentation according to the main characteristics of the social network managed by the individual on this interactive environment. It was selected a young profile, understanding the existence of a relation between age and volume and diversity of social networks (in other words: the total number of people with whom those individuals communicate and the diversity of people inside this network.) At the end of the investigative process, it was aimed the offering of a clear theorical contribution about the social impacts of the diffusion of virtual ways of communications on society – specially, among residents of São Paulo of a determinate income profile.

Keywords: Social network; social interaction (sociology); sociability; internet; representation.

Sumário

1.1 Navegando pelo *Facebook* 15

1.2 Representações, cenários e fachadas em redes sociais 20

1.3 Perspectivas teóricas para o estudo da virtualidade 32

1.4 Apresentação da pesquisa 36

Questão, objeto e hipóteses norteadoras 36

Capítulo 2 – Questões teóricas para balizar o estudo sobre as redes sociais 47

2.1. Os individualismos da metrópole refletidos nas interações virtuais: Apropriações das reflexões de Georg Simmel 48

2.2 Dualidade e pluralidade do eu dentro do *Facebook* 57

2.3. Desvendando a "estrutura" e seus condicionamentos: *Facebook* e seu sistema de filtros . 63

Capítulo 3 – A vida dos navegantes do *Facebook* 73

3.1 Tipos de representações observadas 74

3.2 Conflitos nas interações virtuais e seus impactos para a representação do eu 92

Considerações conclusivas 107

4.1. A demanda por "autenticidade" na contemporaneidade e seu papel na orientação de condutas virtuais 108

4.2 A administração de representações do eu no *Facebook:* "autenticidade mercantil" 116

Anexos 122

I. Termo de confidencialidade 122

II. Convite e termo de esclarecimento da pesquisa 123

III. Roteiro de pesquisa: Grupos focais 124

IV. Roteiro de pesquisa: Entrevista semiestruturada 126

Referências bibliográficas 131

Introdução

A despeito da permanência de fortes desigualdades sociais[1], é difícil negar que a sociedade brasileira, nas últimas décadas, tem passado por mudanças consideráveis nos planos social, político e econômico. Entre as transformações, costuma-se destacar um processo de *inclusão digital*[2] que teria garantido o acesso de várias camadas da sociedade brasileira a ferramentas de comunicação mais modernas.

De fato, pesquisas quantitativas apontam que o percentual de residências brasileiras com um ou mais computadores variou de 25% a 50% entre 2008 e 2015, enquanto a expansão da *internet* foi ainda mais significativa, atingindo 51% dos domicílios em 2015 – em 2008, alcançava apenas 18% deles[3]. Em tese, a inclusão digital pode permitir que novos indivíduos tenham acesso a ferramentas outrora limitadas a pessoas com maior renda, capazes de ocasionar mudanças concretas em suas vidas cotidianas (muito embora tais transformações não ocorram necessária ou automaticamente) – como, por exemplo: (a) potencializar a abrangência e a intensidade de relacionamentos interpessoais, garantindo acesso contínuo a uma rede significativa de contatos profissionais e pessoais; (b) facilitar novas vivências e aquisição de novas habilidades (de uso profissional, inclusive) por meio da apropriação prática continuada de ferramentas virtuais e pela navegação em cursos *online* e outras plataformas de ensino; (c) ampliar o acesso a informações, garantindo a possibilidade de acessá-las a partir de fontes diversas, como *blogs*, *sites* de notícias e "redes sociais"[4], expandindo o repertório informativo dos indivíduos; (d) expandir os meios possíveis de *expressão pessoal* do indivíduo, que pode tornar-se capaz de organizar e expor publicamente seus pensamentos e opiniões por meio da

---

1 Segundo dados do IBGE, em 2012 os 10% mais pobres do país se apropriavam de apenas 1,1% da renda total, enquanto o último décimo alcançava 41,9% da mesma (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – Síntese de indicadores 2015. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887.pdf>. Acesso em: 15/10/2016).

2 Compreende-se "inclusão digital", aqui, como qualquer conjunto de iniciativas que garantam efetivamente o aumento universal do acesso às tecnologias de informação (TICs), dada sua distribuição desigual pelo globo, segundo estudos apresentados por autores como DiMaggio et al (2001).

3 Cetic, Pesquisa TIC Domicílios 2015. Disponível em: <http://www.cetic.br/pesquisa/domicilios/>. Acesso em: 14/10/2018.

4 Trata-se do termo corrente para redes virtuais de sociabilidade como o *Facebook,* o *Google+* e o já falecido *Orkut*– subentendendo, com esse termo, quaisquer aplicativos virtuais voltados à comunicação em rede para fins de sociabilidade entre os usuários, permitindo a troca *online* de mensagens e "postagens" entre contatos de diferentes esferas. Optou-se por sua utilização por ser amplamente utilizado pelo senso comum, apesar de sua imprecisão conceitual.

participação em fóruns, *blogs,* "redes sociais" e afins; e (e) estabelecer novas formas de organização sociopolítica, ou novos métodos de mobilização5.

O presente trabalho debruça-se sobre um papel específico, dentre os diversos assumidos pela virtualidade nos dias atuais: a constituição de "representações *online* de si", tocadas em "redes sociais" como o popular *Facebook*. Apesar de não ser viável antecipar todas as motivações possíveis por trás da utilização dessas plataformas, é plausível prever que nelas os indivíduos, interagindo com conhecidos oriundos de diversas esferas de sociabilidade (como familiares, amigos de infância, vizinhos, colegas de escola e de trabalho, entre outros), utilizam estratégias diversificadas para estabelecer *narrativas* de si, contando quem são pela utilização de publicações e compartilhamentos (de textos, fotos e vídeos) – influenciando consideravelmente, desse modo, o tipo de *imagem* social que pretendem sustentar perante os demais e visando um controle mínimo sobre a forma como os outros os perceberão6. Nas palavras de Rayner,

> "Assim como atores em cena sabem que estão sendo assistidos pela audiência e manipulam seu comportamento para alcançar o melhor efeito, o uso efetivo das redes sociais consiste em selecionar e emoldurar o conteúdo de forma que agrade e/ou impressione uma determinada plateia" (RAYNER: 2012).

Nessa perspectiva, observam-se as ferramentas de comunicação *online* a partir de seu papel na administração de "representações do eu" – adotando a perspectiva teórico-metodológica do autor canadense Erving Goffman, mais substancialmente exposta em "A representação do eu na vida cotidiana" (1985[1959]).

Sendo ferramentas de sociabilidade muito utilizadas nos dias atuais7, as chamadas "redes sociais" instigam diversos indivíduos a tentar administrar o modo como são percebidos

---

5 Apesar de todos esses potenciais, importante notar que o acesso da *internet* ainda é bastante desigual -sendo reflexo da desigualdade presente em termos socioeconômicos mais gerais. O caráter potencialmente transformador das formas virtuais de comunicação sofre limitações dessa má distribuição e deve ser sempre pensado de forma crítica. Entre 2015 e 2016, por exemplo, praticamente não houve evolução no acesso segundo a pesquisa TIC Domicílios: apenas 51% dos domicílios brasileiros estavam conectados à *internet* em 2016, contra 50% em 2015 (CHAVES, "A desigualdade social no acesso à internet está, mais do que nunca, escancarada". Disponível em: <http://justificando.com/2016/09/29/desigualdade-social-no-acesso-internet-esta-mais-do-que-nunca-escancarada/>. Acesso em: 17/10/2016).

6 Esse controle costuma ser bastante frágil, dado que os interlocutores nem sempre aceitam as narrativas de si reclamadas pelo sujeito, como nos recorda Claude Dubar (2005). As considerações desse autor acerca da formação e administração das identidades pessoais serão mais bem analisadas ao longo do texto, na medida em que dialogaram com a problemática aqui exposta.

7 Ainda de acordo com a pesquisa TIC Domicílios, em 2013 77% dos internautas brasileiros utilizam as "redes sociais" para se comunicarem (Cetic, Pesquisa TIC Domicílios 2015. Disponível em: <http://www.cetic.br/pesquisa/domicilios/>. Acesso em: 09/08/2015). Entre tais redes de sociabilidade,

por seus conhecidos utilizando postagens, compartilhamentos e perfis descritivos para expressarem seus gostos, características pessoais e outras informações reveladoras, tanto subjetivas quanto objetivas. Essas redes sociais podem cumprir várias finalidades quando analisadas sob a perspectiva das representações do eu, tais como a expressão de um melhor desempenho profissional, um maior reconhecimento social em meio a diversos grupos de convivência, dentre outras – resultando, muitas vezes, em vantagens ou desvantagens (reais ou imaginadas) para a condução da vida dos envolvidos8.

Em um estudo sobre a construção da popularidade nas redes sociais, Adriana Amaral e Pedro Henrique Moschetta debruçaram-se sobre os conceitos de "reputação" e "capital social9" para compreender as formas de sociabilidade vigentes nesse meio – abordagem essa que pode elucidar os pressupostos da presente pesquisa. Compreendendo reputação como o "que se sabe sobre o caráter ou posição de um indivíduo perante a opinião de uma comunidade" (CRUZ; MOTTA: 2006, p. 349 apud AMARAL; MOSCHETTA, p. 30), os autores também lembram que ela é "parte de nossa identidade" - apesar de depender, em grande medida, da impressão que os outros desenvolvem a nosso respeito. Consideram-na, igualmente, um dos pilares do *capital social* – que se manifesta, por seu turno, em valores como confiança, reconhecimento e autoridade. Em suma, os autores associam a constituição e gestão de perfis nas redes sociais como um modo de acumular reputação e capital social, com isso obtendo respeito de seus seguidores nessas redes. As interações virtuais podem ser interpretadas sob esse ângulo, ou seja, como meios de administrar representações do eu e angariar reputação em meio a uma rede de contatos determinada. Aquilo que os usuários escolhem publicar - seja com tom autobiográfico, humorístico ou com informações notadas como socialmente relevantes – pode

---

pode-se destacar o mundialmente conhecido *Facebook*, cujo número total de usuários, segundo estimativas, deve ultrapassar a população chinesa já em 2015 (LANDIM, "População da China será menor que número de usuários do Facebook em 2015". Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/facebook/49877-populacao-da-china-sera-menor-que-numero-de-usuarios-do-facebook-em-2015.htm>. Acesso em 20/01/2015).

8 Uma das questões tratadas no presente trabalho é se essa espécie de preocupação com a confecção de imagens sociais "favoráveis" seria, de fato, generalizada, e a que variações estaria submetida.

9 Conceito que remete à compreensão do sociólogo Pierre Bourdieu, segundo o qual "[...] capital social é o agregado dos recursos reais e potenciais que estão conectados à possessão de uma rede durável de relacionamentos de mútuo conhecimento e reconhecimento, mais ou menos institucionalizada, ou, em

outras palavras, ao pertencimento a um grupo, o qual provê a cada um de seus membros, com base no capital apropriado coletivamente, uma 'credencial' que titula ao crédito, nos vários sentidos da palavra"

(BOURDIEU, 1983, p. 248-249).

ser interpretado como estratégias para alcançar maior visibilidade ou obter mais respeito por parte de “contatos” e “seguidores”.

Esse usuário de redes sociais pode apropriar-se de determinados discursos para elaborar representações *online* refletindo, nesse processo, valores presentes nos grupos em que foi socializado e com os quais interage cotidianamente. Nessa direção, a rede de sociabilidade individual seria um fator determinante na definição de estratégias de manipulação de impressões na virtualidade, uma vez que estabelece a quantidade de grupos com os quais o indivíduo pode preocupar-se em impressionar - bem como a intensidade dessa preocupação.

Investigamos, assim, o modo como uma parcela determinada de jovens moradores do município de São Paulo, residentes nas zonas oeste e norte e com condições de vida similares, operacionaliza as ferramentas *online* de comunicação – especificamente, a rede social nomeada *Facebook* – para criar e administrar representações *online* de si. Optou-se por esse recorte por uma questão prática: facilitar a aplicação eficiente de métodos qualitativos imersivos de pesquisa, reduzindo, consequentemente, os custos operacionais da pesquisa empírica. Compreende-se, com essa escolha, não ser viável uma generalização simplista dos resultados da investigação para a realidade brasileira em seu todo; trata-se, em todo o caso, de um estudo de caso sobre as formas virtuais de apresentação de si adotadas por moradores do município de São Paulo. Um estudo dessa abrangência contribui para uma compreensão sociológica mais aguçada: (a) sobre a apropriação de redes sociais para a constituição e manutenção de relações pessoais; e (b) sobre as formas contemporâneas de administração de representações pessoais, em um contexto de aumento progressivo da importância das ferramentas virtuais de comunicação para a sociabilidade de diversos segmentos sociais.

Capítulo 1 - Representando o *eu* nas redes sociais

Antes de detalhar a proposta de pesquisa, aprofundar fundamentos teóricos e expor resultados do trabalho de campo, faz-se necessário, neste capítulo inaugural da tese, apresentar o objeto pesquisado e destacar a relevância da investigação proposta. Desse modo, o *Facebook* será descrito em maior profundidade na próxima seção, sendo conferido especial enfoque à sua importância para os hábitos de sociabilidade de uma parcela significativa de brasileiros - e, mais especificamente, dos paulistanos.

Garantida uma apresentação da rede social analisada e de sua relevância social, será possível iniciar um detalhamento da principal perspectiva teórica adotada para orientar a investigação acerta de suas regras de sociabilidade. Portanto, a segunda seção será dedicada à exposição da abordagem sociológica goffmaniana, notadamente presente no livro "A representação do eu na vida cotidiana" (2013[1959]). Nele, estão presentes conceitos fundamentais para a pesquisa aqui traçada, tais como: manipulação de impressões, representação do eu, plateia e papel social, entre outros.

Por fim, o primeiro capítulo da tese também contará com um resumo de algumas das principais abordagens sociológicas que se debruçam sobre a virtualidade nos tempos atuais, de modo a situar o estudo proposto frente a um contexto mais amplo de discussões teóricas sobre o tema. Após todas as exposições iniciais sobre o *Facebook*, a perspectiva teórico-metodológica desenvolvida por Goffman e sobre perspectivas analíticas dedicadas ao estudo da sociabilidade *online*, ficam estabelecidos os fundamentos básicos a partir dos quais serão construídos maiores aprofundamentos teóricos e metodológicos, a serem apresentados nos capítulos seguintes.

1.1 Navegando pelo *Facebook*

As chamadas "redes sociais" possuem, já há alguns anos, grande popularidade entre os brasileiros, o que os coloca em posição de destaque frente ao restante do mundo. Na pesquisa TIC Domicílios de 2014, publicada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil10, 76% dos entrevistados afirmaram participar de redes sociais; entre os jovens de 16 e 24 anos, 86% fizeram o mesmo. A estimativa do total de usuários dessas redes, por seu turno, já alcançou 71,6 milhões de brasileiros, de acordo com o mesmo relatório de pesquisa.

Importante ressaltar, contudo, que essa suposta difusão massiva do acesso às redes sociais mascara uma grande desigualdade no próprio acesso às tecnologias da informação. Em 2015, apenas 32% das chamadas classes econômicas "D" e "E" afirmaram já terem utilizado um computador, contra 97% da classe "A" e 87% da classe "B"; 61% das classes mais desfavorecidas economicamente afirmaram nunca terem acessado a *internet*, contra apenas 3% da classe "A" e 11% da classe "B"11. Mesmo considerando o universo de usuários da *internet*, enquanto 82% da classe "A" e 81% da classe "B" utilizam redes sociais, apenas 68% das classes "D" e "E" o fazem, de acordo com dados do Cetic12.

A predileção dos brasileiros por essas redes de sociabilidade e por outros aplicativos virtuais, como jogos *online*, estabeleceu um comportamento que gerou estigmatização internacional dos usuários locais, por vezes percebidos como "*trolls*" (termo que se refere aos indivíduos que subvertem os mecanismos de interação da *internet*, irritando intencionalmente outros "navegantes") com características únicas; um "fenômeno" por vezes chamado de "HUE BR", em referência à forma textual de representar risadas adotadas por muitos brasileiros ("huehuehue") e ao hábito da digitação das iniciais "BR" nas telas de chat para conferir a

---

10 Cetic, TIC Domicílios 2014: Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros, p. 157. Disponível em:

<http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Domicilios_2014_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 09/08/2015.

11 A classificação econômica presente na Pesquisa TIC Domicílios baseia-se no Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), conforme definido pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (Abep). A entidade considera, para essa classificação, a posse de alguns itens duráveis de consumo doméstico, além do grau de instrução do chefe da família, para o estabelecimento de um sistema de pontos cujos cortes definem diferentes "classes sociais", que variam da "A" (com maior pontuação) a "E" (que atingiu menor pontuação no questionário). Fonte: Cetic, TIC Domicílios 2014: Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros, p. 107. Disponível em: <http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Domicilios_2014_livro_eletronico.pdf>. Acesso em: 09/08/2015.

12 Idem.

presença de outros conterrâneos nos ambientes virtuais em questão. Celebridades internacionais, como o astro do seriado "Todo Mundo Odeia Chris" (que fez grande sucesso nas telas brasileiras nos anos 2000), Tylor James Willys, por vezes reclamam do assédio excessivo de brasileiros – ligado a piadas e *memes*13. Por vezes, essa tipificação dos usuários nacionais resulta em retaliações de empresas administradoras das redes *online* de interação: o *Grammy*, por exemplo, bloqueou brasileiros em sua página como resposta à insistência de parte deles em sugerir a indicação da micro-celebridade local "Inês Brasil" ao prêmio em uma enquete divulgada nos fins de 2015 14. Como toda estigmatização, a generalização da "trollagem" brasileira é construída a partir de uma visão superficial da(s) cultura(s) *online* do país, mas pode revelar algo sobre a relação entre o brasileiro e a *internet* que seja contrastante, em alguma medida, com a de indivíduos de outras partes do globo.

Voltando à contextualização das redes sociais, elas já surgiram no cenário mundial e nacional em 2002, com o *Fotolog15* e o *Friendster16*; sua popularidade só vivenciou um salto realmente significativo, todavia, com o surgimento e a difusão do *Orkut*, criado em 2004 pelo turco Orkut Büyükkökten. A presença de brasileiros nessa rede cresceu vertiginosamente, alcançando o ápice de 40 milhões de usuários com acesso ao serviço, o que representava mais de 50% do volume mundial de participantes (dados de 2011, antes do seu declínio)17. Esse *boom* motivou vários estudos – feitos por sociólogos, antropólogos, comunicadores sociais,

---

13 Em entrevista recente, o ator ameaçou bloquear, em sua conta do Twitter, todos os seus fãs brasileiros após receber milhares de mensagens com chavões reproduzidos por personagens da série em português. Fonte: Portal R7, "Ator de Todo Mundo Odeia o Chris ameaça, em português, bloquear fãs brasileiros nas redes sociais". Disponível em: <http://entretenimento.r7.com/pop/ator-de-todo-mundo-odeia-o-chris-ameaca-em-portugues-bloquear-fas-brasileiros-nas-redes-sociais-16022016>. Acesso em: 16/04/2016.

14 Catraca Livre: "Mobilização por Inês Brasil faz Grammy bloquear brasileiros em sua página". Disponível em: <https://catracalivre.com.br/geral/inusitado/indicacao/mobilizacao-por-ines-brasil-faz-grammy-bloquear-brasileiros-em-sua-pagina/>. Acesso em: 10/04/2016.

15 Site de compartilhamento de fotos e imagens via diários e "*fotoblogs*" *online*. Em 2013, afirmou-se já contar com mais de 600 milhões de fotos postadas (Fonte: Agênciaweb, "A história das Redes Sociais". Disponível em: <http://www.wt11.com.br/a-historia-das-redes-sociais/>. Acesso em: 15/10/2016).

16 Considerada por muitos a primeira "rede social" no pleno sentido conferido aos aplicativos de sociabilidade mais atuais, foi fundada pelo norte-americano Jonathan Abrams. Segundo a empresa, contava com mais de 65 milhões de usuários em 2012 (Fonte: Rede Social Beta, "A História das Redes Sociais : como tudo começou?". Disponível em: <http://www.redesocialbeta.com.br/2012/02/historia-das-redes-sociais-como-tudo.html>. Acesso em: 15/10/2016).

17 Hamann, "O tamanho do Orkut no Brasil". Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/infografico/8273-o-tamanho-do-orkut-no-brasil.htm>. Acesso em: 10/04/2016.

entre outros –, uma vez que provocou importantes debates a respeito da sociedade brasileira atual e a importância crescente de modos de sociabilidade mediados pela tela de computador. Entre outras abordagens, estudiosos dedicaram-se a compreender a atualidade dos conceitos de "público" e "privado"; a superexposição de intimidades na *internet* e suas consequências sociais e jurídicas; direitos autorais; e a questionável utilização de dados pessoais de usuários por parte de instituições privadas e estatais18.

O *Facebook,* rede *online* de sociabilidade aqui estudada, assim como o já mencionado *Orkut,* surgiu em 2004. Sua história já foi retratada por meios variados, inclusive por um filme de maior repercussão, que a observa da perspectiva de seu fundador, o americano Mark Zuckerberg: "*A Rede Social*", do diretor David Fincher. O importante no caso desse estudo, todavia, é destacar as características principais dessa rede, assim como sua história e difusão dentro do território nacional.

Começando como um site de integração de alunos da universidade de Harvard, nos Estados Unidos, o *Facebook* (ou "*TheFacebook*", como se chamava na época) contou com mais de mil inscritos em seu primeiro dia de existência, vindo a se expandir para outras universidades pouco tempo depois. A partir de 2006, foi aberto o acesso a todos que tivessem uma conta de *e-mail* válida e mais de 13 anos de vida. Desde então, seu número de usuários cresceu vertiginosamente – seu maior "*boom*" tendo ocorrido em 2008, com um aumento de 178,38% no número de inscritos19.

Após sua abertura plena, essa rede social conquistou amplas faixas do público brasileiro, a ponto de, no ano de 2011, superar o número de inscritos no *Orkut* – atingiu a marca de 30 milhões de usuários, contra 27 milhões de seu já decadente rival 20 (sem condições de prosseguir com a concorrência, o *Orkut* encerraria suas atividades em setembro de 2014, tornando-se um "museu *online*"21). Atualmente, o *Facebook* é a rede social mais utilizada pelos brasileiros, contando, segundo a própria empresa, com 92 milhões de inscritos em abril de

---

18 Como exemplos, temos dois estudos de Mariana Zanata Thibes (THIBES: 2009;2013) e um estudo antropológico sobre a virtualidade desenvolvido por Jonatas Dornelles (DORNELLES: 2008).

19 Kleina, "10 anos de Facebook: a história e as transformações da rede social". Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/facebook/49934-10-anos-de-facebook-a-historia-e-as-transformacoes-da-rede-social.htm>. Acesso em: 12/04/2016.

20 Silva, "Facebook ultrapassa Orkut em número de usuários no Brasil". Disponível em: <https://tecnoblog.net/76113/facebook-usuarios-orkut-brasil/>. Acesso em: 12/04/2016.

21 Olhar Digital, "Google transforma Orkut em museu virtual". Disponível em: <http://olhardigital.uol.com.br/noticia/44381/44381>. Acesso em: 16/04/2016.

201522. É inegável que essa difusão massiva possa ter acarretado profundas alterações na forma como os brasileiros se relacionam e administram sua rede de conhecidos pessoais.

Nesse ambiente interativo, os indivíduos são convidados a criar um "perfil pessoal" e a compartilhar certas informações individuais, tais como: gênero, formação profissional e idade, entre outras. Estimula-se, desse modo, a administração de uma *autoimagem virtual* formada a partir tanto de dados objetivos, relativos à vida cotidiana do participante, quanto de informações mais subjetivas, como as preferências, gostos e valores dos adeptos. Constrói-se uma narrativa autobiográfica imediatamente difundida para outros indivíduos inseridos na mesma rede, que conseguem acessar ao menos uma parcela das informações básicas de qualquer perfil na rede (sendo desconsiderada, aqui, a função "bloqueio", que impede qualquer forma de interação entre dois usuários determinados, ou uma filtragem mais rígida da quantidade de informações públicas emitidas pelo perfil).

Além de solicitar o preenchimento de informações na página de "perfil pessoal", o *Facebook* caracteriza-se por permitir a confecção e o compartilhamento de textos, imagens, vídeos e links, que se tornam disponíveis para visualização na chamada *timeline* (linha do tempo, em inglês): uma lista de publicações, que pode ser dividida em duas categorias, pensando-se da perspectiva do indivíduo que a acessa: 1) a *timeline d*a página inicial do *site*, composta por uma lista com as últimas publicações de seus contatos virtuais do *Facebook*; e 2) as mais diversas *timelines* individuais compostas pelas publicações e principais interações de seus contatos, que devem ser acessadas "mecanicamente" para serem totalmente visualizadas – ou seja, mediante um "clique" na foto do perfil do contato *online* em questão. Desse modo, o usuário tem acesso a uma visão geral com as principais publicações de seus contatos e, caso queira observar as publicações de outra pessoa com maior atenção, poderá visualizá-las (caso tenha permissão) navegando pelo perfil de seu "alvo". Inversamente, as próprias publicações de um indivíduo costumam ser exibidas na *timeline* de seus contatos – salvo quando é feita a opção por configurações particulares, como quando se deixa de "seguir" as publicações de alguém23 (cujos escritos só poderão ser visualizados, a partir de então, se o usuário visitar "mecanicamente" sua *timeline,* conforme descrito anteriormente).

---

22 Tarantis, "Brasileiros no Facebook". Disponível em: <http://tarantis.com.br/brasileirosnofacebook/>. Acesso em: 16/04/2016.

23 Também há uma discussão acerca dos sistemas de "filtros" do *Facebook,* que selecionariam para exibição na *timelin*e apenas as publicações de contatos com quem o indivíduo interage com mais frequência. Para mais informações acerca dessa discussão, indica-se o livro "O Filtro Invisível: O que a internet está escondendo de você", de Eli Pariser (PARISER: 2012). As discussões levantadas pelo autor também serão expostas e analisadas em outra seção da presente tese.

Grande parte da interação entre usuários ocorre nas "*timelines"*: nelas é possível comentar as postagens, além de clicar em botões pré-formatados pelo *Facebook* para expressar as reações individuais. Até muito recentemente, a "rede social" contava apenas com o botão "curtir", simbolizado por um sinal de "positivo"; como ele não era capaz de expressar emoções mais diversificadas - adequadas, por exemplo, em uma postagem "pessimista" ou de luto (em que se fazia necessário demonstrar tristeza) -, foram incorporados novos "botões" para garantir novas opções para exprimir sensações e sentimentos. Esses botões geram símbolos gráficos (chamados de *emoticons)* cujo significado pode ser compreendido em potencialmente qualquer parte do globo, dispensando traduções textuais. Atualmente, além do antigo botão "curtir", existem os seguintes: "Amei" (para expressar alta satisfação ou carinho), "Haha" (para expressar humor), "Uau" (expressão de surpresa), "Triste" (autoexplicativo) e "Grr" (expressão de insatisfação ou raiva).

Conjunto de botões de reação em vigência no *Facebook*

Para além dos comentários e "curtidas", as interações também ocorrem pelo *chat* do *messenger* do *Facebook*: uma ferramenta por meio da qual é possível conversar diretamente com outros usuários, individualmente ou em grupo, sem que o diálogo seja visível para aqueles que não participam diretamente dele. Usado, em boa parte, para uma comunicação direta individualizada, ele não é tão relacionado à problemática das "representações do eu" aqui abordada, não estando, portanto, no âmbito das preocupações primárias desta pesquisa. De todo modo, tal ferramenta será discutida conforme sua importância seja destacada pelos participantes em seus relatos.

Assim, um grande atrativo em redes sociais como o *Facebook* está em seu caráter comunicativo: na possiblidade do intercâmbio constante de mensagens e no compartilhamento contínuo de notícias, fotos, vídeos, mensagens inspiradoras, etc. – sejam essas informações de caráter pessoal (relativas apenas à vida do indivíduo que a compartilhou e a seu círculo mais estrito de relações) ou de interesse mais amplo, ou mesmo públicas, somadas à possibilidade de interação mediante "curtidas" e comentários sobre as muitas postagens partilhadas diariamente.

Tais redes de interação e compartilhamento de informações são dignas de abordagens sociológicas capazes de desvendar seus mecanismos, dada a sua relevância para a sociabilidade de brasileiros na contemporaneidade. Nas linhas a seguir, apresentaremos adaptações de algumas perspectivas teórico-metodológicas caras à sociologia (e, especialmente, àquela sociologia usualmente descrita como "microssociológica") para compreender esse fenômeno. Particularmente, será dada ênfase às ferramentas de *manipulação de impressões* nas relações virtuais abordadas, segundo a terminologia empregada por Goffman (1985).

1.2 Representações, cenários e fachadas em redes sociais

O sociólogo canadense Erving Goffman (1922-1982), ao debruçar-se sobre as regras da interação face a face vigentes na sociedade de sua época, estabeleceu conceitos para melhor descrevê-las e compreendê-las – conceitos tais que podem ser resgatados para uma compreensão comparativa de modos de interlocução mediados pela tela do computador, facilitando o entendimento de suas especificidades. O próprio autor, em uma nota de rodapé de "Comportamento em lugares públicos", indica a necessidade de estudar formas de comunicação mediadas por equipamentos eletrônicos:

> "Quando a televisão de mão dupla for adicionada aos telefones, as contingências únicas da interação direta finalmente estarão disponíveis para aqueles que estão separados por longas distâncias. De qualquer forma, essas formas de comunicação mediadas 'ponto a ponto' podem ser caracterizadas pelo grau [em] que restringem ou atenuam as possibilidades comunicativas descritas aqui" (GOFFMAN: 2010, p. 26).

Pela leitura dessa citação, fica claro que Goffman estava especialmente preocupado com a interação direta de indivíduos que se encontravam em condição de co-presença, conferindo importância a formas de comunicação à distância apenas na medida em que elas possibilitassem a visualização da face do interlocutor. Hoje, tais modos de comunicação por teleconferência (utilizando ferramentas virtuais como o *Skype*) são bastante corriqueiros para uma parcela da população, o que permitiria um estudo do tipo sugerido pelo sociólogo. Mais do que isso, defende-se aqui que outros modos de interação à distância, desprovidos da possiblidade da visualização mútua da face, também podem ser parcialmente compreendidos pela mobilização do arsenal analítico desenvolvido pelo autor - já que, conforme apontado acima, essas formas de comunicação também envolvem a preocupação com a manutenção de uma dada "fachada" e com a manipulação das impressões que os outros desenvolvem a seu respeito.

Em especial, destaca-se aqui a visão apresentada na obra "A Representação do Eu na Vida Cotidiana" (2013[1959]). Nela, são desenvolvidos termos importados do universo do teatro (como os de "fachada", "plateia" e "cenário") que podem ser igualmente profícuos para o estudo de interações ocorridas em ambientes virtuais, as quais exigem a construção e

manutenção de um perfil24 – e, consequentemente, de uma imagem pessoal exposta aos olhos de outros. De acordo com Goffman, os indivíduos vivem um contínuo jogo de representações em meio à sociedade, o que os qualifica como verdadeiros atores sociais.

Ainda no início da obra, esse autor acentua que "a informação a respeito do indivíduo serve para definir a situação, tornando os outros capazes de conhecer antecipadamente o que ele esperará deles e o que dele podem esperar" (ibidem, p. 13). Sendo do interesse do indivíduo o controle sobre as condutas dos outros a seu respeito, são utilizados todos os meios disponíveis para transmitir informações capazes de administrá-las favoravelmente. Busca, continuamente, regular a maneira como os demais o tratam pelo manejo das informações que transmite nos momentos da interação. Os atores sociais tentam, dessa forma, impressionar seus interlocutores durante as interações em que se engajam, de modo a controlar minimamente sua postura. Mediante sua expressividade, procuram *impressionar* os demais, influenciando a definição da situação de interação e buscando fazê-los agir voluntariamente da forma esperada.

Nem sempre é fácil, contudo, exercer esse controle. Na verdade, as interações estão sujeitas a inúmeros riscos potencialmente devastadores para a representação sustentada pelos indivíduos envolvidos: gafes e mal-entendidos podem ocorrer em várias situações, desestabilizando as relações ao desacreditar as imagens reivindicadas pelos atores. A fachada pessoal, tratada em outra obra (GOFFMAN: 2011[1967]) como uma entidade "sagrada" a respeito da qual vários rituais são direcionados, pode ser violada (intencionalmente ou não). Livingstone escreve sobre a temática da gestão de oportunidades e riscos na virtualidade, afirmando que

> "No fim da modernidade, a 'autoatualização' é entendida em termos de um equilíbrio entre oportunidade e risco" (GIDDENS, 1991, p. 78). (...) O self é constituído através da interação com os outros e (...) a autoatualização inclui cada vez mais uma negociação cuidadosa entre as oportunidades (para identidade, intimidade, sociabilidade) e os riscos (relacionados à privacidade, mal-entendidos, abuso) facultados por comunicações mediadas pela *Internet* (LIVINGSTONE: 2012, p. 113-114)".

Para minimizar ao máximo esses riscos, os atores se apoiam no que Goffman chamou de "consenso operacional" (idem: 2013[1959], p. 22): o acordo implícito, em geral de interesse de todos os envolvidos, de que não haja um confronto aberto para definir a situação de

24 A pesquisadora Beatriz Polivanov define o *perfil* do *Facebook* em um sentido goffmaniano, entendendo-o como uma "construção discursiva performatizada, dirigida para uma audiência (imaginada) que permite sua autoapresentação e interação com outros nesse lugar, sempre atravessada pelos discursos de outros atores com os quais interage" (POLIVANOV: 2014, p. 3).

interação25. Em suma, os indivíduos detêm a responsabilidade mútua de administrar as próprias representações e, na medida do possível, auxiliar os demais nessa tarefa, evitando as vexatórias situações de "perda da fachada"26. Diversas estratégias são mobilizadas, assim, para garantir a manutenção da interação e a sustentação das fachadas em jogo – classificadas por Goffman como "práticas preventivas" (acionadas para evitar antecipadamente os embaraços) e "práticas corretivas" (utilizadas após uma ação desastrosa não evitada, com fins de preservar as fachadas assim postas em risco) (ibidem: p. 26).

Voltemos, contudo, aos conceitos básicos para associá-los às formas de interação *online* atualmente em voga. No primeiro capítulo de "A Representação do Eu na Vida Cotidiana", Goffman define "representação" como:

> "(...) toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência" (GOFFMAN: 2013, p. 34).

Ampliando essa definição, pode-se considerar que tais representações também estão presentes em interações virtuais, apesar de não ser possível identificar uma presença física mútua imediata dos envolvidos: um indivíduo que mantém um perfil no *Facebook*, por exemplo, não deixa de estar presente, de modo mediado pelo computador, ante muitos outros, que podem acessar sua página pessoal a qualquer momento. As informações pessoais, fotos, comentários mais pontuais e diálogos mais longos que um indivíduo expõe na rede são acessíveis ao menos para uma parcela de seus contatos virtuais que, frequentemente, também o conhecem de outras esferas de interação *off-line*. Ademais, quem se comunica por esse tipo de rede social detém alguma influência sobre os demais usuários e sobre a consideração que desenvolverão a seu respeito. Em suma, um jogo de representações também ocorre no palco virtual, com indivíduos tentando regular, em alguma medida, as impressões e condutas uns dos outros.

O autor apresenta outros dois conceitos fundamentais para a compreensão das interações cotidianas: "fachada" e "cenário". Enquanto o primeiro se refere ao "equipamento expressivo

---

25 Conforme exposto em seções futuras da tese, tal "consenso operacional" é muito mais frágil em interações em vigência em redes sociais como o *Facebook* – onde, inclusive, há indivíduos que dedicam boa parte de seu tempo online agredindo as fachadas alheias (os chamados "trolls").

26 O autor utiliza a expressão, especialmente, em "*Ritual de Interação*" (2011). Definindo a *fachada* como "o valor social positivo que uma pessoa efetivamente reivindica para si mesma através da linha que os outros pressupõem que ela assumiu durante um contato particular" (pp. 13-14), Goffman também considera a possibilidade de ela ser "perdida" ou estar "errada" em determinadas situações de interação, trazendo grande constrangimento aos indivíduos engajados no encontro. Nesse sentido, e de modo geral, os indivíduos possuem um grande interesse em manter intactas não só as próprias fachadas, como aquelas mantidas pelos demais presentes em um momento de interação.

de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação", o segundo define-se como "a mobília, a decoração, a disposição física e outros elementos do pano de fundo que vão constituir o cenário e os suportes de palco para o desenrolar da ação humana (...)" (ibidem, p. 34). Só é possível, portanto, falar em fachadas (ou seja, em comportamentos "dramatúrgicos" padronizados) em certos contextos interativos, compostos por um dado cenário; as fachadas são compatíveis com cenários determinados, sendo que o mesmo indivíduo pode assumir fachadas distintas de acordo com o ambiente de interação em que está inserido e com a função que nele exerce.

Aqui, é mais uma vez possível relacionar as observações de Goffman aos tipos de comunicação *online* em geral e, especificamente, às interações desenroladas em redes sociais: pode-se considerar que existem *cenários virtuais*, ambientes onde as interações ocorrem e que permitem, por seu turno, a sustentação de certos modelos de fachada. Para compreender as formas de sociabilidade e de representação tocadas nesses ambientes, seria fundamental captar as especificidades de seus cenários – assim como as fachadas possibilitadas por tais meios.

Há outro elemento interativo essencial, contudo, e que remete a particularidades ainda mais interessantes quando tratamos de redes sociais: a plateia, ou seja, os indivíduos que testemunham a representação de outro em um dado cenário interativo, legitimando ou contrariando a definição da situação que ele busca sustentar. É a plateia que deve ser "convencida" acerca da validade da fachada sustentada pelo ator social em um dado contexto interativo. No caso das redes sociais, a primeira característica que vem à tona é a qualidade normalmente mais ampla e heterogênea da plateia, se comparada com a presente em grande parte das interações face a face. Quando se analisa um ambiente interativo como o *Facebook*, com seus compartilhamentos e comentários, é necessário considerar que cada indivíduo se expressa diante de um conjunto composto por pessoas oriundas de grupos de sociabilidade diversos: amigos de infância, colegas de trabalho e/ou de escola, parentes, etc. Atores sociais engajados em múltiplos grupos sociais, em distintas esferas de sociabilidade, agrupam-se e interagem em um mesmo cenário *online* – mediante não apenas a troca direta de mensagens, como o compartilhamento de imagens e vídeos, além do estabelecimento de comentários de caráter "semi-público"[27] nas postagens uns dos outros.

---

27 Defini desse modo, uma vez que nunca é possível antecipar com precisão o alcance desses comentários – ou seja, quantas pessoas terão acesso a eles, podendo respondê-los. Não se trata de uma forma de interação "pública", por não ser sempre totalmente aberta, mas também não pode ser classificada como "privada", podendo atingir mais pessoas do que o inicialmente imaginado. Nesse sentido, essa forma de comunicação ficaria em uma zona fronteiriça entre as esferas usualmente chamadas de "pública" e "privada".

É importante notar que a consolidação de redes de sociabilidade amplas e heterogêneas é facilitada pela lógica inerente às redes sociais, em que o indivíduo pode adicionar muitos contatos como "amigos" sem a necessidade de com eles manter interações frequentes e diretas; o custo desse tipo de contato é baixo, exigindo pouquíssimo investimento para a manutenção de ao menos uma boa parte da audiência que "segue" o usuário. Nas palavras de Recuero, "como estar num *site* de rede de rede social e criar/manter as conexões ali demanda pouco investimento (...), a quantidade de conexões é maximizada, em busca de um retorno em cima dos valores construídos pelos grupos nas ferramentas" (RECUERO: 2013, p. 56). Concomitantemente ao aumento quantitativo da rede, também se verifica a maior possibilidade de sua diversificação, dada a tendência de adição de indivíduos com quem o usuário mantém vínculos "fracos":

> "(...) o que parece acontecer nos sites de rede social é uma amplificação das conexões e uma mudança nos padrões de conectividade. As pessoas parecem adotar práticas de adição de conexões fracas (pessoas que não conheciam ou que conhecem muito pouco), gerando redes cada vez mais conectadas" (Ibidem: p. 54).

Usuários em busca de maior reputação nas redes sociais[28] são beneficiados por essa lógica, uma vez que favorece que tudo o que publiquem *online* tenha um grande alcance:

> "Parece que nos deparamos com uma hiperconexão das redes nos *sites* de redes sociais. As conexões nessas ferramentas parecem estar amplificadas pelas práticas sociais dos atores, amplificando, também, todas as características dos públicos em rede. Quanto mais conectadas estão essas redes, mais visíveis estão as mensagens que são publicadas pelos atores e mais capazes são de ser discutidas, buscadas, replicadas e reproduzidas pelos demais. E é essa capacidade da conversação de transcender o grupo que a iniciou, navegando pelas conexões dos sites de rede social e ampliando a audiência e a participação dos demais que caracteriza as conversações em rede" (Ibidem: p. 54).

Uma consequência previsível dessa "hiperconexão" é que a missão de controlar as impressões da plateia se torna consideravelmente mais complicada; fica difícil administrar o que será exibido para quais componentes da plateia, e quais desses componentes de fato terão acesso às mensagens expressas pelo indivíduo – uma vez que, em muitos casos, não é possível saber se as "pessoas certas" visualizarão suas postagens. Salvo quando são adotadas estratégias de "segregação da audiência", o usuário escreve para um conjunto amplo e diversificado de interlocutores que, de modo geral, também interage com o ator social em outros ambientes, onde distintas fachadas são mantidas e administradas. Várias questões surgem desse ponto: como desenvolver uma fachada virtual capaz de garantir a manipulação satisfatória das

28 Adriana Amaral e Pedro Henrique Moschetta são exemplos de autores que abordam a temática da busca por reputação em redes sociais como o Facebook (AMARAL; MOSCHETTA: 2015).

impressões de uma plateia tão heterogênea, com gostos e interesses divergentes entre si? É possível convencer a todos em igual medida, sustentando uma dada fachada sem adotar estratégias de segregação da audiência (que seriam aplicáveis em contextos de interação face a face)? Quais problemas "dramatúrgicos" são assim gerados para o indivíduo que visa cultivar seus relacionamentos mediante interações virtuais?

Goffman fornece outras pistas para responder a esse tipo de questão. De acordo com ele, nos momentos de interação, o desempenho do indivíduo "tenderá a incorporar e exemplificar os valores oficialmente reconhecidos pela sociedade (...)". Na luta pela mobilidade social, por exemplo, o autor aponta:

> "Isto implica não apenas no desejo de uma posição de prestígio, mas também o desejo de uma posição junto ao centro sagrado dos valores comuns da sociedade. (...) Uma vez obtido o equipamento conveniente de sinais e adquirida a familiaridade na sua manipulação, este equipamento pode ser usado para embelezar e iluminar com estilo social favorável as representações diárias do indivíduo (ibidem: pp. 48-49)".

Desse modo, constata-se que os valores morais de uma sociedade, tal como os de grupos sociais que a compõem, são reafirmados em cada momento de interação, sendo incorporados pelas fachadas mantidas pelos atores sociais nessas ocasiões – especialmente pela idealização de representações associadas a posições sociais superiores. De modo geral, as representações não são criadas "do zero", mas manufaturadas a partir de matérias primas simbólicas extraídas dos valores reconhecidos por um dado meio social. Portanto, para compreender minimamente as fachadas constituídas em cada ambiente de interação é necessário conhecer os diferentes valores presentes em uma dada estrutura social; por meio deles, alcançam-se, nas representações, os conteúdos simbólicos apropriados para formar e administrar fachadas.

Cabe, aqui, tecer alguns comentários a respeito da importância da estrutura social na abordagem goffmaniana e, em específico, naquilo que concerne ao presente estudo. Apesar de associado à chamada microssociologia, conhecida por conferir maior ênfase à compreensão das ações dos agentes do que às estruturas sociais, uma preocupação com as últimas é sempre perceptível nas obras desse autor. Em relação à administração de representações do eu, como exposto acima, a estrutura social estabelece os valores simbólicos a orientar as representações, que nunca são "criadas do zero" pelos indivíduos – dependendo de papéis sociais, cujos sentidos são socialmente compartilhados[29]. Assim, também nas redes virtuais valores e códigos de

29 A esse respeito, Goffman escreve: "assim, quando o indivíduo se apresenta diante dos outros, seu desempenho tenderá a incorporar e exemplificar os valores oficialmente reconhecidos pela sociedade e até realmente mais do que o comportamento do indivíduo como um todo. Na medida em que uma representação ressalta os valores oficiais comuns da sociedade em que se processa, podemos considera-la, à maneira de Durkheim e Radcliffe-Brown, como uma cerimônia, um rejuvenescimento e reafirmação expressivos dos valores morais da comunidade" (GOFFMAN: 2013[1959], p. 48).

conduta estruturalmente estabelecidos influenciam a decisão dos usuários para publicar informações, discutir com interlocutores e administrar uma representação *online* de si adequada às mais diversas situações. Abre-se, nessa linha de raciocínio, a possibilidade de discutir os valores hegemônicos que circulam na rede e o modo como eles orientam a busca individual pela manutenção de representações do eu favoráveis em ambientes de interação mediada.

Minimamente informado a respeito dos códigos de conduta valorizados no meio em que interage, o indivíduo pode orientar adequadamente sua fachada e sua atuação "dramatúrgica", de modo a melhor impressionar os demais e a desenvolver um maior controle sobre a situação de interação. Retomando a comparação com as redes virtuais, contudo, é possível notar uma dificuldade para a orientação de ações interativas; afinal, como conduzir a representação uma vez que, nesses ambientes, a comunicação é direcionada a indivíduos oriundos de múltiplos grupos sociais que apresentam, por seu turno, diferentes valores e visões de mundo? Ao contrário de um ambiente festivo dependente da co-presença física, em que é rapidamente possível perceber um padrão dominante de códigos de conduta e de vestuário pela simples observação dos presentes, o indivíduo que interage em ambientes *online* depara-se com informações excessivas e diversificadas para guiar sua conduta, uma vez que há diferentes padrões de comportamento e ação em vigência em um mesmo ambiente. Consequentemente, a orientação de condutas torna-se mais complexa, sendo uma potencial fonte de angústias para os indivíduos em questão, que terão mais dúvidas a respeito de como agir para manter uma fachada favorável e validada pelos componentes da plateia[30].

Em suma, as fachadas mantidas pelos atores sociais, já bastante vulneráveis a "gafes" e a outras situações de "perda de fachada", podem encontrar-se em situação ainda mais delicada quando direcionamos o olhar para a busca pela aceitação de interlocutores virtuais. Qualquer "piso em falso" na interação *online* (exibição de erros ortográficos, postagem de uma opinião polêmica em desacordo com certas convenções sociais, exposição exagerada de informações íntimas, etc.), mesmo com a intenção de causar "boa impressão" em dada parcela de "amigos virtuais", pode ser mal interpretada pelos demais interlocutores. A título de exemplo, podemos citar o "embaraço" sofrido por um profissional que, ignorando o fato de ter "adicionado" seu

30 Já refleti sobre esse tema em artigo partilhado com a socióloga Mariana Zanata Thibes. Nele, escrevíamos: "(...) podemos imaginar o primeiro dia de trabalho de um indivíduo que ainda não sabe qual é o *dress code* daquele ambiente. Assim que entrar no local de trabalho, ele receberá uma série de informações visuais que lhe permitirão saber se está ou não devidamente trajado. Na sociabilidade *online*, não há esse tipo de informação para guiar a conduta. Como saber então se o "eu" está sendo aprovado pelas centenas ou milhares de amigos das redes sociais e realidades virtuais em que o indivíduo participa?" (THIBES e MANCINI: 2013, p. 152).

chefe e colegas no *Facebook*, publicou uma foto sua, comprometedora, em um bar com amigos pessoais – percebendo, posteriormente, que passou a ser visto como um empregado menos profissional e competente por seus pares e superiores do escritório. Antecipando tais possibilidades destruidoras e recusando abrir mão de uma rede de contatos virtuais numericamente significativa, muitos podem simplesmente evitar qualquer postagem potencialmente polêmica ou comprometedora, demonstrando grande habilidade na manipulação de impressões mediante a adoção de uma postura mais "diplomática" e regulada na luta diária pela preservação de fachadas em risco.

Por outro lado, não é possível desprezar atitudes virtuais direcionadas à criação proposital de conflitos e ao descrédito da fachada alheia: é muito comum que usuários de redes sociais realizem comentários depreciativos ou que contestem postagens com as quais discordem, por vezes de modo especialmente violento, desprezando regras sociais de cortesia presentes em interações imediatas. Tais atitudes parecem mais comuns quando não se conhece pessoalmente o interlocutor, de modo que situações de "saia justa" em outras esferas sociais sejam evitadas: é mais fácil criar conflito com quem não se interage (ou se interage muito pouco) em outros círculos sociais, evitando, assim, mal-estar social nesses meios.

Estratégias de descrédito de fachadas são muito utilizadas em disputas ideológicas pela rede, onde o indivíduo em questão procura desqualificar os argumentos apresentados por usuários com ideais discordantes. Em muitas ocasiões, o debate transforma-se em uma tentativa direta de descrédito da fachada do outro, com ataques individuais à personalidade do contestado; de todo modo, atacando direta ou indiretamente o indivíduo (pela via de suas opiniões expressas na rede), o efeito é o mesmo, qual seja: a possibilidade de "perda de fachada" por parte da figura agredida (e, por vezes, da própria figura agressora). Assim, estratégias antecipadas de defesa podem ser empregadas pelo indivíduo, de modo que ele expresse suas opiniões e, ao mesmo tempo, reduza a possibilidade de descrédito por parte de usuários discordantes. Em casos mais extremos de preocupações defensivas, usuários mais ansiosos por administrar "pacificamente" suas relações e preservar suas fachadas com o máximo de eficácia podem simplesmente evitar publicar postagens mais polêmicas (possibilidade prevista pela hipótese desenvolvida na presente pesquisa).

Também é comum que indivíduos se mobilizem para proteger pessoas com as quais simpatizem e que estejam sofrendo agressões e ameaças às suas fachadas vindas de seus próprios contatos. Por vezes desconhecendo os agressores (sem compor sua rede de sociabilidade), esses indivíduos podem rechaçá-los sem prejudicar suas próprias relações – enquanto fortalecem os laços com a pessoa agredida, agora defendida. Desse modo, atitudes

mais agressivas em redes sociais podem acionar uma verdadeira rede de aliados e desafetos em meio a postagens de caráter mais polêmico – o que, ao mesmo tempo, é capaz de causar grandes excitamentos entre aqueles que mais se preocupam com a aprovação de seus próprios pontos de vista e assombrar aqueles mais dedicados a um clima "ameno" de amizade e simpatia. Maiores considerações sobre a temática dos conflitos e das estratégias agressivas às fachadas alheias serão expostas em outras seções da presente tese.

Dessa forma, ao associar as análises presentes na obra de Goffman a novas formas de interação possibilitadas por ferramentas tecnológicas comunicativas, nota-se que em ambientes virtuais também é possível vislumbrar a manipulação das impressões causadas nos outros, mediante a configuração de uma *representação de si* que seja socialmente bem aceita. A pesquisadora Beatriz Polivanov (2014), apropriando-se também de uma perspectiva microssociológica para compreender dinâmicas identitárias típicas do *Facebook*, traz reflexões nessa direção, ao defender que "(...) os atores sociais optam por tornar visíveis e ocultar determinados conteúdos nos sites de redes sociais, em um processo marcado pela escolha em grande medida consciente e refletida sobre os materiais apropriados em seus perfis" (POLIVANOV: 2014, p. 2-3). Desse modo, considera-se que o indivíduo reflete sobre o que publicar, selecionando aquilo que será publicado e o que será ocultado, de modo a obter o resultado mais favorável possível das interações em que se envolve. Disso não podemos concluir que o uso de redes sociais se restrinja à busca pela manipulação favorável de impressões; muitas outras motivações podem ser verificadas na utilização de ferramentas virtuais de sociabilidade. De todo modo, a presente pesquisa parte do pressuposto de que as ações sociais tocadas pelos indivíduos são capazes de impressionar (favorável ou desfavoravelmente, e mesmo sem uma clara consciência ou intencionalidade) os demais e a imagem que esses estabelecem a seu respeito.

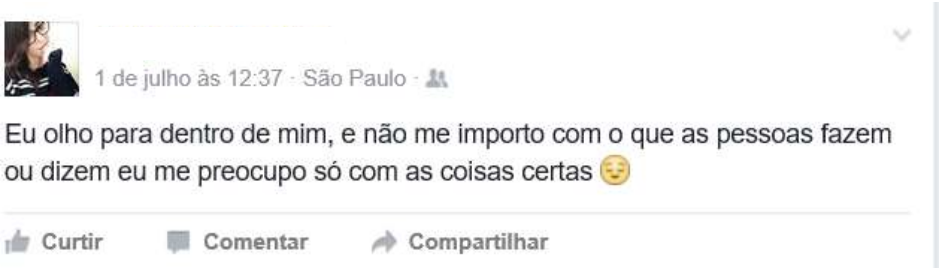
Seria demasiadamente simplista considerar que as formas de manipulação de impressões manifestas em situação de co-presença seriam *idênticas* àquelas estabelecidas em ambientes de interação mediada: apesar de ser verificável a existência de continuidades entre as duas situações, é necessário estudar as especificidades presentes no segundo caso. Tais particularidades desafiam a análise sociológica tradicional (especialmente a perspectiva goffmaniana aqui apresentada), demandando novas abordagens teóricas e metodológicas; a utilização das considerações teóricas e empíricas de Goffman parecem, a princípio, insuficientes, embora possam determinar um ponto de partida para "mergulhar no mundo *online*" segundo a ótica da chamada "microssociologia".

Ademais, igualmente insuficiente seria considerar homogêneas as formas mencionadas de representação do eu, indiferentes às numerosas divisões sociais que perpassam as sociedades contemporâneas. Evitando um determinismo tecnológico que interpretaria as formas de utilização das ferramentas virtuais de sociabilidade como meras consequências dos moldes técnicos projetadas por seus criadores, o presente estudo parte do pressuposto de que os modos de apropriação dessas ferramentas resultam de *relações sociais entre diversos agentes* – tanto os seus criadores quanto de diversos tipos de "consumidores"-, e que variam de acordo com os estilos de vida em questão. Nas palavras da socióloga americana Christine Hine, especialista em sociabilidade virtual, "a moldagem cultural [da *internet*] implica que aquilo que a tecnologia venha a se tornar é o desfecho de processos sociais de negociação entre diferentes grupos de interesse, que veem diferentemente as vantagens e desvantagens dessa tecnologia" (HINE: 1999, p. 33, tradução nossa). Desse modo, não existe uma forma única e previsível de utilizar as ferramentas tecnológicas de interação, derivada de sua formatação técnica; ao contrário, as formas de apreensão e uso de tais ferramentas são continuamente sujeitas às mais variadas interpretações e adaptações em meios sociais específicos.

Por fim, salienta-se novamente a possibilidade de os contatos virtualmente mantidos pelo indivíduo serem de origem fortemente heterogênea - de modo que o mesmo indivíduo possa estar concomitantemente "exposto", em uma dada rede social, a grupos com as mais diversas características, variando de colegas de trabalho a familiares e amigos de infância. Essa situação parece impor um desafio pessoal: nas situações em que há uma tentativa mais consciente de manipulação de impressões, quais discursos adotar para criar e manter uma imagem favorável de si na rede, considerando a heterogeneidade da plateia? Como, em outras palavras, garantir a constituição de uma *imagem social* satisfatória, que contemple os valores e preferências de grupos diferentes? Até que ponto essa estratégia pode ser bem-sucedida? Isso é, de fato, uma preocupação generalizada? Alguns, para exemplificar, podem optar por agradar a uma ou outra rede específica de contatos, desprezando os interesses de outros conhecidos. Nesses casos, que critérios de seleção entram em cena? O que determina a preferência por administrar uma imagem mais apreciada por um grupo do que por outros?

Levando em conta as observações anteriores, é possível resgatar a hipótese aqui elaborada acerca das possíveis estratégias interativas tocadas por indivíduos usuários das redes sociais: dependendo da variedade dos grupos e indivíduos com os quais o ator social interage virtualmente, o discurso por ele incorporado para formular e administrar sua fachada (pelo compartilhamento de informações e opiniões pessoais, por exemplo) poderá ser mais ou menos "genérico" e "consensual". Em outras palavras, sua fachada estará mais ou menos alinhada a

valores predominantes na sociedade mais ampla, mas que não representam de modo mais direto os valores de grupos particulares. Essa estratégia permitiria maior sucesso para "impressionar", de forma relativamente homogênea, uma audiência bastante diversificada; por meio dela, o indivíduo conseguiria controlar, com maior competência, as linhas de interação em que se envolve, minimizando os riscos que assombram as fachadas mantidas em outros ambientes de sociabilidade. Em contrapartida, aqueles que possuem interlocutores virtuais que pertencem a um número limitado de grupos sociais - como a família, por exemplo – não sentem a necessidade de adotar essa estratégia de interação, podendo expressar valores mais particulares e concordantes com as fachadas administradas nas relações face a face. Nesse caso, as fachadas mantidas nas esferas de interação de co-presença são, em boa parte, simplesmente reproduzidas no ambiente *online*.

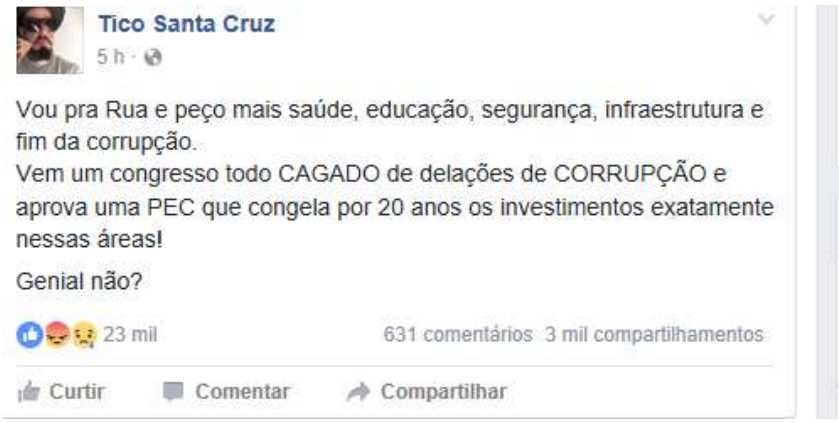


Exemplo de postagem de caráter mais "genérico", destacando características pessoas subjetivas (em vez de destacar valores vinculados a grupos específicos)

Nesse sentido, é possível pensar em uma diferença importante entre aqueles participantes que têm uma rede de contatos mais homogênea no *Facebook*. De um lado, podemos pensar em indivíduos com uma rede escassa de contatos: poucos amigos virtuais, e de poucos grupos diferentes. Em tal caso, as publicações podem estar voltadas ao fortalecimento de vínculos com esses grupos e indivíduos. Por outro lado, indivíduos com redes mais homogêneas, mas de maior amplitude – com um número elevado de contatos virtuais – podem evitar adotar uma fachada munida de discursos genéricos e conciliadores, optando, ao contrário, por discursos mais radicalizados e ideologicamente carregados para atrair seguidores e fortalecer vínculos com quem partilha se seus valores e visões de mundo. Dessa perspectiva, com o aumento da rede de relações virtuais aumentaria também a tendência por formas de expressão mais fortemente alinhadas a valores de grupos sociais específicos, manifesta como estratégia de reafirmação e fortalecimento de identidades sociais – marcando-se uma diferença importante com a intenção anteriormente levantada de agradar homogeneamente uma plateia consideravelmente heterogênea. Esse seria o caso, por exemplo, de parte dos comentadores políticos de *internet* que se preocupam mais em reafirmar os valores de seus grupos políticos (administrando, com mais preocupação, a fachada de "bons militantes da causa", seja ela ideologicamente classificável como de "direita" ou "esquerda") do que em manter uma fachada

virtual “genérica”, focada em salvaguardar a imagem do indivíduo perante todos os grupos com os quais interage cotidianamente.

Exemplo de postagem de caráter ideológico, destacando a filiação da entrevistada a valores e convicções políticas de grupos sociais específicos



Exemplo de publicação de Tico Santa Cruz, um músico brasileiro conhecido por publicar postagens de cunho político-ideológico expressando seu próprio posicionamento na rede

Em suma, a presente seção dedicou-se não somente a detalhar parte da perspectiva teórica desenvolvida pelo sociólogo Erving Goffman para compreender as interações humanas (mostrando sua aplicabilidade para o entendimento de relações sustentadas virtualmente), como também já antecipou algumas reflexões práticas sobre as estratégias de representação do eu utilizadas na rede social *Facebook.* Em específico, destaca-se aqui o uso de tipos diferentes de estratégias, variáveis de acordo com o nível de diversificação e o volume da rede de contatos virtualmente mantida pelos sujeitos em questão (estratégias mais “conciliadoras” quando os indivíduos estão diante de uma plateia mais heterogênea; estratégias interativas mais “assertivas” quando a intenção é impressionar uma parcela mais específica e homogênea de

"amigos virtuais", por exemplo). Nesse sentido, a ótica goffmaniana foi também aplicada e desenvolvida para melhor fundamentar a hipótese construída na proposta da pesquisa, cuja validade será analisada nas seções finais deste texto, com o apoio de todo o trabalho de campo elaborado e aplicado ao longo do processo investigativo.

Antes de me debruçar mais detidamente na pesquisa empírica propriamente dita, no entanto, é necessário apresentar outras perspectivas teóricas complementares – especialmente, abordagens contemporâneas que se dedicam, com maior rigor, à compreensão de relações virtualmente estabelecidas e gerenciadas.

1.3 Perspectivas teóricas para o estudo da virtualidade

Impossível refletir sobre tais temas sem tecer algumas considerações sobre o ambiente *online* e sua relação com o "mundo de fora das telas". Acadêmicos das ciências sociais têm se debruçado sobre essa temática desde os anos 1970, quando a *internet* apenas engatinhava, e o resgate de suas perspectivas mostra-se útil para contextualizar a discussão sobre a virtualidade nos tempos atuais. Os pesquisadores Tom Dwyer e Ana Maria Carneiro (2012) estão entre os estudiosos que resgatam o histórico dos estudos sociológicos sobre essa temática, classificando-os em três fases distintas, a saber:

1. A dos *indicadores sociais filtrados* (anos 1970-1980), quando a preocupação estava em "encontrar os efeitos sociais, psicológicos e organizacionais das tecnologias informáticas na comunicação voltada para atividades profissionais"[31]. Nesses casos, eram realizados experimentos em laboratórios com pessoas que interagiam por meio das chamadas CMCs (comunicações mediadas por computador), montadas especificamente para os fins do estudo. É contraproducente, aqui, prolongar a exposição sobre os principais resultados desse tipo de abordagem; entretanto, ela foi criticada por sua tentativa de isolar os contextos sociais da interação *off-line* – criando um ambiente *artificial* de interação dentro de salas de CMC. Logo, para os críticos suas conclusões não poderiam ser generalizadas.

2. A da *perspectiva cultural* (meados da década de 1990) que, atenta à difusão de meios virtuais de comunicação, como *e-mails*, *chats* e afins, se preocupou com o estudo dos contextos sociais e simbólicos que os usuários constituíam conjuntamente em serviços específicos da CMC[32]. Surgiram,

---

31 Como exemplos de estudos nessa direção, os autores citam: Hiltz et. al.: 1986; Kiesler et. al.: 1984; e Sproull & Kielser: 1986).

32 Nesse sentido, esses estudos consideravam a existência de uma *presença social* de indivíduos na virtualidade – valorizando as interações virtuais como produtoras de uma cultura própria, que precisava ser compreendida pelo pesquisador. Diferiam, desse modo, das perspectivas da fase anterior, que costumavam desqualificar as interações *online*, julgando-as como "debilitadas" em comparação com as interações face-a-face (CARNEIRO & DWYER: 2012).

então, as primeiras etnografias e observações participantes tocadas em comunidades virtuais. Estudiosos como Aranha Filho (1995), Guimarães Júnior (2004), Turkle (1997) e Waskul & Douglas (1997) partiam do pressuposto de que essas comunidades desenvolviam *formas específicas de sociabilidade* que mereciam análise atenta de sociólogos e antropólogos. Segundo Carneiro e Dwyer, contudo, alguns dos estudiosos dessa época, ao supervalorizarem o contexto *online* de interação, recaíram em uma divisão dicotômica simplista entre o mundo *on-line* e o *off-line* - considerando a interação *online* como uma realidade independente e separada, portanto, dos ambientes e preocupações do mundo físico.

3. A *Articulação entre as dimensões on-line e off-line da vida* (corrente difundida a partir dos fins da década de 1990), fase analítica que responde à crítica anteriormente mencionada e que defende que "a interação *on-line* não pode ser divorciada dos contextos sociais e políticos nos quais os participantes vivem diariamente" (CARNEIRO & DWYER: 2012, p. 107). Assim, uma vez conectados, os participantes "apoiam-se nas experiências *off-line* para negociar e interpretar suas interações *on-line"* (Kendall: 1999, p. 58, *apud* CARNEIRO & DWYER: 2012, p. 107).

Pensando nesse histórico para refletir a respeito dos estudos atuais sobre a virtualidade, torna-se difícil e contraproducente considerá-la como um ambiente autônomo; ela não escapa de lógicas presentes na sociedade "o*ffline"*. Em vez de ser sempre percebida apenas como um "lugar" distinto e descolado do mundo "físico"[33], e para onde as pessoas "viajam" quando se conectam, a *internet* também pode ser vista como uma ferramenta ou um modo de ser que só pode ser compreendido em relação aos demais contextos de vida. Em outras palavras, em vez de considerar a existência de duas realidades distintas entre si (*on* x *off-line*), pode ser útil considerar que, nas sociedades contemporâneas, se trafega por diversas esferas de sociabilidade a todo o momento, sejam elas "virtuais" ou "físicas"[34]. Nesse sentido, em vez de duas categorias pré-fixadas *(on-line x off-line),* elas devem ser pensadas de forma contingente (Cf. PARREIRAS: 2012) – como uma oposição que pode ou não ser constituída pelo discurso dos agentes em contextos diferentes.

---

33 Mesmo a utilização desse termo apresenta imprecisões – já que, em última instância, todos os dados presentes no mundo *online* também podem ser localizados em pontos específicos do espaço físico (em unidades de bancos de dados distribuídas por todo o globo). Assim, em termos práticos, é altamente problemático confiar em uma dicotomia simplista entre o "físico" e o "virtual". Por conseguinte, quando o termo "físico" for aplicado, ao longo da tese, para apontar os espaços da interação face a face, as aspas serão sempre empregadas.

34 Hoje, especialmente se for considerada a possibilidade de acessar a *internet* a todo momento pelo uso de várias ferramentas distintas – como celulares, *tablets* e *notebooks* – utilizadas em geral pelas pessoas em sua rotina diária.

Em nosso caso, pensar em "representações virtuais de si" não significa limitar a análise aos "espaços" da virtualidade, sendo necessário explorar outros contextos de sociabilidade dos pesquisados. Nesse sentido, propõe-se uma investigação que percorra (pela utilização de entrevistas semiestruturadas) os hábitos de sociabilidade dos sujeitos investigados como um todo – em especial, com que pessoas e frequência interagem no dia a dia, tanto face a face quanto virtualmente. Por conseguinte, além de compreender possíveis especificidades da construção de representações de si no plano *online*, pretende-se desvendar os modos pelos quais as estratégias interativas próprias às interações face a face se relacionam com as estratégias representativas administradas na virtualidade – ou seja, se as reforçam ou as contradizem, e em quais sentidos e situações.

Tecendo um panorama dos principais estudos a respeito da virtualidade, tocados por pesquisadores das ciências sociais nas últimas décadas, a já mencionada pesquisadora Christine Hine (1999), defensora da impossibilidade de separação dicotômica entre as esferas *on* e *off-line*, prefere segmentar tais estudos em duas grandes categorias: 1) os que consideram a *internet* enquanto um ambiente produtor de cultura, com efeitos sociais particulares e independentes dos ambientes "físicos" de interação; 2) aqueles que tratam a *internet* como um "artefato cultural". No decorrer de seu trabalho, Hine lista exemplos de estudos de cada uma das duas categorias teóricas, apontando suas vantagens e desvantagens, para a seguir apresentar sua própria perspectiva metodológica.

Entre os estudos desenvolvidos pelo primeiro grupo, estão os que apontam as especificidades das interações sociais desenvolvidas em ambientes *online*. Dentre suas conclusões mais notáveis, está a consideração da virtualidade enquanto um ambiente de "pistas sociais reduzidas": afirma-se que um efeito de *desinibição* entre os participantes das interações deriva da falta de *pistas sobre o contexto social* em que os agentes estão inseridos, resultando em uma relativa *igualdade de participação individual*[35]. Focalizam, igualmente, o "jogo de identidades" efetuado na internet, especialmente em ambientes que favorecem relações de *anonimato* (como fóruns e *chats*, as populares "salas de bate-papo", além de ambientes de jogos de RPG *online*). O próprio autor desta tese adotou abordagem similar ao estudar os modos de manipulação de identidade presentes em um mundo *online* em particular, o *Second Life* (MANCINI: 2011). De acordo com algumas dessas perspectivas, a ampla possibilidade do "jogo de identidade", na virtualidade, desafiaria a noção de um "eu" unificado e coeso, já

35 A título de exemplo, é possível citar os estudos de Mantovani (1994) e Rheingold (1993).

ultrapassada pela psicologia, uma vez que cada pessoa poderia representar papéis sociais radicalmente diferentes dos habitualmente apropriados nas interações *offline*.

A segunda categoria de estudo, por sua vez, focalizaria a natureza *construída* da tecnologia, e não suas propriedades culturais supostamente "independentes". Isso não equivale a dizer que os estudiosos dessa perspectiva considerem a *internet* enquanto um objeto tecnológico "homogêneo": ideias sobre o que é a *internet* são socialmente construídas, e variam de acordo com o contexto, não sendo um mero produto estático dos desenvolvedores das plataformas virtuais. Citando a autora, "a *internet* está em todo lugar, mas não está em todo lugar de modo igual" (HINE: 2009, p. 29, tradução nossa). Nesse sentido, é de primordial importância estudar os diversos *contextos de us*o que fundamentam os modos como a *internet* é apropriada por seu amplo e variado público. Destacam-se, assim, os processos sociais de negociação entre diferentes grupos de interesse que percebem a tecnologia de forma diferente, de modo a viabilizar uma perspectiva que perceba a *internet* como o resultado de processos sociais – em oposição à visão de que ela é um mero resultado da lógica técnica e da intencionalidade de seus desenvolvedores. Nesse sentido, conforme entendimento de Hine sobre os estudos de Thompson (1995), "o entendimento da mídia envolve enxergar tanto seu conteúdo quanto as formas pelas quais ele é produzido e consumido" (HINE: 1999, p. 36, tradução nossa).

Uma vez traçadas as diferenças básicas entre as duas linhas de estudo, Hine propõe um modo próprio de pesquisar sociologicamente a internet que é, na verdade, uma combinação das duas linhas apresentadas. Para ela, a virtualidade não apenas estrutura determinadas relações sociais (como destacado pela primeira linha), como também é o *espaço* no qual as relações ocorrem e a *ferramenta* que os indivíduos utilizam para entrar nesse espaço. Desse modo, a *internet* é mais do que a mera reprodução dos contextos em que se insere, já que "é comentada e construída imaginativamente por processos simbólicos iniciados e mantidos por indivíduos e grupos" (JONES: 1995, p. 16, apud HINE: 1999, p. 19).

Uma alternativa teórico-metodológica para pensar a *internet*, de acordo com Hine, é tratá-la como um "texto", no sentido de ser uma "cultura discursivamente performada" e, ao mesmo tempo, um "artefato cultural". Assim como a *internet,* um texto possui um significado cultural próprio (podendo ser interpretado de acordo com sua lógica interna) e, concomitantemente, é um produto cultural de um dado contexto social (o que permite sua análise como a expressão de uma certa cultura em um certo momento histórico). A partir dessa abordagem, Hine espera transpor a fronteira que separa os estudos da *internet* enquanto cultura e aqueles que a tratam como um artefato cultural, considerando o contexto de produção de

significados em sua totalidade: 1) as circunstâncias nas quais é criada e utilizada (o contexto social *off line*, por assim dizer); e 2) os espaços sociais específicos que *emergem* com o seu uso (o contexto *online* com sua cultura específica, relativamente autônoma da esfera de relações).

1.4 Apresentação da pesquisa

Questão, objeto e hipóteses norteadoras

Este estudo almejou responder às seguintes questões norteadoras: 1) de que forma determinados jovens moradores da cidade de São Paulo (das regiões oeste e norte, em especial) se apropriam das redes sociais para administrarem virtualmente a impressão que causam nos demais? Quais são as semelhanças e diferenças nessa apropriação? e 2) de que modo essas pessoas procuram manipular virtualmente as impressões dos outros em uma situação de plateia diversificada, com gostos e valores variados? Que estratégias são adotadas para lidar com a

especificidade da representação de si em redes sociais? 3) Essa é, de fato, uma preocupação visível entre os participantes?

Portanto, o pressuposto norteador do trabalho foi a possibilidade de verificar distintas estratégias de manipulação de impressões entre usuários das redes sociais. Em outras palavras, adeptos da virtualidade apropriar-se-iam das várias ferramentas que lhes são disponibilizadas – perfis, "murais", mídias (vídeos, textos e imagens) e textos (autoras ou de outras fontes), entre outros - para se destacarem socialmente, sendo que as formas dessa apropriação, assim como os conteúdos discursivos adotados nas representações do eu, poderiam variar significativamente de acordo com a extensão e diversidade de sua rede de sociabilidade: o número de pessoas com as quais se comunicam, o grau de variabilidade de grupos comunicantes e a intensidade e frequência dessa comunicação.

Desse modo, pretende-se verificar a especificidade das representações de si desenvolvidas no meio *online*, explorando semelhanças e diferenças nas estratégias adotadas por indivíduos que apresentam diferentes características. Como hipótese, especula-se a existência de estratégias interativas mais *diplomáticas*, visando agradar minimamente indivíduos com diferentes valores e crenças, e estratégias mais voltadas a *reforçar certas identidades de grupo* – que podem, por isso, resultar no fortalecimento de vínculos com esses grupos e no concomitante afastamento em relação àqueles que não compartilhem os valores de tais grupos. A hipótese também leva em questão que as estratégias interativas mais "diplomáticas" visam a apropriação de discursos de abrangência mais ampla, alinhados aos valores que norteiam a sociedade de consumo – somados a uma maior preocupação em destacar características pessoais individualizantes, reproduzindo a luta de cada indivíduo pelo reconhecimento de que sua individualidade seja levada em conta pelos outros.

Esse tipo de estratégia pode ser mais bem apropriada por indivíduos que lidam com uma rede de contatos virtuais mais ampla e diversificada: de acordo com esse raciocínio, conforme os grupos com os quais o indivíduo convive ganham diversidade no mundo *online*, passa a ser insuficiente adotar discursos alinhados a valores morais de grupos específicos, que não serão necessariamente valorizados por indivíduos de outros grupos – os quais apresentam outras visões de mundo e estilos de vida. Tornar-se-ia progressivamente útil adotar discursos de validade mais ampla e genérica, de modo a evitar conflitos (postagens que gerem discussões e atritos entre os vários grupos que compõem a rede de contatos virtuais do sujeito) e agradar com mais eficiência o maior número de pessoas – eficiência essa medida, por exemplo, pelo número de curtidas e comentários positivos aos conteúdos postados.

Importante destacar, contudo, que a diversidade interna das redes de sociabilidade pode importar muito mais do que o seu tamanho. Como exemplo, destaca-se a interessante possibilidade da *radicalização ideológica*, com um consequente favorecimento da relação com determinados contatos em detrimento de outros. Nesse caso, a amplitude da rede *online* de contatos não resulta em discursos mais amenos, mas em uma afirmação ainda mais intensa de uma identidade de grupo – no caso, pela adoção de discursos de cunho político-ideológico mais radical e/ou agressivo.

No plano empírico, porém, é sabida a dificuldade de encontrar indivíduos que adotem, com clareza, apenas uma ou outra das estratégias interativas citadas; compreende-se que o "jogo de representações do eu" em ambientes virtuais, assim como em outras esferas interativas, é complexo e dinâmico, não sendo possível restringir a análise a dois ou três tipos concretos de indivíduos com padrões fixos de comportamento – que se dedicam exclusivamente a postagens mais abrangentes, de cunho mais pessoal ou político, por exemplo. Mais fácil seria identificar, em cada indivíduo, uma miríade de ações representativas combinando as mais distintas estratégias. De todo modo, podemos falar em tipos de estratégias interativas virtuais seguindo o raciocínio aqui proposto, considerando que os atores sociais não se restringem a tais estratégias.

Cabe à pesquisa identificar, a partir da hipótese apresentada, quais discursos e conteúdos são apropriados pelos perfis selecionados para análise, clarificando as estratégias de manipulação de impressões dominantes e as diferenças e semelhanças entre indivíduos variados.

Detalhamento das estratégias de investigação

Neste estudo, foi proposta uma análise das estratégias de manipulação de impressões, relativas a representações do eu, aplicadas em ambientes virtuais por alguns jovens indivíduos residentes nas zonas norte e oeste da cidade de São Paulo. A partir de um levantamento dessas estratégias, visou-se uma certa compreensão a respeito das representações do eu gerenciadas em múltiplos ambientes, sendo a virtualidade considerada apenas mais uma esfera de sociabilidade em que as interações sociais costumam ocorrer na atualidade. Nesse sentido, uma análise das especificidades interativas dessa esfera - contando, especialmente, com um levantamento das relações entre as representações administradas em ambientes virtuais e aquelas tocadas em ambientes de interação imediata (as chamadas relações "face a face") - permite-nos compreender mais amplamente as relações sociais mantidas e administradas no presente.

Para o cumprimento desse objetivo, várias ferramentas de pesquisa foram mobilizadas, a saber: grupos focais; entrevistas semiestruturadas; etnografias virtuais; e análises de conteúdo. Com os grupos focais, almejou-se obter um entendimento sobre as representações sociais existentes no público estudado a respeito da *internet* e das próprias redes sociais, tais como sobre modos típicos de interação *online* e informações sobre possíveis conflitos e problemas interativos ocorrentes nas relações mediadas. As entrevistas semiestruturadas adensaram essas informações, facilitando a obtenção de conhecimentos mais amplos sobre a vida, a rede de sociabilidade e as representações sociais dos perfis estudados. Essas entrevistas também garantiram a obtenção de informações prévias para as etapas seguintes do processo de pesquisa.

No caso das etnografias virtuais, os mesmos indivíduos entrevistados na etapa anterior tiveram seus hábitos virtuais investigados mais detalhadamente, com a leitura e interpretação de suas publicações e informações pessoais no *Facebook*. Com isso, pretendeu-se levantar e analisar os tipos de comunicação vigentes na prática dessa rede social - com quem os participantes conversam, o que publicam, que tipo de representações do eu procuram administrar e manter.

Ademais, foram previamente selecionadas postagens para a última fase de pesquisa, composta por análises de discurso[36]. Nesse caso, selecionou-se a análise de publicações virtuais ligadas à construção e ao gerenciamento de representações virtuais do eu: textos, imagens, vídeos e comentários publicados em comunidades *online* dentro da rede social de sociabilidade *Facebook*. Com esse método, conclui-se a análise das estratégias de manipulação de impressões vigentes naquelas interações virtuais que possuem essa rede social como mediadora e pano de fundo.

Considerando tratar-se de pesquisa de cunho *qualitativo*, necessário ressaltar que não houve a composição de amostras que, supostamente, representariam toda a população do município de São Paulo; a abordagem não visava, portanto, uma análise quantitativa que exigiria a composição cuidadosa de uma amostra estatística, mas sim uma *exploração* das representações do eu construídas e gerenciadas por jovens moradores das zonas norte e oeste do município. Por conseguinte, foi conferida ênfase a um levantamento das estratégias de manipulação de impressão de cada um dos participantes, selecionados de acordo com perfis estabelecidos e concordantes com as hipóteses já previamente tecidas. Prevaleceu, também, o princípio da *saturação* de dados: a seleção de novos participantes cessou quando ficou claro

36 De acordo com a perspectiva adotada por Laurance Bardin (2012).

que novas entrevistas não trariam novas informações - ou seja, quando a investigação atingiu um patamar em que não mais surgiam dados relevantes.

Refletindo sobre o melhor recorte na seleção dos participantes da pesquisa, considerou-se a *faixa etária* como um possível indicador do nível de sociabilidade individual. Especialmente, considerou-se que a juventude, enquanto período de transição entre a infância e a vida adulta, é de um processo fundamental no desenvolvimento da identidade humana - e que, frequentemente, resulta em ampliação e diversificação da rede de sociabilidade individual: saindo da socialização primária, o jovem entra em contato com colegas de esferas distintas de seu núcleo familiar (vizinhos, colegas de escola, entre outros). Trata-se de uma fase potencialmente conflituosa, em que o indivíduo precisa encarar indivíduos de fora de sua já conhecida esfera familiar, com visões de mundo muitas vezes discordantes desta. Posteriormente, sai da escola e entra em contato com uma diversidade ainda maior de atores sociais (colegas de faculdade e de trabalho, por exemplo). Nesse sentido, trata-se do período de vida ideal para que sejam apreendidos os impactos de uma progressiva expansão e diversificação da rede de sociabilidade individual para a administração de estratégias interativas de manipulação de impressões.

Partindo desse pressuposto, optou-se por focalizar a pesquisa no segmento jovem, abrangendo indivíduos entre 18 e 29 anos[37]. Com isso, esperava-se obter dados claros sobre os impactos da ampliação da rede de sociabilidade na condução de estratégias de representação *online* do eu, captando um possível processo de "aprendizado" durante todo o período compreendido por essa etapa da vida. Vale ressaltar a opção metodológica pragmática de não selecionar indivíduos com menos de 18 anos, dado o caráter intimista da pesquisa[38]. O perfil estabelecido para investigação será detalhado e justificado nas linhas que seguem.

Pequena nota sobre a juventude

Além de configurar faixa etária que utiliza muito as plataformas *online* de interação (em 2014, 86% dos jovens brasileiros entre 16 e 24 anos participavam de redes sociais como o

37 O estabelecimento dessa faixa etária foi inspirado nos recortes determinados pela Política Nacional da Juventude (PNJ) em vigência (Fonte: Participatório: Observatório Participativo da Juventude, Agenda Juventude Brasil: Pesquisa de Perfil e Opiniões de Jovens Brasileiros 2013. Disponível em: < https://issuu.com/secretariageralpr/docs/pesquisa_lan__amento_diagrama____o_>. Acesso em: 15/10/2017), que divide os jovens em três grupos etários distintos (15 a 17 anos; 18 a 24 anos; e 25 a 29 anos).

38 O que poderia resultar em grandes dificuldades para obtenção de autorizações de pais e/ou responsáveis por crianças e jovens para a participação em entrevistas semiestruturadas e etnografias virtuais, o que inviabilizaria o andamento da pesquisa.

Facebook[39]), na fase da vida focalizada pela pesquisa os indivíduos encontram-se, em geral, no processo de entrada e estabilização no mercado de trabalho e em outras esferas de interação - de modo que sua rede de sociabilidade está frequentemente muito orientada a grupos familiares, de amizade e, ao longo do percurso trilhado na vida escolar e profissional, aos grupos compostos por colegas de estudo e de emprego. Em tese, trata-se de um período de grandes mudanças na vida do sujeito, com o ingresso em novos espaços de interação e a convivência crescente com opiniões e visões de mundo diversas, decorrente da expansão de seus círculos de sociabilidade. Nesse sentido, e de acordo com a hipótese traçada, haveria uma arena mais fértil para fortes conflitos entre um tipo de comportamento virtual mais orientado ao fortalecimento de vínculos com poucos e mais coerentes círculos sociais (amigos íntimos e familiares) e uma atitude mais voltada à interlocução com uma rede de sociabilidade mais diversificada. Para facilitar sua aceitação geral perante uma plateia cada vez mais heterogênea, o indivíduo pode sentir-se pressionado a apaziguar, progressivamente e de acordo com a evolução de seus círculos de sociabilidade, o modo como expressa seus valores e opiniões, adotando cada vez mais uma representação do eu consideravelmente "diplomática", por assim dizer.

Por outro lado, é também possível que o desenvolvimento da rede de sociabilidade do sujeito tenha se ancorado não na diversidade de valores e visões de mundo, mas mais propriamente no aumento "volumétrico" do total de indivíduos com quem interage virtualmente e que, por sua vez, apresentam opiniões, preferências e/ou visões de mundo fortemente semelhantes. Seguindo essa linha de raciocínio, o indivíduo pode ter constituído uma representação do eu fundamentada em alguma "especialidade" ou visão ideológica determinada e que, portanto, meça seu "sucesso virtual" pelo grau de atração exercida sobre aqueles que compartilham os mesmos interesses ou percepções. Essa situação é cada dia mais nítida, considerando a quantidade de *YouTubers* e *vloggers*[40] que adotam, com sucesso, estratégias muito claras para atrair *seguidores* determinados, como fãs de séries, *gamers* e visões político-partidárias específicas. Nesse caso, a lógica interativa dominante não seria necessariamente

39 Fonte: Pesquisa TIC Domicílios (http://www.cetic.br/pesquisa/domicilios/, consultada em 11/01/2016).

40 Um *vlogger* é um indivíduo que possui e administra um *vlog* – uma página pessoal, hospedada na *internet*, em que o usuário publica vídeos com relatos pessoais visando uma audiência específica de espectadores. O termo faz alusão aos *blogs*, páginas pessoais voltadas à exposição de textos pessoais na *internet*. Portanto, um "vlog" seria uma espécie de *blog* em que, em vez da tradicional linguagem escrita, seu responsável adota prioritariamente o formato de vídeos para expressar opiniões e relatar experiências de vida. Nesse sentido, todo *YouTuber* é um *vlogger* (embora o contrário não seja verdadeiro), uma vez que o *YouTube* pode ser entendido como uma rede "hospedeira" de páginas pessoais focalizadas na publicação de vídeos com as mais variadas temáticas.

diplomática, já que um "amaciamento" do discurso poderia desqualificar o indivíduo como conhecedor legítimo daquilo sobre o que opina – ou como um militante verdadeiramente convincente da causa defendida.

Um outro ponto torna a questão mais complexa quando pensamos nesse perfil etário: trata-se de um período em que as identidades se encontram no ápice de seu processo constitutivo, de modo que é possível supor maior tendência pela expressão de aspectos da personalidade individual capazes de causar forte impressão nos demais. De acordo com essa perspectiva, haveria não só preferência por publicações de cunho mais pessoal, como a prevalência de publicações com teor mais "agressivo" ou "impositivo" – de modo a "destacar" o usuário perante a "massa" e firmá-lo como um indivíduo socialmente reconhecido por seus pares. Em outras palavras, nessa fase da vida o indivíduo tende a lutar para *provar o seu valor individual*, distinguindo-se, por exemplo, de familiares mais próximos e mantendo, mesmo assim, a tendência anteriormente descrita de busca de aceitação coletiva.

Em suma, suspeita-se que na faixa etária em questão – 18 a 29 anos – os indivíduos, sendo progressivamente introduzidos em diversas esferas de socialização secundária, são mais propícios a defrontar-se com conflitos resultantes da tentativa de sustentar representações virtuais do eu. Em especial, haveria tendência de migração de um tipo de representação, focalizada no fortalecimento de vínculos com poucos grupos sociais, para um outro direcionado à aceitação por múltiplos (e novos) grupos, que apresentam valores por vezes frontalmente discordantes entre si – ou, de forma alternativa, a grupos mais amplos e com fortes valores e preferências em comum. Conflitos poderiam surgir como efeito dessa migração progressiva, tendendo a serem reduzidos conforme o indivíduo desenvolva novas estratégias para lidar com uma plateia mais heterogênea.

Determinadas algumas características do perfil estudado, foi estabelecido um método de seleção de participantes do tipo "bola de neve", a partir do qual se formaria todo o universo da pesquisa. Os primeiros participantes foram selecionados entre ex-alunos do ensino médio do pesquisador, que era contratado como professor em uma escola privada da Zona Oeste do Município de São Paulo. Depois da busca e seleção desses participantes iniciais, foi-lhes solicitada a indicação de mais conhecidos para participações futuras – incluindo a etapa dos grupos focais. Todos os selecionados, mantinham algum grau de interação em redes sociais, permitindo indicações para a viabilização do estudo. Foi garantida uma seleção com razoável diversidade de características, respeitando-se os princípios da exaustividade e da representatividade, de modo a permitir que o próprio processo de análise desvendasse quais variáveis faziam mais diferença na hora do estabelecimento de distintas estratégias de

manipulação de impressões no meio *online*. Desse modo, participaram da entrevista homens e mulheres jovens, moradores de duas regiões diferentes do município de São Paulo (zonas Oeste e Norte), com diferentes hábitos de sociabilidade *on* e *offline*. Dada essa apresentação preliminar sobre o objeto de estudo, discriminamos abaixo o funcionamento e a forma de recrutamento específicos para cada procedimento metodológico adotado.

Entrevistas semiestruturadas

Por meio de entrevistas semiestruturadas com os selecionados, foi levantada a composição dos grupos com os quais os indivíduos interagem, a frequência da interação com tais grupos e em quais situações as interações ocorrem. Além disso, identificaram-se os principais ambientes virtuais de sociabilidade por eles frequentados, assim como os grupos com os quais esses sujeitos mantêm um contato virtual mais e menos frequente. O levantamento da rede de relações face a face e virtuais fundamentou a seleção de postagens e outros materiais textuais e imagéticos compartilhados nas redes, que cumprem, direta ou indiretamente, a função de fundamentar a manipulação de impressões perante as plateias diante das quais o indivíduo estabelece suas "representações do eu". Comparando-se o conteúdo dos textos expressos por sujeitos com diferentes hábitos de sociabilidade, buscou-se atingir os objetivos propostos no estudo, clarificando a abrangência do papel da *internet* para a manipulações de impressões – investigando-se, por extensão, as narrativas que compõem as representações dos sujeitos em questão.

Grupos focais

Para adensar a compreensão do fenômeno estudado, optou-se pela utilização da metodologia de **grupos focais.** De acordo com Morgan (1997), o grupo focal em pesquisas qualitativas pode ser utilizado como um método *suplementar* de coleta de dados, associado com outros métodos. Nesse sentido, os grupos focais mobilizados para a presente pesquisa serviram para adensar as informações obtidas nas entrevistas (além de oferecer informações difíceis de obter somente com as últimas) fornecendo, ainda, subsídios para outros métodos de coleta de dados (no caso, a etnografia virtual e a análise de conteúdo). Em especial, nos grupos foi possível discorrer sobre situações de conflito nas interações *online*, possíveis ocasiões que geram embaraço e estratégias interativas nem sempre diretamente confessáveis em conversas pessoais com um entrevistador; tratando~~-se~~ indiretamente dessas questões e inserindo-as para debate nos grupos sem expor individualmente os participantes, foi possível aprofundar compreensões específicas sobre desagrados e desconfortos causados por interações virtuais e

seus impactos sobre representações do eu virtualmente sustentadas. Ao todo, e a partir da indicação dos participantes das entrevistas em profundidade, foram feitos dois **grupos focais**, compostos por indivíduos também selecionados para as demais etapas investigativas[41].

Etnografias virtuais

As publicações na rede social *Facebook*, tais como os perfis de seus usuários, compõem um dos principais objetos da presente pesquisa, e sua observação considerou: 1) de quais "redes sociais" os pesquisados participam; 2) quais as suas redes de amizade virtuais (e suas esferas correspondentes na vida física) no *Facebook*; 3) os grupos, preferências e páginas curtidas nessa rede social; 4) as postagens e fotos compartilhadas em seus perfis na mesma rede social. Esses sinalizadores clarificaram as estratégias adotadas pelos agentes para manipularem as impressões causadas nos demais - considerando a interação com grupos sociais de ordens diversas que partilham, muitas vezes, da mesma rede *online* de sociabilidade (como contatos profissionais; colegas de trabalho; amigos de infância; vizinhos; e parceiros amorosos).

Da comparação extraída da seleção de indivíduos com redes de sociabilidade distintas, foi possível verificar a existência de correlação entre o caráter heterogêneo dessa rede e o conteúdo e a forma das narrativas adotados no momento de assumir ações *online* voltadas à manipulação de impressões (a escolha de fotos e *links* para compartilhamento, a elaboração de textos e publicação de fotos e vídeos, e etc.).

Após a seleção dos participantes e a investigação de suas redes cotidianas de sociabilidade, foi efetuada uma etnografia da interação virtual dos participantes nas chamadas redes sociais. Buscou-se estudar, por esse método, a vida *online* dos indivíduos selecionados: seus hábitos de sociabilidade; frequência de uso das redes sociais; rede de amigos e contatos no universo *online* de interação (volume e frequência de interação); importância da *internet* para o contexto pessoal de vida; principais valores e costumes do indivíduo e dos grupos com os quais ele interage cotidianamente pelas redes sociais. Aliada às entrevistas semiestruturadas, essa observação permitiu uma compreensão mais ampla a respeito dos hábitos de sociabilidade dos participantes, além de possibilitar o estabelecimento de algumas comparações entre as representações do eu gerenciadas em ambientes de interação mediatos e imediatos.

41 Enquanto alguns voluntários foram diretamente recrutados para as entrevistas, sendo depois convidados a participar dos grupos, outros foram convidados por algum entrevistado anterior para participar diretamente de algum grupo focal, sendo posteriormente convidados a participar da entrevista semiestruturada. Assim, todos os participantes dos grupos focais também foram entrevistados – embora nem todos os entrevistados tenham participado de algum grupo focal, graças à maior dificuldade de recrutamento em comparação com as entrevistas.

Análise de conteúdo

Por fim, foram selecionadas postagens virtuais compartilhadas pelos participantes da pesquisa no *Facebook*. Analisaram-se "postagens" publicadas na "linha do tempo" dos indivíduos entrevistados dentro de cada perfil sendo que, como recorte, foram consideradas aquelas publicadas durante o período de seis meses (pensado como um intervalo razoável para possibilitar apreensões significativas) e dentro do limite de seis meses que precederam a entrevista semiestruturada. Com isso, evitou-se a contaminação de respostas (mediante a escolha prévia de conteúdos postados no *Facebook*) pela participação prévia do indivíduo na primeira etapa de coleta, dada a distância temporal entre as duas etapas (entrevista em profundidade/etnografia virtual com análise de conteúdo). Partindo-se desse critério, a análise de conteúdo sobre postagens feitas para manipular impressões no ambiente *online* foi possibilitada, de acordo com considerações teórico-metodológicas de Laurance Bardin, para quem "a análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens" (BARDIN: 2011, p; 44).

Para embasar a seleção e análise dessas postagens, foram incorporadas as compreensões de Marin W. Bauer e Bas Aarts a respeito da construção de *corpus* de pesquisa, entendido como "uma coleção finita de materiais, determinada de antemão pelo analista, com (inevitável) arbitrariedade, e com a qual ele irá trabalhar" (BARTHES apud BAUER e AARTS: 2002, p. 44). A partir da perspectiva proposta pelos autores, visou-se maximizar o potencial da pesquisa qualitativa, buscando-se mais as *variedades de representações* dentro do universo de investigação do que uma amostragem efetiva da população: ao delimitar um conjunto de materiais para investigação, de acordo com critérios bem estabelecidos, foi possível verificar toda a sorte de representações relacionadas ao tema proposto – nesse caso, estratégias interativas e de manutenção de impressões -, relacionando-as com as variáveis aqui propostas (e em especial, a heterogeneidade da rede de sociabilidade individual), além de outras diferenças que se mostraram significativas no processo analítico.

Partindo dos tipos de publicação *online* considerados relevantes, *corpora* iniciais foram delimitados mediante a imersão do pesquisador no universo de investigação (os ambientes virtuais em que esses textos são publicados), sendo incrementados pela adição de novas formas textuais e tópicos de discussão que contivessem representações úteis para a análise – até se aproximar da *saturação* desses *corpora*. Ao final, foram delimitados conjuntos significativos de textos que continham as representações simbólicas mais relevantes de expressão pessoal, permitindo uma análise profunda sobre as estratégias comunicativas de reafirmação, destaque

e contradição, em meio à esfera *online* de interação, de impressões pessoais administradas em outros planos de interação social.

Todo esse processo de investigação, aliando entrevistas em profundidade, grupos focais, etnografias virtuais e análise de discurso de publicações *online*, permitiram a obtenção de conhecimentos significativos e amplos a respeito das apropriações de ferramentas virtuais para fins de representação pessoal e de manipulação de impressões – garantindo verificação da hipótese de que seria possível verificar a existência de diferentes estratégias interativas, adotadas pelos sujeitos investigados para administrar suas representações do eu.

Capítulo 2 – Questões teóricas para balizar o estudo sobre as redes sociais

Ao longo do primeiro capítulo da tese, apresentamos o objeto analisado pela pesquisa (a rede social *Facebook*), além dos pressupostos teóricos básicos selecionados para tal análise (a perspectiva microssociológica de Erving Goffman) e um detalhamento das estratégias de investigação elaboradas para viabilizar o estudo.

Neste capítulo, dividido em três seções, serão aprofundadas outras abordagens teóricas, com o intuito de adensar aquelas já apresentadas, para delimitar mais claramente o âmbito da pesquisa. Aliadas à perspectiva goffmaniana e estudos mais específicos sobre as relações sustentadas na virtualidade, do nosso ponto de vista, essas visões viabilizam o aprofundamento da compreensão acerca das estratégias de administração de representações do eu sustentadas no *Facebook*.

Em especial, a abordagem do sociólogo alemão Georg Simmel (1858-1918) acerca das formas de sociabilidade típicas da vida urbana massificada pode ser apropriada para o entendimento mais amplo das diferentes estratégias interativas vigentes no *Facebook*, de acordo com o nível de densidade e o volume das redes de sociabilidade dos sujeitos. Após essa releitura, será desenvolvida reflexão acerca do conceito de "identidade" e sua aplicação às relações virtuais, com um debate específico sobre o caráter "múltiplo" das identidades humanas – que seria estimulado pela própria configuração das redes sociais informatizadas. Por fim, seria incoerente prosseguir sem melhor discorrer, de forma mais ampla, sobre essa configuração, problematizando até que ponto a lógica estruturante do *Facebook* é capaz de determinar as ações e formas de representação assumidas por seus usuários – e, em uma direção contrária, até que ponto o indivíduo pode "contornar" esse sistema e manter práticas que inicialmente não haviam sido previstas pelos arquitetos dessa popular rede social.

Enfim, o que se pretende neste capítulo é aprofundar as perspectivas acima citadas, de modo a melhor fundamentar teoricamente o trabalho de campo proposto. Em outras palavras, as abordagens comentadas e adensadas nas seções seguintes orientarão toda a pesquisa, em conjunto com a ótica teórica desenvolvida por Erving Goffman, selecionada como arsenal teórico principal para direcionar o estudo sobre as estratégias de representação do eu em vigência na virtualidade.

2.1. Os individualismos da metrópole refletidos nas interações virtuais: Apropriações das reflexões de Georg Simmel

Para compreender melhor a complexa relação entre os indivíduos e seus grupos sociais, e o seu reflexo na sociabilidade mediada por redes sociais, outros autores da sociologia precisam ser considerados. Os escritos do alemão Georg Simmel (1858-1918) sobre as formas de sociabilidade vigentes nas sociedades modernas permitem-nos, assim como os já mencionados textos de Goffman, desenvolver *insights* sobre o modo como os usuários de redes sociais administram suas representações *online* de si – refletindo, nesse processo, tensões inerentes à vida social da metrópole. Retomando as interpretações do autor acerca da sociabilidade em cidades "pequenas" e em grandes metrópoles, suas relações e suas diferenças, é possível tecer aproximações com modos distintos de apropriação da virtualidade para melhor compreender como a vida metropolitana reverbera nos modos mediados de comunicação à distância. Na presente seção, serão expostos alguns dos pontos observáveis nas obras desse importante autor, que podem, se devidamente utilizados, servir como ponto de partida para um aprofundamento teórico mais significativo acerca das formas virtuais de sociabilidade.

Escrevendo sobre a vida social nas grandes cidades, Georg Simmel estabeleceu distinções entre os habitantes dos centros metropolitanos modernos e aqueles típicos moradores das cidades pequenas. Enquanto os últimos seriam fortemente constrangidos pelo número reduzido de círculos nos quais interagem cotidianamente, os primeiros sentir-se-iam menos pressionados socialmente por forças externas constrangedoras. A intensificação da vida nervosa, propiciada pela cidade grande (com seus múltiplos e constantes estímulos), desfavorece relações pautadas por sentimentos - o que contrasta com o caráter fortemente emocional dos relacionamentos construídos entre os habitantes de cidades pequenas, sustentados por um ritmo de vida mais lento e habitual. Consequentemente, "o tipo do habitante da cidade grande (...) cria um órgão protetor contra o desenraizamento com o qual as correntes e discrepâncias de seu meio exterior o ameaçam" (SIMMEL: 2005 [1903], p. 578). Nesse sentido, tal habitante desenvolve, simultaneamente, um comportamento *blasé* perante as agitações da vida citadina e uma relação de *reserva* em relação aos outros habitantes (anônimos) da cidade – características capazes de protegê-lo da sobrecarga de estímulos mediante a agitação da vida urbana. Especificamente sobre o caráter *blasé*, diz o autor:

> "Assim como uma vida desmedida de prazeres torna *blasé*, porque excita os nervos por muito tempo em suas reações mais fortes, até que por fim eles não possuem mais nenhuma reação, também as impressões inofensivas, mediante a rapidez e antagonismo de sua mudança, forçam os nervos a respostas tão violentas, irrompem de modo tão brutal de lá pra cá, que extraem dos nervos sua última reserva de forças e, como eles permanecem no mesmo meio, não têm tempo de acumular uma nova. **A incapacidade, que assim se origina, de reagir aos novos estímulos com uma energia que lhes seja adequada é precisamente aquele caráter *blasé***, que na

> verdade se vê em todo filho da cidade grande, em comparação com as crianças de meios mais tranquilos e com menos variações" (ibidem, p. 581, grifo nosso).

Já a "reserva" é descrita como uma atitude social em virtude da qual, na vida de uma grande cidade, chegamos a desconhecer até nossos vizinhos próximos, fazendo-nos parecer especialmente frios e desanimados em comparação com os habitantes de cidades diminutas. Trata-se de uma "antipatia exterior" capaz de proteger os indivíduos dos estímulos dos centros urbanos, de modo equivalente à postura *blasé* cotidiana citada anteriormente. Por outro lado, essa reserva é capaz de garantir "precisamente ao indivíduo uma espécie e uma medida de liberdade pessoal" (ibidem, p. 583). Assim como a reserva, trata-se de uma atitude de defesa do citadino frente à intensificação da vida metropolitana.

Refletindo sobre a sociabilidade nas grandes metrópoles, o autor estabelece uma associação entre o crescimento populacional e mudanças no comportamento dos indivíduos em sociedade: para ele, conforme os grupos crescem e se desenvolvem (com a urbanização e o aumento da densidade populacional) afrouxam-se suas unidades interiores imediatas; simultaneamente, "(...) o indivíduo ganha liberdade de movimento para muito além da delimitação inicial (...)" (SIMMEL: 2005, p. 587). Ocorre, desse modo, um processo de individualização espiritual em que, contraditoriamente, o indivíduo testemunha um aumento quantitativo de significação e se agarra à "particularização qualitativa" - evitando a insignificância frente à massa de anônimos do ambiente urbano mediante o desenvolvimento das "mais tendenciosas esquisitices, [as] extravagâncias específicas da cidade grande" (ibidem).

Na presente tese, fazemos uma aproximação entre essas considerações de Simmel sobre a vida social em grandes cidades e formas de sociabilidade mediadas pela tela do computador. Foi possível, em especial, relacionar essas interpretações aos perfis de usuários de redes sociais, diferenciando aqueles com amplas redes virtuais de sociabilidade – relacionados ao perfil "metropolitano" descrito pelo autor alemão – daqueles que mantêm relação com uma rede mais restrita contatos, aqui comparados aos habitantes de pequenas cidades. Acredita-se que uma aproximação analítica entre as considerações simmelianas e as formas atuais de uso das redes virtuais de sociabilidade podem contribuir para a obtenção de *insights* significativos sobre as diferentes estratégias de manipulação de representações o*nline* do eu. Além disso, feitas as mediações necessárias, também é possível relacionar formas de interação em redes sociais com as tensões inerentes à própria vida metropolitana em específico, também abordadas pelo autor e apresentadas nas linhas seguintes.

Em outro texto de importância, o autor descreve dois tipos de individualismo disseminados pela grande cidade – relacionados, respectivamente, às ideias iluministas do

século XVIII e ao romantismo alemão predominante no século XIX. Enquanto o primeiro individualismo, pautado nas ideias universalistas de liberdade e igualdade de direitos, preconizava um certo nivelamento social pela crítica aos privilégios da nobreza, o segundo seria uma espécie de "gesto contra a indiferença", defendendo um retorno à desigualdade sob uma nova perspectiva, a da diferença:

> "Tão logo o eu se fortificou suficientemente no sentimento de igualdade e universalidade, ele buscou mais uma vez a desigualdade, mas somente aquela estabelecida de dentro para fora. Primeiro houve a liberação do indivíduo com relação aos laços apodrecidos de corporações, nascimento e Igreja. Agora o indivíduo que se tornou autônomo também quer se diferenciar *dos outros*: não se trata mais de ser um indivíduo livre, e sim que esse indivíduo seja específico e insubstituível" (SIMMEL: 2006 [1917], p. 111).

Assim como em outros textos, Simmel aponta para um dualismo inerente à vida na modernidade: forças antagônicas de *igualização* e *diversidade* pressionam o indivíduo a todo momento, pautando o desenvolvimento de sua subjetividade e de suas relações. Nessa perspectiva, a cidade grande pode ser percebida como o palco desse embate permanente entre tendências por massificação social e por uma individualização distintiva. Uma análise do autor sobre os dualismos presentes na vida moderna também está presente, por exemplo, em "A Filosofia da Moda":

> "Também na vida do espírito somos guiados, por um lado, pela tendência para o geral e, por outro, pela necessidade de captar o individual (...) A história inteira da sociedade pode desenrolar-se na luta, no compromisso, nas conciliações lentamente adquiridas e depressa perdidas, que surgem entre a fusão com o nosso grupo social e o esforço individual por dela sair" (SIMMEL: 2008, p. 22)

As formas como essas tensões – entre as buscas por aceitação e distinção e a pressão por homogeneização – são transpostas para ambientes virtuais de interação podem variar significativamente, e o processo de pesquisa pode, aqui, complementar alguns pontos da teoria de Simmel a esse respeito: apresentam-se, por exemplo, certas possibilidades de resolução das tensões mediante posturas virtuais tais como a adoção de discursos mais "amenos" e diplomáticos, para melhor garantir o "tráfego" tranquilo entre grupos variados; a adoção, em direção contrária, de discursos mais *fortes e polêmicos* para garantir a aceitação mais enfática por parte de grupos específicos (com o possível custo da *exclusão* por grupos divergentes destes); a ênfase em publicações de caráter privado ou íntimo (privilegiando a busca por distinção mediante a exacerbação de características internas, vinculadas à personalidade individual); entre outras. Nessa acepção, podemos considerar o universo das interações virtuais como um jogo de *representações do eu* (para utilizar o termo empregado por Goffman), que tem como uma de suas prerrogativas a administração das tensões vivenciadas pelo indivíduo moderno, de acordo com desenvolvimentos oriundos do raciocínio expresso por Simmel.

Retornando à oposição que o autor estabelece entre a cidade grande e cidades pequenas, é possível extrair de suas reflexões duas grandes tendências comportamentais diferentes: 1) aquela compatível com as metrópoles modernas, demandando interação com distintos (e internamente menos coesos) círculos de sociabilidade, fruto da tensão anteriormente mencionada entre massificação e individualização; e 2) aquela compatível com cidades menores, em que se é mais submetido às pressões oriundas de poucos (e bastante coesos) círculos sociais. No último caso, os indivíduos tendem a identificar-se mais ativamente com os valores coletivos dos poucos grupos com os quais interagem; há pouca necessidade de distinção social qualitativa e maior tendência à homogeneização. Já os indivíduos imersos em círculos de sociabilidade mais amplos devem lidar, de forma mais ou menos clara, não apenas com a aceitação dos grupos com os quais convivem, mas com a vontade de destacar-se individualmente: não almejam ser apenas *mais alguém* no grupo, mas lutam para serem *especiais*, ou *insubstituíveis* em uma sociedade cada dia mais complexa e massificada.

Atualizando as considerações do autor, não é mais possível associar essa última tendência exclusivamente às metrópoles; o mundo contemporâneo, altamente conectado, em que as tecnologias de comunicação digital estão amplamente difundidas, amplia a rede de sociabilidade dos indivíduos das regiões mais diversas do mundo. Assim, moradores de cidades diminutas também possuem, muitas vezes, acesso direto a redes de sociabilidade mais amplas e diversificadas (bastando algumas horas de navegação na *internet*, por exemplo, para encontrar grupos cujos hábitos e valores destoem de seus conterrâneos). Em suma, é possível afirmar que a busca por aceitação de redes mais amplas de sociabilidade e de "destaque" perante uma massa de interlocutores incógnitos é hoje encontrada em indivíduos de cidades de todos os tamanhos e localidades.

Aplicando essas reflexões às questões aqui propostas, é possível estender a análise a tipos de indivíduo, independentemente do tipo de cidade em que vivem, e associar essas tendências a comportamentos de usuários de redes sociais. Pode-se, por exemplo, aventar a existência de indivíduos que interagem, cotidianamente, com círculos variados de sociabilidade, tanto *on* quanto *off-line* (amigos de infância, vizinhos, familiares, colegas de trabalho, etc); relacionando-se, de acordo com a hipótese aqui esboçada, com grupos menos coesos internamente, além de tenderem a adotar estratégias de diferenciação e se destacarem diante da multidão com a qual interagem cotidianamente –, desse modo estabelecendo tensões com a forma de individualismo "quantitativo" pensado por Simmel. Seguindo esse argumento, para eles seria vantajoso adotar discursos mais chamativos, que destaquem determinadas características pessoais. Tal análise faz sentido, especialmente, quando pensamos na quantidade

de “postagens” virtuais com forte componente intimista e até narcísico: além de escritos sobre a vida pessoal e íntima, os chamados *selves*[42], por exemplo, permeiam esse ambiente, alinhados com a ênfase contemporânea sobre o corpo e as aparências. Ligadas a essas tendências mais gerais, tais “postagens” individualistas dariam conta da necessidade de destaque qualitativo à personalidade nas redes sem, contudo, apresentar grande risco de descrédito sobre o “eu” (diferentemente de publicações de caráter mais polêmico, como pela defesa de determinados pontos de vista morais e políticos, que trazem significativos riscos de conflitos interativos).

Simmel também sinaliza uma tendência “cosmopolita” nos indivíduos da metrópole, que refletiria uma postura supostamente mais tolerante às diferenças. Contando com um nível intenso de relações interpessoais envolvendo uma gama de círculos de sociabilidade diversos entre si, a cidade grande, estabelecendo relações de abrangência nacional e até mesmo global, é o território típico do cosmopolitismo:

> “Não é apenas a grandeza imediata do distrito e o número de pessoas que, em virtude da correlação histórico-universal entre a ampliação do círculo e a liberdade pessoal, interior e exterior, tornam a cidade grande o local dessa última, mas sim o fato (...) de que as cidades grandes são o local do cosmopolitismo (...). Para a cidade grande, é decisivo o fato de que sua vida interior se espraia em ondas sobre um território nacional ou internacional” (idem: 2005, pp. 585-586).

Para o autor, esse cosmopolitismo - encontrado tipicamente nas grandes metrópoles - está diretamente relacionado à expansão da vida social, com a difusão de círculos de sociabilidade mais amplos. A vida na cidade grande opõe-se mais uma vez, nesse sentido, às configurações sociais pré-modernas, com seus agrupamentos restritos, cuja autopreservação dependia de sua defesa tanto contra a amplitude exterior, quanto contra a liberdade em seu interior. Na cidade grande, o indivíduo encontra-se muito mais livre de pressões dos círculos em que está inserido, que se multiplicam e perdem coesão interna. Desse modo, portanto, a expansão dos círculos sociais determina uma maior autonomia do indivíduo em seu cotidiano. Retomando as observações sobre a necessidade de atualização das reflexões de Simmel, hoje o próprio acesso à mídia de massas e às tecnologias de comunicação à distância favorecem a ampliação da rede individual de relações, *independentemente do tamanho de suas cidades*: a possibilidade de interagir cotidianamente com pessoas de todas as partes do planeta, e a qualquer momento, torna impossível a manutenção teórica da diferença estabelecida pelo autor entre “metrópoles” e “cidades pequenas”.

---

42 Espécie de “autorretrato” em geral obtido pela câmera embutida em celulares e *smartphones*. Muito popular, chegou a determinar a invenção de um aparato especialmente desenvolvido para facilitar esse tipo de foto – o chamado “pau de *self*”, um bastão que serve de suporte para o celular, permitindo obter *selves* a uma distância maior do que a normal.

Em outras palavras, e revisitando a questão das interações virtuais - com potencial consideravelmente mais abrangente do que aquelas interações tocadas em situações de co-presença - pode-se supor que o convívio em esferas diversificadas pressiona o indivíduo a administrar suas relações com mais cuidado e favorece tendências a uma postura "cosmopolita", de modo a não ofender uma das partes pela adoção de valores ou opiniões muito diferentes daqueles compartilhados por esse grupo em específico. Os indivíduos com redes mais amplas de interação *online* estariam, ao mesmo tempo, sujeitos à dupla pressão pelo destaque da personalidade e pela adoção de falas mais abrangentes (como já exposto) - em concordância com um espírito supostamente mais cosmopolita, buscando abarcar minimamente os valores manifestos por diferentes círculos de sociabilidade.

Ademais, é possível supor que aqueles mais acostumados com o mundo urbano tenderiam a encantar-se com a promessa cosmopolita da *internet*, com a possibilidade de comunicação instantânea com habitantes de regiões longínquas do globo. Afinal, tal compromisso não se distinguiria muito da lógica inerente à realidade urbana cosmopolita percebida por Simmel, acentuando suas potencialidades – em especial, um desenvolvimento aparentemente maior da liberdade e da individualidade, com o convívio com redes de interação ampliadas, compostas por pessoas com histórias de vida, gostos e valores bastante distintos entre si.

Nesse sentido, caberia estabelecer uma aproximação com as contribuições de Maria Cristina Castilho Costa, antropóloga especialista em ciência da comunicação, que nos fornece pistas a respeito do encantamento que as redes sociais podem causar aos perfis que mais sofrem com a "massificação" derivada da primeira forma de individualismo notada por Simmel. Para ela,

> "(...) os usuários [de redes sociais] têm o prazer de formar um círculo de relações, de ser ouvidos ou lidos, ou vistos, de obter respostas para seus problemas, dúvidas ou constatações (...) e de encontrar uma saída para um mundo real e concreto cada vez mais distante, cifrado, impessoal, mecanizado e racionalizado" (COSTA: 2012, p. 98).

Assim, o caráter sedutor das "redes sociais" seria indissociável do "mal-estar civilizatório" ou do processo de racionalização e burocratização da vida cotidiana, já notado por Max Weber[43] (1864-1920) – e que pode ser relacionado ao processo de urbanização massiva analisado por Simmel. A navegação por *loci* de interações sociais, como o *Facebook,* compensaria os males trazidos pela impessoalidade e a racionalidade típicas da vida urbana

43 O desenvolvimento da análise crítica do autor sobre o processo de racionalização e burocratização da vida, ocorrido nas sociedades ocidentais modernas, pode ser encontrado no clássico "A ética protestante e o 'espírito' do capitalismo" (2004[1904]).

moderna, fornecendo o encantamento da comunicação instantânea globalizada. Costa continua seu diagnóstico nessa direção, afirmando que:

> "As pessoas comuns sentem-se cada vez mais indefesas diante de um mundo que se agiganta e que desfaz os cenários tradicionais, apagando as referências e volatilizando as identidades pessoais e coletivas. É nesse contexto que a conexão em rede parece suprir simbolicamente o que lhes é tirado, permitindo a construção da identidade, o reforço da individualidade, a ilusão de proximidade e o convívio com o outro numa construção de novas formas de existência comunitária" (*ibidem*: p. 98).

Essa citação permite-nos compreender o encanto trazido pelas redes sociais, ao permitirem exercícios de construção da identidade e, ao mesmo tempo, favorecerem a interação tanto com indivíduos com ideias aproximadas (mas, muitas vezes, fisicamente distantes), quanto com indivíduos pertencentes a redes de sociabilidade as mais diversas, com padrões culturais altamente distintos entre si – tudo isso em um período de "modernização tardia" caracterizado, por vezes, pela diluição das referências tradicionais e por um consequente aumento de inseguranças de toda a espécie.[44]

Alternativamente ao "tipo urbano" (com uma rede de sociabilidade ampliada) retirado dos escritos de Simmel, podem-se identificar indivíduos com uma rede de sociabilidade mais restrita, compondo grupos sociais de maior coesão e unidade internas (similares àqueles que interagem, *on* e *off-line*, apenas com familiares próximos, ou com grupos religiosos e/ou políticos mais "fechados", com um alto nível de coesão interna). De acordo com a hipótese construída, eles tenderiam a adotar valores reproduzidos por tais grupos, opondo-se, ao interagirem virtualmente com seus pares, àqueles que pensam de modo distinto. Em outras palavras, dedicar-se-iam à administração de uma boa impressão para poucos, e não para uma gama de indivíduos com vivências e opiniões radicalmente variadas. Nesse caso, os indivíduos tendem a manter e valorizar suas referências de grupo, sentindo-se menos encantados – seguindo-se o raciocínio de Costa (2012) – pelo "cosmopolitismo" das redes sociais e utilizando-as mais para *reforçar* os laços sociais já existentes (em vez de se apropriarem delas para construir uma identidade "cosmopolita" com o fim de compensar uma suposta falta de referências coletivas, ou seja, de vínculos com grupos sociais com uma alta coesão interna). Desse modo, vê-se a possibilidade de estabelecer comparativos analíticos entre as observações de Simmel a respeito da sociabilidade humana (e, especialmente, em grandes metrópoles) e o uso atual de redes sociais, que podem enriquecer significativamente as interpretações acerca

44 Como indicações bibliográficas nesse sentido, recomenda-se a leitura de Ulrich Beck (BECK: 1998; 2002); de Anthony Giddens (GIDDENS: 2002); e, ainda, de um trabalho conjunto de Beck, Giddens e Scott Lash (GIDDENS, BECK e LASH: 1995).

das estratégias interativas vigentes em ambientes *online* – assim como possíveis tensões e conflitos que podem decorrer dessas interações.

Por fim, existem indivíduos com redes mais amplas de sociabilidade, mas as quais, por seu turno, apresentam maior homogeneidade. É o caso de celebridades e subcelebridades que constroem ou mantêm sua popularidade administrando uma rede de contatos que compartilham algumas convicções: posicionamentos políticos, visões de mundo, entre outras. Nesse caso, manifestar opiniões pode ter um sentido claro de fortalecer a atratividade de um "perfil pessoal" e chamar a atenção de novos potenciais seguidores e "amigos", interessados nessas visões de mundo específicas. Também podemos aproximar esses casos daqueles "especialistas da rede", como *YouTubers* focados em públicos de interesse distintos, entre os quais: "*gamers*", vegetarianos, seguidores da cultura "fitness", e muitos outros, que constroem e ampliam sua rede de relações virtuais administrando as fachadas de conhecedores especializados em temas determinados.

Ulf Hannerz e uma atualização do conceito de "cosmopolitismo"

O sueco Ulf Hannerz, professor de Antropologia Social na Universidade de Estocolmo, é um dos teóricos que desenvolveram a ideia de cosmopolitismo, atualizando-a sob a ótica de uma contemporaneidade caracterizada, especialmente, por fluxos globais de informações, pessoas e mercadorias. Interessado especificamente pelo estudo da globalização e de fenômenos culturais transnacionais, Hannerz parte da oposição entre o que seria um cidadão "local" e o cidadão "cosmopolita". Em sua primeira acepção, o termo "cosmopolita" referia-se àquele que pensa e vive dentro da estrutura de uma nação (crendo que, por mais distintos que sejam seus compatriotas, são seus "semelhantes"), e não de uma cidade determinada – conceito similar ao aplicado por Simmel. Com o advento da globalização contemporânea, contudo, o caráter universal do cosmopolitismo vincula-se não mais ao pensamento nacional, mas à integração internacional entre os países, fazendo com que o cosmopolita pense e viva em termos mundiais, estando aberto às mais diversas experiências culturais. Isso o diferenciaria do "local", ensimesmado na cultura própria de seu meio social de origem – seja um país ou uma cidade determinada.

Contudo, do mesmo modo que o cosmopolita e o local são perfis *opostos* sob um determinado ponto de vista, eles são *complementares* sob outro ângulo: caso os locais não lutassem pela sobrevivência de suas culturas contra um risco de "homogeneização cultural

global",[45] a postura cosmopolita, dependente da diversidade, não seria viável e definharia em pouco tempo. Por sua vez, só é possível abordar o tema do cosmopolitismo desse modo libertando-se da vinculação automática equivocada entre "cultura" e áreas particulares do espaço físico. Hennerz, citando o que McLuhan chamou de "força explosiva da mídia", disse que esta pode "tornar quase todo mundo um pouco mais cosmopolita" (ibidem. p. 264), sendo possível considerar a viabilidade de alguém tornar-se cosmopolita mesmo sem empreender viagens pelo globo. De fato, os novos modos *online* de comunicação permitem a consolidação de comunidades extraterritoriais, além de um contato exponencial com outras culturas, sem a necessidade da presença física nos territórios correspondentes.

Assim, para Hannerz as culturas humanas devem ser primariamente associadas a relações sociais, e não a territórios delimitados estanques – com os quais se relacionam apenas de modo indireto. Pensado dessa forma, o cosmopolitismo é percebido como uma maneira de administrar significados; um estado mental que é introjetado por determinados indivíduos, que se tornam particularmente abertos a relações com uma pluralidade de culturas percebidas como diferentes de seu universo cultural de origem. Trata-se, nas palavras do autor, de "uma orientação, uma vontade de se envolver com o Outro" (HANNERZ: 1994, p. 253). Em suma, é possível afirmar a inexistência de relação direta necessária entre cosmopolitismo e territórios visitados: trata-se muito mais de uma característica subjetiva do que apenas o efeito de uma presença objetiva por territórios diversos.

O cosmopolita contemporâneo, globalizado, amplia de forma exponencial a sua rede de sociabilidade e, no exercício de relacionar-se (direta e indiretamente, em presença ou de modo mediado) com culturas de países diversos, expande sua própria autonomia (afastando-se da cultura originária, ao mesmo tempo em que a mantém como referência segura) e constitui e solidifica sua individualidade em meio à variedade de significados que administra. Nas palavras de Hannerz, "o cosmopolitismo, na maioria das vezes, possui um filão narcisista: o eu é arquitetado no espaço onde as culturas se refletem entre si" (ibidem, p. 254).

Associando a visão de Simmel à de Hannerz a respeito do cosmopolitismo, é possível investigar os usuários de redes sociais sob a ótica de sua abertura (ou falta de) a manifestações culturas distintas, tornadas acessíveis mediante plataformas variadas de comunicação à

45 Ideia várias vezes problematizada pela antropologia contemporânea, que costuma destacar a habilidade das culturas locais de se adaptarem às pressões globais, em vez de simplesmente sucumbirem a elas – contestando, desse modo, o discurso do "fim de culturas locais" hipoteticamente protagonizado em situações de globalização. A título de exemplo, recomenda-se a leitura de Marshall Sahlins (SAHLINS: 2003).

distância. Ou seja: abre-se a possibilidade de averiguar a existência de um perfil "cosmopolita *online*", que administraria sua identidade e representações do eu mediante a interação com teias de significado muito diferentes entre si, e com uma tendência comportamental mais voltada à aceitação de diferenças e à convivência com grupos sociais diversos, opondo-se, por seu turno, a indivíduos que se recusam a incorporar valores muito distintos daqueles de sua cultura originária – ou seja, pessoas classificáveis como "localistas" (mesmo que não morem em cidades pequenas, como Simmel retratara na época), possuindo maior tendência a comportamentos intolerantes em relação a outros grupos sociais nas redes.

Na pesquisa empírica aqui apresentada, foi possível associar relações interpessoais no *Facebook* com um e outro tipo de conduta, conforme desenvolvidos a partir de uma dada interpretação dos raciocínios de Simmel e Hannerz. Contudo, para além das perspectivas de origem goffmaniana e simmeliana, outras abordagens devem ser apropriadas para compreender as lógicas que operam interações virtuais focadas na manipulação de representações virtuais do eu. Para além da utilização de perspectivas teóricas de sociólogos como Erving Goffman e Georg Simmel, o tema demanda consulta de bibliografia mais recente e especializada, voltada diretamente aos modos *online* de sociabilidade – como as discussões da americana Christine Hine (1999; 2007) a respeito. Combinadas, contribuições clássicas e contemporâneas podem elucidar questões sobre a interação humana em ambientes virtuais com mais completude. Todavia, antes de ingressarmos em discussões mais recentes sobre interações sociais em ambientes *online* cabe trazer algumas reflexões acerca da questão da "identidade pessoal" (e como ela se apresenta na virtualidade) e sobre o funcionamento mais "estrutural" de redes de sociabilidade como o *Facebook,* tal como o modo pelo qual essas estruturas influenciam o comportamento de sociabilidade dos usuários.

2.2 Dualidade e pluralidade do eu dentro do *Facebook*

Quando falamos de um espaço social tão múltiplo quanto o *Facebook* e outras redes sociais, em que indivíduos interagem com pessoas oriundas de diferentes esferas e se expressam em relação às mais variadas questões – ao frequentar de modo concomitante, por exemplo, grupos de interação de caráter político, musical, acadêmico, e muitos outros –, faz-se útil uma discussão acerca do conceito de *identidade pessoal* e de sua dinâmica formativa. Especificamente, o tipo de situação social mencionado é um convite à reflexão a respeito do caráter *múltiplo e heterogêneo* da identidade, conforme percebida por algumas escolas da sociologia e da psicologia social. Tal compreensão não é banal, uma vez que, nas sociedades ocidentais modernas, se desenvolveu historicamente a crença na unidade e homogeneidade do eu, expressa na busca por coerência e pela constante denúncia de "hipocrisia" sobre aqueles que teimam em revelar traços identitários supostamente contraditórios.

Questiona-se, desse modo, se tal "mal-estar" – traduzido pela denúncia à "hipocrisia" - ainda é frequente nos tempos atuais, ou se é desenvolvida maior tolerância à multiplicidade de traços identitários – aceitação que poderia, em partes, ser favorecida, justamente, pela difusão de interações sociais mediadas por redes sociais virtuais. Estas, contrariando de forma frontal o raciocínio da "unidade do eu", podem evidenciar o caráter múltiplo da identidade pessoal, pondo em cheque a percepção de homogeneidade, uma vez que colocam em evidência indivíduos que expressam opiniões e gostos pessoais variados em um meio ambiente de sociabilidade – os quais, para um observador externo, podem por vezes parecer contraditórios.

Mais do que isso, as redes sociais também são um palco para compreender a complexa dinâmica entre indivíduo e sociedade, ou entre as pressões externas por conformidade e as vontades e impulsos propriamente pessoais; em suma, para observar o processo, na maioria das vezes conflitivo e complexo, de formação das identidades. Claude Dubar (1945-2015) foi um dos sociólogos que ressaltaram o caráter dual da realidade social – que, por seu turno, é traduzida na dualidade do "eu"; em outras palavras, na inerente divisão da identidade em uma "para si" e uma "para outro", separação que, por sua vez, confirma o seu caráter *incerto* e *provisório*. Nas palavras do autor:

> "(...) identidade para si e identidade para o outro são ao mesmo tempo inseparáveis e ligadas de maneira problemática. Inseparáveis, uma vez que a identidade para si é correlata ao Outro e a seu reconhecimento: nunca sei quem sou a não ser no olhar do Outro. Problemáticas, dado que a 'experiência do outro nunca é vivida diretamente pelo eu...' (LAING, p.29) (...) Ora, todas as nossas comunicações com os outros são marcadas pela **incerteza**: posso tentar me colocar no lugar dos outros, tentar adivinhar o que pensam de mim, até mesmo imaginar o que eles acham que pensam deles etc. Não posso estar na pele deles. Eu nunca posso ter certeza de que minha identidade para mim mesmo coincide com minha identidade para o Outro. **A identidade nunca é dada, ela sempre é construída e deverá ser (re)construída em uma incerteza maior ou menor e mais ou menos duradoura**" (DUBAR: 2005, p. 135; grifo nosso).

Em uma outra passagem, Dubar define a identidade como o "resultado a um só tempo estável e provisório, individual e coletivo, subjetivo e objetivo, biográfico e estrutural, dos diversos processos de socialização que constroem os indivíduos e definem as instituições" (ibidem, p. 136). O desenvolvimento dessa identidade é caracterizado pela **articulação** de dois processos distintos, a saber: a "identificação por outrem" e a "autodefinição", que são inseparáveis e relacionados de modo problemático – uma vez que, embora a "identidade para si" seja correlata ao Outro e seu reconhecimento, nunca é possível viver diretamente a experiência desse outro e, assim, apreender diretamente a identidade que ele atribui ao sujeito; em outras palavras, aquilo que o outro pensa a meu respeito sempre carrega alguma dose de incerteza. Mesmo sem essa certeza, muitos podem administrar suas interações sociais na

tentativa de alterar a forma como eles acham que os outros o veem, aproximando-a de sua própria percepção sobre si (movimento que dialoga com comportamentos verificáveis nos participantes da pesquisa: é comum o hábito de publicar para validar uma certa identidade perante os demais, na tentativa de convencer a "plateia *online*" a adotá-la).

Essa compreensão resgata, em boa medida, as percepções expressas por George Herbert Mead (1863-1931), um psicólogo social preocupado com o processo humano de socialização – entendido como o processo de construção da identidade social balizado pela interação com os outros. De acordo com essa visão, o indivíduo desenvolve progressivamente sua capacidade comunicativa enquanto membro de uma comunidade significativa - que, por seu turno, participa ativamente de sua própria existência (DUBAR: 2005, p. 92). Em "*Mind, Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*"(1934), Mead divide o processo de constituição do *self* em duas fases complementares: o "mim", parte individual convencional, responsável pela adequação do organismo ao grupo social; e o "eu", responsável pela resposta do organismo às atitudes dos outros. A identidade humana é estruturada a partir de um jogo contínuo envolvendo as duas forças citadas, de conformidade e diferenciação, sendo que os valores de cada uma em relação à outra variam de acordo com a situação:

> "Os valores relativos do 'mim' e do 'eu' dependem muito da situação. Se alguém mantém sua propriedade na comunidade, é de grande importância que ele seja um membro dessa comunidade, já que é sua apropriação da atitude dos outros que lhe garante o reconhecimento de seus próprios direitos. Ser um 'mim' sob tais circunstâncias é algo importante. Confere ao indivíduo sua posição, confere-lhe a dignidade de ser um membro da comunidade, é a fonte de sua resposta emocional aos valores que lhe pertencem como membro da comunidade (...)
>
> Às vezes, é a resposta do ego ou 'Eu' a uma situação, a forma na qual alguém se expressa, que lhe traz um sentimento de importância primordial. Afirma-se contra uma dada situação, e a ênfase está na resposta. A demanda é por liberdade das convenções, das leis estabelecidas. Claro que essa situação só é possível onde o indivíduo apela, por assim dizer, de uma comunidade limitada e restrita para uma maior, isso é, maior no sentido lógico de contar com direitos não tão restritos. Apela-se de convenções fixas que não têm mais qualquer significado para uma comunidade na qual os direitos devem ser reconhecidos publicamente, e apela-se para outros na suposição de que há um grupo de outros organizados que respondem ao seu próprio apelo – mesmo se o apelo seja feito à posteridade. Nesse caso, há a atitude do 'eu' como contrária ao mim" (Mead: 1934, p. 92, tradução nossa).

Assim, ora o indivíduo aciona forças de conformidade ao grupo, ora aparece pelo questionamento de seus pares - uma resposta do "eu" à vida social, que é sempre incerta e sujeita a grandes riscos. Desse modo, vê-se que Mead, como Dubar, também destacava o aspecto dinâmico e "permanentemente incompleto" das identidades pessoais – recusando um

suposto caráter *completo* dessa constituição, uma identidade totalmente formada e alcançando um certo nível de estabilidade e permanência ao longo do tempo.[46]

Outro crítico da noção estanque, homogênea e invariavelmente coerente de "identidade", mas escrevendo em tempos mais atuais, o sociólogo Bernard Lahire (1963) também traz contribuições fundamentais para essa temática. Tratando, especialmente, de uma *sociologia das disposições*, o autor reflete sobre as possibilidades de abordar sociologicamente a questão da identidade respeitando-se seu caráter múltiplo e diversificado, com hábitos por vezes notados como contraditórios. Escrevendo sobre sua abordagem sociológica e o conceito de "disposição", ele diz:

> "(...) uma disposição só se revela por meio da interpretação de múltiplos traços, mais ou menos coerentes ou contraditórios, da atividade do indivíduo estudado (...). Ao considerar uma série de informações relativas à maneira como o ator se comporta, age e reage em diversas situações, o sociólogo tenta formular o princípio que dá origem a esses comportamentos" (Lahire: 2004, p. 22).

Nesse sentido, o autor propõe que o sociólogo considere toda a diversidade de ações, comportamentos e reações ao estudar um certo indivíduo, buscando compreender um ou mais princípios geradores para tais atitudes – as *disposições*. Quando se aborda o caráter múltiplo da identidade dessa maneira, abre-se a possibilidade, por exemplo, de se estudar:

> "(...) a variação intra-individual dos comportamentos, atitudes, gostos, etc., segundo os contextos sociais. (Nesse estudo) essa variação foi captada em suas dimensões diacrônica (durante uma biografia) e sincrônica (nos domínios de práticas diferentes ou em diversos microcontextos intradomínios), e tentou lhe dar um sentido a partir da combinação da pluralidade das disposições incorporadas e da pluralidade dos contextos em que os atores evoluem". (Ibidem, p. 26).

Assim, a abordagem teórico-metodológica desse autor tem como foco a pluralidade de comportamentos observáveis em um mesmo indivíduo - seja ao longo do tempo, seja em um mesmo período, mas em contextos interativos distintos. Adaptando tal perspectiva ao estudo das relações virtuais, é possível tratar essa variedade comportamental levando em conta a expressão de diferentes gostos e preferências dentro do próprio *Facebook* e/ou considerando-o como um dos múltiplos contextos interativos em que o indivíduo pode expressar aspectos diferentes de sua personalidade (atentando, assim, para a possiblidade de que um usuário demonstre características pessoais nas redes sociais diferentes daqueles traços mostrados em outros contextos interativos, como no seio da família ou em seus círculos de amigos da escola). Desse modo, a abordagem apresentada por Bernard Lahire, apesar de não ter sido diretamente selecionada para tratar os objetivos específicos deste estudo, favorece a maior compreensão

46 Em outro livro (Dubar: 2009) Dubar explora as "crises de identidade" a que o indivíduo está sujeito ao longo da vida, demandando, muitas vezes, uma reelaboração radical do modo como este se percebe.

sobre o tema, respeitando a possibilidade de traços múltiplos da identidade, expressos em momentos e contextos interativos distintos. Falando especificamente da questão proposta neste presente estudo, qual seja, o jogo de representações do eu virtualmente administrado, não é apenas possível como muito útil aplicar as contribuições de Mead, Dubar e Lahire para compreender determinados comportamentos e potenciais conflitos interativos que, por seu turno, interferem nas fachadas administradas no dia a dia e igualmente expressas, com algumas particularidades, em ambientes virtuais de interação.

Ao engajar-se em interações no *Facebook* e, em especial, ao publicar e comentar postagens, o indivíduo expõe sua identidade à validação do outro: suas publicações sempre podem comunicar a forma como ele se autodefine e como espera que os outros o vejam e tratem. Nas notícias, nos poemas e nos *gifs* que compartilha na rede, seus valores, sua personalidade e seus afetos aparecem indiretamente e são comunicados àqueles que com ele mantêm relação *online*. De certo modo, trata-se de uma forma de o usuário dizer quem é – a si mesmo e aos outros –, seja mediante a conformação aos valores dos grupos dos quais faz parte, seja para destacar-se individualmente, mostrando que não é apenas "mais uma ovelha no rebanho". Como vimos, contudo, o processo de constituição de identidades nunca é definitivo; assim, o indivíduo pode alterar muitas vezes o modo como se vê e como espera que os demais o vejam. Sempre existe, portanto, a possibilidade de inovar nas interações virtuais, publicar algo novo sobre um aspecto até então pouco explorado de sua personalidade: um novo gosto musical ou culinário descoberto, a mudança de uma opinião política, etc. Ademais, o modo como usuários constituem perfis e revelam suas preferências na rede também serve para exemplificar a pluralidade do eu; na mesma interface do "perfil pessoal", por exemplo, destacam-se os mais variados interesses de um membro do *Facebook*, como é possível notar na imagem a seguir:

Seção "eventos" do perfil pessoal de um dos entrevistados

Apenas em uma seção isolada de seu perfil, o usuário expressa informações diversificadas sobre quem é e quais são as suas preferências: interessa-se por OVNIs, por festas tradicionais, pole *dancing* e por pautas políticas determinadas. Dessa forma, quem entra na página desse participante dificilmente desenvolverá dele uma visão "única" e "coesa", tendo acesso a uma série de "fragmentos" que compõem a sua identidade (por mais limitados que esses "fragmentos" se revelem caso se conheça o usuário mais a fundo, em outros contextos interativos e apresentando traços de personalidade ainda mais diversos). Polivanov também nota a relação entre as redes virtuais e o caráter múltiplo e dinâmico das identidades humanas, ao afirmar que

> "(...) conceitos como o de 'múltiplo *self*', '*self* dinâmico' e 'identidade narrativa', dentre outros similares, têm em comum o foco no caráter de construção, mudança e diversidade dessas estruturas (*self* e identidade), aspectos esses que estão intrinsecamente relacionados às páginas pessoais (e aos sites de redes sociais, por extensão), que estão sempre 'em construção', podendo ser 'regularmente atualizadas para refletir as últimas concepções do self' (...). Além disso, tais páginas/sites permitem juntar, em um único lugar, aspectos diversos e diacrônicos do self e suas sub-identidades, ao contrário das interações face-a-face (POLIVANOV: 2014, p. 13).

Desse modo, é possível perceber que o *Facebook* se apresenta como um espaço interativo que permite a exibição do caráter plural e dinâmico da identidade pessoal.

Apesar disso, é interessante perceber como a visão exposta pelo próprio fundador do *Facebook*, Mark Zuckerberg, a respeito da suposta "unidade do eu" se opõe radicalmente às abordagens aqui tratadas. Em entrevista para o jornalista David Kirkpatrick, ele afirmou: "os tempos em que tínhamos uma imagem diferente para os nossos amigos ou colegas de trabalho e outra para as pessoas que conhecemos provavelmente chegarão ao fim muito em breve... ter duas identidades é um exemplo de falta de integridade" (Kirkpatrick: 2011, *apud* Pariser: 2012, p. 99). Essa fala revela que para ele, na sociedade conectada de hoje em dia, não haveria mais espaço para a "multiplicidade do eu", e tampouco para o anonimato que seria necessário para exercer essa multiplicidade de forma mais "livre". Afinal, para os indivíduos serem "íntegros", segundo essa visão, não deveriam portar-se de forma diferente de acordo com a ocasião, tampouco ocultar sua identidade ao fazê-lo.

Obviamente, a visão do fundador do *Facebook* sobre a identidade humana não é inocente, estando claramente vinculada aos objetivos da empresa em maximizar seus lucros. Também não podemos subestimar a influência desses objetivos para a consolidação de modos de sociabilidade típicos dessa rede social: como veremos na seção seguinte, a forma como o *Facebook* é configurado e organiza seu gigantesco volume de informações delimita, em grande parte, o modo como nossas interações cotidianas ocorrerão nesse meio.

Associando-se o discurso de Zuckerberg às discussões sobre o processo de formação identitária e à visão de Lahire, pode-se notar que, na verdade, o *Facebook* não favorece uma visão coesa e unitária da identidade, mas que isso não o impede de desprezar o anonimato e estimular seus usuários a administrarem o caráter plural de sua identidade mediante a exposição máxima de informações e a associação a um perfil identitário "central" e devidamente rastreável – ou seja, pela máxima revelação possível de "fragmentos identitários", de traços comportamentais, gostos e preferências diversas, associados a uma identidade única e conhecida por seu sistema. Afinal, como será mais bem desenvolvido na seção seguinte, um grande objetivo implícito em redes sociais como o *Facebook* é o acúmulo máximo de informações sobre todos os indivíduos cadastrados, de modo a viabilizar ofertas publicitárias dirigidas que são cada dia mais indispensáveis para grandes empresas, ávidas por atingir com exatidão o público que apresente mais tendências "comportamentais" para consumir seus produtos.

2.3. Desvendando a "estrutura" e seus condicionamentos: *Facebook* e seu sistema de filtros

As abordagens sociológicas simmeliana e goffmaniana, utilizadas na pesquisa e explanadas nas seções anteriores, são usualmente categorizadas como perspectivas que conferem maior ênfase ao indivíduo e suas ações - em detrimento de visões que privilegiam "estruturais sociais" e a capacidade delas de condicionarem o comportamento humano. Por um lado, Simmel refletia, entre outros temas, sobre a luta do indivíduo metropolitano pela afirmação de sua individualidade diante de forças sociais homogeneizadoras. Já Goffmann, com sua "microssociologia", ocupou-se com o estudo das regras de interação vigentes nas sociedades ocidentais, conferindo bastante ênfase ao modo como os indivíduos agem para reafirmar ou quebrar essas normas de conduta em seu cotidiano interativo.

O estudo aqui exposto, partindo desse aparato teórico, focaliza as *estratégias interativas* adotadas por indivíduos paulistanos usuários de redes sociais, tendo como um de seus "panos de fundo analíticos" a luta pela afirmação da individualidade em meio ao mundo urbano moderno, caracterizado pela massificação e pelas duas formas de "individualismo" descritos por Simmel (2006 [1917]). A escolha desse tipo de abordagem, contudo, não implica desprezar fortes características estruturantes por trás do fenômeno da "*sociabilidade online*": como em qualquer âmbito social, nos meios de sociabilidade mediados pela tecnologia não é possível negar a importância de forças sociais estruturantes sobre a conduta individual, reconhecendo-se ser igualmente possível adotar uma abordagem analítica que privilegie tal aspecto. Nesse sentido, a presente seção reserva um espaço mínimo para explorar algumas configurações específicas da rede social *Facebook*, destacando o quanto elas são capazes de condicionar

muitos dos padrões de comportamento verificáveis entre seus usuários. No entanto, o trajeto escolhido para isso não parte de uma análise mais ampla sobre o funcionamento estrutural da sociedade capitalista contemporânea – que será abordado no último capítulo –, mas sim das lógicas mais circunscritas presentes nas grandes corporações de empresas voltadas à interatividade *online*, especialmente o próprio *Facebook*. Desse modo, o objetivo é relacionar a lógica operante nas grandes empresas à configuração de seus aplicativos e aos tipos de relações estabelecidas nesses *loci* de sociabilidade.

Para iniciar essa empreitada, é necessário explorar as intenções relativamente ocultas das empresas desenvolvedoras de aplicativos e plataformas virtuais que medeiam e facilitam a navegação pela *internet* e a interação entre seus usuários. Tais motivações ajudam-nos a vislumbrar o modo como o *Google* e o *Facebook,* por exemplo, se constituíram de uma forma determinada, de modo a favorecer certos usos e limitar outras possibilidades de apropriação das mais recentes ferramentas *online* de comunicação.

Eli Pariser, autor de "O filtro invisível: o que a *internet* está escondendo de você" (2012), ao tecer uma interpretação crítica dos desenvolvimentos mais recentes da i*nternet*, fornece dados importantes acerca das motivações supracitadas e sobre a lógica de funcionamento operante em algumas plataformas virtuais de importância. A preocupação central de Parisier, no livro em questão, é denunciar os "sistemas de filtro" em vigência nos mais diversos ambientes *online,* desenvolvidos por empresas de tecnologia com a intenção principal de aumentar suas taxas de lucratividade – acarretando uma série de "efeitos colaterais" explicitados ao longo da obra.

Antes de dissertar sobre as especificidades de tais efeitos, contudo, é necessário explicar melhor o que são e como operam esses "filtros". Parisier associa sua ampla difusão pela *internet* à nova política da *Google*, divulgada em dezembro de 2009, que trazia mudanças bastante significativas para o mecanismo de buscas de empresa:

> "A partir daquela manhã, o *Google* passaria a utilizar 57 ´sinalizadores´ - todo tipo de coisa, como lugar de onde o usuário estava conectado, que navegador estava usando e os termos que já havia pesquisado – para tentar adivinhar quem era aquela pessoa e de que tipos de *sites* gostaria. Mesmo que o usuário não estivesse usando sua conta do *Google*, o site padronizaria os resultados, mostrando as páginas em que o usuário teria mais probabilidade de clicar segundo a previsão do mecanismo" (PARISIER: 2012, pp. 7-8).

A *Google* passou a contar, nesse momento, com um algoritmo de buscas *personalizado*: cada usuário, ao realizar uma busca no site da empresa, poderia encontrar resultados muito diferentes de colegas que pesquisaram sobre o mesmo termo. Tratava-se de uma mudança

radical em comparação com o sistema anteriormente predominante, o algoritmo *PageRank*, que classificava os sites por sua relevância de acordo com *links* listados por outras páginas da rede.

Porém, os algoritmos da *internet* não existem apenas para melhor orientar as pesquisas dos usuários; na verdade, a margem de lucro de grandes corporações do ramo, como *Microsoft, Google*, *Apple* e etc., dependem muito de sua capacidade de direcionar publicidade. Como diz Parisier: "quanto mais personalizadas forem suas ofertas de informação, mais anúncios eles conseguirão vender e maior será a chance de que você compre os produtos oferecidos" (ibidem, p. 13). Ou seja: tais plataformas virtuais, ao coletar um volume surpreendente de dados sobre milhões de usuários, converte-os em mercadorias para outras empresas, interessadas em atingir publicitariamente os *targets* certos para seus produtos.

Citemos, novamente, o exemplo da *Google*: de acordo com os termos pesquisados pelos usuários no *site* de buscas da empresa, seu algoritmo avalia os seus gostos e tendências, sendo capaz de disponibilizar publicidades direcionadas de acordo com tais preferências. Alguém que pesquisa, frequentemente, sobre camas e qualidade de sono no *site* de buscas poderá, assim, ser "bombardeado" por propagandas de colchões e travesseiros durante sua experiência *online*. Em suma, o usuário envia um conjunto específico de informações ao *Google* a cada busca realizada, o que aumenta o conhecimento da empresa sobre ele (um conjunto de informações que será mercantilizado, vendido para anunciantes de acordo com o perfil traçado pelo sistema), alimentando e aperfeiçoando o próprio caráter personalizado desse mecanismo.

O algoritmo do *Facebook*, por seu turno, é sofisticado a ponto de segmentar seus milhões de usuários de acordo com uma série de interesses, que vão desde filmes e músicas favoritas até locais e opiniões políticas determinadas. Não podemos desprezar o uso mercadológico dado pela empresa às informações fornecidas por seus usuários: o algoritmo dessa rede social permite a constituição de publicidades dirigidas eficientes, fornecendo às empresas a chance de atingir diretamente nichos de mercado– de acordo com interesses e hábitos expressos mediante "curtidas" durante a navegação. Vendidas as publicidades para as empresas, anúncios direcionados passavam a aparecer nas páginas iniciais daqueles usuários que o *Facebook* supôs como alvo de interesse mercadológico.

Por sua vez, o *Facebook* também é conhecido por associar-se a diversos aplicativos externos que são capazes de coletar diretamente os dados dos usuários para finalidades particulares, utilizando seus próprios algoritmos. A polêmica mais recente envolvendo o uso de dados de usuários dessa rede social resultou, inclusive, em um pedido de desculpas oficial de

seu fundador, Mark Zuckerberg, em uma sessão do Congresso americano[47]. Em março de 2018, Christopher Wylie, um funcionário da *Cambridge Analytics*, concedeu entrevista ao jornal The Guardian[48] revelando que sua empresa coletou dados de usuários do *Facebook* – em um volume total que alcançou mais de mais de 87 milhões[49] de perfis individuais de todas as partes do mundo (incluindo a de cerca de 440mil brasileiros) –, utilizando-os para traçar tendências políticas. Essa coleta massiva de informações teria sido instrumentalizada para alimentar verdadeiras máquinas eleitorais virtuais, viabilizando análises sobre tipos de publicação mais capazes de influenciar politicamente uma parte considerável de eleitores pelo mundo (a partir de traços de personalidade coletados pelo sistema); há suspeitas, nesse sentido, de a empresa ter usado os dados para favorecer diretamente as campanhas de Donald Trump, nos Estados Unidos, e pela saída do Reino Unido da União Europeia, no referendo de junho de 2016. O modo como a empresa coletou os dados chama a atenção: um teste de personalidade que, quando acessado, solicitava acesso a informações não apenas do usuário, mas de todos os seus contatos pessoais – sendo que, como em muitos outros aplicativos similares, os indivíduos geralmente optam por permitir irrestritamente o acesso solicitado por aplicativos e jogos associados ao *Facebook*. Com isso, apesar de cerca de 320mil pessoas realizarem o teste aparentemente inofensivo em 2014, milhões de contas também foram acessadas de modo indireto.

O *Facebook* é acusado, especificamente, de ter conhecimento sobre essa coleta abusiva e de não ter tomado nenhuma providência real, nem recuperado as informações adquiridas pela empresa; atitudes contundentes vieram apenas após a publicização do ocorrido, quando Zuckerberg anunciou que o aplicativo havia sido banido da rede social e que iria reduzir o acesso de dados de usuários por meio de aplicativos externos ao *Facebook* – de modo a, no mínimo, reduzir as chances de informações serem repassadas a empresas externas sem o consentimento explícito dos indivíduos envolvidos. Esse é apenas um exemplo mais recente, que mostra claramente as questões éticas envolvendo o uso massivo de dados pessoais pelo

---

47 Fonte: "Mark Zuckerberg, CEO do Facebook, testemunha diante do Congresso dos EUA pela 1ª vez". Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/zuckerberg-ceo-do-facebook-testemunha-diante-do-congresso-dos-eua-pela-1-vez.ghtml>. Acesso em 17/04/2018.

48 Fonte: "'I made Steve Bannon's psychological warfare tool': meet the data war whistleblower". Disponível em: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/data-war-whistleblower-christopher-wylie-faceook-nix-bannon-trump>. Acesso em 17/04/2018.

49 Fonte: "Entenda o escândalo do *Facebook* que comprometeu dados de mais de 50 milhões". Disponível em: <https://olhardigital.com.br/noticia/cambridge-analytica/74724>. Acesso em 17/04/2018.

Facebook – que podem facilmente cair nas mãos de diversas empresas associadas, e cujas agendas nem sempre são diretamente acessíveis ao cidadão comum.

Mas, além desse tipo de filtragem, há outro, também implementado pelo *Facebook* e outras redes sociais, que detém igual interesse para o estudo presente: o *filtro de conteúdo* ou *bolha de filtros*, capaz de limitar a visualização de publicações da rede de acordo com o perfil que o próprio sistema constitui a respeito de seus usuários. Essas redes, utilizando informações fornecidas pelos indivíduos nelas cadastrados, passam a estimar o conjunto de "conteúdos" que mais "combinam" com eles, criando mecanismos para favorecer sua visualização em detrimento daqueles conteúdos que um algoritmo estima como "menos interessantes" para cada um. A rigor, contudo, não se trata de dois algoritmos distintos, mas do mesmo mecanismo com duas funções diferentes, embora complementares: o mesmo algoritmo que segmenta os usuários de acordo com seus gostos e preferências seleciona quais conteúdos serão prioritariamente exibidos ou ocultados para cada um dos indivíduos cadastrados no *Facebook*.

Nas linhas seguintes, descreveremos um pouco do funcionamento do algoritmo de *Facebook* sob a perspectiva específica da filtragem de publicações, considerando os seus efeitos sobre o tipo de relações sociais e estratégias interativas observados no trabalho de campo.

O filtro sobre a visualização de postagens: "vivendo em bolhas"

O volume de postagens compartilhadas dia a dia no *Facebook* é imenso; mesmo do ponto de vista de um usuário com poucos contatos virtuais, pode ser extremamente custoso acompanhar, com um mínimo de profundidade, tudo aquilo que é publicado por seus colegas durante, por exemplo, o período de um dia. Dependendo da frequência de publicação desses usuários e do número de contatos virtuais, páginas "curtidas" e grupos frequentados, um número imenso de postagens pode se acumular na "linha do tempo" do usuário, que terá dificuldades em acompanhar todo o conteúdo compartilhado por seus "amigos" com um mínimo de profundidade. Para evitar a sobrecarga decorrente desse bombardeamento de informações para seus clientes, o *Facebook* optou por desenvolver um sistema capaz de filtrar todas as publicações que poderiam, potencialmente, aparecer nessas "linhas do tempo"; descrevendo tal sistema em poucas linhas, ele estima quais publicações o usuário terá interesse em visualizar, com base em uma sondagem de seus interesses, preferências e "amigos" com quem mais interage na rede. Dessa forma, a tendência é que cada indivíduo consiga visualizar apenas aquilo que o *Facebook* estima que ele gostaria de ver com base em cálculos próprios; em outras palavras, nem tudo que seus colegas publicam pode ser visualizado por ele.

É evidente que isso simplifica a experiência da navegação por essa rede social; contudo, algumas implicações sociais e interacionais decorrerão dessa filtragem. Especialmente, pode-se apontar que esse sistema constrói uma visão limitada a respeito de cada usuário, com base em informações específicas que este emitiu durante um período específico de uso da rede – mas que não são capazes, por si, de defini-lo ou de oferecer uma projeção aproximada de sua personalidade ou estilo de vida. Trata-se de uma "ficção" com efeitos perversos, já que essa "construção identitária", após traçada, limita a experiência *online* do usuário: a partir das informações compiladas pelo algoritmo, será determinado com quem cada usuário terá mais ou menos facilidade de interagir (mediante o acompanhamento de postagens). Mesmo que essa "visão prévia" criada pelo sistema sobre cada um se atualize com constância, de acordo com novas informações diariamente enviadas pelos usuários, será difícil escapar dessa limitação, já que quaisquer interações posteriores serão condicionadas por essa visão, previamente consolidada a partir de suas ações virtuais pregressas. Sobre a limitação de opções que esse algoritmo acarreta, Pariser escreve:

> "Naturalmente, um excesso de opções é tão problemático quanto sua carência – podemos nos ver arrebatados pelo número de opções e paralisados pelo paradoxo da escolha. Ainda assim, a ideia básica se mantém: a bolha de filtros não apenas reflete nossa identidade. Ela também define as escolhas à disposição. Os estudantes das melhores universidades recebem ofertas direcionadas de empregos dos quais os estudantes de universidades piores nem sequer estão cientes. (...) Ao apresentar algumas possibilidades e bloquear outras, a bolha de filtros influencia nossas decisões. E, assim, molda a pessoa na qual nos transformamos" (Parisier: 2012, p. 102).

Além disso, para muitos a bolha de filtros favoreceria a constituição de um universo interativo *online* constituído por redes de interação previamente estabelecidas, caracterizadas pela homogeneidade, definidas de acordo com os gostos e interesses dos usuários - com cada um dialogando apenas com quem compartilha de tais preferências. Assim, qualquer um que discorde de sua visão de mundo estaria menos acessível por meios virtuais. Interpretações dessa espécie sobre modos mais atuais de sociabilidade têm sido bastante difundidas, ganhando significativa popularidade: critica-se, com frequência, a tendência a viver nessas "bolhas", evitando (ou sendo impelidos a evitar) interações mais profundas com indivíduos com opiniões e visões de mundo distintas, especialmente no âmbito político-ideológico[50]. De acordo com

50 Como exemplos, citamos uma reportagem do jornal "O Estado de São Paulo" ("Redes sociais formam 'bolhas políticas'". Disponível em: < http://link.estadao.com.br/noticias/geral,redes-sociais-formam-bolhas-politicas,10000023302>. Acesso em: 24/10/2017) e um artigo publicado no site da revista Vice (Nejrotti: "Sua rede social favorita acaba de garantir que lhe entregará mais conteúdos de amigos e mais notícias com as quais você concorda. Porque você é incrível. Inteligente. Lindo. Perfeito". Disponível em: <https://motherboard.vice.com/pt_br/article/nz38y8/a-bolha-de-filtros-do-facebook-esta-piorando>. Acesso em: 24/10/2017>), mas muitos outros poderiam ser levantados.

essa crítica, essa forma de interação pode fazer os indivíduos desaprenderem a lidar com a alteridade.

Analisemos as implicações desse suposto isolamento social em "bolhas" sob a perspectiva da lógica da administração de representações do eu. Como já exposto, interações mediadas por essa rede social, em comparação com interações tête-à-tête, têm um fator complicador: a maior probabilidade de uma plateia consideravelmente mais heterogênea, uma vez que o usuário pode interagir com conhecidos que pertencem a círculos de sociabilidade os mais variados – amigos íntimos, familiares, colegas de trabalho e faculdade e etc. Nesses casos, torna-se mais custoso sustentar representações do eu que seriam capazes de agradar, com um grau razoável de sucesso, toda a "plateia *online*" com acesso à sua "linha do tempo" (sendo ela composta pelos mais diferentes valores e preferências). Aquilo que é publicado para sustentar a imagem de um "bom profissional" perante colegas de trabalho pode, de modo concomitante, desacreditar a imagem de "homem descolado" que alguém almeja sustentar perante amigos íntimos, por exemplo – mas ambos os públicos, a princípio, poderão ter acesso ao que o usuário publicar.

Nesse sentido, o algoritmo do *Facebook*, ao favorecer a interação entre usuários que, em teoria, compartilham os mesmos interesses e valores, age como um "segmentador de plateias", separando arbitrariamente os usuários ao facilitar ou dificultar a visualização de suas postagens por seus colegas. Aqueles que teríamos maior probabilidade de desagradar com nossas opiniões e gostos pessoais têm menos chance de as visualizarem; com isso, minimizam-se possíveis conflitos e prejuízos a fachadas sustentadas no âmbito *online* e preservam-se relações mesmo em outros âmbitos de sociabilidade – evitando, a título de exemplo, casos em que parentes próximos se incomodam com as publicações do usuário, chamando sua atenção mesmo em ocasiões sociais não mediadas pela virtualidade, como festas e encontros familiares presenciais. A esse respeito, importante destacar que, dentre os entrevistados, ao menos quatro demonstraram viver situações semelhantes a essa: tanto quando publicam opiniões políticas impopulares entre familiares, como quando expressam hábitos e preferências íntimos e pessoais na rede, sofreram represálias deles fora do ambiente interativo *online*. Um dos participantes, inclusive, preferiu criar outro perfil para expressar o que sente sem passar pelo julgamento de familiares (apenas amigos mais próximos o acompanham em tal perfil), reservando poucas publicações (e menos controvérsias) para a página anterior. Outros revelam terem simplesmente evitado conversar com familiares após situações de tensão envolvendo suas publicações *online*.

Nesses casos, o sistema de filtros do *Facebook* mostrou-se pouco eficaz para a proteção das representações do eu perante públicos que não compartilham certos valores do usuário. No

entanto, caso o filtro do *Facebook* funcione de modo satisfatório, ele é capaz de "proteger" o usuário de "familiares" ou outros "contatos" com quem preserva um relacionamento fora das redes, mas com os quais preferira evitar assuntos mais polêmicos (de modo a conseguir sustentar representações do eu favoráveis e evitar situações interativas que as ameacem, colidindo com valores antagônicos aos seus). Esse procedimento pode ser útil entre aqueles que contam com uma rede mais heterogênea de contatos virtuais, e que devem preocupar-se mais em manter sua fachada perante indivíduos que não necessariamente partilharão de seus valores e visões de mundo; de forma inversa, torna-se menos útil entre aqueles com redes de contatos mais homogêneas, que enfrentam menos riscos de engajar-se em discórdias e conflitos interativos – uma vez que seus "amigos", nesse caso, já devem possuir visões de mundo similares à sua.

Por outro lado, também é importante debater os efeitos da bolha de filtros sob a perspectiva de suas consequências sobre a impressão do nível de heterogeneidade da plateia do *Facebook,* e sobre a própria capacidade de os usuários a agradarem – ou, em outras palavras, sua relação com o grau de *impressão de sucesso* na condução de estratégias representativas nessa rede social. Do mesmo modo que nem todas as publicações de um determinado usuário serão visualizadas, também não será fácil visualizar, a princípio, parte das postagens publicadas por indivíduos com quem ele interage menos no *Facebook*; por conseguinte, temos que o algoritmo ajuda a criar uma *ilusão de homogeneidade* sobre esses indivíduos, fazendo-os muitas vezes parecerem relativamente similares, com opiniões e preferências semelhantes às de quem os acompanha. Como consequência, diante da dificuldade de visualização de postagens imposta pelo algoritmo, também é possível supor que apenas os poucos indivíduos com quem ele interage mais no dia a dia tendem a "curtir" e "comentar" as postagens colocadas por esse eventual usuário (já que eles terão, a princípio, mais acesso a essas publicações do que os demais); isso, por seu turno, ajuda na construção de uma imagem de aprovação social muito mais efetiva – mais do que, por exemplo, se todos os contatos pudessem interagir com as publicações que ele compartilha, mesmo que não sustentem com ele relações mais profundas em meio à virtualidade. De todo modo, pelo que foi visto até aqui, trata-se de um aparato do *Facebook* voltado a reduzir os conflitos e as inseguranças nas interações, facilitando, com isso, o aumento da impressão de "sucesso" nas representações do eu virtualmente sustentadas – uma vez que favorece as representações do eu sustentadas com aqueles com os quais já existam interações com alguma constância e/ou maior profundidade.

A despeito de suas facilidades, um dos grandes problemas desse mecanismo de filtragem é que ele escapa do controle dos usuários e de suas intenções. O algoritmo do *Facebook* é

automático e baseado em cálculos estatísticos, e seu funcionamento independe da consciência e dos interesses conscientes dos indivíduos que por ele interagem, que não conseguem desenvolver uma percepção exata sobre o real alcance de suas "representações virtuais do eu" – já que são incapazes de estimar com exatidão todos os contatos que terão acesso a suas postagens (detendo uma visão aproximada e abstrata da plateia que atingirão). Na verdade, é criada a *ilusão* de controle sobre as interações virtuais – reforçada pela possibilidade de configurar a privacidade das postagens e de "seguir" de modo mais direto as publicações de contatos virtuais determinados. Como consequência, as próprias estratégias interativas intencionais podem ser prejudicadas: muitas postagens com as chamadas "indiretas"[51] podem deixar de atingir o "alvo" almejado, por exemplo, enquanto muitos outros podem "falhar" ao tentar "agradar" uma parcela de sua plateia *online* – que, na realidade, sequer teve acesso ao que foi publicado, caindo no "filtro de postagens" do *Facebook*. Assim, vemos que seu algoritmo "obscurece" consideravelmente as interações ocorridas mediante publicações expostas nas "linhas do tempo", ao tornar ainda mais difícil estimar quem, em toda a rede de contatos virtuais de alguém nesse ambiente, terá acesso ao que o usuário publicar.

Retomando a discussão anterior, o algoritmo do *Facebook* realmente parece favorecer um certo tipo de "isolamento em bolhas"; contudo, tal situação também parece ser retroalimentada por ações desencadeadas pelos próprios usuários[52]. Conforme os próprios entrevistados, é muito comum optar por "excluir", "bloquear" ou "deixar de seguir" contatos que os desagradem; todos já passaram por isso, sendo como aqueles que "filtram" ou que são "filtrados". Ou seja: mesmo quando o *Facebook* ainda permite, ou favorece, a interação entre pessoas que não possuem muitas opiniões em comum, ainda são garantidos (e muito usados) instrumentos para que esse tipo de relacionamento seja interrompido ou evitado. Ademais, vale ressaltar que o algoritmo do *Facebook* é alimentado pelas próprias ações *online* de seus membros: essa e outras redes só conseguem filtrar conteúdos e segmentar seus usuários por serem alimentadas no cotidiano por dados fornecidos gratuitamente por todos e cada um dos cadastrados. Não é possível, por conseguinte, creditarmos apenas à configuração do *Facebook* uma segregação relativa dos usuários em "bolhas de sociabilidade", isentando os próprios indivíduos dessa responsabilidade – mesmo se pouco consciente. Ao que tudo indica, a

51 Mensagens implícita e disfarçadamente direcionadas para pessoas determinadas.

52 Nessa direção, podemos destacar uma reportagem, publicada no *site* de El País, que enfatiza o papel dos próprios usuários na consolidação dessas "bolhas de sociabilidade" (Fonte: "Usuários transformam seus murais no Facebook em 'bolhas' ideológicas". Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2015/05/06/tecnologia/1430934202_446201.html>. Acesso em: 24/10/2017).

configuração do *Facebook* e sua tendência em dividir os usuários em "bolhas" alimenta e é alimentada por tendências mais abrangentes, verificáveis nas formas contemporâneas de sociabilidade. Por outro lado, essa seção demonstra claramente que também não se podem desprezar os efeitos dos interesses corporativos e da tecnologia aplicada para desenhar e manter os programas que sustentam essas redes sociais, e o *Facebook* em especial, sobre as formas como representações virtuais do eu são constituídas e administradas no dia a dia dessas interações.

Ao longo do próximo capítulo, apresentando de forma mais aprofundada os objetivos da pesquisa de campo e seus achados, buscaremos relacioná-los tanto às perspectivas teórico-metodológicas escolhidas para estudar as formas de representação do eu virtualmente sustentadas quanto a abordagens que permitam associar as tendências interativas exploradas na presente seção com tendências sociais mais abrangentes, que remetem à sociedade de consumo contemporânea e sua lógica de funcionamento.

Capítulo 3 – A vida dos navegantes do *Facebook*

Nos capítulos 1 e 2 da tese, foram expostas as perspectivas teóricas selecionadas para fundamentar a pesquisa empírica, tal como a proposta investigativa propriamente dita. Essa proposta foi detalhada em paralelo com outras reflexões que a fortalecem – focalizando, de um lado, a problemática da formação (e administração) das identidades humanas e, de outro, o sistema de filtros do *Facebook*, capaz de delimitar as possibilidades interativas de seus usuários. Unindo o detalhamento das estratégias investigativas com a exploração de problemáticas como as citadas, visou-se a consolidação de um conjunto de informações necessárias para analisar com propriedade os dados obtidos empiricamente.

Ao longo do capítulo presente, serão apresentadas as mais importantes reflexões decorrentes da investigação empírica, além de um detalhamento da composição do trabalho de campo propriamente dito – especialmente, quem foram os participantes da pesquisa (nos diversos métodos adotados: entrevistas, grupos focais e etnografias virtuais) e quais foram as postagens selecionadas para análise. As informações mais gerais sobre a pesquisa de campo serão apresentadas na seção inicial do capítulo, juntamente com as primeiras reflexões sobre as informações levantadas – e, especificamente, os *tipos* de estratégias interativas *online* identificados ao longo do processo investigativo, associados a determinadas estratégias-padrão de manipulação de impressões alheias no *Facebook*. Para esse fim, serão prioritariamente discutidas as informações adquiridas a partir das entrevistas e grupos focais.

A segunda seção foi dedicada, por seu turno, a tipos de interação verificáveis a partir das observações etnográficas e análises de conteúdo, com um enfoque determinado sobre conflitos e situações interativas "embaraçosas" em geral. Compreende-se tais ocorrências como "matéria prima" essencial para viabilizar a compreensão mais aprofundada sobre as estratégias de interação usualmente empregadas nesse espaço interativo, especialmente para fins de proteção de representações do eu e de agressão a fachadas alheias.

No fim do capítulo, é esperada a constituição de um panorama sólido a respeito das lógicas interativas em vigência entre um público de jovens paulistanos das zonas norte e oeste, usuários do *Facebook*, com um enfoque nos modos como gerenciam suas representações virtuais do eu mediante a participação cotidiana nessa rede social.

3.1 Tipos de representações observadas

Nesta seção da tese, serão expostos detalhes sobre o trabalho de campo realizado para a obtenção de dados de pesquisa. Um total de **onze entrevistas** e etnografias virtuais foi realizado, todas com participantes entre 18 e 29 anos e com faixas de renda similares. Informações básicas sobre todos os entrevistados são apresentadas na tabela a seguir. Os nomes utilizados são fictícios, de modo a proteger a identidade dos participantes.

Nome	Idade	Renda familiar per capita	Formação	Ocupação	Bairro de residência	Redes sociais que utiliza	"Amigos" no *Facebook*
Carla	23 anos	R$ 1.000,00	Superior incompleto (jornalismo)	Estudante universitária	Butantã (Zona Oeste)	Facebook, Google+, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Filmow e Podcast	916
Patrícia	18 anos	R$1.000,00	Ensino médio completo	Secretária escolar	Pinheiros (Zona Oeste)	Facebook, Instagram e Snapchat.	681
Júlio	19 anos	R$2.000,00	Ensino médio completo	Mecânico de bicicletas	Pinheiros (Zona Oeste)	Facebook e Instagram.	768
Joana	19 anos	R$3.250,00	Ensino superior incompleto (geologia)	Estudante universitária	Pompeia (Zona Oeste)	Facebook, Twitter, Google+ e Instagram.	212/682[53]
Alessandra	19 anos	R$1.500,00	Ensino médio completo	Babá	Butantã (Zona Oeste)	Facebook, Twitter, Google+, Tumblr e Instagram.	1.112
Bruno	18 anos	R$3.000,00	Ensino superior incompleto (*design* gráfico)	Estudante universitário	Alto de Pinheiros (Zona Oeste)	Facebook, Instagram, Pinterest e Snapchat.	653
Ana	19 anos	R$3.000,00	Ensino superior incompleto (arquitetura)	Estudante universitária	Santana (Zona Norte)	Facebook, LinkedIn, Tumblr, Instagram e Snapchat.	919
João	19 anos	R$2.500,00	Ensino superior incompleto (química)	Estudante universitário	Alto de Pinheiros (Zona Oeste)	Facebook, Google+, LinkedIn, Instagram e Snapchat.	968
Alberto	28 anos	R$2.000,00	Ensino médio completo	Ferroviário	Pirituba (Zona Norte)	Facebook, Twitter e Google+.	713
Francisco	23 anos	R$2.000,00	Ensino médio completo	Desempregado	Parque São Domingos (Zona Norte)	Facebook e Instagram.	433
Marcos	26 anos	R$4.100,00	Ensino superior incompleto (Educação Física)	Policial Militar	Parque São Domingos (Zona Norte)	Facebook e Google+	979

Sobre o perfil selecionado para análise, cabe considerar que pode ser dividido em dois grupos principais, a partir do ponto de vista do local de residência: jovens moradores da Zona Oeste e da Zona Norte de São Paulo. O primeiro grupo foi formado a partir de ex-alunos do Ensino Médio do pesquisador (que indicaram amigos para participar), também professor da rede privada de ensino de São Paulo; já o grupo da Zona Norte foi constituído a partir de indicações de um seu ex-colega de trabalho. Assim, os jovens do primeiro grupo são

[53] 212 "amigos" em um perfil e 682 em outro perfil (com sua primeira identidade de gênero).

representativos de um grupo de estudantes de classe média da rede privada de ensino da Zona Oeste de São Paulo, moradores do entorno da Vila Madalena. Muitos deles já se conheciam previamente e frequentaram o mesmo círculo escolar, mesmo se em séries diferentes. Alguns já iniciaram suas vidas como universitários ou já ingressaram no trabalho (muito recentemente), mas essencialmente ainda dependem economicamente dos pais. E, nesse grupo, há quem seja altamente conectado (participando de várias redes sociais e comunicando-se frequentemente com numerosos contatos *online*), como Carla, Alessandra e Ana, e aqueles que, apesar de também possuírem uma vida virtual ativa, são menos engajados, interagindo com menos frequência e intensidade, como Patrícia e Júlio.

Já o segundo grupo foi constituído a partir de contatos (amigos e colegas de trabalho) de um colega de um amigo do entrevistador, sendo todos moradores da Zona Norte de São Paulo e, em geral, com condições econômicas inferiores aos jovens do primeiro grupo (a despeito da similaridade da renda familiar per capita, têm condições de moradia geralmente inferiores, por exemplo). Participam de menos redes sociais diferentes, o que não necessariamente significa que nelas interagem pouco: Alberto e Marcos, por exemplo, são bastante atuantes e possuem muitos contatos no *Facebook*. Contudo, esse grupo contou com indivíduos mais velhos, na fase final da "juventude" conforme considerada nessa tese, alcançando uma etapa mais "ativa" da vida: possuem um emprego fixo há algum tempo, com exceção de Francisco (que estava desempregado), possuindo uma vida social mais efusiva – interagindo com colegas de escola e de trabalho, familiares e outros grupos de sociabilidade com certa frequência. Ademais, possuem um núcleo familiar geralmente mais amplo que o primeiro grupo, vivendo com pais e um número geralmente maior de irmãos, além de, em geral, frequentarem instituições religiosas, também interagindo com indivíduos dos que são membros delas.

Apesar das diferenças, os dois grupos mobilizados para a pesquisa possuem as características consideradas para o cumprimento dos objetivos da tese: são jovens moradores de duas regiões da cidade de São Paulo, que interagem virtualmente com colegas componentes de diferentes esferas de sociabilidade, e que adotam diferentes estratégias interativas para administrar representações virtuais do eu.

Dois grupos focais foram realizados para complementar as informações obtidas por meio das entrevistas e observações etnográficas virtuais – nos quais foram trabalhadas, com maior profundidade, questões mais específicas relativas à administração de representações virtuais do eu. Em especial, por meio desses grupos focais foi garantida compreensão mais ampla sobre os impactos de tipos diferentes de publicações no *Facebook* para as representações

online de si administradas por participantes da pesquisa. Assim, em cada grupo focal, as pessoas foram convidadas não apenas a revelar seus hábitos de sociabilidade virtual em geral, como a expressar suas opiniões e sensações sobre tipos de postagem comumente encontradas no *Facebook*, de modo a desenvolvermos algumas compreensões acerca dos impactos de diferentes estratégias de administração de representações virtuais do eu.

Uma análise preliminar dos dados obtidos pelas entrevistas e grupos focais permitiu vislumbrar alguns padrões de comportamento *online* e estabelecer determinados "tipos de estratégia *online*", constituídos a partir do tipo de imagem social que os usuários por elas responsáveis buscam destacar – e medidos, em grande medida, pelos tipos de publicação preferidos e pela forma como esses indivíduos se relacionam com os outros pelo uso do *Facebook* e de suas ferramentas interativas. A seguir, serão descritos os perfis atitudinais obtidos pela análise, além de expostos exemplos ilustrativos para cada caso.

Tipo a – Estratégias militantes

A princípio, chama atenção o caráter *militante* da participação *online* de boa parte dos jovens entrevistados. Pelo menos quatro deles reconhecem-se como defensores de ao menos uma causa política e/ou social (como o feminismo, o movimento em defesa dos direitos de transgêneros e o movimento negro) e, de um modo ou de outro, essa filiação aparece nas formas de participação desses indivíduos na rede social em questão.

A entrevistada Alessandra, por exemplo, considera-se militante negra e feminista, além de defender causas LGBT - participando ativamente de grupos de *Facebook* com essa temática. O mesmo ocorre com Carla, muito participativa em grupos feministas da rede. Ela revelou, inclusive, que compartilha depoimentos em grupos com essa temática, contando suas experiências e trocando informações e orientações a respeito de como agir em determinadas situações diárias (como quando sofre assédios de figuras masculinas). A transgênero Joana, por sua vez, é militante LGBT, mas não revela muito de seu lado político em publicações na rede, muito embora tenha criado um perfil novo após assumir-se enquanto transgênero –ainda mantendo, todavia, seu perfil *online* "original", vinculado a sua identidade de gênero anterior. Nesse ponto, é possível perceber a relação de mútua dependência entre a formação da identidade pessoal desses entrevistados (em suas múltiplas acepções) e a expressão de visões políticas individuais com pares que compartilham dessa perspectiva: na luta por provarem seu valor individual dentro de grupos sociais, a adesão a perspectivas político-ideológicas cumpre um importante papel pois, por meio delas, o indivíduo se vê como pertencente a um grupo e, ao mesmo tempo, como alguém de destaque – ou seja, com uma visão forte sobre o mundo e com ideias claras sobre como ele deve ser organizado, capazes de diferenciá-lo perante seus pares.

Concomitantemente, e voltando às visões teóricas já apresentadas neste texto, vê-se a importância da linguagem política para balizar as representações virtuais do eu: a possibilidade de expressar ideias em grupos que compartilham sua visão de mundo permite exercícios mais eficientes de manipulação de impressões, fortalecendo as representações do eu para situações interativas distintas e menos favoráveis. Pela interação com pessoas que pensam de modo aproximado, os indivíduos "armam-se" de argumentos, posturas e posicionamentos para que possam "encarar" divergências em outros momentos e contextos sociais, garantindo maior possibilidade de sucesso na tentativa de manipular a impressão alheia de modo favorável (mesmo quando diante de indivíduos que discordam de sua visão de mundo e, por isso, podem engajar-se na tentativa de desacreditar sua representação em momentos de discussão). Nesse sentido, a interação em grupos compostos por indivíduos com ideias similares serve como um exercício de fortalecimento das representações virtuais do eu pautadas pela defesa de valores políticos e ideológicos mais claros.

Tipo b – Estratégias interativas discretas

Alguns dos entrevistados optam, com frequência, por uma atuação mais "discreta" no *Facebook*: publicam menos vezes, tecem poucos comentários, não costumam entrar em discussões na rede e escolhem publicar postagens de caráter menos polêmico. Mesmo a observância dessa forma de uso da rede social em questão, contudo, viabilizou importantes achados para a pesquisa ao revelar, com maior clareza, os riscos inerentes às interações *online:* esse tipo de atuação não significa menor acesso ao *Facebook*; todavia, destaca a preferência pela *observação* em detrimento da *exposição de opiniões e informações* sobre sua rotina diária, com menor utilização das "linhas do tempo" para se engajar, de modo ativo, em interações com grupos de usuários com quem o indivíduo mantêm contato *online*.

Como explicar essa aparente contradição entre o interesse de frequentar o *Facebook* como observador e a pouca intenção de publicar e interagir? Na verdade, usuários que adotam uma estratégia interativa mais discreta demonstram receio pela exposição *online* e por suas consequências para as representações do eu sustentadas em múltiplas esferas de sociabilidade. Os indivíduos que assim se comportam admitiram pensar muito antes de publicar (muitas vezes optando por não o fazer), além de revelarem alguns "traumas" derivados de gafes e conflitos resultantes de interações virtuais no passado. Dessa forma, eles optam por se "protegerem" de situações similares, defendendo suas "fachadas" pela recusa em participar de debates mais acalorados e em expor momentos de vida que, quando expressos, podem causar prejuízos à representação mantida perante parte de sua "plateia".

Assim, os usuários "discretos" conferem maior ênfase aos riscos representados por interações *online*, orientando sua conduta – ou sua recusa pela interação – pelo receio de prejudicarem sua imagem frente aos seus conhecidos. Isso não significa, como já exposto, que esses indivíduos não se apropriem ativa e cotidianamente das ferramentas virtuais disponibilizadas pelo *Facebook;* trata-se tão somente de uma estratégia de atuação defensiva para minimizar possíveis danos às fachadas dos envolvidos.

Esses indivíduos também utilizam com frequência a estratégia de se expressarem com mais clareza e determinação dentro de grupos fechados do *Facebook*. Dessa forma, evitam a exposição mais aberta junto a todos os seus seguidores, segmentando a audiência de acordo com os temas que optam por debater. Aqueles interessados em temas controversos expressam suas opiniões nesses grupos, por exemplo – e suas postagens serão inacessíveis para aqueles que não participarem de tais grupos, mesmo se forem seus "amigos" nessa rede social.

Gabriel é um dos entrevistados que adotam, com frequência, estratégias de "discrição", assim como pelo menos outros três outros participantes. Ele "odeia" publicações de cunho político, por exemplo, demonstrando estar "de saco cheio" delas, independentemente do "lado ideológico" em questão. Resume sua participação *online* a compartilhamentos e postagens voltadas ao entretenimento (que causam menos ameaça às representações do eu que sustenta em ambientes diferentes) e ao mundo dos esportes, especialmente futebol – mas sem exageros, já que esse tipo de abordagem também poderia ser fonte de polêmicas e conflitos com seus contatos (que torcem para outras equipes esportivas). Além disso, vê-se que esse tipo de "preferência estratégica" valoriza mais a privacidade do que outros, podendo ser interpretada como uma tática de defesa de representações do eu:

> "Eu deixei tudo ali [as publicações] assim né, só visível a meus amigos, tudo... qualquer, se caso eu vier a postar, só meus amigos vão ver (...) Dependendo do que você publica né, as pessoas hoje em dia se expõem muito, se expõe demais, seja no *Facebook*, no *Twitter*... então (...) às vezes eu consigo saber sobre a vida inteira da pessoa só por olhar o Facebook dela, e eu não sou nem amigo da pessoa! Eu acho muito... eu não vou dizer errado porque ela faz por vontade própria, mas eu acho estranho né? Privacidade em primeiro lugar".

Tipo c – Estratégias provocadoras

Ao contrário do tipo de estratégia exposto anteriormente, o tipo estratégico em questão não se apega à discrição, mas à polêmica e a acaloradas discussões com interlocutores. Trata-se de uma atitude que intenciona provocar os outros, especialmente quando temas polêmicos estão postos em debate. Podem argumentar sobre a temática em questão, mas muitas vezes preferem questionar as crenças do próximo ou invalidar seu posicionamento. Com frequência, suas intervenções se traduzem em longas discussões na "linha do tempo" dos usuários

envolvidos - e, como consequência, resultam em eventuais "bloqueios" ou exclusões de "amigos" incomodados por esse tipo de postura. Interessante notar que os indivíduos que adotam essa espécie de comportamento muitas vezes alegam que suas relações não sofreram impacto direto fora da virtualidade após essas atitudes: de acordo com seu discurso, "a amizade permanece" após brigas virtuais. Há, portanto, uma espécie de "dissociação", por esses indivíduos, entre a vida *online* e a vida "fora das telas" – muito embora, como já expresso por analistas mais recentes das relações virtuais, não possamos vislumbrar uma separação prática clara entre um suposto "mundo *online*" e um "*offline*".

Vemos, assim, que esse tipo de estratégia, *aparentemente*, traduz certa subestimação das interações virtuais, ao menos da perspectiva de seus possíveis impactos nas representações do eu mantidas no dia a dia, longe das interações mediadas pela virtualidade. Ou seja: seus adeptos negam com frequência a possibilidade de "perder a fachada" graças às interações estabelecidas em rede, muitas vezes preferindo, inclusive, provocações abertas a outros usuários – mantendo ou não uma relação com esses em outras esferas de sociabilidade. Apesar desse discurso, contudo, o "provocador típico" (que adota a atitude provocadora com certa frequência) não está alheio às consequências de sua postura, ficando claro o quanto cria situações de "saia justa" que são transpostas para suas interações face a face (sendo relatados, por exemplo, casos de amigos que escolhem se afastar da companhia de seu colega provocador após engajarem-se em alguma discussão *online*).

Portanto, temos que aqueles que adotam uma estratégia provocadora não estão alheios às consequências de seus atos virtuais, independentemente de suas crenças e de sua alegada "indiferença". Apesar disso, a preocupação desses indivíduos parece estar muito mais direcionada à valorização de qualidades únicas e pessoais perante as "massas" do que pela mera necessidade de agradar a uma plateia difusa: eles querem provar que conseguem desestabilizar o "outro", que têm certeza de suas convicções e, por vezes, que são superiores aos demais, ao menos em certos aspectos (como na assertividade de suas argumentações ou em sua capacidade de "desarmar" seus interlocutores, desmoralizando-os e fazendo-os "perder a face"). Nesse sentido, é útil retomar as considerações de Simmel a respeito do "individualismo qualitativo" predominante, juntamente com o "indivíduo quantitativo", na vida metropolitana: a necessidade de "destacar-se" perante a massa de indivíduos anônimos desses meios, revelando a recusa em ser "outro boi na boiada". Quando um usuário expressa esse tipo de comportamento, apresenta claramente essa "recusa" às representações dos outros nas redes sociais, vistas como massificadas e padronizadas, mas, ao fazê-lo, expõe seu próprio "personagem" – que, embora pareça não ser tão dedicado à aprovação dos outros, busca tal aprovação utilizando uma

representação do eu sustentada na ideia de ser "sincero" ou "autêntico". Quem adota essa estratégia parece não estar focado no reconhecimento como alguém "popular" e "diplomático", que consegue misturar-se à massa, mas como alguém "forte", com pensamento "independente" e "verdadeiro", capaz de impor respeito aos demais ao destacar-se qualitativamente por posturas firmes e a atitude assertiva. Desse modo, é bastante plausível associar esse perfil com a atual valorização da *autenticidade,* conforme as considerações de Boltanski e Chiapello (2009), a serem mais bem desenvolvidas em uma seção posterior dessa tese.

Esse tipo de estratégia apresenta-se como clara ameaça a outras interações e às intenções de seus participantes, mais preocupados em manter uma autoimagem menos agressiva e protegida de potenciais "desarmes" por parte de sua plateia – como as duas categorias estratégicas previamente apresentadas. A julgar pelas entrevistas concedidas para a pesquisa, muitos usuários já foram provocados por outros em debates acalorados na *internet*, por vezes mudando sua postura de forma radical para evitar novas exposições – vindo, inclusive, a adotar uma atitude mais "seletiva" com os "amigos" adicionados nas redes sociais (mantendo uma relação de contatos menos "ameaçadora" e imprevisível). Aqui, cabe retomar a temática dos *trolls*, figuras agressivas da rede que dedicam boa parte de seu tempo de "navegação" para disseminar ofensas e instigar discussões na rede*:* atualmente, eles estão muito presentes no *Facebook*, causando constrangimentos inclusive para seus próprios amigos, colegas e familiares. Apesar de não ser um tipo de perfil dominante entre os usuários entrevistados, sua influência na determinação do comportamento *online* de brasileiros que utilizam a rede social em questão no dia a dia é irrefutável.

*

Uma característica aparece, em maior ou menor grau, em todos os tipos de estratégia observados: a insegurança típica de quem se esforça para construir e consolidar sua identidade e "representações do eu". Todos aqueles que conferem importância mínima às manifestações pela via das postagens do *Facebook* também revelam uma gama de estratégias de proteção para não serem expostos, provocados, questionados ou contrariados a ponto de se encontrarem em uma situação de vulnerabilidade e fragilidade – evitando, por conseguinte, situações de "perda de fachada". Uma das estratégias já foi mencionada, qual seja: privilegiar a interação dentro de grupos do *Facebook*, de modo a minimizar a exposição de pontos de vista perante indivíduos que discordem de seus posicionamentos pessoais.

Patrícia, por exemplo, evita discutir assuntos polêmicos em sua *timeline*, reservando-os para grupos restritos de pessoas com ideias similares. A importância muitas vezes conferida aos *grupos* do *Facebook* está relacionada à pretensão de um maior controle sobre as representações

engajadas e à tentativa de evitar a perda da fachada (questões expostas nas linhas anteriores): interagindo com pessoas que compartilham seus valores e visões de mundo dentro desses grupos de interesse, os participantes têm uma chance menor de cruzar com indivíduos que representem potenciais ameaças às representações que buscam sustentar (por exemplo, com aqueles que podem ofendê-los e desacreditá-los por expressarem suas opiniões). Assim, participantes revelaram utilizar a confidencialidade dos grupos "fechados" e "secretos"[54] para minimizarem sua exposição, particularmente quando discutem assuntos mais polêmicos – como aqueles de teor "militante", conforme já mencionado. Portanto, aquilo que muitos evitam publicar em sua *timeline*, onde é muito mais difícil e menos habitual segregar a audiência[55], é expresso dentro desses grupos para um público mais específico, que já tenda a concordar com suas convicções ou, no mínimo, a responder com mais cuidado e atenção, aberto a um diálogo mais construtivo. Vejamos a fala de Carla:

> "Querendo ou não a gente acaba vivendo numa bolha, né? Aí às vezes quando entra no *Facebook*, você tem certos grupos (...) . Tem grupos, por exemplo, de LGBT, aí lá tem diversos tipos de pessoas que têm pensamentos diferentes, aí tem bastante essa coisa tipo contra a homofobia, contra o racismo, que é uma coisa que eu acho muito legal assim, né? (...) Então é muito legal assim, você começa a ver isso e fala 'olha, isso aqui foge do que eu vejo no dia a dia'".

Apesar de, no discurso, a entrevistada garantir que a vantagem dos grupos de *Facebook* está na possibilidade de convivência com pessoas com "pensamentos diferentes", nota-se, no entanto, que ela valoriza o convívio com indivíduos cujas convicções se aproximam de suas próprias – mas que podem fornecer exemplos diferentes de argumentação para fortalecer suas próprias crenças. É nesse sentido que os grupos "fogem do que ela vê no dia a dia": neles, é possível garantir que os interlocutores possuam pontos de vista similares aos seus, e que sejam capazes de corroborar suas opiniões e enriquecê-las com argumentos melhores; enquanto isso,

---

54 Há três tipos de "grupos" no *Facebook*: "aberto", "fechado" e "secreto". Enquanto qualquer pessoa pode participar dos grupos "abertos", é necessário um convite (que o próprio interessado pode solicitar para um membro do grupo) para participar e visualizar as publicações de um grupo "fechado"; já os grupos "secretos" ficam totalmente invisíveis aos não-membros, que só podem visualizá-los mediante um convite vindo de um membro antigo. Os casos aqui relatados referem-se a dois tipos de grupos: "fechado" e "secreto". Por conta disso, o pesquisador nem sempre conseguiu visualizar publicações com participação dos entrevistados nesses grupos; um deles, por exemplo, só permitia o envio de convites a usuários do *Facebook* do sexo feminino, inviabilizando a entrada do pesquisador.

55 Para Erving Goffman, a "segregação do auditório" consiste em uma estratégia interativa que permite ao indivíduo garantir "que aqueles diante dos quais desempenha um de seus papéis não serão as mesmas pessoas para as quais representará um outro papel num ambiente diferente" (GOFFMAN: 2011, p. 61). Nesse sentido, a lógica do ambiente "comum" de interação do *Facebook* é diametralmente oposta, envolvendo a administração de uma representação do eu perante inúmeras plateias misturadas virtualmente. A comunicação dentro dos grupos dessa "rede social", conforme interpretada aqui, serviria de exceção a essa regra geral, reestabelecendo e reforçando a possibilidade estratégica da segregação da audiência e garantindo, desse modo, maior segurança à representação *online* do ator social em questão.

em outras esferas de sociabilidade se faz muitas vezes necessária a convivência com pessoas que podem ter visões de mundo radicalmente divergentes entre si, tornando as interações mais "arriscadas" para os participantes.

Mesmo tendo um perfil mais reservado, que possui grande receio de publicar em sua própria *timeline*, Patrícia sente-se livre para revelar suas convicções mais íntimas (e até para descrever situações diárias) em grupos compostos por interlocutores que, supostamente, passam por dramas similares e possuem visões de mundo próximas. Vê-se, assim, que a *internet* se manifesta para esse tipo de usuário como um ambiente ao mesmo tempo *assustador* e *encantador*: assusta pela sua magnitude e possibilidade de exposição, uma vez que o indivíduo precisa lidar com os riscos de interagir com um número quase incontrolável de interlocutores que podem, a qualquer momento, comprometer suas representações em diversas esferas; mas também encanta ao trazer a possibilidade de interlocução com pessoas que compartilham convicções e visões de mundo - sendo que, muitas vezes, os entrevistados relatam a impossibilidade de conversar com colegas e parentes mais próximos sobre temas mais polêmicos (é comum o relato, por exemplo, de primos e familiares mais próximos que pensam de forma bastante diferente da dos entrevistados, que se sentem "isolados" nesses meios de sociabilidade, compensando tal sensação pela sociabilidade em grupos fechados do *Facebook*).

O uso de grupos de *Facebook* não se limita, porém, às manifestações de opiniões mais polêmicas, como as de cunho político e ideológico: Carla, a título de exemplo, frequenta grupos com temáticas diretamente relacionadas ao mundo do entretenimento, ligados à indústria cinematográfica e a séries televisivas. Além disso, frequenta um grupo voltado a cortes de cabelo. Ao contrário de outros usuários, ela interage com indivíduos pertencentes a esse grupo com muita frequência, não utilizando sua filiação somente para definir sua "imagem *online*" em seu "perfil", mas sim para engajar-se ativamente em diálogos sobre temas mais específicos[56]. Por fim, há diversos grupos no *Facebook* com finalidade mais "pragmática", como aqueles voltados à compra e venda de itens usados, e que pouco se relacionam com a manutenção de representações virtuais de si.

Há outras estratégias significativas para garantir a preservação das representações do eu. Júlio, por exemplo, sequer costuma publicar suas posições políticas em qualquer espaço do

56 A filiação a grupos é muito utilizada para "definir" a pessoa virtualmente, já que, salvo se o grupo for "secreto", ela é exibida no "perfil" do usuário para todos aqueles que entrarem na janela correspondente. Em outras palavras, a lista de grupos também é utilizada como informação para definir a "representação do eu" virtualmente administrada, mesmo se não ocorrem interações entre o usuário e outros membros desses grupos.

Facebook, reservando-as para conversas face a face (com amigos que já conhece, com os quais apresenta maior segurança na administração de representações do eu). Já Alessandra opta por filtrar aqueles que visualizam suas postagens nos momentos mesmo da escolha de seus "amigos virtuais": assim, em vez de administrar suas próprias postagens, prefere evitar "adicionar" amigos que pensem muito diferente dela. Também é comum *bloquear* desafetos, de modo a evitar seus comentários em postagens pessoais. Todas essas ações visam, em grande parte, evitar situações de ameaça à fachada virtualmente mantida ou, ainda, daquelas mantidas em outras esferas: do mesmo modo que alguém com opiniões muito contrárias às suas pode questionar suas postagens nos comentários que fizer, desencadeando uma discussão que pode causar desconforto ao usuário e à imagem que pretende manter no *Facebook*, inversamente também há a preocupação com a possibilidade de descrédito em outros universos de interação por conta daquilo que é publicado *online*. Desse modo, a mesma Alessandra alegou já ter "bloqueado" sua chefe no *Facebook*, para que ela seja incapaz de visualizar mesmo suas postagens públicas ou "adicioná-la" como amiga nessa "rede social". Sua motivação: evitar prejudicar a *representação do eu* que mantém no ambiente profissional pelo julgamento do conteúdo de suas publicações virtuais por uma empregadora.

Fica evidente que as redes sociais são um meio relevante de experimentações, testes e jogos de identidade em que as representações sociais dos jovens são postas em questão, desafiadas rotineiramente, mas sob um controle razoável (mesmo que em grande parte ilusório)[57]. Isso, contudo, não equivale a negar o caráter *sério* da interação *online* para um público que já vivenciou (ou se informou sobre) problemas de exposição de intimidades e outras ocorrências que colocam em dúvida o caráter *descontraído* do universo das interações virtuais: esses jovens conhecem, em maior ou menor grau, o risco de se exporem[58] e, embora escolham fazê-lo mesmo assim, tomam todas as precauções para salvaguardarem suas imagens sociais o máximo possível. É claro que isso não os isenta de equívocos mais ou menos ocasionais,

57 Dado que ainda há muitas possibilidades de "perda de controle" sobre "o que" e "para quem" são expostas as postagens virtuais, além da própria imprevisibilidade da reação de parte do público de contatos do *Facebook*: como saber como um determinado colega de trabalho mais reservado, por exemplo, reagirá a uma postagem mais polêmica na rede, que afronte suas próprias convicções pessoais?

58 A observação de páginas de "redes sociais" de jovens com menos de 18 anos revela, muitas vezes (especialmente naquelas com tendência mais "intimista", como o *Twitter),* que eles ainda não reconhecem com clareza os perigos do excesso de exposição e conferem ênfase desproporcional a uma "espontaneidade" que, sem perceberem, é capaz de sabotar as representações em que estão engajados nas várias esferas em que se comunicam (entre familiares, amigos, colegas de escola, professores, etc). Após algumas experiências negativas envolvendo excesso de exposição de intimidades na virtualidade, esses adolescentes tendem a ser mais cautelosos com o tempo – muito embora permaneça a necessidade de superexibição. Medo e vontade de exibir-se resolvem-se pela adoção de mecanismos interativos que são analisados e discutidos ao longo do texto.

resultantes de momentos de maior espontaneidade e distração ou após um cálculo infeliz: Júlio, por exemplo, já passou por uma crise significativa em seu namoro por ter "curtido" uma foto com nu artístico de uma "amiga *online*" (sem notar que a namorada conseguiria notar a referida "curtida"); por sua vez, a mídia já divulgou numerosos casos mais graves de exposição exagerada de intimidades que resultaram em grandes prejuízos para a vida de usuários de formas virtuais de comunicação.[59]

Como é possível notar, os participantes da pesquisa destacam-se, em geral, por seu grande "apetite" em desenvolver, experimentar e fortalecer representações do eu, somado a um grande receio pela exposição. Essas duas forças contraditórias manifestam-se em diferentes estratégias interativas encontráveis no *Facebook*: de um lado, verificamos a existência de usuários que evitam ao máximo exporem seus valores e convicções em sua própria *timeline*, visível para toda espécie de conhecidos de outras esferas de sociabilidade; de outro, nota-se a presença de indivíduos que, embora não resistam à tentação de exporem pontos de vista bastante fortes nessa rede social[60], administram os riscos ao isolaram-se daqueles que podem discordar de suas convicções na rede e, assim, colocarem em risco suas representações virtuais do eu.

Análise de tipos diferentes de publicação

Os grupos focais mostraram-se uma estratégia complementar eficaz para analisar tipos de publicação que circulam pela *internet*, tal como suas consequências para representações do eu virtualmente administradas. Por meio deles, foi possível captar impressões que essas publicações podem causar sobre a imagem dos usuários que as publicam, complementando informações fornecidas pelas entrevistas individuais – sem o mesmo custo de exposição pessoal muitas vezes provocado por essas últimas.

---

59 Os casos mais chamativos, nessa questão, são os da chamada "pornografia de vingança": o vazamento e a divulgação de fotos ou vídeos íntimos de conotação sexual por ex parceiros amorosos que sofreram uma traição ou não concordaram com o processo de separação do casal. Para saber mais, recomenda-se a leitura da reportagem da Revista Época, intitulada "Pornografia de vingança: crime rápido, trauma permanente", cujo título já clarifica as consequências nefastas dessas ocorrências para as representações do eu das vítimas de exposição *online* (Disponível em: <http://epoca.globo.com/vida/experiencias-digitais/noticia/2016/02/pornografia-de-vinganca-crime-rapido-trauma-permanentee.html>. Acesso em: 29/05/2016).

60 Temos o exemplo de Alessandra, que frequentemente publica textos, imagens e notícias de conotação política, muitas vezes carregadas de humor e ironia, para destacar suas próprias perspectivas ideológicas e "atacar" pensamentos destoantes dos seus. Tal atitude poderia causar grandes embates e desconfortos se ela mantivesse relações virtuais com conhecidos portadores de valores diferentes, o que não acontece: a entrevistada utiliza a estratégia de só manter relações virtuais com aqueles que pensam de modo similar ao seu, aproveitando-se da situação de não se dar tão bem com pessoas da família, por exemplo (julgadas por ela como indivíduos "reacionários").

Aos grupos foi solicitado que interpretassem algumas publicações selecionadas por antecipação pelo pesquisador (um total de cinco), revelando a sensação que causavam, a possibilidade de identificação com a pessoa que publicou e a possível associação com algum conhecido que seria capaz de publicar algo similar em seu dia a dia. As seguintes publicações foram expostas à interpretação dos participantes[61]:

Postagem 1

Hoje eu queria sentar no sofá da casa da minha mãe, ligar aquela TV enorme, contar bobagens do meu dia, brigar com meu pai para não ver Jornal Nacional, subir e me trancar no MEU quarto. Minha casa. Minhas coisas. Minha família. Queria minhas gatinhas miando no corredor. Queria macarrão com atum. Queria abraço de mãe e pai. Queria minha cachorra pulando nas escadas. Queria ouvir minha prima contar das loucuras da faculdade paulista de medicina. Queria memórias materializadas. Queria minha casa. Queria dez anos atrás.

Não. Aqui não tem mensagem motivacional, superação e bom humor. E se você é foda, supera tudo olhando o lado bom, foda-se você.

Postagem 2

✨"Mas se desejarmos fortemente o melhor e, principalmente, lutarmos pelo melhor... O melhor vai se instalar em nossa vida. Porque sou do tamanho daquilo que vejo, e não do tamanho da minha altura." ✨
Carlos Drummond de Andrade

#vontadeetudo#pensepositivo#tudodacerto#acredite#confie#persevere#conquiste#boanoite#😉

Postagem 3

No ano de 2016 foram assassinados 407 POLICIAIS no Brasil, ninguém nem tocou no assunto...em 2016 mais de 90.000mil cristãos mortos por radicais islâmicos, ninguém falou nadinha.. Agora 60 bandidos do PCC e do COMANDO VERMELHO resolvem se matar num Presidio, pronto no mesmo dia ja apareceu o lixo dos "Direitos dos Manos", "politico exigindo indenização" e até a porcaria da "ONU"... Aqui no Brasil bandido é vitima, é herói, é protegido por lei, e qd fica velho ainda vira presidente 😕

Postagem 4

61 As publicações foram diretamente obtidas no *Facebook* pelo pesquisador, preservando a identidade dos usuários que as publicaram.

Estou Ficando Velho.

Quando um homem começa a ficar velho? A pergunta não é algo tão simples como pode parecer, pois não está diretamente relacionada a questão da idade. Há idosos que afirmam não serem velhos e há adolescentes assumidamente velhos e ranzinzas, enfim. Velhice é algo muito relativo e devemos estar atentos aos seus diversos sinais independente de quantos anos temos.Tendo em vista isso, no dia de hoje, com meus 34 anos, chego a conclusão que estou ficando velho. Esta constatação apareceu de um modo bastante inusitado.

Acordei, vesti a camisa do coringão, uma bermuda, coloquei o chinelo e fui a padaria tomar meu café da manhã. Cinco minutos de caminhada lenta em uma manhã fresca. Até ai tudo normal, ontem, quando ainda era jovem fazia exatamente o mesmo. Só percebi que envelheci depois de alguns minutos sentado na cadeira aguardando o meu pão na chapa com saída de requeijão e o pingado. Notei que o zíper de minha bermuda estava bem aberto e um ovo aparecendo. Tudo possível para jovens e velhos, mas a velhice me tocou na sua dimensão superior. Na sabedoria de achar graça e tirar proveito das adversidades. Ao invés de me desesperar e fechar o zíper, possivelmente de modo apatetado, correndo o grave risco de ser notado ou, ainda pior, enroscar a pele do saco no zíper. Com calma e sabedoria, após a constatação, dei um sorriso sincero, olhei para todos na padaria, um por um, para ver se alguém presenciava a cena. Por azar havia um casal ao lado, super antenado, eu balancei a cabeça para eles e de modo bastante cortes dei-lhes bom dia. Eles retribuíram e "desantenaram", reconheceram que eu era um velho de bom coração. Ninguem mais percebendo a situação em que me encontrava, consegui dar algumas abanadas, com rápidos movimentos das pontas dos dedos da mão direita, de modo a vir a me refrescar e restabelecer do momento vivenciado. Só então fechei o ziper, sem nenhuma desventura, e comecei a tomar o meu café consciente de que envelheci e que isso não me é um problema.

Postagem 5

Hoje não teve furo.
Teve união, palavras de ordem e muita luta.
E o coxinhas tiveram que tirar o Lulabalao da Paulista.
Foi lindo!
De um lado a elite protegida pelos PMs.
Do outro o povo de peito aberto.
Vencemos! Na democracia! Sem violência.

O povo na rua golpista recua!!!

A escolha das postagens (todas reais, obtidas de usuários do *Facebook* e preservando seu anonimato) justifica-se pela representatividade dos principais tipos de publicações autorais notadas nas observações etnográficas virtuais, compondo estratégias perceptíveis de manipulação de impressões. São publicações que, de forma muito ou pouco evidente, buscam causar certo "impacto" nos interlocutores, oferecendo-lhes uma certa interpretação sobre quem são seus autores. Ademais, cada uma transmite ideias e valores diferentes, de acordo com o indivíduo que a publicou, além de certas diferenças na forma de apresentar tais ideias. Assim, a primeira postagem revela o relato de um drama pessoal em primeira pessoa; a segunda expõe uma citação motivacional, apoiada por *hashtags* que visam deixar claro ao interlocutor a visão de mundo do usuário em questão; a terceira e a quinta publicações revelam posicionamentos políticos fortes e incisivos, mas com orientações diametralmente distintas entre si; enquanto a quarta postagem, mais bem aceita pelos grupos, apresenta uma pequena crônica em primeira pessoa, com um toque considerável de humor.

Após um breve período em que cada participante avaliou individualmente cada uma das postagens, todos foram convidados a compartilhar suas impressões no grupo, opinando sobre os possíveis impactos dessas publicações sobre as imagens dos indivíduos que optam por expô-las em suas "linhas do tempo". Em especial, os usuários foram provocados sobre os seguintes pontos a respeito de cada postagem debatida:

* Que sensação essa postagem traz? O que sente quando a vê?
* Você se identifica com esse tipo de postagem?
* Que tipo de pessoa publica esse tipo de postagem? Conhece pessoas assim?
* Que postagem mais agradou? E qual causou mais incômodo?

Ao final da análise, ficou evidente que as imagens sociais que os usuários buscam "vender", pela forma e conteúdo de suas publicações virtuais, nem sempre são validadas pelos demais, que são muitas vezes influenciados de modo negativo por sua conduta *online*. Desse modo, todas as postagens, excluindo-se apenas a 4ª, causaram reações negativas em participantes dos grupos – e, com elas, más impressões sobre seus autores. Ainda é possível que os usuários responsáveis pelas publicações tenham influenciado seus contatos mais próximos de forma favorável, como por eles pode ter sido esperado; contudo, considerando-se a já tão citada possibilidade de heterogeneidade da plateia virtual, fica evidente a dificuldade de os usuários agradarem de modo relativamente homogêneo – vindo muitas vezes a desagradar ao menos uma parcela de seus contatos.

A **postagem 1** foi julgada pelos participantes dos grupos como "dramática", um "desabafo" emocional exagerado e apelativo– causando-lhes uma sensação de "preguiça".

Houve a análise de que o indivíduo em questão visava "chamar a atenção" e mostrar-se "diferente dos demais" de um modo um tanto desesperado. Em geral, não houve identificação com a postagem, que seria "pessoal demais". Assim, é possível concluir que esse tipo de publicação pode sensibilizar aqueles mais próximos do usuário que a publicou, que conhecem sua história e com ele interagem com maior frequência, mas que pode ter um efeito contrário sobre aqueles contatos mais afastados, que se incomodam com o excesso de intimidade exposto e o esforço em mostrar-se como alguém diferente da "massa" – o que permite uma associação com o tipo de "individualismo qualitativo" já aprofundado em outra parte da tese (e apresentado por Georg Simmel), caracterizado pela diferenciação e destaque individual. O usuário responsável pela publicação aqui analisada parece manter um tipo de representação virtual do eu sustentada pela ideia de "autenticidade"[62] e pela valorização de características pessoais peculiares e diferenciadoras, que "lutam contra a maré", fugindo do senso comum (com uma crítica, em especial, àqueles que seguem na defesa do "pensamento positivo"); uma estratégia capaz de mobilizar vínculos preexistentes (que se solidarizam com o usuário), fortalecendo-os, mas que também pode afastar contatos menos íntimos ou constituídos há menos tempo.

Já a **postagem 2** revela a atitude criticada na **postagem 1**, qual seja, o "pensar positivo", um pensamento otimista extraído a partir de uma citação. Não causa uma reação positiva nos participantes, mas também não gera tanto incômodo quanto a postagem anterior: os participantes da discussão a viram como um "clichê", sendo "pouco autêntica", já que deriva de uma simples citação de um autor conhecido – além de uma estratégia de sociabilidade muito recorrente no *Facebook* (inclui-se, aqui, a crítica ao uso exagerado de "*hashtags*"[63] para marcar essa publicação); ao mesmo tempo, reconhecem que a pessoa por trás da publicação deve preocupar-se muito com os outros, detendo a intenção de ajudá-los com esse tipo de frase de apoio. Em suma, o escrito remeteria a um indivíduo que quer sustentar uma representação do eu pautada na citação de frases alheias, além de mobilizar um discurso usualmente classificável como de "autoajuda", na forma de conselhos pessoais direcionados à ideia do "pensamento positivo" como modo eficaz de superar obstáculos típicos da vida ordinária. Assim, o usuário, nesse caso, pode visar manter uma representação otimista do eu e "de bem com a vida", além

62 O conceito de "autenticidade" e sua relação com o universo interativo do *Facebook* serão mais bem analisados em uma seção futura da tese.

63 As "*hashtags*" (símbolo "#") são códigos utilizados para marcar publicações, especialmente em redes virtuais como o *Twitter* e o *Instagram*, de modo a classificá-las e facilitar a busca dessas publicações de acordo com as categorias marcadas em que se encaixam. Assim, um usuário interessado em uma dada categoria de postagem consegue pesquisá-la e encontrar todas as publicações marcadas com a "*hashtag*" da referida categoria.

de preocupada em disseminar uma atitude semelhante para outros indivíduos. Contudo, tal linha de atuação performática arrisca não convencer boa parte da plateia, que pode perceber tais iniciativas como "forçadas demais", além de pouco autênticas e criativas. Por outro lado, trata-se de uma estratégia interativa de fácil aplicação, demandando pouco tempo e dedicação individual, podendo ser empregada várias vezes por semana.

As postagens **3** e **5** possuem teor político-ideológico diametralmente opostos entre si, revelando representações do eu associáveis a perfis de usuários "militantes": a primeira expressa postura conservadora e agressiva, focada na crítica aos Direitos Humanos, à ONU (vista como protetoras de "bandidos") e a fundamentalistas islâmicos, além de apoiar-se na defesa da Polícia Militar e tecer comentário depreciativo indireto sobre um ex-presidente da República ("aqui no Brasil o bandido é vítima, é herói, é protegido por lei, e quando fica velho ainda vira presidente"); já a segunda celebra uma dada manifestação orquestrada por militantes e organizações de esquerda em defesa de Luís Inácio "Lula" da Silva, mobilização essa que chegou a intimidar os membros presentes em uma passeata com motivações políticas opostas (pedindo a prisão do ex-presidente), agendada para o mesmo dia e localidade (a Avenida Paulista, em São Paulo). Vê-se, nos dois casos, a constituição de uma visão binária, que segmenta o mundo social em "bandidos" e "mocinhos": de um lado, policiais *versus* criminosos e cristãos *versus* fundamentalistas islâmicos; de outro, "povo" *versus* "golpistas" ou "coxinhas". As postagens são utilizadas, assim, para destacar e/ou celebrar a união de certos grupos sociais e agredir grupos opostos, tratados como "inimigos". Aos participantes dos grupos focais, essas publicações causam incômodo, despertando revolta ou "preguiça", destacadamente por sua característica excludente: afinal, elas falam apenas para aqueles que partilham as visões do usuário que o publicou, excluindo (e até ofendendo de modo direto) aqueles que possuem outros valores. Talvez esse incômodo não atinja os seguidores reais do usuário no *Facebook*, que podem partilhar suas percepções político-ideológicas e possuir algum vínculo previamente estabelecido com o indivíduo em questão; contudo, podem afastar novos contatos, em especial se discordarem de suas preferências político-partidárias e de suas visões de mundo. Acima de tudo, trata-se de publicações agressivas, que podem transmitir a ideia de que o usuário é fechado à possibilidade de interlocução com o diferente, estando limitado a uma dada rede de relações com pensamentos relativamente homogêneos, ao menos sob certas perspectivas (políticas, religiosas, entre outras). Em suma, e associando a análise com observações prévias, esse tipo de usuário não expressa um perfil "cosmopolita" – e a ideia da igualdade genérica de todos, em tese, não o atrai –, mantendo à distância uma plateia de caráter mais amplo e heterogêneo – muito embora possa ser bem eficaz ao manter relações com uma rede com valores mais homogêneos, ao reforçar laços pela exaltação de valores comuns aos

grupos sociais aos quais pertence e com os quais pode interagir com maior frequência e intensidade, incluindo ambientes de sociabilidade externos à virtualidade. A fala de um dos participantes dos grupos focais revela as consequências desse tipo de publicação com muita clareza:

> "Um post que acaba trazendo uma aproximação de algumas pessoas, mas o afastamento de muitas outras também, por ser um post que contém um pensamento radical. A pessoa que postou isso está fazendo parte da moda atual, que é postar sobre situações e posições político-sociais. É superficial".

Finalmente, a **postagem 4** apresenta uma crônica maior do que a maior parte dos textos de publicações típicos do Facebook, mostrando uma história pessoal com dose considerável de humor – trazendo, indiretamente, reflexões existenciais de um modo leve e aparentemente desinteressado. Trata-se de uma postagem autoral, que exigiu certa dedicação por parte de quem a publicou (de tempo e de esforços reflexivos). Nela, não há grandes polêmicas, nem a exposição de convicções políticas ou religiosas, capazes de causar dissensos consideráveis em uma plateia heterogênea; há apenas informações pontuais sobre a vida pessoal do autor. Desse modo, causou grande aceitação entre os participantes dos grupos focais, que reconheceram a criatividade e a franqueza envolvidas. A postagem trouxe a sensação de *autenticidade* e sensibilidade, associadas ao autor que a compartilhou. Contudo, sabendo-se que esse tipo de publicação exige maior tempo e reflexão do que a média, demandando mais investimento do usuário em sua elaboração, ela é mais rara do que as postagens mais rápidas e dinâmicas que povoam o *Facebook*, como o compartilhamento de notícias, fotos e "memes". Ademais, pode-se supor que muitos seguidores não terão interesse em ler a publicação na íntegra por conta de sua extensão[64], que a torna incapaz de competir com o mar de informações visuais curtas que povoam a "linha do tempo" dos indivíduos; por conseguinte, acaba causando, em geral, menos impacto contínuo na plateia do que um número elevado de publicações menores, que podem ser elaboradas e compartilhadas em um intervalo bem menor de tempo em comparação com publicações de textos longos e reflexivos. Vê-se, dessa forma, que essa espécie de postagem, embora tenha uma aceitação bem superior em relação às anteriores, também apresenta limitações quanto ao potencial de mobilizar, de forma contínua, uma plateia heterogênea de seguidores virtuais, impressionando-a favoravelmente.

---

64 Nesse caso, a situação trazida pelos grupos focais favorecia e leitura integral dessa postagem pelos participantes – diferentemente da situação de uso prático diário do *Facebook*, em que os indivíduos costumam "rolar a tela" de modo a ler o maior número de informações de seus seguidores no menor tempo possível, motivados pela intenção de estarem atualizadas sobre suas vidas e sobre acontecimentos cotidianos (o que desmotivaria a leitura de postagens extensas).

Com a análise dessas postagens por meio dos grupos focais exploratórios, pôde-se notar como as mais diversas estratégias de administração de representações do eu possuem limitações, sendo difícil encontrar uma "fórmula de sucesso" – ou seja, um tipo de publicação usualmente aceito por qualquer plateia ampla e heterogênea de seguidores virtuais e que possa garantir a manutenção mínima de uma boa impressão do autor ao longo do tempo. Enquanto algumas publicações podem contradizer diretamente os valores de uma parcela significativa do público de amigos virtuais, contrariando-a, outras parecem pouco autênticas ou, quando mais eficientes em causar uma boa impressão generalizada, possuem muita chance de serem ignoradas pela sua extensão – além de requererem mais tempo e dedicação do responsável para publicá-la. Em suma, a consequência de uma postagem escrita é agradar uma parte dos usuários, mas com um risco substancial de desagradar uma outra parcela, que pode desenvolver má impressão do indivíduo em consideração.

Pela associação entre o resultado da análise dos grupos focais e as entrevistas pessoais e etnografias virtuais, é válido considerar que publicações apoiadas por recursos imagéticos - vídeos, fotos e "memes" –, em comparação com publicações escritas, costumam estruturar estratégias interativas mais eficientes no que tange à sustentação de representações do eu bem-sucedidas, a despeito do tamanho e do nível de heterogeneidade da plateia. Fotos pessoais, em especial, cumprem bem a função: *selves* e fotos com amigos costumam chamar mais atenção, mobilizando mais "*likes*" e comentários nas redes – mesmo por parte de indivíduos com visões de mundo muito diferentes entre si. As publicações de texto analisadas nos grupos focais e etnografias virtuais, por seu turno, também acabam causando um impacto mais homogêneo e significativo quando são traduzidas em narrativas sobre a vida pessoal do sujeito (como o caso da postagem 4). Expressando "autenticidade" e criatividade, essas postagens acabam atraindo a atenção e aprovação de usuários diversificados, enquanto é raro que publicações mais polêmicas (com conotação política, por exemplo) agradem a todos os seguidores do autor. De todo modo, vê-se que o conteúdo desses relatos pessoais interfere igualmente em sua aprovação perante a plateia do *Facebook*: a postagem 1, associada a um pessimismo perante a vida e a uma forte crítica aos padrões dominantes de relacionamento social, causa repulsa em uma parte dos seguidores, que a percebe como "dramática" e forçada; já a postagem 4, que traz reflexão sobre o envelhecimento humano sem carga pessimista (além de conter leves toques de humor), causou um impacto bastante positivo nos participantes da pesquisa.

Essa diferença, assim como uma aprovação maior de postagens que remetam à vida pessoal e que causem a impressão de "autenticidade" nos usuários, sugerem que no jogo interativo do *Facebook* os indivíduos causam melhor impressão na medida em que conseguem

refletir certos valores e visões de mundo dominantes no entorno social em consideração. Tais valores e sua relação com o contexto sócio histórico atual serão mais bem descritos e interpretados nas próximas seções da tese, focalizada no estabelecimento de relações entre as publicações e lógicas sociais mais abrangentes. Antes, contudo, cabe tecer algumas considerações sobre os casos em que os indivíduos falham em causar boas impressões nos demais, além de ocasiões em que os usuários estão mais preocupados em ameaçar a fachada alheia do que em sustentar uma determinada representação do eu. Tais questões serão desenvolvidas na seção seguinte, com o objetivo de averiguar a operacionalização de estratégias interativas tanto sob a ótica da agressão quanto da de defesas e prevenções contra-ataques diretos na rede, capazes de prejudicar as representações do eu virtualmente sustentadas.

3.2 Conflitos nas interações virtuais e seus impactos para a representação do eu

A seção anterior foi dedicada a apresentar os principais tipos de atitude encontrados na pesquisa de campo, levando em conta os tipos de representações do eu sustentadas virtualmente (medidas pelas publicações redigidas e compartilhadas pelos usuários investigados) e suas principais considerações sobre o papel da *internet* e do *Facebook* em suas vidas (o que remetia, também, às suas formas de uso dessa rede social: o que compartilhavam em seus perfis, em que discussões se engajavam, quem podia visualizar suas postagens, etc.). Nessa abordagem, explorou-se a intenção do usuário em deter controle considerável sobre essas interações e, especialmente, sobre o modo como os outros o veriam. Contudo, como já revelado em outros momentos, essas interações, em muitas ocasiões, deixam de suprir as expectativas dos indivíduos, que são surpreendidos por resultados inesperados da interação e têm suas fachadas frontalmente ameaçadas em inúmeras ocasiões de sociabilidade *online*. São, em suma, situações que contam com a presença de indivíduos dispostos a atacar a fachada alheia, desacreditando-a – e, muitas vezes, iniciando uma discussão na rede.

Sobre esse tema, Recuero salienta que a hiperconexão típica de redes sociais impõe aos usuários – mesmo de forma indireta – a consolidação de relações com indivíduos que não compartilham seus códigos e valores (Recuero: 2013), o que resulta em aumento da probabilidade de situações de antagonismo. Em outras palavras, a heterogeneidade da plateia virtual favorece ocasiões de ameaça direta às representações do eu sustentadas pelos usuários: há uma boa probabilidade de eles exporem ideias e valores discordantes de parte de seus seguidores *online* que, protegidos pela distância – particular às comunicações mediadas –,

podem sentir-se mais tentados a desacreditá-los por conta dessas diferenças.[65] Nas palavras da autora citada:

> "O objetivo primordial da conversação é a manutenção da face. (...) Ao participar das conversações em rede, os atores esperam receber legitimação de sua face, através da participação e da aceitação dos demais daquilo que enunciam e compartilham. Essa expectativa é frustrada quando acontece uma interação fora do frame pretendido, ou seja, quando acontece uma quebra da polidez (das normas da conversação), com um ato de ameaça a face" (RECUERO: 2013, p. 58).

A polidez, nesse sentido, é vista como uma "(...) dimensão normativa da conversação, que guia aquilo que é dito e o modo como é dito (...) mediante formas que são culturalmente e contextualmente aceitas pelos grupos. A polidez é, assim, um elemento ritualístico dentro da conversação que visa preservar a cooperação nas interações e evitar o conflito e a ameaça à chamada 'face'" (Ibidem: p. 58).

A relevância de um enfoque mais detido sobre essa espécie de situações de conflito na rede foi apontada, a título de exemplo, por Ribeiro e Barberino, segundo os quais:

> "Os conflitos surgidos em SRS (Sites de Redes Sociais) podem evidenciar pontos de tensão presentes na rede, acentuando contradições e diferenças entre os usuários, mas também podem revelar uma força poderosa de agregação social, definindo um grupo a partir da oposição a 'outro'" (RIBEIRO e BARBERINO: 2015, p. 214).

Dessa forma, é importante considerar o papel agregador dos conflitos para o fortalecimento de identidades sociais – e, ainda, para a administração de representações do eu. Ao engajarem-se em antagonismos na rede, os usuários reforçam seus laços com grupos sociais que partilham seus valores – muito embora também possam prejudicar abertamente sua relação com aqueles que pensam de modo diferente. Concomitantemente, reforçam certas representações do eu, enquanto abrem a possibilidade de serem atacados por uma certa parcela de sua audiência. Nesse sentido, uma postura mais agressiva nas redes sociais pode ser notada como uma estratégia interativa com resultados potencialmente ambíguos: fortalecimento de certos vínculos, mas enfraquecimento ou rompimento de outros; validação de um certo tipo de representação do eu, mas com o custo intrínseco de maior vulnerabilidade dessa mesma representação, já que gera a possibilidade de contra-ataques.

---

65 Vários autores relacionam a proteção trazida pela tela do computador com posturas mais agressivas, dado que o indivíduo, nesse contexto, é menos suscetível a sofrer as mesmas sanções interativas por conta desse comportamento do que sofreria em uma interação face a face. Como exemplo, citamos novamente Recuero: "Quanto mais distante o ator se sente dos demais participantes da conversação, menor é seu compromisso, logo, maior a chance de que este cometa um ato de atentado à face do outro. Por isso, a conversação em rede é um espaço frutífero para a emergência de discussões inflamadas, discursos agressivos e ofensivos e mesmo, pela propagação da violência" (RECUERO: 2013, p. 59).

Assim, nas palavras do entrevistado Alberto, um usuário frequentemente adepto de atitudes provocadoras:

> "As pessoas me bloqueiam no *Facebook*. Muitos. As pessoas diziam que eu era insuportável no *Facebook*, e pessoalmente eu era um amor. (...) Eu acho que as pessoas acabam gostando de conversar comigo, mas elas não gostam muito das minhas opiniões. Mas algumas opiniões eu faço mais para radicalizar mesmo".

Apesar de se perceber mais "suportável" quando envolvido em interações face a face, esse usuário alegou já ter desenvolvido problemas relacionais com colegas de outras esferas (especialmente no âmbito profissional) por conta de sua postura agressiva na *internet*. Ademais, alega ter sofrido diversas ameaças, incluindo de morte e de processos civis, por parte de usuários do *Facebook* com quem entrava em discussões, mas com quem não mantinha contato em outros contextos de sociabilidade. Os outros entrevistados normalmente também relataram envolvimentos em discussões *online* que trouxeram desconforto e prejudicaram relações com quem detinha diferentes níveis de intimidade – e que são geralmente decorrentes de atitudes interativas mais "agressivas" no *Facebook*.

Essa estratégia interativa agressiva, típica de redes sociais como a aqui estudada, é característica marcante do *troll*, figura já mencionada nessa tese. Voltando às considerações de Recuero:

> "(...) consideramos o *troll* como aquele que busca a desestabilização da face alheia. (...) Embora o objetivo do *trolling* possa não ser a discussão e o conflito diretos, a ação do *troll* nos sites de rede social gera um comprometimento da interação da conversação, que pode tornar-se conflituosa" (Ibidem: p. 61).

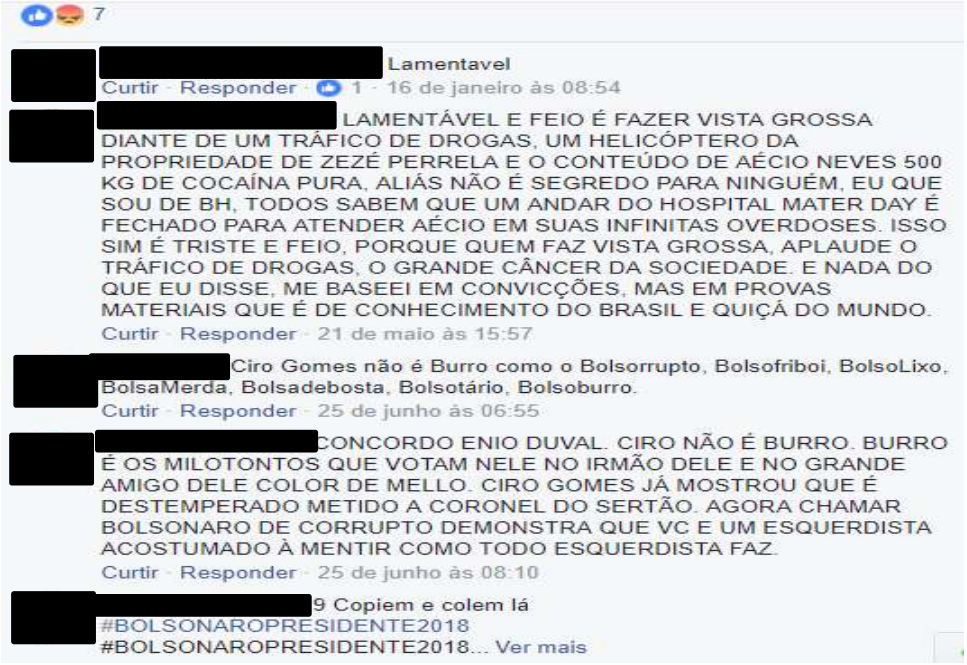
Seria igualmente insuficiente para a análise desprezar situações conflituosas nas redes sob a perspectiva de suas consequências sobre as representações do eu sustentadas virtualmente. Como os indivíduos se protegem de ataques à sua fachada e como reagem quando ela ocorre? A partir da análise de situações que acarretam conflitos abertos na rede ou o isolamento social do usuário em relação a seus pares, é possível adensar interpretações sobre as especificidades das estratégias de representação *online* de si. A presente seção aprofunda essa questão, levantando situações de conflito verificáveis no campo e as próprias percepções dos participantes a respeito desse tipo de ocorrência.

Inicialmente, cabe resgatar os principais tipos de estratégias encontrados na pesquisa e associá-los tanto às representações *online* do eu sustentadas pelos participantes da pesquisa quanto aos tipos de conflitos e outras situações de ameaça para a fachada em que costumam envolver-se. Por esse caminho, orientamos o estudo de situações conflituosas na rede pelo percurso já construído ao longo da tese – qual seja, a análise de estratégias de representação do

eu vigentes em redes sociais, classificadas de acordo com tipos de estratégia constituídos a partir da observação empírica.

1. Estratégias militantes e conflitos de fundo político-ideológico

O primeiro tipo de estratégia descrito, de "militante", é caracterizado pela tentativa de sustentar uma representação do eu com fortes posições político-ideológicas, buscando respaldo em contatos de usuários que partilham de suas posições; em essência, trata-se de um perfil que não busca aceitação generalizada, mas que defende com vigor visões de mundo predeterminadas e que muitas vezes critica abertamente (por vezes, de modo agressivo, utilizando ofensas pessoais) aqueles que sustentam uma visão antagônica – ou simplesmente diferente – da sua. Assim, as chances de conflito são significativas, especialmente se o indivíduo que a adote procura manter uma plateia virtual ampla e heterogênea: caso parcela considerável de usuários discorde de sua posição, e tenha suas próprias opiniões fortes sobre o assunto, existe a probabilidade razoável dessa parcela engajar-se em debates e discussões visando desqualificar as postagens do usuário que se expressa de modo militante – o que, com frequência, resulta em situações de constrangimento que podem acarretar "exclusões" e "bloqueios" de perfis.


7

[redacted] Lamentavel
Curtir · Responder · 1 · 16 de janeiro às 08:54

[redacted] LAMENTÁVEL E FEIO É FAZER VISTA GROSSA DIANTE DE UM TRÁFICO DE DROGAS, UM HELICÓPTERO DA PROPRIEDADE DE ZEZÉ PERRELA E O CONTEÚDO DE AÉCIO NEVES 500 KG DE COCAÍNA PURA, ALIÁS NÃO É SEGREDO PARA NINGUÉM, EU QUE SOU DE BH, TODOS SABEM QUE UM ANDAR DO HOSPITAL MATER DAY É FECHADO PARA ATENDER AÉCIO EM SUAS INFINITAS OVERDOSES. ISSO SIM É TRISTE E FEIO, PORQUE QUEM FAZ VISTA GROSSA, APLAUDE O TRÁFICO DE DROGAS, O GRANDE CÂNCER DA SOCIEDADE. E NADA DO QUE EU DISSE, ME BASEEI EM CONVICÇÕES, MAS EM PROVAS MATERIAIS QUE É DE CONHECIMENTO DO BRASIL E QUIÇÁ DO MUNDO.
Curtir · Responder · 21 de maio às 15:57

[redacted] Ciro Gomes não é Burro como o Bolsorrupto, Bolsofriboi, BolsoLixo, BolsaMerda, Bolsadebosta, Bolsotário, Bolsoburro.
Curtir · Responder · 25 de junho às 06:55

[redacted] CONCORDO ENIO DUVAL. CIRO NÃO É BURRO. BURRO É OS MILOTONTOS QUE VOTAM NELE NO IRMÃO DELE E NO GRANDE AMIGO DELE COLOR DE MELLO. CIRO GOMES JÁ MOSTROU QUE É DESTEMPERADO METIDO A CORONEL DO SERTÃO. AGORA CHAMAR BOLSONARO DE CORRUPTO DEMONSTRA QUE VC E UM ESQUERDISTA ACOSTUMADO À MENTIR COMO TODO ESQUERDISTA FAZ.
Curtir · Responder · 25 de junho às 08:10

[redacted] 9 Copiem e colem lá
#BOLSONAROPRESIDENTE2018
#BOLSONAROPRESIDENTE2018... Ver mais

Exemplo de conflito interativo com pano de fundo político-ideológico.

Vale ressaltar que as discussões que envolvem uma atitude militante sem sempre são estritamente políticas: podem envolver valores mais abrangentes, ou até discussões de cunho religioso, como o exemplo a seguir:

[redacted] 19 de setembro às 06:53 · São Paulo ·

Tem gente que acha que uma criança de 12 anos pode decidir se submeter a mudar seu corpo.
Tem gente que luta para que a mulher possa abortar sem ser culpada por isso.
Tem gente trabalhando para que pessoas do mesmo sexo possam se casar.
Agora, se alguém quiser se reorientar sexualmente, não vai poder!!!
Afinal de contas, as pessoas vão ter ou não liberdade sobre suas ações na sociedade?

Curtir · Comentar · Compartilhar

24

[redacted] Davi, vai estudar. Tá precisando, para de passar vergonha.
Curtir · Responder · 16 sem

[redacted] vc quer ter o direito de fazer o que quiser com seu corpo e não quer ninguém ditando regras para isso, certo? se alguém quiser procurar ajuda psicológica e re-orientar sua sexualidade, não pode ter o mesmo direito?
Curtir · Responder · 16 sem

[redacted] NÃO SE REORIENTA SEXUALIDADE PORQUE ELA É UM FATOR BIOLÔGICO, PORRA! Que parte disso q você ainda não entendeu? Já falei pra você gastar uns minutinhos da sua fodástica pós graduação na EPM pra pesquisar sobre gênero e parar de falar merda, mas você insiste!
Curtir · Responder · 16 sem

[redacted] pera aí... se alguém nasceu com pênis, mas não se identifica como homem, pode procurar cirurgia e se modificar... se alguém nasceu como mulher, mas não se identifica como tal, também pode procurar cirurgias e se modificar.... se alguém quer se reorientar sexualmente não pode procurar ajuda psicológica?!?!?!?!

Exemplo de discussão acalorada no *Facebook* com componentes religiosos. Aqui, como em outras discussões entre usuários classificados como "militantes" e "provocadores", são comuns as tentativas de desqualificar o interlocutor de modo a invalidar seu discurso.

Esse tipo de estratégia também torna os usuários que dela se utilizem especialmente vulneráveis, caso suas publicações estejam configuradas como "públicas" – de modo que qualquer indivíduo presente na mesma rede social, possuindo ou não um vínculo *online* com o indivíduo em questão, possa ter acesso às suas publicações e reagir com comentários visando desacreditar ou ofender abertamente o responsável. Nesses casos, ainda há o risco de suas postagens serem "expostas" em outros locais (como dentro de grupos virtuais compostos por pessoas com visões ideológicas antagônicas às suas), resultando em espécies de "linchamentos coletivos" em perfis da rede[66] – ou levando a ações de "denúncia" contra o usuário em questão, que pode ser suspenso pelo próprio *Facebook*, ou a invasões da conta do titular (os chamados "*hacks*"[67]).

Sofrendo tanto os riscos de romper ou fragilizar vínculos mais fortes, mantidos por interações fora das telas (como com parentes próximos), como de agressão por desconhecidos com acesso a suas postagens, esse usuário geralmente desenvolve diferentes estratégias de prevenção, defesa e retaliação contra essa espécie de situação conflituosa:

- Exclui (ou bloqueia) contatos de "vínculos fracos" que se engajam em discussões virtuais consigo. Essa estratégia justifica-se pelo alto custo de manutenção desse tipo de relação, sendo que seus benefícios podem ser muito reduzidos. Em outras palavras, as vantagens de se manter uma relação "fraca", com poucas interações que a sustentem em outros ambientes de sociabilidade, não conseguem superar o custo de proteger a fachada virtual contra ameaças vindas dessas mesmas relações durante discussões *online*;

- Deixa de seguir e/ou limita a possibilidade de visualização de suas postagens por parte de contatos com quem mantenha vínculo mais forte, como amigos íntimos, colegas de trabalho e parentes, de modo a evitar esse tipo de embate – e, consequentemente, proteger-se de prejuízos à sua fachada, com impactos em diferentes contextos de sociabilidade (nesses casos, é mais

66 Quando vários usuários se organizam para atacar a fachada de alguém, publicando agressões em massa em seu perfil *online*. Como exemplo, pode-se citar o "vomitaço" ao perfil do Presidente Michel Temer, ocasião em que milhares de usuários do *Facebook* comentaram uma publicação do político utilizando um "emoticon" simulando uma pessoa vomitando (Fonte: Jornal O Globo, "Internautas promovem 'vomitaço' em rede social de Michel Temer". Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/internautas-promovem-vomitaco-em-rede-social-de-michel-temer-21661867>. Acesso em 28/01/2018).

67 Nesses casos, o indivíduo possui a conta "roubada" por um *troll*, que pode publicar em seu nome ou alterar todas as informações do perfil *online* do indivíduo em questão.

custoso "romper" o vínculo com a pessoa, sendo que fazê-lo, mesmo que apenas no meio virtual, traria maiores prejuízos interativos);

- Por vezes, "fecha" o perfil para observadores externos, limitando-o apenas às pessoas que escolhe reter em sua rede de contatos – mantendo, desse modo, um controle substancialmente maior sobre a composição de sua plateia e blindando-se contra a atuação de *trolls*.

Algumas dessas estratégias são comuns a outros tipos de estratégia levantados na pesquisa, mas é no contexto do tipo de embate ideológico vivenciado por aqueles que adotam um comportamento "militante" que elas se fazem mais presentes. A estratégia de defesa interativa mais marcante desse perfil, no entanto, é a criação medidas de limitação da plateia - ou seja, de redução do volume de indivíduos que têm acesso a e podem revidar suas publicações. Essas estratégias são geralmente desenvolvidas após o usuário vivenciar situações de conflito na rede, as quais lhe causaram grande desconforto, ameaçando as representações que sustentava em outros ambientes – seja após ter sido provocado por outros, seja por ele mesmo não ter "resistido" a publicações feitas por indivíduos que apresentam um pensamento diferente do seu, iniciando, ele mesmo, uma discussão no campo de comentários de postagens do *Facebook* (a entrevistada Joana, por exemplo, afirma: "Já cheguei algumas vezes a ir em publicação de gente que eu nem falava direito para discutir"). Após viver essas situações de "estresse interativo", o usuário pouco ou nada altera suas práticas de publicação, continuando a defender suas convicções para fundamentar uma dada representação do eu "polêmica" e politicamente potente; contudo, busca reduzir consideravelmente as chances de dissenso ao reconfigurar o alcance de suas postagens e evitar o contato com aquelas que o irritem, e que seriam capazes de instigá-lo a iniciar uma "briga".

Em geral, portanto, esse tipo de estratégia é aliada ao princípio de "falar para poucos que concordem comigo", de modo que quem a adota parece evitar os sofrimentos de ter de lutar continuamente para defender sua fachada de ataques de pessoas próximas e/ou distantes; em contrapartida, reduz fortemente a probabilidade de se deparar com o contraditório, passando à situação de "vítima ativa" da "bolha de filtros" do *Facebook*, já citada em outra seção da tese. Mais uma vez, é possível aqui citar o caso de Joana, que "antes tinha muitos amigos no *Facebook*", com visões de mundo as mais variadas, mas que, após situações de estranhamento com parentes e colegas, criou um segundo perfil, para o qual ganharam acesso apenas amigos mais próximos ou que partilham de sua visão política.

2. Estratégias de discrição e a evitação do conflito aberto

Esse tipo de estratégia não traduz o mesmo tipo de apego a uma "persona política" presente em comportamentos do tipo "militante", nem busca desestabilizar os contatos do usuário como as atitudes mais "provocadoras"; pelo contrário, a atitude discreta visa favorecer a esquiva, pelo indivíduo, da tentação de administrar representações do eu nitidamente polêmicas, capazes de agradar uma parte da audiência virtual com o custo concomitante de incomodar ou inaugurar conflitos interacionais abertos com outros contatos. Em outras palavras, quem costuma se apropriar desse tipo de estratégia com frequência é *avesso ao conflito*, pretendendo manter-se em uma situação de relativa tranquilidade durante o maior tempo possível de sua experiência *online* – poupando, desse modo, grandes esforços para a manutenção de sua "fachada", que geralmente ficará menos vulnerável a agressões alheias.

Muitos dos entrevistados dessa categoria revelaram já ter vivenciado conflitos específicos no passado, ficando mais atentos com o passar do tempo – ou alterando drasticamente seus hábitos de sociabilidade *online* e o modo como utilizam o *Facebook.* Publicações polêmicas previamente expostas em seus perfis podem tanto ter causado conflitos limitados à própria rede virtual (discussões acaloradas por meio de comentários a essas publicações, por exemplo) quanto desencadeado desentendimentos que transbordam para outras esferas de sociabilidade – tais ocorrências incitam, em alguns, a necessidade de uma profunda revisão de seus hábitos de sociabilidade *online,* de modo a evitar situações semelhantes no futuro.

Nessa direção, a entrevistada Ana relatou que por vezes sofreu represálias de parentes próximos por compartilhar publicações muito íntimas ou que podem ser interpretadas como ofensivas por esses indivíduos:

> "Me arrependo de ter adicionado minha família inteira no *Facebook*, por exemplo. Me priva de postar um monte de coisa que eu queria ter liberdade de postar no meu 'face', de falar palavrão no *Facebook*, de postar coisas que as pessoas da minha família que serão preconceituosas ou racistas em relação a isso (...) é bem chato... tem que pensar duas vezes no que estou postando, porque tem alguém com influência maior do eu na minha vida e vai pensar 'que porra é essa', entende?"

A frequência e/ou intensidade de interferências externas em seus hábitos virtuais resultou na consolidação da preferência por "pensar melhor antes de publicar", de modo a calcular antecipadamente que parcela(s) de sua plateia virtual poderia ficar incomodada com a publicação inicialmente intencionada, e evitá-la caso os riscos para sua fachada (na própria virtualidade ou em outros contextos interativos) sejam muito elevados. Outros usuários, contudo, preferem evitar o confronto mesmo sem ter vivenciado situações tão desconfortáveis no passado, como Júlio, que alega: "Não gosto de ficar criticando no *Facebook.* Muita gente fica criticando outras pessoas, por mais que isso às vezes seja válido eu não gosto de ficar

falando mal". De todo modo, esse tipo de atitude revela a intenção de evitar discussões e mal-entendidos decorrentes de interações virtuais.

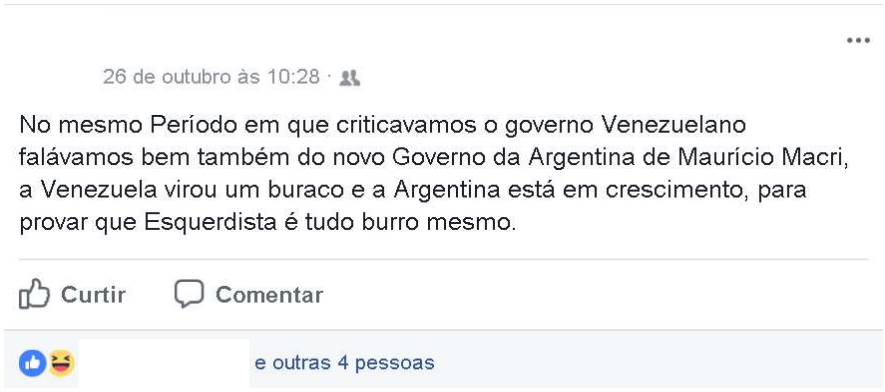
Característica determinante de uma postura "discreta" é a preocupação com os riscos à fachada individual, o que acarreta hesitação antes de cada postagem - evitando expor o usuário a uma situação de grande vulnerabilidade, em que sua representação poderia ser desacreditada por outros indivíduos (especialmente quando postagens que teria interesse em compartilhar são capazes de afrontar os valores de uma parte de seus contatos virtuais).

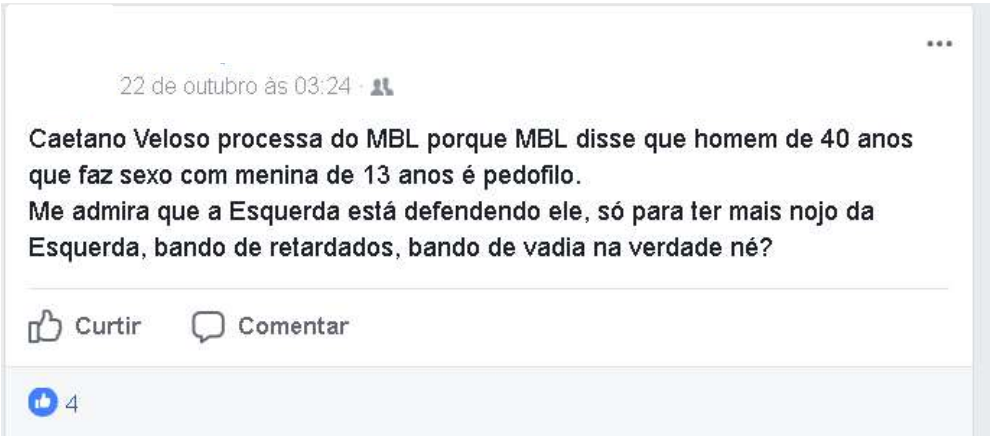
Desse modo, pelo que foi dito até aqui, não é possível concluir que o indivíduo que adota estratégias interativas discretas com frequência seja desprovido de opiniões e posições políticas fortes e consistentes; ele apenas prefere guardar suas convicções para si em certas ocasiões, especialmente quando sente que elas podem comprometer sua fachada por provocar reações alheias, ou quando exigiriam grande esforço interativo para reparar consequências de potenciais conflitos decorrentes de discordâncias diretas. É possível notar, inclusive, que parte considerável dos usuários deixa de preferir posturas virtuais "militantes" e "provocadoras", adotando-as com menor frequência, após vivenciarem situações de conflito com consequências desagradáveis (como discussões e perdas de amizade), adotando uma postura "discreta" como uma resposta defensiva por sofrerem na pele os riscos inerentes às polêmicas nas redes.

3. Estratégias provocadoras e o gosto pelo conflito

A estratégia de tipo provocadora parece ser o exato oposto da discreta, sendo traduzível como um estímulo a situações cotidianas de conflito aberto, como já exposto na seção anterior. Em um primeiro olhar, também seria possível confundir a atitude provocadora com a militante, o que sugeriria um problema no critério para a construção dos tipos atitudinais, uma vez que a primeira estimula, muitas vezes, situações de conflito sob motivações políticas e ideológicas: quem as adota ofende e busca humilhar, muitas vezes, aqueles que apresentam visões de mundo diametralmente opostas às próprias. Contudo, o nível de agressividade de quem age de modo provocativo é muito maior do que o dos usuários que adotam uma postura simplesmente militante, podendo ser bastante passivos em sua participação *online* – restringindo-a, por exemplo, a postagens próprias e poucos comentários àquelas compartilhadas tanto por colegas que pensam de modo similar quando por quem pensa de modo distinto. Em geral, quem adota atitudes militantes busca evadir-se de conflitos mais diretos, reagindo a eles com a defesa de seu perfil e de seus compartilhamentos ("fechando-os", ou seja, limitando a visualização deles pelos outros, por exemplo).

Já aquele que escolhe provocar não se contenta em expor suas próprias opiniões, optando por desqualificar o outro, seja de modo difuso – ofendendo em seu perfil, por exemplo, todos aqueles que defendem uma certa ideologia ou visão partidária – ou de modo direto, concentrado e individualizado, entrando em discussões acaloradas em meio às próprias publicações ou às de outros usuários. Em suma, quem age assim "procura a briga", caçando e gerando situações de embate, enquanto quem age de modo "militante" enfatiza a defesa de seus próprios ideais, sem buscar ativamente a destruição simbólica de seus adversários (para além da mera desqualificação das ideias por eles defendidas). Assim, torna-se possível associar esse tipo de atitude à figura do *troll*, especialmente dedicada ao ataque às representações do eu sustentadas por seus alvos, ao invés da mera defesa de determinados valores políticos, religiosos ou morais.





Exemplos de provocações provocativas difusas, adotadas para agredir um grupo específico de indivíduos: no caso, aqueles por ele classificados genericamente como "esquerdistas", chamados de "burros", "bando de retardados" e "bando de vadia" por conta de suas convicções.

Esse tipo de estratégia é composto por uma série de táticas ofensivas utilizadas para desqualificar seus alvos, como a publicação de insinuações ou indiretas de caráter ofensivo, apoiadas por *memes* e outras linguagens, visando agredir difusamente indivíduos que possuem visões políticas e morais determinadas. Nesses casos, caracteriza-se o "*bite*", quando um

usuário "provoca" discussão em sua própria linha do tempo ao compartilhar uma "isca" – ou seja, algo que afronta o interlocutor e instiga-o a responder. Nas palavras de Alberto:

> "Quando você joga uma polêmica você acaba identificando sempre, tem as pessoas mais contidas e as mais exaltadas. Então, dependendo do que você publica, você acaba 'pescando'. Ah eles tem um termo na internet o para isso né, é 'bite' – significa 'isca', você joga para causar uma polêmica para identificar uma pessoa ou para irritar mesmo, às vezes eu fazia justamente para isso".

Exemplos de postagens provocativas de cunho político-ideológico e amparadas por imagens com apelo humorístico. Na primeira, apoiadores do Partido dos Trabalhadores são comparados a 'burros' que estariam a serviço de Lula sem questionar; na segunda, eleitores do candidato à Presidência Jair Bolsonaro são associados a problemas psiquiátricos. Ademais, o próprio termo "bolsominion" implica a associação desse eleitor com a figura de um idólatra fanático, incapaz de senso crítico (inspirado nos personagens "Minions", desenvolvidos no filme "Meu Malvado Favorito", produzido pela *Universal Studios* e pela *Ilumination Enterteinment* em 2010)

Comentários em publicações de contatos e páginas "adversárias" também compõem uma estratégia mais provocadora, com a agressão de interlocutores de forma direta, sendo instigado o envolvimento em discussões que "fogem" do tema em questão (política ou religião, por exemplo) para transformarem-se em ataques mútuos à personalidade dos engajados, com a intenção clara de "destruir" a fachada sustentada pelo outro.

É bem mais difícil encontrar usuários do *Facebook* que admitem adotar estratégias provocadoras do que aqueles que militam ou alegam viver de modo mais "discreto nessa rede social. O motivo mais evidente para isso é o fato de ser usualmente mais trabalhoso administrar a intenção de atacar um ou vários interlocutores, o que demanda grande investimento de tempo e de planejamento. Em resumo, quem provoca escolhe seus alvos e procura meios eficientes para provocá-los, desmoralizá-los e, com isso, provar seu próprio valor; não se pode dar ao luxo de perder os conflitos por ele instigados, tendendo a prolongar discussões em que se envolve até atingir sua meta de desqualificação e comemorar a "derrota" ou a "fuga" do outro (que pode, enfim, se evadir da discussão ou bloquear o perfil de seu provocador). É evidente que tal comportamento pode muitas vezes resultar no afastamento de contatos virtuais, que tanto podem ter sido diretamente implicados nos conflitos buscados pelo provocador, quanto se mostrarem incomodados com o testemunho de conflitos envolvendo outros contatos do usuário em questão. Quem adota essa atitude, dessa forma, não costuma ser popular entre os usuários, sendo visto como uma ameaça desagradável pelos demais – sendo, em outras ocasiões, percebidos como os responsáveis diretos por mudanças de hábitos de sociabilidade de usuários determinados que, traumatizados por serem atacados, passam a evitar o compartilhamento de publicações mais polêmicas. Além de exemplos já citados, o usuário Marcelo também elucida bem esse tipo de "trauma" resultante de interações conflituosas no *Facebook*:

> "Já me arrependi sim [de adicionar pessoas no *Facebook*], já bloqueei e excluí várias pessoas mais de uma vez. Geralmente [por conta de] ofensa, toxicidade, pessoa vir discutir ou arrumar confusão. No passado [já entrei] muito mais, há 5 anos não entro mais nesse tipo de problema. Eu não tenho mais contato com esse tipo de pessoa problemática; era gente que se você discutia sobre, por exemplo, acho banda X ruim ou acho tal coisa sem graça, levava para o pessoal e arrumava problemas inclusive pessoais, procuravam difamar, ofender e provocar. Aí eu fui bloqueado por essas pessoas. Eventualmente aparecia outra, fazia o mesmo".

Observações conclusivas sobre conflitos interativos no *Facebook* e suas consequências para outras esferas de interação

Embora ainda seja muitas vezes notada como um ambiente interativo "à parte" de uma suposta "vida real", a virtualidade é um palco interativo indissociável de outras esferas de sociabilidade. Nesse sentido, o impacto das interações interpessoais em tal ambiente reverbera em outros contextos, podendo acarretar grandes consequências sobre relacionamentos com graus de proximidade de diferentes níveis. Assim, situações conflituosas dentro de ambientes virtuais como o *Facebook* podem resultar em desavenças familiares graves, perdas de amizade e, de modo mais amplo, na perda de fachadas e no descrédito sobre dadas representações do eu, sustentadas *on* e *off-line*.

Por outro lado, evidencia-se que a virtualidade favorece, com frequência, posturas interativas mais agressivas, já que costuma oferecer proteção adicional ao agressor - a própria tela do computador, que afasta o indivíduo de constrangimentos típicos vivenciados em situações de perda de fachada em interações face a face. Assim, os chamados *trolls* (que, com frequência, se protegem atrás de perfis "falsos" e sem muitas conexões, prevenindo-se de represálias significativas sobre as representações do eu que sustentam em outros ambientes) encontram-se em uma posição de vantagem em relação a alvos que, por seu turno, expõem-se à vulnerabilidade ao criar e atuar para manter uma rede de contatos o mais ampla possível. Ou seja: quanto mais conectado o sujeito, dentro e fora das telas, mais vulnerável a agressões na rede, em geral vindas daqueles que possuem "pouco a perder", seja por não exporem sua identidade "real" (ou seja: válida em outros contextos de interação), seja por serem pouco conectados. Nesses casos, as "batalhas virtuais" são consideravelmente desiguais, e costumam assustar muitos usuários, que passam a regular suas interações virtuais com maior rigor.

Por fim, também é possível somar tal favorecimento de ações agressivas à tendência pela formação de "bolhas de sociabilidade" na rede[68] e a uma conjuntura política nacional que favorece a polarização ideológica. Considerando-se o conjunto desses fatores, o *Facebook* pode ser compreendido como um palco de grandes angústias para seus usuários, em que batalhas são cotidianamente travadas para construir certas impressões de si, protegê-las de ataques alheios e agredir aquelas representações sustentadas por usuários com concepções de vida muito diferentes. Por mais que o essa rede social possa compensar esse estado de tensão contínua com a possibilidade de ampliação exponencial da rede de contatos de seus usuários, que se tornam muito mais "visíveis" para indivíduos de todas as espécies (favorecendo a constituição de novas relações pessoais e profissionais em um mundo que valoriza redes interpessoais amplas), é evidente que grandes sofrimentos também acompanham a rotina de seus adeptos. A todo momento, é necessário "calcular" se os benefícios de publicar algo ou de envolver-se em um debate *online* superarão os riscos de perturbar algum contato que, em decorrência dessa perturbação, se sentirá tentado a agredir a fachada sustentada pelo usuário em questão; e, quanto mais o indivíduo se aproveita das ferramentas interativas virtuais para chamar a atenção de seus interlocutores e obter mais "status", mais atrai possíveis interessados em agredi-lo e desqualificá-lo, em especial no caso de sua rede de relações ser muito diversificada. Nesse sentido, pode ser mais tentador permanecer discreto, alheio às polêmicas – mas com um custo que também parece cada dia mais insuportável para muitos, qual seja, mobilizar menos atenção de seus pares virtuais e, em decorrência, cultivar com menos intensidade suas redes de relações

68 Ideia já trabalhada em seção anterior.

interpessoais. No limite, a recusa individual em interagir de modo mais intenso (o que pressupõe, com frequência, envolvimentos em discussões mais acirradas) pode resultar na estagnação, ou até mesmo no enfraquecimento, da rede de relações do indivíduo em questão: afinal, um perfil "desinteressante" possui muito menos potencial de atração de novos contatos do que o perfil de uma pessoa assertiva e capaz de flertar com polêmicas e confrontos virtuais em seu dia a dia.

Nesse sentido, releva destacar que, na lógica das interações em redes sociais, parece não haver nada pior do que instigar a *indiferença* nos interlocutores, o mesmo podendo ser obtido se o usuário se engajar verdadeiramente no universo *online*, mas de modo excessivamente ameno e ponderado. No *Facebook*, por exemplo, curtidas e comentários podem ser vistos como sinais de que dada publicação chamou a atenção, e alguma que tenha poucas ou nenhuma curtida/comentário pode, por conseguinte, ser interpretada como um "fracasso" - expressando que aquilo que o usuário em questão compartilhou em seu *feed* de notícias "não tem graça" ou não é suficientemente interessante para os demais, a ponto deles sequer interagirem minimamente com a postagem. Esse é um dos riscos inerentes ao tipo "discreto" de atitude, por mais "segura" que pareça: evitando-se publicar ou publicando-se amenidades, há a possibilidade de aumento da indiferença pelo perfil do usuário, e uma consequente sensação de fracasso com a interação *online*.

Aqui, percebe-se que os indivíduos cadastrados no *Facebook* devem equilibrar-se entre a discrição e a extroversão para obterem o máximo de eficiência de seus perfis: não basta serem "discretos demais", pois isso inviabiliza a manutenção de uma rede de contatos ampla e consistente e de uma plateia interessada; por outro lado, um excesso de polêmicas pode resultar em maior isolamento interativo e conflitos abertos ou velados com outros usuários, com consequências potencialmente graves para as representações do eu mantidas nessa e em outras esferas de sociabilidade.

Para um maior sucesso na rede, a fórmula parece ser polemizar com moderação, agradando uma parcela da plateia sem agredir a outra a ponto de instigá-la a ameaçar, de forma aberta, sua fachada ou a evitar interações futuras. Para os casos em que a rede de contatos virtualmente mantida é ampla e variada, e em que o excesso de polêmicas pode trazer consequências ainda piores à sociabilidade, vale destacar mais uma vez que uma saída possível é dedicar-se a publicações de cunho mais intimista: escritos sobre a vida pessoal, fotos e *selfies,* poemas e poesias podem garantir uma constância na participação no *Facebook* a ponto de manter a plateia interessada, sem instigar adversários com postagens que expressam visões de mundo específicas e opostas a de outros usuários.

Considerações conclusivas

Após a apresentação da pesquisa e de seus pressupostos teóricos e metodológicos, de uma análise aprofundada sobre o objeto selecionado para análise e de um detalhamento sobre o trabalho de campo e observações iniciais sobre os resultados obtidos pelo processo investigativo, a tese pode encaminhar-se para sua conclusão lógica.

As considerações conclusivas aqui apresentadas são dedicadas a essa finalização, sendo divididas em duas seções distintas. Na primeira, serão tecidas relações entre os resultados do campo e as discussões teóricas acerca da importância das conexões interpessoais na contemporaneidade e da demanda por "autenticidade", com apontamentos sobre sua aplicação para a compreensão de relações virtualmente sustentadas no *Facebook* – considerando-se a percepção sobre a importância de parecer "verdadeiro" e "espontâneo" nas publicações compartilhadas nessa rede social para potencializar a aceitação das representações virtuais do eu sustentadas pelo indivíduo.

A segunda e última seção, por seu turno, dedicar-se-á a uma sucinta retomada de todo o caminho analítico percorrido até aqui e às considerações conclusivas acerca dos objetivos de pesquisa inicialmente traçados, explicitando até que ponto as estratégias de manipulação de impressões tocadas por usuários do *Facebook* podem adotar variadas formas (das mais agressivas e polêmicas às mais "diplomáticas" e comedidas), com a sempre presente intenção de direcionar favoravelmente as impressões que uma parcela relevante da "plateia virtual" desenvolve a respeito do sujeito em consideração.

4.1. A demanda por "autenticidade" na contemporaneidade e seu papel na orientação de condutas virtuais

Conforme já apontado, os atores sociais orientam suas interações tendo como base e referência valores em vigência no contexto social em que estão inseridos. As representações sociais que administram não podem ser por eles "criadas do zero", mas partem de normas de conduta socialmente traçadas, norteadas por ideias e valores compartilhados. Nesta seção conclusiva da tese, apresentaremos alguns dos valores sociais que cumprem importante papel na orientação de condutas interativas, determinando o que, para os indivíduos em interação, é uma "boa representação" e colaborando para a identificação de potenciais conflitos e mal-entendidos nas interações virtuais.

Autores que nos podem auxiliar nessa direção são os sociólogos franceses Luc Boltanski e Ève Chiapello. Em "O Novo Espírito do Capitalismo" (2009), eles traçam um complexo panorama sobre o atual formato do sistema capitalista ocidental identificando, nesse processo, um "espírito" que o justifica e o legitima – de modo análogo ao "espírito do capitalismo" notado e avaliado por Max Weber em "A ética protestante e o 'espírito' do Capitalismo" (2009[1905]). Assim, os autores resgatam as compreensões de Weber acerca da existência de uma ética que justifica o sistema econômico capitalista em sua fase inaugural e identificam o desenvolvimento de novos "espíritos" conforme o próprio capitalismo passa por mudanças sistêmicas significativas – o que, por sua vez, implica a necessidade de novas formas de justificação.

Há nos autores, portanto, a interpretação de que o capitalismo, em si mesmo, não mobiliza os indivíduos a dele participarem: enquanto impõe aos assalariados a impossibilidade de levar uma vida ativa fora da subordinação, os capitalistas são nele fadados a um processo incessante de acúmulo de riquezas, abstrato e, acima de tudo, *insaciável* (BOLTANSKI e CHIAPELLO: 2009, p. 38). Nesse sentido, aceitar esse sistema e engajar-se de modo ativo em seu modelo não parece tentador para nenhuma das partes. Disso decorre que o compromisso com o sistema não pode ser obtido levando-se em conta apenas a satisfação de necessidades práticas individuais; ele também depende do convencimento de que se trata de um modelo social benéfico para toda a coletividade. O capitalismo, assim, só consegue engajar verdadeiramente seus cidadãos na medida em que seja amparado por uma *ideologia que justifique tal engajamento* – ou seja, um "espírito" que convença os indivíduos de que tal sistema provê benefícios coletivos claros (ibidem: p. 39). A partir dessa análise, os autores interpretam fases do capitalismo que sucederam o momento histórico interpretado por Max Weber, e os respectivos "espíritos" que emergiram e se difundiram para justificá-los e garantir a aceitação e o envolvimento das massas. Descrevem, assim, o funcionamento e a "ética" do

capitalismo monopolista predominante em boa parte do século XX, caracterizado pela hierarquização rígida das relações e pela disciplina e respeito às normas vigentes, para então dedicarem-se ao declínio desse modelo e à ascensão de um novo sistema, com uma nova forma de legitimação necessária para sua consolidação em um novo contexto.

Escrevendo especificamente sobre a fase mais atual do capitalismo, erguida após o período das poderosas tensões políticas, sociais e culturais dos finais dos anos 60, os autores identificam, em sua origem, a apropriação de algumas críticas fundamentais ao modelo de sociedade em vigência no ocidente durante as décadas anteriores. Esse "novo" capitalismo precisou levar a sério a recusa de vários movimentos sociais da época às hierarquias e às rotinas de trabalho rígidas, à inautenticidade das relações e à falta de criatividade das instituições, além da rigidez comportamental presente na vida ordinária durante a "segunda fase" do capitalismo. Desse modo, e seguindo sua natureza mutável, esse sistema passou por reformas significativas em seu formato, visando não apenas adaptar-se às críticas sofridas em meios acadêmicos, sociais e políticos diversos, mas para resolver suas próprias crises econômicas e estruturais[69].

O novo capitalismo assumiria, desse modo, um formato alicerçado em estruturas organizacionais rizomáticas (mais do que a estruturação hierárquica rígida dominante na primeira metade do século XX), na colaboração entre funcionários e no incentivo direto e constante à sua criatividade e pela participação ativa nas instituições em que atuam. Nesse contexto, indivíduos que almejam sucesso social e profissional não podem mais contar, exclusiva ou prioritariamente, com qualidades pessoais estanques e imutáveis; devem, na verdade, dedicar-se a expandir e a manter conexões e demonstrar *flexibilidade* e *adaptabilidade* permanentes, para se adequarem ao ritmo acelerado da vida urbana e profissional contemporânea.

A nova economia demanda o acionamento contínuo de redes de contatos, de modo que uma pessoa isolada, que não interage com uma gama de indivíduos de diferentes círculos de sociabilidade, pode perder grandes oportunidades pessoais, profissionais e financeiras. Expandindo a lógica do mercado para todas as esferas, incluindo a da vida privada, o novo modelo impõe a cada um a árdua tarefa de ser "empreendedor de si mesmo", de gerir a própria trajetória com o máximo de eficácia, mesclando lazer e trabalho, vida pessoal e profissional, de modo a garantir o máximo de "sucesso pessoal" possível. O sociólogo inglês Nikolas Rose é

69 Durante o mesmo período, as economias mundiais sofriam com a chamada "Crise do Petróleo" e a queda brusca na arrecadação dos governos mundiais, que fizeram emergir discurso focado em uma suposta falência dos Estados Nacionais e de sua capacidade e alcance de atuação.

um dos pensadores da atualidade que analisam a difusão dessa ideia de "empreendedorismo[70]". Em "Inventando nossos *selfs*: Psicologia, poder e subjetividade", o autor escreve:

> "O empreendedorismo, nesse sentido, refere-se a uma série de regras para a conduta da existência diária de uma pessoa: energia, iniciativa, ambição, cálculo e responsabilidade pessoal. O *self* empreendedor fará de sua vida um empreendimento, procurando maximizar seu próprio capital humano, projetando seu futuro e buscando se moldar a fim de se tornar aquilo que deseja ser. O *self* empreendedor é, portanto, um ser tanto ativo quanto calculador, um *self* que calcula sobre si próprio e que age sobre si mesmo a fim de se aprimorar" (ROSE: 2011, p. 215).

Dentro dessa lógica, os indivíduos são pressionados a gerirem sua própria trajetória com o máximo de racionalidade possível, o que pode implicar, inclusive, a mobilização de sua rede de relações pessoais (ou mesmo íntimas) em prol de maiores vantagens práticas. Ou seja: mesmo as amizades, originalmente constituídas por afinidades, podem ser mobilizadas pragmaticamente para potencializar carreiras e gerar oportunidades profissionais. Em decorrência, as próprias "redes virtuais" acabam utilizadas como ferramentas interativas com papéis mistos, servindo tanto para conversar com amigos íntimos e compartilhar piadas e eventos sociais quanto para difundir currículos, estabelecer vínculos profissionais e acompanhar o "perfil pessoal" de funcionários e candidatos a postos de trabalho.[71] Trata-se de espaços de sociabilidade que costumam mobilizar uma rede bastante heterogênea de relações de diferentes esferas, claramente "misturando" os mundos do lazer e do trabalho, cujas fronteiras se diluíram e se tornaram mais obscuras nas últimas décadas.[72]

A análise dos perfis virtuais selecionados na presente pesquisa não deixa dúvidas sobre a vigência desse fenômeno, já que foram muito raros os casos em que os usuários participantes restringem o acesso às suas informações virtuais à rede de amigos íntimos e familiares; é

---

70 Análises aprofundadas sobre esse tópico também são encontradas em "O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa", importante livro de outro sociólogo contemporâneo, Alain Ehrenberg (EHRENBERG: 2010). Nele, o autor analisa a proliferação, nas últimas décadas, de uma narrativa "empreendedora" (cuja lógica é importada do mundo dos esportes de aventura) entre vários segmentos sociais, que são impelidos a se responsabilizarem diretamente, e com o máximo de eficácia possível, pela condução de suas vidas pessoais e profissionais.

71 Diversas reportagens brasileiras alertam os leitores sobre a importância de administrar o perfil *online* - tanto para garantir um emprego almejado quanto para prevenir uma demissão, dado que muitos empregadores adotaram como rotina a análise dos perfis virtuais de seus funcionários e candidatos. Como exemplo, uma reportagem do jornal "Extra" lista alguns casos de profissionais que perderam seus cargos por uma postura virtual julgada "inapropriada" por seus superiores (Extra: "Veja casos em que as redes sociais afetaram a carreira de profissionais". Disponível em: <https://extra.globo.com/emprego/veja-casos-em-que-as-redes-sociais-afetaram-carreira-de-profissionais-16415460.html>. Acesso em: 25/07/2017).

72 Discussões sobre o declínio da esfera pública e o processo de predomínio da lógica da esfera privada nas sociedades ocidentais contemporâneas foram desenvolvidas, com diferenças significativas, por diversos autores de renome. Entre eles, podemos destacar Christopher Lasch (1983), Hannah Arendt (2005) e Richard Sennett (2014).

recorrente, entre eles, manter contato *online* com indivíduos tanto do meio pessoal quando do meio estritamente profissional – mesmo que isso gere uma série de riscos para as fachadas sustentadas pelos sujeitos na virtualidade. De todo modo, na presente altura do texto o que importa ressaltar é que essa tendência (pela interação, dentro de um mesmo ambiente *online*, com contatos das esferas de convivência "pessoal" e "profissional") é compatível com uma pressão social mais ou menos generalizada, notada pelos sociólogos supracitados, para os indivíduos gerirem suas relações dentro de uma lógica de "gestão empreendedora" em que as "redes sociais" podem ser vistas como uma ferramenta de "crescimento" e "desenvolvimento" individuais (em todos os âmbitos, com destaque para a carreira profissional). Em outras palavras, os indivíduos gerenciam seu próprio perfil virtual como se fosse uma *empresa*, tendo como objetivo implícito a maximização de seu "capital humano"; gerenciam toda sua atividade *online*, mesmo de modo pouco consciente, esperando provar ser uma *pessoa* e um *profissional* interessante, criativo e com opiniões memoráveis, por mais heterogênea que possa ser a audiência.

Mas um outro aspecto ainda precisa ser levantado sobre a gestão das relações virtuais: caso a intenção de apresentar-se como alguém notável apareça de modo muito explícito, tanto nas redes sociais como nas relações face a face, perde-se muito a eficácia representativa: a fachada mantida pelo sujeito pode ser desacreditada caso ele revele claramente suas intenções interativas. É preciso parecer interessante de modo *despretensioso*; acima de tudo, a regra é parecer *autêntico e espontâneo*, ou "naturalmente interessante", sem uma intenção calculada. Parecer querer "chamar a atenção" ou enaltecer a si próprio, por meio de publicações de *Facebook*,[73], de modo óbvio e direto, pode apenas causar desconforto e chacotas por parte dos interlocutores.

Nesse ponto, é pertinente prosseguir com as discussões elaboradas por Boltanski e Chiapello e trazer à tona suas considerações a respeito da ideia de "autenticidade" e sua evolução nas últimas décadas, até sua adaptação concordante com a lógica capitalista mais recente. Como já mencionado, um período chave para entender o processo de formação e consolidação de um "novo espírito do capitalismo" é o momento pós-1968, quando grande efervescência social e política dominou todo o cenário mundial. Contraditoriamente, os movimentos sociopolíticos de fins dos anos 60 denunciaram a "falta de autenticidade" da sociedade massificada enquanto propunham, em paralelo, a desconstrução da exigência de

73 Nos grupos focais, as postagens analisadas pelos participantes que causaram mais incômodo foram muitas vezes julgadas como "forçadas", como se os indivíduos responsáveis por elas "entregassem os pontos" e tentassem, de modo deveras óbvio, provar seu valor perante seus colegas virtuais – o que, de acordo com os mesmos participantes, causa "tédio" e a sensação de que, na verdade, a pessoa é desinteressante e está desesperada por atenção alheia.

autenticidade presente em décadas anteriores; A autenticidade como "fidelidade a si mesmo, resistência de um sujeito à pressão dos outros, exigência de verdade no sentido de conformidade a um ideal" (BOLTANKSI e CHIAPELLO: 2006, p. 455) passou a ser associada ao elitismo burguês, reacionário ou mesmo a uma mentalidade "fascista" por esses críticos - além de ser considerada uma ilusão calcada na crença ingênua de existência da "originalidade" em um mundo que, na realidade, estaria marcado pelo *simulacro* (e, portanto, pela impossibilidade de diferenciar "modelos autênticos" de "cópias mecânicas").[74]

Ao julgar por características marcantes do tempo presente, é possível notar que essa ideia de "autenticidade", criticada por intelectuais atuantes em 68, permanece fora de moda: aquele que "teima" em se apoiar em qualidades pessoais supostamente "autênticas", que o diferenciariam da massa, pode deixar de colher frutos sociais e profissionais. Ao contrário, o sistema capitalista atual exige muita *flexibilidade* dos indivíduos, que devem ser capazes de se relacionar amplamente e utilizar tais relações para maximizar suas chances de sucesso em diversas áreas da vida.

Contudo, a "autenticidade" enquanto tal não foi totalmente descartada, mas convertida em uma noção que envolve ideias como as de *confiança*, *sinceridade* e *empenho.* No mundo dos negócios, por exemplo, as relações são contraditoriamente valorizadas pelo que possuem de "pessoais" e pela "crença interiorizada na sinceridade do elo estabelecido por um certo tempo" (idem: p. 462), em um momento em que conexões sempre novas devem ser estabelecidas como exigência de lucratividade. No capitalismo conexionista, [75] são concomitantemente demandadas *flexibilidade* e *permanência* dos sujeitos, o que gera situações conflitantes, fonte de potenciais desentendimentos:

> "A tensão entre exigência de flexibilidade e necessidade de ser alguém, ou seja, de possuir um eu dotado ao mesmo tempo de especificidade ('personalidade') e permanência no tempo é fonte constante de inquietação num mundo conexionista" (ibidem: p. 466).
> .

Os autores destacam, especialmente, o mal-estar causado pela manipulação de relações pessoais de "confiança" em prol de interesses mercadológicos: afinal, como saber se "aquele"

---

74 Nesse ponto, Boltanski e Chiapello referem-se às críticas de Gilles Deleuze (1925-1995), um dos pensadores proeminentes da época mencionada, à representação e à possibilidade de diferenciar, nos tempos modernos, as "cópias" de seus supostos "modelos originais" – ou, estendendo a interpretação, o "indivíduo autêntico" da "massa indiferenciada". Dizem os autores: "No mundo do 'simulacro', já não existe nenhuma possibilidade de se opor uma 'cópia' a um 'modelo'; uma existência voltada para a autenticidade, como identidade do eu consigo, a uma existência submetida por forças externas à repetição mecânica; uma diferença ontológica (que seria a do sujeito responsável) à sua perda no indiferenciado" (idem: p. 458).

75 O termo também é inspirado no livro de Boltanski e Chiapello, que identificam uma dinâmica social "conexionista" compatível com um novo "espírito" do capitalismo.

colega está sendo simpático de forma sincera ou genuína, ou está investindo em um relacionamento supostamente "autêntico" apenas para se beneficiar, abrindo portas para oportunidades futuras? A sociedade conexionista atual estimularia, desse modo, um estado de suspeita generalizada em torno das intenções por trás das relações, por mais que se vendam como desinteressadas.

Tal mal-estar se manifesta, especificamente, na utilização de redes sociais e outras ferramentas de interação virtual, como demonstrado pela ensaísta e pesquisadora Paula Sibila, autora do livro "O Show do Eu" (2016). Escrevendo sobre o uso, para fins publicitários, de figuras de alta popularidade nas redes sociais, pelos departamentos de *marketing* de grandes corporações, a autora percebe os eventuais mal-estares resultantes desse processo de apropriação. Muitas empresas, visando aumentar o alcance de seus produtos, investem em formas de propaganda veladas – bem diferentes daqueles comerciais midiáticos predominantes até os finais do século XX – em muito dependentes das novas tecnologias de comunicação à distância. Entre esses novos métodos, encontra-se o financiamento de figuras que alcançaram prestígio por sua atuação em ambientes virtuais, como os *YouTubers*,[76] cujos vídeos publicados no *YouTube* conseguem atingir milhões de visualizações em poucas semanas. Várias dessas pequenas celebridades passaram a recomendar os produtos de empresas anunciantes, mas de tal modo que pareciam *realmente* gostar deles e utilizá-los no dia a dia; em outras palavras, essas pequenas celebridades *simulam autenticidade*, disfarçando qualquer interesse comercial em suas propagandas. A relação entre patrocinador e o agente da propaganda é camuflada, de modo que a audiência acredite que as marcas ostentadas por seu *Youtuber* favorito sejam preferidas por ele de modo *genuíno*. As empresas aproveitam-se, assim, da identificação da audiência com essas micro-celebridades, para induzi-la a consumir seus produtos.

Problemas surgem, contudo, quando esse mecanismo é utilizado em excesso junto a uma mesma figura pública, gerando desconfiança de sua audiência. Quando um *YouTuber* ou uma celebridade de outra espécie *sempre* aparece usando produtos de marca, ou falando sobre eles, seu público começa a *desconfiar*, chegando ao ponto de denunciar o caráter "mercenário" dessa figura. Sibilia cita o exemplo de Ricky Dillan, um estadunidense de 23 anos que contava com milhões de seguidores em suas redes sociais. Uma reportagem de 2015, mencionada pela

76 O próprio conceito de "*YouTuber*" parece ser um sintoma do contexto social já descrito, caracterizado pela lógica da "gestão empreendedora": um *YouTuber* pode ser apenas um amador, que publica vídeos com uma frequência muito variável (tipo de usuário mais comum), mas ele só será considerado como um *YouTuber* "de sucesso" caso já se tenha "profissionalizado", mostrando eficiência na "arte" de gerenciar seu "canal" e criar vídeos que mobilizam, com certa regularidade, uma grande quantidade de espectadores – o que, por sua vez, normalmente resulta na obtenção de uma renda considerável por esse aplicativo, seja direta (por pagamentos do próprio *YouTube*) ou de forma indireta (com publicidade direta e patrocínio para os vídeos).

autora, comentou uma foto que Dillan publicou em seu perfil no *Instagram*, em que aparecia segurando duas latas de Coca-Cola – marcadas, respectivamente, com seu primeiro nome e seu sobrenome. Apesar da aprovação de alguns seguidores, muitos outros criticaram Dillan por desconfiarem da publicidade encoberta – inclusive porque seria difícil supor que a Coca-Cola produziria uma lata com um sobrenome tão pouco usual sem interesses publicitários mais diretos em mente. Retomando as ideias apresentadas por Boltanski e Chiapello sobre o que é valorizado como "autêntico" na sociedade atual,

> "(...) é então autêntico aquilo que foi feito sem segundas intenções estratégicas, ou seja, sem outra intenção além da intenção de fazê-lo (em oposição à intenção de vendê-lo, como no exemplo dos produtos ecológicos), de fazê-lo (ou fazer-se) amar, de fazê-lo (ou fazer-se) admirar" (BOLSTANKI e CHIAPELLO: ibidem, p. 453).

Nesse sentido, também podemos creditar parte do sucesso de *YouTubers* ao quanto conseguem convencer de que são *autênticos* - ou seja, que sua intenção foi desinteressada, e não motivada, em última instância, por sucesso ou lucratividade fáceis[77]. Em contrapartida, essas pequenas celebridades podem ser facilmente acusadas de "inautênticos" e perderem apoio se derem pistas de serem movidas por interesses estratégicos. Não é incomum, por exemplo, um grande *YouTuber* ser criticado por "apelar" nos vídeos voltados para sua audiência, exibindo um conteúdo "sensacionalista" apenas para garantir mais seguidores[78] - e, mais uma vez, fica evidente a semelhança com a gestão de perfis virtuais do *Facebook*, onde os usuários também podem ser malvistos caso deixem óbvias suas intenções pelo agrado de sua audiência a partir de publicações apelativas em excesso.

---

77 Também é possível citar os crescentes e preocupantes casos de uso político-partidários das redes sociais: é sabido que partidos políticos, no Brasil e no mundo, têm contratado indivíduos para criar perfis falsos às centenas ou milhares em redes como o *Facebook* e o *Twitter*, instruindo-os a propagar notícias falsas (as chamadas "*fake news*") e a defender certos lados políticos simulando "autenticidade": a estratégia de pagar usuários para fingirem-se genuinamente inconformados ou apaixonados nas redes sociais parece mais eficaz, em muitos casos, do que convencer o eleitorado por meio de argumentação direta e transparente do partido e de seus militantes "reais". Sobre a influência do fator "perfis falsos" nas eleições brasileiras, pode-se acessar reportagem da BBC Brasil (Fonte: "Exclusivo: investigação revela exército de perfis falsos usados para influenciar eleições no Brasil". Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172146>. Acesso em: 20/04/2018.

78 Entre as polêmicas que poderíamos listar, selecionamos a que envolve o *YouTuber* Cemre Candar que, em outubro de 2016, se banhou em 250kg de Nutella. Apesar de conseguir expressivo número de visualizações nesse vídeo, além do apoio de seus já consolidados fãs (que acompanharam outras empreitadas similares do *YouTuber*, como seu banho com pimenta ou com bolachas Oreo), a atitude foi vista por muitos outros como "apelativa" e desesperada, diretamente direcionada para impactar a audiência
(UOL Notícias, "Youtuber dá 'mergulho' em banheira com 250 kg de Nutella. É sério!". Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/tabloide/ultimas-noticias/tabloideanas/2016/10/28/youtuber-da-mergulho-em-banheira-com-250-kg-de-nutella-e-serio.htm>. Acesso em: 13/08/2017).

Paula Sibila destaca um exemplo emblemático para demonstrar que o conflito entre a *autenticidade* e o *conexionismo* é muito mais complexo do que parece: o famoso caso da jovem australiana Essena O´Neill, que virou notícia nos finais de 2015, ao denunciar sua rotina anterior, focada em muitas horas diárias de conexão na *internet* e uma preocupação exacerbada com a administração de sua imagem virtual. Essena chegava a ficar conectada oito horas por dia, além de fazer mais de cinquenta poses para tirar uma foto considerada "publicável" nas redes sociais (ou, com ironia, que demonstrasse mais "espontaneidade" perante olhos de pessoas alheias aos bastidores do processo); também admitiu já ter contratado um grupo de jovens fisicamente atraentes para aparecer em imagens com ela, em seu voraz apetite por maximização de "curtidas" nas redes. Em seu midiático "surto de arrependimento", a jovem denunciou a artificialidade de uma vida fortemente direcionada à "fabricação da espontaneidade" e à perseguição permanente da aprovação por sua audiência virtual. Comentando uma foto publicada em que aparecia fazendo ioga, ela tece um comentário bastante ilustrativo: "não há nada *zen* em tentar parecer *zen*" (apud SIBILIA: 2016, p. 41).

Voltando às palavras de Paula Sibilia, esse tipo de exemplo mostra-nos "até que ponto tais comportamentos se naturalizaram entre nós, com uma rapidez inusitada, passando a desempenhar um papel fundamental no cotidiano de qualquer um" (ibidem: p. 42). Ou seja: a contradição entre ser *flexível ou superconectado* e *autêntico* não se manifesta apenas em microcelebridades, mas é gerenciada cotidianamente nas relações virtuais mais casuais. Os dados obtidos com a presente pesquisa reforçam essa percepção, dado que foi visível, em parte relevante dos participantes, a intenção de parecer *autêntico* em suas postagens: é comum que adotem tom *intimista* e de aparente *espontaneidade*, com uma linguagem muitas vezes informal e emotiva, parecendo casual - por mais que, como já exposto, os participantes normalmente calculem muito bem aquilo que irão publicar (refletindo, inclusive, sobre valer ou não a pena publicar algo, prevendo, com maior ou menor sucesso, impactos negativos possíveis para cada publicação). Assim, fica evidente que, por trás da lógica da administração de representações virtuais do eu, há um alinhamento à valorização presente da *autenticidade,* aliada à demanda por *flexibilidade* e pela mobilização de redes de relações, exigidas em tempos de capitalismo conexionista. Além disso, percebe-se a intenção implícita de uma gestão "empreendedora" da vivência virtual, no sentido de uma tentativa de administração racional eficiente das relações gerenciadas pela *interne*t, de modo a obter o máximo de vantagens e obter crescimento pessoal e profissional.

Como uma das ferramentas interativas virtuais mobilizadas para essas intenções, temos o recurso das publicações nas "linhas do tempo" do *Facebook*, que contribuem para o indivíduo "vender", perante um público em geral bem diversificado, a imagem de uma pessoa "forte" e

"interessante", que deve ser valorizada por seus pares. Nesse sentido, percebe-se como os valores difundidos pelo "espírito" da fase mais recente do capitalismo também influenciam fatalmente os modos como as relações virtuais são conduzidas, ao menos em redes sociais como o popular *Facebook*.

4.2 A administração de representações do eu no *Facebook:* "autenticidade mercantil"

Pelo que foi visto até o momento, é possível relacionar diversas estratégias interativas típicas de ambientes de sociabilidade virtuais em geral – e no *Facebook,* em específico. Ademais, vê-se que não é possível desprezar os impactos das relações mantidas virtualmente e das estratégias de administração de representações virtuais do eu sobre outros contextos de sociabilidade: por um lado, a lógica que determina a constituição e manutenção de representações do eu no *Facebook* perpassa vários ambientes de sociabilidade, sendo condicionada por valores dominantes no meio social dos indivíduos em interação;[79] por outro, o sucesso ou fracasso na condução de estratégias representativas pode impactar na administração de representações do eu mantidas em vários outros contextos sociais em que o indivíduo está inserido.[80] Desse modo, é possível concluir que a rede social em questão é palco de grandes tentações e angústias, que vão muito além de um mero papel de entretenimento e socialização desinteressada, uma vez que pode impactar – favorável e/ou desfavoravelmente – a imagem social do indivíduo em um plano mais geral.

Por esse e outros motivos, o *Facebook* prende a atenção de milhões de usuários pelo mundo. Uma das grandes vantagens trazidas aos jovens por esse sistema, nos dias de hoje, é o estabelecimento e a manutenção de redes de sociabilidade que podem alcançar volumes inimagináveis, em comparação com as redes administradas antes do surgimento da *internet* e de redes virtuais de interação.[81] Ademais, o *Facebook* é capaz de enredar a atenção contínua de seus usuários prometendo-lhes o gerenciamento concomitante de diversos papéis sociais – favorecendo, como já discutido, uma expressão "múltipla" da identidade humana.[82] O indivíduo pode, assim, exibir várias características distintas e, por vezes, aparentemente

---

79 Conforme já discutido na seção imediatamente anterior.

80 Exemplos já foram citados ao longo da tese, como quando indivíduos colocam seus empregos ou relacionamentos em jogo por seu comportamento *online* (principalmente quando publicam, compartilham e interagem com postagens visíveis aos outros).

81 Como visto na seção anterior, essa vantagem não pode ser menosprezada em uma sociedade "hiperconectada", em que o sucesso individual pode ser medido pelo tamanho de sua rede de contatos.

82 Conforme visto na seção 2.2.

contraditórias em seu perfil virtual e em publicações e compartilhamentos em sua linha do tempo, expressando aspectos os mais variados de sua identidade em um mesmo espaço de sociabilidade. De certo modo, redes sociais como essa permitem ao indivíduo transcender a identidade que usualmente expressa em interações cotidianas, em que apenas uma parcela muita reduzida de sua personalidade costuma ser mobilizada e poucos sinais externos são manifestos (como o vestuário, seus acessórios e expressões faciais, por exemplo): na virtualidade, vários aspectos que compõem a identidade individual ficam disponíveis aos pares de modo simples e rápido, ao alcance de poucos cliques.

Em decorrência, o *Facebook* estimula a gestão de representações heterogêneas do eu – compatível, por seu turno, com uma plateia virtual também heterogênea, composta por indivíduos com diferentes preferências e visões de mundo (decorrente da própria lógica do sistema de gerenciamento de contatos dessa plataforma interativa, em que o indivíduo "acumula" relações com contatos vindos de grupos sociais os mais diversificados, conferindo ao usuário um número total de "amigos virtuais"). Expressando características diversificadas, o usuário pode impressionar indivíduos muito diferentes entre si em um mesmo espaço de sociabilidade. Há, portanto, estímulo constante para que as *personas* virtuais sejam administradas cotidianamente, com a publicação de postagens e a inserção de informações pessoais no dia a dia, com certa constância, de modo a agradar continuamente um conjunto de seguidores e validar certa impressão que se almeja causar nos demais.

Tal estímulo pode ser ainda mais tentador para o grupo de jovens paulistanos analisados nesta pesquisa: estes, como já exposto ao longo da tese, estão em um período de vida em que a formação da identidade pessoal está em seu auge, uma vez que é possível entrar em contato com uma rede cada vez mais abrangente de grupos sociais – colegas de escritório, amigos de faculdade, e etc. – e o indivíduo passa a refletir mais intensamente sobre quem é e com quem irá interagir nas próximas etapas da vida. A rede de contatos pessoais expande-se, de forma geral, extrapolando o ambiente familiar e forçando o jovem a encarar pontos de vista e gostos pessoais por vezes muito distintos daqueles com os quais estava acostumado em meio aos grupos primários de sociabilidade. As redes sociais podem, nesse contexto, abrir-se como um novo universo de possibilidades relacionais – além de ajudarem a fortalecer os próprios vínculos recentemente criados em outras esferas de sociabilidade cotidiana. Pelo *Facebook*, por exemplo, o jovem pode expandir em muito uma nova rede de colegas de trabalho iniciada por sua entrada no mercado profissional, além de fortalecer esses novos relacionamentos (desconectados, a princípio, de outros contextos de interação face a face) pelo uso das ferramentas comunicativas disponibilizadas por essa plataforma.

O favorecimento à formação e fortalecimento de vínculos variados e de expressões múltiplas de si também é muito compatível com a vida em grandes cidades, em que os círculos de sociabilidade são deveras abrangentes e diversificados e o chamado "individualismo qualitativo" aparece com maior vigor,[83] com os indivíduos buscando diferenciar-se mais notadamente dos demais em meio a um ambiente social altamente massificado. Nesse contexto, uma ferramenta interativa como o *Facebook* traduz-se como uma notável oportunidade para exibir atributos pessoais diferenciadores ante uma ampla e diversificada plateia, com extensão e heterogeneidade típicas da vida metropolitana e de um mundo cada dia mais "hiperconectado", marcado pela comunicação à distância. Assim, é evidente que os participantes da pesquisa, todos moradores da grande metrópole de São Paulo, se apropriam ativamente da rede social em questão para administrar, ampliar e fortalecer suas relações dentro e fora da rede, e que ela facilita muito as interações em um contexto social marcado por grandes distâncias e pela dificuldade em arranjar tempo e espaço físico apropriado para a interação cotidiana. O *Facebook* apresenta-se, sob essa ótica, como um bom substituto para interações cotidianas face a face entre indivíduos que já mantêm alguma relação, em um contexto social em que os encontros interpessoais se podem tornar bastante restritos (pela questão da distância e da falta de tempo e de espaços apropriados de sociabilidade urbana).

Conforme ressaltado em diversas ocasiões ao longo do texto, o *Facebook* favorece o gerenciamento de representações do eu, facilitando a manipulação favorável, pelo usuário, das impressões que os outros sustentam a seu respeito – o que, mais uma vez, compensa a falta de tempo e de ambientes apropriados para interações mais longas e aprofundadas.[84] Assim, o indivíduo usuário tem a possibilidade não só de expandir sua rede de contatos e de expressar traços variados de personalidade, como de gerenciar favoravelmente essa rede de relações de modo a impressioná-la continuamente e, com isso, aumentar sua reputação *online* e fortalecer seus vínculos. Entram em cena, nesse momento, as estratégias de representações virtuais do eu focalizadas aqui: o usuário de redes sociais como o *Facebook* costuma moldar suas ações cotidianas de acordo com determinadas estratégias, na tentativa de direcionar o modo como os demais o tratam.

Esse gerenciamento, por seu turno, é sujeito a inúmeros riscos e obstáculos. Para manter uma rede de contatos que valide as representações do eu sustentadas *online*, o indivíduo sente-

83 Conforme já detalhado na seção 2.1 da presente tese.

84 De modo que é possível conhecer mais sobre os hábitos de um conhecido visitando seus perfis em redes sociais do que garantindo um encontro interpessoal prolongado com trocas de informações pessoais.

se impelido a publicar postagens com conteúdo que, contraditoriamente, é capaz de agradar uns e desagradar outros – em um nível tal que pode resultar em ataques à sua fachada e/ou consequências nocivas sobre relacionamentos sociais mantidos em outras esferas de sociabilidade. Há a possibilidade sempre presente de ofender ou provocar parte da plateia virtual que não concorda com os valores e hábitos mantidos e defendidos pelo usuário, implicando consequências de gravidades variadas para seus relacionamentos. O trabalho de campo confirmou que a preocupação em desagradar é muito presente entre os participantes, sendo geralmente mais evidenciada nas entrevistas do que a própria vontade de agradar ou de ser bem aceito pelos demais.

Retomando a hipótese que orientou a pesquisa apresentada, o trabalho de campo de fato identificou uma série de estratégias interativas de administração de representações virtuais do eu tocadas no Facebook, e que parecem variar, por seu turno, de acordo com as características da rede de sociabilidade dos sujeitos. Os entrevistados que apresentam uma rede aparentemente mais diversificada parecem, de modo geral, preocupar-se fortemente com o risco de desagradar parte de seus conhecidos com suas participações *online*, planejando com antecedência quando e o que compartilhar e por vezes optando por temas menos polêmicos em suas publicações. Todavia, ficou evidente a necessidade de uma abordagem quantitativa complementar no futuro, que permitiria verificar com maior abrangência e objetividade correlações entre tipos de rede de sociabilidade (por exemplo: seu tamanho e grau de diversidade) e estratégias de administração de representações *online* do eu.

Ademais, verificou-se a possibilidade da existência de tipos de estratégias interativas virtuais mais focalizados na aceitação de colegas virtuais com gostos e posicionamentos parecidos do que na aprovação de uma plateia diversificada, voltados a aumentar o vínculo do usuário com grupos sociais determinados (como grupos de filiação político-ideológica). Há, inclusive, aqueles que agridem outros usuários para destacarem-se perante seus pares, chegando ao ponto do assédio virtual e do *cyberbullying85*. Esse tipo de enfrentamento ao "diferente",

85 Segundo um site do governo estadunidense, "Stopbullying.org", *cyberbullying* é "(...) o *bullying* que ocorre por meio de equipamentos eletrônicos, como telefones celulares, computadores e *tablets*. O *cyberbullying* pode ocorrer por SMS, texto e aplicativos, ou de forma online em mídias sociais, fóruns, ou jogos onde as pessoas podem ver, participar ou compartilhar conteúdo. O *cyberbullying* inclui o envio, postagem ou compartilhamento de conteúdo negativo, nocivo, falso ou maldoso sobre alguém, causando embaraço ou humilhação. Alguns *cyberbullyings* cruzam a linha do comportamento ilegal ou criminoso" (Fonte: < https://www.stopbullying.gov/cyberbullying/what-is-it/index.html>. Acesso em 01/05/2018. Tradução nossa). *Bullying*, por seu turno, é definido como "(...) comportamento indesejado e agressivo entre crianças em idade escolar que envolve um desequilíbrio real ou perceptível de poder" (Fonte: < https://www.stopbullying.gov/what-is-bullying/index.html>. Acesso em 01/05/2018. Tradução nossa).

àqueles com convicções muito distintas daquelas defendidas pelo usuário, parece se alimentar do contexto sociopolítico atual brasileiro, pautado por uma forte radicalização ideológica (acentuada, por seu turno, desde os primeiros movimentos em prol do *impeachment* da Presidenta eleita Dilma Rousseff, em 2016). Portanto, a presente pesquisa permitiu a identificação de alguns tipos de estratégias interativas, determinadas pelos comportamentos virtuais cotidianamente expressos pelos usuários: a) estratégias voltadas para agradar minimamente todos os contatos, evitando temas polêmicos e selecionando postagens mais pessoais e com tom humorístico; b) estratégias que visam, prioritariamente, fortalecer vínculos individuais com grupos compostos por contatos com visões de mundo semelhantes; e c) estratégias direcionadas para ataques a outros grupos e indivíduos, por vezes envolvendo-os em discussões e outros enfrentamentos, de modo a desqualificar quem pensa diferente e destacar, com isso, as próprias qualidades pessoas e/ou argumentativas.

Apesar de todas as diferenças verificáveis em sua postura *online*, alguns pontos comuns permeiam a vida virtual desses usuários do *Facebook*. Primeiramente, a lógica da *autenticidade* é determinante para boa parte das interações virtuais: os usuários constroem e administram suas representações tendo em vista transmitir a impressão de serem *sinceros* e *autênticos* em suas participações, e não diretamente interessados em algo, seja quando publicam sobre suas vidas pessoais ou quando expressam opiniões sobre assuntos caros à sociedade. Sobre esse ponto, é notório que muitos usuários planejam por um bom tempo o que e como vão publicar antes de fazê-lo, mas de modo tal que suas publicações soem como se tivessem sido escritas "de pronto", no "calor do momento".

Mas a essa demanda por autenticidade soma-se outra, também já aprofundada na última seção, por *flexibilidade* e pela capacidade de adaptação, necessárias para o indivíduo inserir-se e aumentar sua reputação ante uma sociedade hiperconectada. Assim, é extremamente útil ao usuário de redes sociais cultivar suas relações impressionando os pares com publicações que soem *verdadeiras* e *espontâneas*, de preferência com tons fortemente emotivos, mas que desempenham o papel deveras instrumental de expandir e fortalecer redes de relações socialmente úteis ao sujeito. É estimulado, desse modo, um tipo de atuação *online* frequente e intensa que, por seu turno, contribui para outro aspecto comum às interações virtuais, e que determina toda a sua estrutura de operacionalização: a lógica do *empreendedorismo* e do *mercantilismo*, disseminada por todos os poros da rede social em questão e presente tanto nas atuações individuais (mediante a formação de personas "eficientes" em sua atribuição de impressionar plateias homogêneas ou heterogêneas e angariar *status* ao portador) quanto no filtro do *Facebook*, alinhado à gigantesca demanda comercial da empresa e alimentado pela

sanha de seus usuários por maiores e mais poderosas redes de sociabilidade. Afinal, todo o lucro – direto e indireto – dessa rede social é edificado pelo fornecimento massivo e "voluntário" de seus participantes.

Anexos

I. Termo de confidencialidade

Título do Projeto: "As representações do eu em redes virtuais de sociabilidade"
Pesquisador responsável: Pedro Felipe de Andrade Mancini
Instituição/Departamento: PPGS/Universidade de São Paulo
Telefone de Contato: (11) 97545-2635

O pesquisador do presente projeto se compromete a preservar a privacidade dos voluntários participantes das entrevistas em profundidade e das etnografias virtuais. Os dados coletados e disponibilizados para a pesquisa serão acessados exclusivamente pela equipe de pesquisadores, e a informação arquivada em papel não conterá a identificação dos nomes dos sujeitos elencados. Este material será arquivado de forma a garantir acesso restrito aos pesquisadores envolvidos, e terá a guarda por cinco anos, quando será incinerado. O pesquisador concorda, igualmente, que essas informações serão utilizadas única e exclusivamente para execução do presente projeto, sem serem associadas aos respondentes individuais da pesquisa.

São Paulo, 26 de junho de 2015.

Pedro Felipe de Andrade Mancini

Doutorando em Sociologia pela Universidade de São Paulo

II. Convite e termo de esclarecimento da pesquisa

Você está sendo convidado a participar de uma pesquisa sobre a sociabilidade e a manipulação de impressões em redes virtuais de sociabilidade.

Trata-se de uma pesquisa sob responsabilidade do doutorando em Sociologia pela Universidade de São Paulo Pedro Felipe de Andrade Mancini, com apoio da CAPES e a orientação da Profa. Dra. Maria Helena de Oliva Augusto.

Os procedimentos planejados contam com uma entrevista semiestruturada no domicílio do entrevistado (com cerca de 1h de duração) e, em casos determinados, uma etnografia virtual com enfoque na atuação do entrevistado no *Facebook* – procedimento que seria realizado à distância, mediante uma autorização escrita do voluntário.

Na entrevista semiestruturada, o voluntário será instruído a clarificar aspetos de sua sociabilidade, ou seja: com quem costuma conversar, com qual frequência e por quais meios conversa, entre outras informações solicitadas para fins estatísticos e analíticos.

Todas as informações obtidas pela pesquisa (tanto pela entrevista quanto pela observação) têm seu sigilo garantido, não podendo ser publicamente disseminadas para outros fins senão para a divulgação dos resultados do estudo – e, mesmo nesse caso, o anonimato dos respondentes é garantido por lei. Em outras palavras, ninguém além do pesquisador poderá associar as respostas a seus respectivos respondentes.

Caso surjam mais dúvidas a respeito dos procedimentos adotados para a pesquisa, sinta-se à vontade para entrar em contato direto com o responsável:

e-mail: Mancini.usp@gmail.com

Telefone celular: 11-9-7545-2635

Atenciosamente,

Pedro Felipe de Andrade Mancini

Doutorando em Sociologia pela Universidade de São Paulo

Nº USP: 3715333

III. Roteiro de pesquisa: Grupos focais

Roteiro para grupos focais: Doutorado Pedro Mancini

1. Apresentação

- Rodada de apresentação dos participantes: idade / onde mora / com quem mora.

- O que fazem no dia a dia? Trabalham e/ou estudam? O que e em que lugar/instituição?

- O que fazem para se divertir? Com quem se divertem? Com que frequência se divertem com essas pessoas?

2. Internet, redes sociais e Facebook

- Qual a importância da internet em suas vidas? Quanto tempo passam conectados? O que fazem quando estão conectados?

- Que redes sociais vocês utilizam? Quais acham mais legais ou interessantes? Por quê?

- Todos aqui têm uma conta no *Facebook*? Qual a importância dessa rede social em seu dia a dia?

- Qual a política de vocês para adicionarem pessoas no *Facebook*? Como é sua rede de amigos? (P. ex.: adicionam colegas de trabalho? Chefes? Precisam conhecer pessoalmente para adicionar?)

- Já tiveram algum problema relacionado a amizades no *Facebook*? Podem compartilhar com o grupo?

3. Postagens no Facebook

- Que tipos de publicação chamam mais a atenção de vocês no *Facebook*? Por quê?

- Já enfrentou problemas ou se arrependeu após publicar algo no *Facebook*? Pode compartilhar com o grupo?

4. Exemplos de postagens polêmicas

Mostrar cinco tipos polêmicos de postagens. Provocações:

* Que sensação essa postagem traz? O que sentem quando a veem?

* Que tipo de pessoa publica esse tipo de postagem?

* Como reagiria se:

Um amigo pessoal tivesse publicado?

Um colega de trabalho tivesse publicado?

Um familiar próximo (pai, mãe, filho) tivesse publicado?

Um familiar afastado tivesse publicado?

Seu(sua) parceiro(a) tivesse publicado?

Seu chefe tivesse publicado?

(Algumas possibilidades: criticaria pessoalmente/ mudaria a forma como vê a pessoa/ reagiria favoravelmente ou desfavoravelmente à postagem / excluiria ou bloquearia a pessoa da rede social/ etc.)

IV. Roteiro de pesquisa: Entrevista semiestruturada

Roteiro de entrevista semiestruturado
Doutorado Pedro Mancini

Parte 1: Informações básicas

1. Nome completo:_____
2. Idade: _____ anos
3. Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino
4. Ocupação: _____
5. Bairro de residência:_____
6. Escolaridade:

( ) Não frequentou a escola
( ) Ensino fundamental incompleto
( ) Ensino fundamental completo
( ) Ensino médio incompleto
( ) Ensino médio completo
( ) Ensino superior incompleto
( ) Ensino superior completo
( ) Pós-graduação

7. Escolaridade dos pais:

1. Pai

( ) Não frequentou a escola
( ) Ensino fundamental incompleto
( ) Ensino fundamental completo
( ) Ensino médio incompleto
( ) Ensino médio completo
( ) Ensino superior incompleto
( ) Ensino superior completo
( ) Pós-graduação
( ) Não possui pai
( ) Não sabe/Não respondeu

2. Mãe

( ) Não frequentou a escola
( ) Ensino fundamental incompleto
( ) Ensino fundamental completo
( ) Ensino médio incompleto
( ) Ensino médio completo
( ) Ensino superior incompleto
( ) Ensino superior completo
( ) Pós-graduação
( ) Não possui mãe
( ) Não sabe/Não respondeu

8. Você possui conta em "redes sociais"? Qual(is)? **(Resposta múltipla/caso não possua conta no *Facebook*, encerre.)**

( ) Facebook
( ) Twitter
( ) Google+
( ) LinkedIn
( ) Tumblr
( ) Instagram
( ) Pinterest

( ) Badoo

( ) Yahoo Profile

( ) Snapchat

( ) Blogger

( ) Outra(s). Qual(is)? _____

(Em caso negativo, encerre)

9. Qual a sua formação principal?_____

10. Qual(is) a(s) sua(s) atividade(s) regular(es) no momento? **(Respostas múltiplas)**

    1. ( ) Estudo. Em que nível? _____
    2. ( ) Trabalho. Em qual área? _____
    3. ( ) Trabalho doméstico.
    4. ( ) Trabalho voluntário. Onde? _____
    5. ( ) Outra. Qual?_____

11. Com quem você mora (nome da pessoa/relação com o entrevistado)?

    Pessoa 1_____

    Pessoa 2 _____

    Pessoa 3 _____

    Pessoa 4_____

    Pessoa 5_____

    Pessoa 6_____

    Pessoa 7_____

    Pessoa 8_____

12. Qual a sua renda pessoal mensal aproximada? **(renda total da família, dividida por número de pessoas que mora na casa)** R$_____

Parte 2: Rede de sociabilidade (20min)

1. Pensando nas pessoas com as quais você costuma interagir no dia a dia, peço que as dividam em alguns grupos, até o máximo de 5. Quais são os principais grupos com os quais você convive normalmente?

    Grupo 1:_____

    Grupo 2:_____

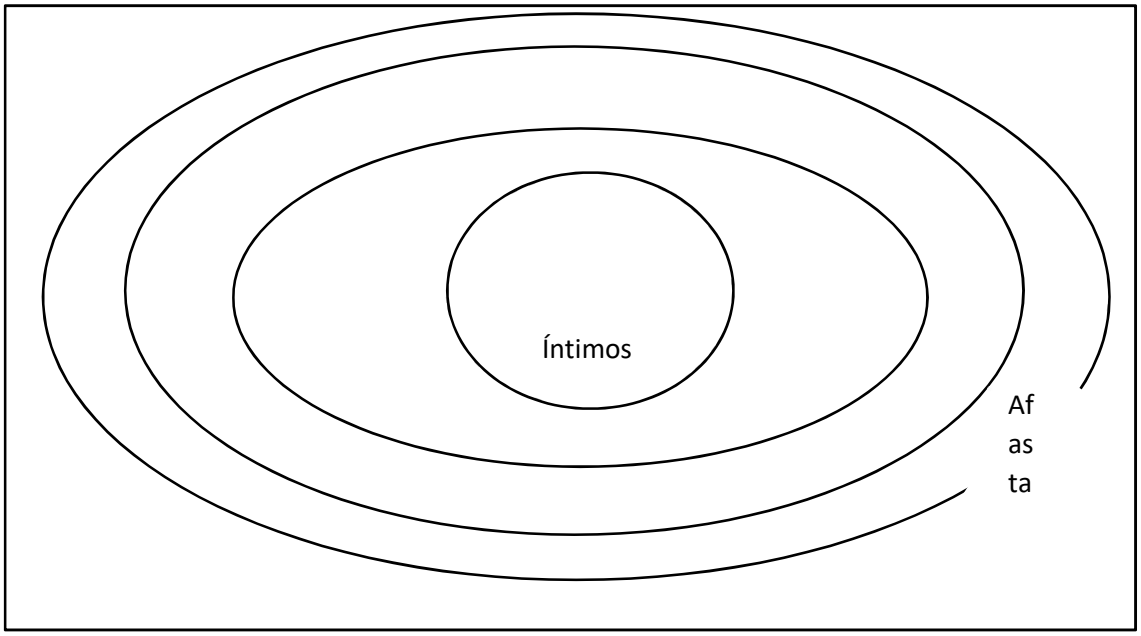
    Grupo 3:_____

    Grupo 4:_____

    Grupo 5:_____

2. Descreva um pouco como você se relaciona com cada um dos grupos listados na última questão. **Como conversam**? **Costumam se encontrar pessoalmente**? O **que fazem juntos?**

3. Agora, pensando em todo o seu círculo de conhecidos – de amigos íntimos, com os quais interage muito, a colegas com os quais interage pouco -, registre seu grau de proximidade com eles na figura a seguir **(mais próximos do centro: conhecidos mais próximos; mais afastados do centro: conhecidos menos próximos. Registrar nome e grupo ao qual pertence, entre os relacionados na questão anterior. Máximo de 8 pessoas)**.



Pessoa 1:_____ Grupo: _____

Pessoa 2:_____ Grupo: _____

Pessoa 3:_____ Grupo: _____

Pessoa 4:_____ Grupo: _____

Pessoa 5:_____ Grupo: _____

Pessoa 6:_____ Grupo: _____

Pessoa 7:_____ Grupo: _____

Pessoa 8:_____ Grupo: _____

Parte 3: Representação de si no *Facebook* (20min)

1. De que forma você participa dessa rede social? O que você *mais* costuma fazer nela? **[Explore: Compartilhamento de notícias, textos, fotos, vídeos (próprios/de outrem); observação de outros perfis; uso do sistema de bate-papo; outros usos.]**

2. O que você gosta de **publicar/compartilhar** nessa rede social? Com qual frequência publica/compartilha? São postagens de autoria própria? Você mesmo as publica ou são compartilhadas de outras páginas? Trata-se de *links* externos, trazidos de outros sites (Youtube, sites de notícias, etc.)?

3. De que tipo de publicação (de outras pessoas) você mais gosta e de que tipo você menos gosta nessa rede social **(Explorar temas e formatos, ao menos dois positivos e dois negativos)**? Por quê?

4. Em sua opinião, que tipo de postagem "faz sucesso" nessa rede social (no geral)? Que tipo de publicações as pessoas mais curtem e comentam? Quais, por sua vez, são má vistas ou pouco comentadas? Por que você acha que isso acontece?

5. Você já se arrependeu de aceitar a "amizade" de alguém nessa rede social? Se sim, por que aceitou e por que se arrependeu?

6. Já chegou a "excluir a amizade" de alguém nessa rede social? De quem, e por quais motivos? O que faz uma pessoa excluir algum "amigo" de uma rede social como essa?

7. Costuma usar "sistemas de filtros" para controlar a visualização das postagens **dos outros**? Se sim, de que modo utiliza esse(s) filtro(s)? Como administra o que verá na página inicial de sua rede social favorita?

8. Suas postagens estão configuradas de que forma **(visualização por amigos, pública, etc.)**? Isso muda de acordo com o tipo de postagem? Se sim, como e por que?

Parte 4: Identidade (15min)

1. Fale um pouco sobre você. Como você se resumiria? Como é sua personalidade e quais são suas principais características?

2. Você acha que quem te conhece pelas redes sociais te conhece de verdade? Quem vê suas publicações na *internet* pode imaginar como você é no dia a dia? Por quê?

Referências bibliográficas

AMARAL, A. e MOSCHETTA, P. H. Visibilidade e reputação nos Sites de Redes Sociais: a influência dos dados quantitativos na contrução da popularidade a partir da percepção dos usuários. **Performances interacionais e mediações sociotécnicas**. Salvador: EDUFBA, 2015, pp. 27-55).

ARANHA FILHO, J. Tribos Eletrônicas: Usos & Costumes. In: Anais do Seminário Preparatório sobre Aspectos Socioculturais da Internet no Brasil, agosto de 1995. Disponível em: http://flanelografo.com.br/esocius/t-jayme.html. Acessado em: 21/04/2014.

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2005.

BAUER, M. e AARTS, Bas. A Construção do Corpus: Um Princípio para a Coleta de Dados Qualitativos. In: **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som:** Um manual prático. Petrópolis: Editora Vozes, 2002, pp. 39-63.

BECK, U. **World Risk Society**. Cambridge: Polity Press, 1988.

_____.; BECK-GERNSHEIM, E. **Individualization:** Institucionalized Individualism and its Social and Political Consequences. Londres: Sage, 2002.

BOLTANSKI, Luc e CHIAPELLO, Ève. **O Novo Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BOURDIEU, P. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP, 2008.

_____. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1974.

_____. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S.A., 1989.

_____. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CARNEIRO, A. M. e DWYER, T.: A Pesquisa da Sociabilidade Online: Três Gerações de Estudos. In: **Revistausp,** São Paulo, V. 92, 2011-2012, pp. 100-113.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, v. 1º, 1999.

_____. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

COSTA, M. C.: No que você está pensando? Redes sociais e sociabilidade contemporânea. In: **Revistausp,** São Paulo, V. 92, 2011-2012, pp. 86-99.

DIMAGGIO, P; Hargittai, E.; Neuman, W. R.; Robinson, J. P. **Social implications of the Internet**. Annual Review Sociology, N. 27, 2001.

DUBAR, C. **A socialização**: construção das identidades sociais e profissionais. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

_____. **A crise das identidades:** A interpretação de uma mutação. Porto: Edições Afrontamento, 2006.

EHRENBERG, A. **O culto da performance**. Aparecida: Ideias & Letras, 1995).

GIDDENS, A. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

_____.; BECK, U.; LASH, S. **Modernização Reflexiva**. São Paulo: Unesp. 1995.

GOFFMAN, E. **Ritual de Interação:** Ensaios sobre o comportamento face a face.Petrópolis: Editora Vozes, 2011[1967].

_____. **Relations in Public:** Microstudies of the Public Order. Ringwood: Penguin Books Australia Ltd, 1972.

_____. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2013[1959].

_____. **Estigma:** Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada. 4ª. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

GUIMARÃES JR., M. J. L. De Pés Descalços no Ciberespaço: Tecnologia e Cultura no Cotidiano de um Grupo Social Online. In: **Horizontes Antropológicos**, ano 10, nº21, Porto Alegre, pp. 123-154, jan. –jun /2004.

HANNERZ, Ulf. **Cosmopolitas e locais na cultura global**. In: Cultura global. Petrópolis, Vozes, 1994.

HILTZ, Starr Roxanne; JOHNSON, Kenneth; TUROFF, Murray. Experiments in Group Decision Making: Communications Process and Outcome in Face-to-face Versus Computerized Conferences. In: **Human Communication Research**, v. 13, nº 2, 1986, pp. 225-252.

HINE, C. **Virtual Ethnography**. Londres: SAGE Publications, 1999.

_____. How Can Qualitative Internet Researchers Define the Boundaries of Their Projects? In: **Internet Inquiry: conversations about method**. Londes: SAGE Publications, 2009.

KIESLER, S.; SIEGAL, J.; MCGUIRE, T. Social Psychological Aspects of Computer-mediated Communication. In: **American Psycologist**, v. 39, nº 10, 1984, pp. 1123-1134.

KIRKPATRICK, David. **O Efeito Facebook:** Os bastidores da história da empresa que conecta o mundo. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2011.

LASCH, Christopher. **A Cultura do Narcisismo:** A Vida Americana numa Era de Esperanças em Declínio. Rio de Janeiro: Imago Editora Ltda., 1983.

LAHIRE, Bernard. **Retratos Sociológicos**: Disposições e variações individuais. Porto Alegre: Artmed Editora S.A., 2004.

LÉVY, P. **O que é o Virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIVINGSTONE, S. Tomando oportunidades arriscadas na criação de conteúdo jovem: o uso pelos adolescentes de sites de redes sociais para intimidade, privacidade e expressão própria. **Revista Comunicação, mídia e consumo**, 9 (25), p. 91-118. São Paulo: ESPM, 2012.

LOPES, Cristiano Aguiar. Exclusão Digital e a Política de Inclusão Digital no Brasil – o que temos feito? In: **Revista de Economia e Política de las Tecnologias de la informacion y comunicacion**, vol. IX, n.2, maio – ago / 2007.

MANCINI, P. F. A. **O mito da segunda vida**: sociabilidade virtual no Second Life. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2011.

MEAD, G. **Mind, Self and Society**. Chicago: University of Chicago Press, 1934.

MORGAN, David L. **Focus Groups as Qualitative Research**. Londres: Sage Publications, 1997.

_____. **Moderating Focus Groups**. Londres: Sage Publications, 1998(a).

_____. **Planning Focus Groups**. Londres: Sage Publications, 1998(b).

MYLÉNE, J.; MAYER, R. A observação direta e a pesquisa qualitativa. In: POPART, J. **A Pesquisa Qualitativa:** Enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 254-294.

OCDE, **Understanding the Digital Divide.** Paris, France. OCDE, 2001

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

PARREIRAS, C. S. Altporn, corpos, categorias e cliques: notas etnográficas sobre pornografia online. **Cadernos Pagu**. Campinas: nº 38, jun-jul de 2012.

POLIVANOV, B. B. **Dinâmicas identitárias no *Facebook*: estratégias de publicização e ocultamento de conteúdos.** Artigo apresentado no XII Congresso ALAIC 2014. Lima: ALAIC, 2014.

RECUERO, R. Atos de Ameaça a Face e a Conversação em Redes Sociais na Internet. In: Alex Primo. (Org.). **Interações em Rede**. 1ed.Porto Alegre: Sulina, 2013, v. 1, pp. 51-70.

REYNERS, T. Foucault and social media: life in a virtual panopticon. Philosophy for change. 21 jun. 2012. Disponível em: < https://philosophyforchange.wordpress.com/2012/06/21/foucault-and-social-media-life-in-a-virtual-panopticon/>. Acesso em 24/01/2018.

RIBEIRO, J.C.; BARBERINO, L. A. Tribunal do Facebook: um estudo sobre sistemas de acusação nos Sites de Redes Sociais. **Performances interacionais e mediações sociotécnicas**. Salvador: EDUFBA, 2015, pp. 209-229.

RICOEUR, P. Indivíduo e identidade pessoal. In: VEYNE, A. **Indivíduo e poder**. Lisboa: Edição 70, 1988, pp. 65-85.

ROSE, Nikolas. **Inventando nossos selfs**: Psicologia, poder e subjetividade. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2011.

SAHLINS, Marshal.: **Cultura e Razão Prática**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

SENNETT, Richard. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2006.

_____. **O declínio do homem público:** as tiranias da intimidade. Rio de Janeiro: Editora Record, 2014.

SIBILIA, Paula. **O show do Eu**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SIMMEL, Georg: As Grandes Cidades e a Vida do Espírito (2005[1903]) In: **Revista MANA**, vol. 11, n.2, outubro de 2005. P. 577-591.

_____: **A Filosofia da Moda e outros escritos**. Lisboa: Editora Texto & Grafia, 2008.

SPROULL, L.; KIELSER, S. Reducing Social Context Cues: Eletronic Mail in Organizational Communication. In: Management Science, v. 32, nº 11, 1986, pp. 1492-1512.

THIBES, M. Z.; MANCINI, P. **A apresentação do eu na sociabilidade virtual**: a economia libidinal da amizade. São Paulo: Ide, v. 35, p. 165, 2013.

THIBES, M. **A vida privada na mira do sistema:** a Internet e a obsolescência da privacidade no capitalismo conexionista. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2014.

_____. **Fóruns virtuais e sociabilidade em rede:** o público, o privado e o íntimo na era das tecnologias da informação. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2009.

TURKLE, S. **Life on the Screen:** Identity in the Age of the Internet. Nova Iorque: Simon & Schuster, 1995.

WAIZBORT, Leopoldo**. As Aventuras de Georg Simmel**. São Paulo, Editora 34, 2006.

WASKUL, Dennis; DOUGLAS, Mark. Cyberself: The Emergence of Self in On-line Chat. In: **The Information Society,** v. 13, nº 4, 1997, pp. 375-398.

WEBER, Max. **A ética protestante e o 'espírito' do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004[1904]).

WEBER, Max. **A objetividade do conhecimento nas ciências sociais**. In: COHN, Gabriel (Org.). FERNANDES, Florestan (Coord.). Weber – Sociologia. Coleção Grandes Cientistas Sociais, 13. São Paulo: Ática, 1999, p. 79-127.