



Carlos Alexandre Martins Fonseca

Cartografias do *self* no *Facebook*

Dissertação de Mestrado em Sociologia, sob orientação do Professor Doutor João Arriscado Nunes,
apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Carlos Alexandre Martins Fonseca

Cartografias do *self* no *Facebook*

Dissertação de Mestrado em Sociologia, sob orientação do Professor Doutor João Arriscado Nunes,
apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Índice

Resumo.....	ii
Abstract	iii
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1: ENQUADRAMENTO TEÓRICO	4
1.1. Estudo de caso: definição conceptual do <i>Facebook</i>	4
1.2. A construção do <i>self</i> no <i>Facebook</i>	10
CAPÍTULO 2: A INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA.....	35
2.1. Opções metodológicas	35
2.2. Da entrada no facebook á construção do perfil	39
2.3. Amigos no <i>Facebook</i> : das relações <i>offline</i> às relações <i>online</i>	48
2.4. Género no <i>Facebook</i> – Utilizações e representações.....	55
2.5. Construção de identidades <i>online</i> - percepções do <i>self</i> no espaço virtual	60
2.6. Não há bela sem senão: Vantagens e desvantagens do <i>Facebook</i>	67
CONCLUSÃO.....	74
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	78
ANEXOS.....	83

Resumo

A presente dissertação tem como objectivo principal o mapeamento das interacções no *Facebook*. Sendo esta uma abordagem sociológica a um nível micro, utilizo os conceitos de Erving Goffman, nomeadamente o conceito de *self* e a análise de quadros. Em complementaridade, procuro utilizar terminologia e ferramentas analíticas da comunicação mediada por computador (C.M.C), com vista a poder articular o quadro teórico de Goffman com as especificidades deste cenário virtual. Neste contexto, usei uma metodologia qualitativa para dar conta da complexidade e heterogeneidade de tão vasto espaço por mapear.

Percorrendo este itinerário possível de mapeamento do *Facebook*, apresento alguns tópicos desse lugar virtual. Em primeiro lugar, a construção do *self* no *Facebook* é um processo cuidado e complexo, sendo gerido e negociado ao longo da interacção através de sucessivas idealizações no desempenho. No *Facebook* o *self* vê-se confrontado com a exposição do seu desempenho a audiências indesejadas, sendo que estas diminuem a capacidade do actor em direccionar esse desempenho. O percurso do *self* no *Facebook* assemelha-se ao caminho percorrido na dimensão *offline*: não é determinado à partida, é uma construção mutável que se realiza ao longo do tempo e para diferentes audiências. Torna-se assim mais complicada a formação e manutenção de bastidores, criando uma sensação de escrutínio constante e de falta de controlo (percepcionada também como falta de privacidade) sobre a hetero-avaliação. No entanto, se há mais exigência das audiências, pois nunca sabemos a sua composição, o *Facebook* permite um espaço-tempo de reflexão entre as interacções. O conceito de amizade no *Facebook* não acarreta o mesmo significado de amizade *offline*, sendo que ser amigo neste sítio é sinónimo de ter uma rede de contactos. Esta rede engloba os “amigos” *offline*, os conhecidos, os amigos dos amigos e os novos amigos criados através do *Facebook*. Por sua vez a ausência do corpo nas interacções do *Facebook* é usada como estratégia de desempenho, e permite novas formas de (re) construção do *self*. Simultaneamente, esta ausência do corpo é também percepcionada como um obstáculo a uma comunicação (representada como) transparente. O quadro de análise Goffmaniano onde todas as interacções se operacionalizam é o próprio *Facebook*, que permite o desdobramento e o acentrismo do *self*, que assim se recria, continuamente.

Abstract

The present dissertation takes as its study the mapping of interactions on Facebook. By doing a micro sociologic approach to the theme, I have chosen to use Erving Goffmans conceptualization, namely the concepts of self and frame analysis. As a complement, I've decided to use analytic tools from Computer mediated communications, in order to articulate Goffmans's Theoretical Frame with the specifications of a virtual scenario. In this context, I have chosen the use of a qualitative methodology, so I would be able to analyze the complexity and heterogeneity of such a vast "place" as Facebook.

I will now present some relevant topics of Facebook. First, I shall mention that the construction of the self on Facebook is a complex process, characterized by the negotiation done by the social actors during the successive idealizations during their acting. On Facebook, the self gets confronted with the exposure of his performance to an unwanted public, which results in a decreasing capacity of the actor in focusing the performance to the proper audience. (The wall in Facebook is observed by a broad audience). The course taken by the self on Facebook is similar to the one in the offline world: it's not deterministic, but is rather a mutable construction that is assembled along the way whilst facing (or interacting with) various audiences. This fact makes it more difficult to form and maintain backstage relations, creating a feeling of constant control over the self (also perceived as lack of privacy). Nevertheless, while at one hand we can say that the audience is more demanding mainly because his constitution is uncertain, Facebook allows a temporal space of reflection between interactions. The meaning of "friendship" in Facebook is not the same as in the offline dimension, where "friendship" is more closely connected to the concept of a contact network. Instead, the Facebook network comprises offline "friends", acquaintances, friends of friends and new friends created on Facebook. On the other hand, absence of physical body in Facebook interactions is often used as a performance strategy, which allows new ways of (re) constructing the self. Simultaneously, this absence of body is also perceived as an obstacle to communicating. Goffmans Frame analysis in this study is the Facebook himself, the "place" where all the interactions are constructed, the frame that allows the outspread and the continuous recreation of the self.

INTRODUÇÃO

Esta dissertação toma como objecto de estudo o *Facebook*, uma rede social presente na internet. Para a realização deste estudo, recorri à abordagem proposta pelo sociólogo canadiano Erving Goffman, nomeadamente através do uso do conceito de *self* e do conceito de análise de quadros. Procurei adaptar essas ferramentas originalmente concebidas para analisar a interacção “terrena” ao estudo das interacções no espaço virtual.

O *Facebook* está cada vez mais presente nos discursos mediáticos (jornais, televisão, rádio), assim como nos discursos quotidianos. É relativamente fácil “esbarrar” em conversas, debates ou referências a esta rede, que teve um considerável crescimento em termos de utilizadores. Entre estas empresas, instituições políticas, ONGs e outras entidades colectivas e individuais. Sendo um campo de análise com tanta relevância social, é de notar a pouca atenção conferida pela sociologia a este fenómeno. Poder-se-á traçar uma analogia com o modo como a abordagem de Goffman, e a análise da chamada ordem da interacção, em geral, permaneceram numa posição de relativa marginalidade em relação às principais correntes sociológicas (Nunes, 1993). Do mesmo modo, a análise das redes virtuais tem carecido de investigação e consequente construção de quadros teóricos e ferramentas de análise. Se é verdade que um tema deve ter pertinência sociológica, os cerca de 500 milhões de utilizadores registados nesta rede (dados oficiais da página oficial do *Facebook*) confirmam inequivocamente essa pertinência.

Pretendo pensar esta realidade através de uma abordagem inspirada Goffman, articulando-a com conceitos “emprestados” dos estudos sobre comunicação mediada por computador (CMC). Estes conceitos ajudaram-me a repensar esta realidade, com contributos vários procurados nos trabalhos de autores como Judith Butler (1998), com o seu conceito de performatividade, ou Sherry Turkle (1995), sobre as questões da identidade em relação com as novas tecnologias de informação e comunicação. Autores como Whellman (1996) e Jones (1997) oferecem, por sua vez, caracterizações do conceito de “comunidade virtual”. Recorri também a estudos quantitativos para estabelecer o “pano de fundo” das entrevistas realizadas. Uma dificuldade que encontrei

na realização deste estudo foi a raridade de bibliografia tratando o tema das novas redes sociais na internet.

O objectivo principal desta dissertação, mais do que apresentar um estudo detalhado sobre a interacção no *Facebook*, é abrir o debate sobre o tema e propor um quadro de análise. A “cartografia” que proponho, não mais é do que uma possibilidade de representação, a uma dada escala, da realidade social. Essa escala é a das interacções no seio de uma rede social. A questão de partida que guia esta investigação é a seguinte: Como se caracteriza a ordem de interacção no *Facebook*?

Para dar resposta a esta e outras questões, entendi que só o uso de uma metodologia qualitativa pode dar resposta ao exercício de mapeamento a que me proponho. Para tal recorri à técnica de entrevista semi-directiva, que tornou possível uma primeira entrada no universo discursivo dos actores e uma primeira incursão pelos relatos das suas experiências. Complementarmente, recorri a uma forma limitada de observação participante, criando um perfil no *Facebook*, de modo a criar empatia cognitiva com o tema e compreender o funcionamento das aplicações deste *site*.

Esta dissertação divide-se em duas partes principais. No primeiro capítulo, apresento o enquadramento teórico de que parto para a constituição da problemática, nomeadamente o capítulo 1.1 (Um estudo de caso: definição conceptual do *Facebook*) e o capítulo 1.2 (A construção do *self* no *Facebook*: das interacções sociais *offline* às interacções *online*). O primeiro capítulo consiste na definição e mapeamento das aplicações do *Facebook*, procurando fornecer uma descrição sucinta do campo de análise. De seguida, procura dar conta dos vários contributos para o conceito de comunidade virtual, procurando traçar o desenvolvimento do conceito de comunidade, e procurando definir o tipo de comunidade em estudo.

No segundo capítulo, apresento o objecto empírico. Tal como se dá conta na secção 2.1, o caminho seguido é o de uma abordagem qualitativa, que se concretiza nas entrevistas em profundidade a utilizadores/as que criaram e mantêm um perfil no *Facebook*. Na secção 2.2, acompanho estes/as utilizadores/as no seu caminho iniciático pelo *Facebook*, onde se destaca o processo de construção do perfil (a fotografia, os jogos). Depois, exploro a importância das redes relacionais no *Facebook*, nomeadamente, os amigos e conhecidos (secção 2.3). A secção seguinte aborda as perspectivas acerca das relações de género no *Facebook*. (secção 2.4). A questão

identitária é abordada de seguida, tentando perceber como constroem os actores a sua identidade online, e quais as ferramentas para tal utilizadas. A questão essencial aqui é perceber como o *self* opera a sua identidade, e como esta é mantida ou transformada como parte do “estar *online*” (secção 2.5). A última secção discute as vantagens e desvantagens do *Facebook* na perspectiva dos actores entrevistados, além de dar conta de situações problemáticas no seio do *Facebook*. (secção 2.6).

O estudo conclui com a apresentação de algumas conclusões, necessariamente parciais e provisórias.

CAPÍTULO 1: ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1.1. Estudo de caso: definição conceptual do *Facebook*

Formado em Harvard, no ano de 2004, por um estudante, Marck Zuckerberg, o *Facebook* esteve presente inicialmente apenas na universidade de Harvard, expandindo-se posteriormente para outras universidades americanas. Em 2005 uma empresa, entretanto formada, permitiu que o sítio fosse aberto para o público em geral, incluindo empresas e outras organizações. Hoje, o *Facebook* está ao alcance de qualquer pessoa com acesso à internet, a nível mundial, sendo que tem mais de 500 milhões de utilizadores, dois terços dos quais acedem ao site pelo menos uma vez por dia (Kinetz, 2010 *apud* Patrick 2010).

O *Facebook* é uma plataforma de comunicação online, uma “rede social” como é caracterizada pelos média, que permite, segundo a página oficial, “comunicar e partilhar com as pessoas que fazem parte da tua vida” (www.facebook.com). O *Facebook* é um espaço virtual onde actores trocam informações, partilhadas por largos milhões de utilizadores, uma RSSC¹ (redes sociais suportadas por computadores). Esta rede virtual de contactos é composta por várias aplicações, presentes numa página frontal, com apresentação apelativa e de fácil acesso. Estas aplicações permitem tipos variados de interacções: o convite a outros utilizadores, que ao concretizar-se os classifica como amigos no *Facebook*; a elaboração de um perfil, com informações acerca dos próprios, desde informações básicas como sexo e idade até a informações sobre preferências culturais, religião e ideologia política. Permite publicar mensagens no mural, que tem um carácter assíncrono, á semelhança dos emails, pois não exige uma espera pela resposta da outra parte, sabendo-se que as mensagens são sempre entregues². As mensagens consistem em comentários, comunicações verbais de vários tipos, promovendo a interacção entre dois ou mais actores no mural de uma audiência mútua (um actor que não pertença ao grupo de amigos não pode interagir). Já nos chats, a comunicação é sincronizada, ou seja, é simultânea, permitindo estabelecer diálogos em tempo real. Além destes dois tipos de interacção, os actores podem associar o seu perfil

¹ As RSSC e a CMC podem assumir várias formas, como e-mail, BSS (*Bulletin Board Systems*), MUDs (*Multi-User Dungeons*), IRC (*Internet Relay Chat*), *newgroups* (Wellman e Guillia, 1997: 2).

² (<http://www.looselycoupled.com/glossary/asynchronous%20messaging>).

a outros através de grupos e páginas de fãs, em que diferentes actores se juntam em torno de causas ou interesses em comum, além de fóruns de discussão acerca de diferentes temas. Permite aceder a fotos de “amigos”, comentários acerca dessas fotos, assim como publicar e marcar fotos de amigos. Pode-se aceder a datas de aniversário e comunicar através de mensagens, num sistema idêntico a um *email*. Finalmente existem ainda os jogos online, que colocam os utilizadores a competir entre si, como *Farmville*, *Petville* e muitos outros, promovendo a interacção entre utilizadores, além de permitir convidar outras pessoas para a rede pessoal, de modo a adquirir “bens” para os jogos (no caso do *Farmville*, quantos mais amigos se tiver, mais produtos para a gestão da quinta virtual se pode pedir).

Comunidades virtuais

Existe uma ampla discussão acerca do conceito de comunidade virtual e do que a caracteriza. No ano de 2010, quando o *Facebook*, *myspace*, *hi5* e outras redes sociais adquiriram já um protagonismo notório na realidade social, poderá parecer ultrapassada a polémica acerca de as comunidades virtuais poderem ser consideradas “comunidades”, como acontecia com os primeiros estudos que as abordaram (Rheingold, 1996; Levy 1999; Palacios, 1998; Anderson, 1989). A investigação sociológica mais recente tem chamado a atenção para o facto de que as relações de vizinhança e os laços de proximidade serem apenas duas das formas de vínculos que podem dar origem a redes de sociabilidade. A tecnologia, através do automóvel, telefone, avião e, mais recentemente, a internet, consegue ampliar e sustentar esses laços, independentemente da distância física. As comunidades deixaram de ser definidas em termos de espaço, para passarem a ser definidas em termos de redes de comunicações. (Wellman *apud* Smith Kollock 1999).

O conceito de comunidade está intimamente conectado com o ser humano e os relacionamentos sociais entre actores. A ligação com outros seres humanos foi sempre uma condição de sobrevivência, levando a que se fossem formando grupos de pessoas com interesses em comum, desde a recolha de alimentos à protecção. (Peruzzo, et *al.*, 2002). O conceito de comunidade passou, no entanto, de uma conotação quase familiar,

de comunidade rural, a abranger teias de relações mais alargadas de convivência social, que passaram por processos de acentuada transformação ao longo da modernidade, com a formação de grandes aglomerados urbanos e as consequentes redefinições do que constitui uma comunidade.

No entendimento de Weber, comunidade é um termo em estreita ligação com o conceito de acção social. Para este autor, a comunidade existe quando há um elo emocional, afectivo ou tradicional. Considera o autor que existe uma comunidade quando há um sentido direccionado de solidariedade entre diferentes actores, em determinado contexto social (Weber, 2009). “Chamamos de comunidade a uma relação social na medida em que a orientação da acção social, seja no caso individual, na média ou no tipo ideal, se baseie num sentido de solidariedade: resultados das ligações emocionais ou tradicionais dos participantes”(Weber, 2009:71). O autor distingue entre o carácter de relacionamento de associação e o relacionamento comunal. No primeiro caso, verifica-se uma agregação em torno de interesses comuns ou objectivos partilhados. Já no segundo a conexão é estabelecida a partir de sentimentos subjectivos, sentimento de pertença e laços significativos de solidariedade entre as pessoas. Segundo Weber, ambos coexistem nas relações sociais (Weber *apud* Fonseca, Couto 2004).

Ferdinand Tönnies, por sua vez, descreve a comunidade como um meio algo idílico, como oposição à sociedade crua, fria e calculista (Tönnies, 1973). Segundo o autor, a comunidade é construída tendo por base relações afectivas, familiares e de amizade entre os membros, encontrando na família o mais perfeito exemplo desse tipo ideal. Refere então a comunidade como a acção vivida pelos actores sociais, de partilha e interacção do nascimento até a morte, de livre vontade, entre os membros pertencentes a ela. A comunidade é vista aqui como um ideal, e a sociedade como a detracção dos valores comunitários.

Bauman afirma que o conceito de comunidade remete para “uma sensação positiva, um conceito recheado de valores como proximidade, um lugar confortável e acolhedor, em que o indivíduo não se sente desconfortável e pode sempre contar com a boa vontade dos outros”. (Bauman, 2001) Para o autor, a palavra comunidade parece indicar-nos uma serie de sensações de que parece sentirmos falta, num mundo competitivo e desagradável, como uma utopia desejável de vivências agradáveis e harmoniosas. No entanto, o autor refere que, no conceito de comunidade, valores como

segurança e liberdade se tornam difíceis de conjugar, como são difíceis de conjugar individualismo e comunidade, pois entram em conflito, procurando ocupar o mesmo espaço. Deste modo, refere o autor, torna-se difícil concretizar uma comunidade idílica, na medida em que se torna fácil imaginá-la por oposição à realidade ” o melhor é inimigo do bom, mas o perfeito é certamente inimigo mortal de ambos” (Bauman, 2001: 6).

O conceito de comunidade virtual está intimamente conectado com o conceito de rede social. Boyd e Ellison (2007) definem redes sociais como serviços ancorados na rede virtual que permitem a construção de um perfil público, ligado a um sistema de conexões. Caracteriza-se pela articulação de uma lista de utilizadores que se conectam entre si, com um contacto recíproco de carácter transversal. No entanto, as características e nomenclaturas podem variar de *site* para *site*.

Para Fernback, as comunidades virtuais são definidas por um sistema de valores partilhados, normas, regras, e o sentido de identidade, compromisso, e associação que também caracterizam muitas comunidades físicas (Fernback, 1999). O autor considera próprio da natureza humana classificar novos fenómenos sociais em termos já reconhecidos, seja através da memória cultural ou da perpetuação de mitos. No entanto, considera que as comunicações nas redes virtuais estão fundadas em teorias tradicionais de práticas comunicativas, não sendo novidades na sua génese, mas sim reconfigurações de modelos já existentes.

Alguns autores, como Rheingold, definem as comunidades construídas em meio de C.M.C (comunicação mediada por computador) como comunidades virtuais. (Rheingold, 1993). As comunidades virtuais são vistas como comunidades que, mesmo não estando vinculadas a um espaço físico, apresentam algumas das características que definem o conceito de comunidade. “As comunidades virtuais são agregados sociais que surgem da Rede [Internet], quando, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no espaço cibernético [ciberespaço].” (Rheingold, 1993: 20). Segundo o autor, no ciberespaço, o ajuntamento de actores permite a estes estabelecer conversações públicas e provadas com sincronicidade e/ou assincronicidade. A internet constitui o lócus dessas comunidades sem fronteiras demarcadas, efectuando-se uma reconstrução do imaginário comunitário em que as pessoas operacionalizam as suas sociabilidades. Com a junção da informática com as telecomunicações na formação do

ciberespaço, nasceu uma nova forma de objectivação de relacionamentos, partilha de conhecimentos, e todo o tipo de interacções por via electrónica (Rheingold, 1993).

Segundo Castells (1999), as comunidades virtuais são redes electrónicas de comunicação interactiva autodefinida, organizada em torno de objectivos ou interesses partilhados, mesmo que por vezes o diálogo online se transforme ele próprio num objectivo. Assim, é possível diferenciar as comunidades virtuais de outros grupos de debate no seio das c.m.c, pelas características dos relacionamentos entre os participantes, nomeadamente a sua interactividade. Lemos (2002) considera que nem todo o conteúdo no ciberespaço pode ser considerado como comunitário, pois em certos grupos virtuais os participantes não mantêm entre si qualquer vínculo emocional ou temporal, sendo esses grupos apenas formas de c.m.c isoladas (Couto, Fonseca, 2004).

Alguns autores são críticos do conceito de comunidade virtual por não conseguirem conceber a ideia de comunidade virtual sem um locus específico. Jones identifica dois usos comuns do conceito de comunidade virtual. O primeiro refere-se aos grupos criados pela C.M.C que têm lugar no ciberespaço, o i.r.c, emails, etc. A isto ele chama de “*virtual settlement*” (Jones, 1997). Já a segunda refere-se a comunidades virtuais como novas formas de comunidades, criadas através do suporte de CMC, essas sim as “verdadeiras” comunidades virtuais. O autor acredita ser possível encontrar estas comunidades através dos “*virtual settlements*”, ciber-lugares delineados por um ponto de interesse e onde uma porção significativa de interacção acontece. Estes locais seriam caracterizados pelos seguintes factores:

- Um nível baixo de interactividade, que segundo o autor reflecte a extensão em que essa mensagens têm uma relação entre si e com as mensagens antecedentes. É a expressão da extensão de uma serie de trocas comunicativas por uma variedade de comunicadores, factor associado à característica da interactividade.

- Um espaço público comum, onde parte significativa do grupo de C.M.C interactiva de uma comunidade decorre, colocando o espaço publico como um factor importante na existência da comunidade virtual, diferenciando esse espaço publico, onde se situa a comunidade, do espaço privado, onde ocorrem as trocas de mensagens individuais.

- Por fim, um nível mínimo de associação sustentada, além de uma quantidade de membros relativamente constante, essencial para a existência de um nível razoável de

interactividade, de inserção em ambientes virtuais, espaços nos quais são oferecidas aos actores sociais diversas possibilidades de interacções sociais (Jones, 1997).

Para Pierre Lévy, a proposta de surgimento de uma comunidade virtual relaciona-se apenas com uma reconfiguração comunitária por via do ciberespaço (Lévy, 2000). Para o autor, as vias de comunicação respondem às exigências da sociedade. O ciberespaço é resultante dessas exigências, sendo que a liderança desse movimento não é atribuível a um indivíduo, mas a um segmento, como, por exemplo, os jovens de classe média alta. Este grupo de “excelência” no uso do ciberespaço introduz termos como interconexão, comunidades virtuais, inteligência colectiva, bem como as suas expectativas perante um imaginário dominado pela tecnologia. No facebook, foi precisamente esta faixa de estudantes universitários, com competências informáticas e capital cultural elevado, que permitiu a sua expansão rápida, e o crescimento da confiança por parte dos utilizadores. O seu fundador, Mark Zuckerberg, era um estudante universitário de Harvard, e foi através da comunidade estudantil que criou uma plataforma que passou a albergar muitos outros utilizadores, para além dos estudantes universitários.

Para Whelman, assim como uma rede de computadores é um conjunto de máquinas conectadas por cabos, uma rede social é um grupo de pessoas ou organizações conectadas por uma série de relações socialmente significativas (Whelman, 1996). Não considera, por isso, o conceito de comunidade virtual como algo de realmente revolucionário, pois acredita que mantém as mesmas características comunicacionais. Partindo desta posição, o autor afirma que, para analisar as redes virtuais, se deve partir de uma serie de variáveis estruturais: a proximidade e densidade comunicacional de uma rede, o nível de veemência com que estão delimitadas, e se é diversificado ou limitado no seu tamanho e heterogeneidade, e até que ponto são estreitas as relações contidas na rede.

O conceito de comunidade tem, pois, uma longa história, e tem sido objecto de atenção, desde há muito, especialmente da parte de investigadores nas ciências sociais. As comunidades virtuais aparecem como uma “extensão” desse conceito, um conceito que não é imutável, assim como não são imutáveis os fenómenos que designa, comunidades rurais ou comunidades urbanas, comunidades físicas ou comunidades virtuais. Se autores como Wellman (1996) afirmam que as comunidades virtuais não são mais do que comunidades tradicionais transferidas para o espaço virtual, Correa (2004),

por sua vez, sustenta que a característica que diferencia a concepção da comunidade como virtual de concepções anteriores é a possibilidade de adquirir traços de identificação, pois o próprio indivíduo escolhe o grupo de que pretende fazer parte de acordo com seu interesse, podendo participar de quantas comunidades desejar. Já Weinrich (*apud* Jones, 1997) defende que não é possível afirmar a existência de comunidades sem fundação física. Parece ser possível, contudo, analisar as comunidades virtuais a partir da convergência de duas ideias: por um lado, a possibilidade de desempenhar papéis diferentes, o desdobrar de identidades - um factor importante e inovador próprio das redes sociais -; por outro lado, a pertinência dos conceitos que definem uma comunidade tradicional a partir de valores partilhados, “sentido de solidariedade” (Weber, 2009), sentimento de pertença e permanência, que se encontram também presentes nas redes virtuais.

1.2. A construção do *self* no *Facebook*

Das interacções sociais offline às interacções online

Segundo Goffman, todas as interacções sociais estão intimamente relacionadas com o “eu” (Goffman, 1993). Recorrendo a uma metáfora teatral, o autor distingue o “eu” representado do papel assumido. Uma personagem corresponderá, nesta perspectiva, à interiorização do papel assumido e às expectativas a este associadas. Já o “eu” poderá variar de situação para situação, podendo o “eu”, ou *self*, assumir vários papéis, dependendo das expectativas e exigências da “assistência”, constituída pelos outros com quem se interage, dado ser a acção social, como já a definia Weber (2009), orientada para estes.

A metáfora goffmaniana terá de ser lida à luz de alguns pressupostos. A sociedade auto-organiza-se quando os seus membros partem do princípio de que cada indivíduo espera ser tratado de acordo com atributos reconhecíveis e identificáveis, e que merece ser valorizado em função desses atributos, em circunstâncias em que tal se justifique. Espera-se, assim, que um indivíduo que afirma pertencer a um grupo que tem como referência determinadas categorias deverá comportar-se de acordo com estas, manifestando assim o seu conhecimento das normas que configuram o que Goffman

chamou de “ordem da interacção” . O actor social interage consigo próprio e com os outros através de um processo continuado de interpretação do mundo em que vive, e que é frequentemente descrito como um processo de *comunicação*, entendida como o *pôr em comum* de certas maneiras de ver o mundo e de agir nele. Resumindo, a questão central da teoria de Goffman é a perspectiva de que a interacção social é por excelência um processo de acção comunicativa e performativa, realizando praticamente a ordem social, mas também contribuindo para as suas transformações, tendo por base o modo como o actor descodifica o mundo, de maneira formar a manter e ir reconfigurando a sua identidade em função das suas interacções.

O conhecimento do actor social é baseado, em grande medida, na recepção da informação produzida pelos outros, assim como através da sua aparência e comportamento. No entanto, essa informação pode não ser verdadeira (no sentido da sua (in) adequação enquanto relação - *account* – de práticas ou de ocorrências), o que torna problemática a dependência dos outros para a orientação própria no mundo. A assistência (ou público) constituída pelos outros, por sua vez, poderá ser capaz de ver para além da dissimulação ou da mentira, comprometendo assim a afirmação pública de certas imagens associadas ao *self*. Surge, assim, uma assimetria fundamental do processo de comunicação, com o indivíduo presumivelmente consciente apenas de uma parte do processo de comunicação, mas podendo os seus interlocutores identificar a presença simultânea de vários fluxos de comunicação que não se confirmam mutuamente, (Goffman, 1993). A mentira torna-se, assim, um objecto legítimo de análise sociológica, ao centrar-se a sua análise na função reguladora que ela tem nas interacções sociais.

Para Goffman, a interacção social, apesar de ser na génese um processo comunicacional baseado numa esfera simbólica partilhada, não é percebida como uma mera actividade cooperativa entre os actores, mas sim como uma representação (no sentido de *performance*, ou desempenho, como no teatro). Os actores, devidamente apetrechados com os seus apetrechos de expressão, protagonizam uma peça com vários elementos cénicos, que incluem os adereços pessoais, essenciais para definir a “aparência” do actor e suas particularidades; a fachada, “a parte do desempenho do individuo que funciona regularmente de maneira genérica e fixa a fim de definir a situação para os que observam o desempenho” (Goffman, 1993: 34); a aparência, que indica o estatuto social da personagem, assim como os modos que indicam o tipo de

papel que o actor vai representar; o cenário, o território físico onde se desenrola a interacção quotidiana; os bastidores, locais onde o actor pode despir o traje, e cujo acesso é restrito a alguns actores. Aqui se guardam materiais para preparar o cenário, aqui se guardam os “podres” sociais, aqui se preparam as actuações. Note-se a distinção que Goffman estabelece entre diferentes realidades: a realidade da fachada e a realidade dos bastidores. Na sua perspectiva, nenhuma é mais real do que a outra, nenhuma é mais representativa do que a outra. Ambas são realidades negociadas, espaços distintos, cada um com a sua realidade.

Esta metáfora teatral fornece um recurso muito útil para abordar a questão da representação do indivíduo no *Facebook*. Poder-se-á ensaiar uma transposição da teoria “goffmaniana” para o palco virtual: a fachada poderia referir-se à categoria profissional, sexo, idade ou características de determinado(a) utilizador(a), assim como à sua apresentação ou às suas atitudes em situações públicas. A aparência serve como referência de enquadramento em relação ao estatuto social da pessoa, e tornando públicas e partilháveis as suas pretensões no plano das relações pessoais.

O cenário, neste caso, não é físico, é virtual, sendo este um fenómeno novo que tem alimentado muita discussão na definição do próprio conceito de cenário, assim como dos seus limites. Esse cenário seria a *home page* da página pessoal do *Facebook*, assim como as mensagens que circulam no mural. Esta seria a área frontal onde os acontecimentos são públicos e visíveis. Os bastidores revelam a intimidade da interacção virtual, onde são suscitadas questões relativas às motivações dos actores. O “eu” terreno do utilizador virtual (a sua vida *offline*), hipoteticamente, situa-se nos bastidores, onde as exigências do “papel” assumido não são aplicadas, e seria a partir desses bastidores que o actor construiria o seu perfil. Usando um exemplo citado por Goffman (do tempo em que era permitido fumar nos aviões...), “nos voos nocturnos...depois de se incumbirem das suas obrigações habituais, (as hospedeiras de voo) sentam-se no lugar de trás, acendem um cigarro e criam um círculo mudo de descontração” (Goffman, 1995: 155). Ou seja, comportam-se como se estivessem nos bastidores, num cenário informal em que “cai” a fachada. A audiência será constituída pelos utilizadores que acedem à página, os *viewers* que visitam o perfil online, o mural (página pessoal onde estão todas as publicações do utilizador e seus

amigos). Estes visionam a performance, aplaudem, criticam ou simplesmente ignoram a actuação do utilizador.

Se a perspectiva de Goffman contempla a distinção entre os bastidores e o palco, e tendo já definido o papel destes elementos cénicos, outra questão interessante relaciona-se com o facto de haver realidade – e de que realidade se trata - nos bastidores e no palco. Como dizia uma pessoa entrevistada por Sherry Turkle, “... ser rigorosa, eu não lhe menti sobre nada específico, mas o fato é que me sinto muito diferente *on-line*. Fico muito mais expansiva, menos inibida. Quase diria que me sinto mais eu própria. Mas isso é uma contradição...” (Turkle, 1997:86). A distinção palco/bastidores, ou fachada/bastidores é útil para analisar as interacções do “eu” no ciberespaço, mas continua a não ser evidente se pode, e como se pode, aceder àquilo “que se passa”, tanto na realidade dos bastidores, como da encenação em palco. Por outras palavras, ter a noção de que se trata de duas realidades distintas, embora com uma ligação mutua, de performances com consequências “reais”, independentemente de ser virtual ou “real” o cenário em que se “actualizam” .

Idealização e perfil

Um perfil online pretende ser um perfil aceitável, condição essencial para a ampliação da rede de interacção, porventura uma das maiores motivações de quem adere a uma rede social. É de considerar aqui um aspecto importante da teoria goffmaniana, o da idealização: “A ideia segundo a qual um desempenho apresenta uma imagem idealizada da situação é, sem dúvida, bastante corrente” (Goffman, 1993: 49). O indivíduo tende a apresentar-se a uma luz que considera ser melhor do a que o revelaria como realmente é, a esmerar-se no enaltecer das suas qualidades, em detrimento dos seus defeitos, nesta montra virtual. Ainda que a C.M.C (comunicação mediada por computador) no *Facebook* não envolva, pelo menos aparentemente, a riqueza das interacções face a face que Goffman estudou, a problemática que envolve a estabilização e manutenção de um “eu” aceitável mantém-se, chegando mesmo a assumir um papel primordial.

Mas não é de modo algum incongruente pensar que esta motivação estará presente nos utilizadores ao construírem os seus perfis online. É importante notar que o *Facebook*, ao contrário de outras redes sociais anteriores, como o *orkut* e o *hi 5*, traga consigo uma serie de aplicações (jogos, partilha de vídeos e imagens) que acabam por secundarizar algo que era central e quase único nas plataformas anteriores, que era precisamente o perfil. Uma boa preparação nos bastidores pode ajudar a acrescentar um bom cenário no palco (Miller, 1995), mais concretamente ao perfil do *Facebook*.

O perfil construído, as qualidades enaltecidas pelo próprio, parecem assim corresponder ao que se espera de uma autodefinição online, de uma possibilidade quase inédita de criar uma imagem de si quase como se de um currículo se tratasse, mas sem os constrangimentos associados à possibilidade de verificação real do rigor do conteúdo do currículo. A definição do “eu” virtual permite um exercício de construção que obriga a uma reflexão identitária, ou a uma reflexão sobre o que deve ser ou não valorizado nesse perfil. Se num currículo procuramos apresentar-nos como aptos e possuidores de valências vária, o perfil também o deverá fazer, dependendo dos objectivos de cada utilizador (que podem ser artísticos, profissionais, ampliação de contactos sociais em rede, etc.).

Mark Leary considera uma serie de tácticas de auto-apresentação, e em particular a que, no caso em discussão, parece mais relevante, a técnica de auto-descrição (Leary, 1996). Por auto-descrição entende-se a maneira como as pessoas se apresentam recorrendo ao uso de palavras. Essas descrições revelam algo sobre os valores de um indivíduo, a sua filiação política e religiosa, gostos, ocupações e feitos conseguidos na sua vida (Leary, 1996). Aqueles que procurarem fazer uma auto-apresentação específica irão guiar a sua apresentação com mais cuidado, porque a auto-descrição cria a primeira impressão com que os outros serão confrontados.

Na sua construção identitária online, o actor tende a rejeitar o que não cabe no seu imaginário idealizado, o que ele considera inadequado à imagem que sobre si projecta, tornando-se assim o perfil no *Facebook* uma espécie de espelho privilegiado: um espelho que não nos reflecte necessariamente a nós, mas sim à idealização por nós construída. Além disso, o actor poderá tender a adoptar o discurso “oficial” do *Facebook*, admitindo que o conceito de “oficial” é um conceito em bruto, que carece ainda de maior definição e determinação. Por discurso oficial quero, pois, significar os

valores oficialmente reconhecidos pela sociedade ou pela comunidade ou espaço específico em que se move a pessoa (Goffman, 1995), neste caso transferidos da esfera terrena para o espaço virtual, sujeitos obviamente a uma interpretação pessoal. Falo de práticas formal e informalmente aceites em todas as esferas da sociedade em que participa o actor, que o habilitam a comportar-se de maneira “aceitável” quando se apresenta numa repartição pública, por exemplo. Contudo, ele, poderá aproveitar o perfil para transgredir essas normas, servindo-se do perfil, precisamente, para reinventar uma personalidade não atracada a normas e procedimentos impostos pelos valores dominantes na sociedade. Um bom exemplo desta possibilidade é o uso das redes virtuais por associações l.g.b.t (lésbicas, gays, bissexuais e transexuais), e a possibilidade de reinvenção que permite ao actor reformular-se, quiçá assumir uma identidade que não pode ou não deseja assumir nas relações diárias, tornando assim maior a possibilidade de ”comunicação fácil e sem bloqueios sociais ou preconceitos, a possibilidade de fantasiar identidades alternativas vislumbrando outras maneiras de ser, liberdade para relacionamentos de qualquer espécie, ausência de censura” (Baldanza, 2006: 4).

É este “eu” que constitui o centro deste trabalho, o “eu” com capacidade para adquirir conhecimento tácito das normas e regras das novas situações em se envolve, embora o *Facebook* traga alguns desafios a essa capacidade de adaptação. Na sua actuação, o actor poderá não seguir o “guião” inicial, poderá não seguir o curso que havia traçado com base numa primeira compreensão das normas, à medida que se depara com dinâmicas próprias da interacção com diferentes actores. É errado pensar na definição inicial de desempenho como estática, pois a interacção com outros actores é um processo que vai gerando, de maneira iterativa, novas exigências e novas possibilidades. A idealização do perfil sofrerá mudanças, na medida em que é baseada em referências que, se são familiares ao actor, por um lado, também lhe podem aparecer como constrangimentos “externos”, com os quais terá de aprender a lidar. É relevante ter em conta que as interacções são constituídas também por uma significativa dose de incerteza, visto que dependem sempre da interpretação de terceiros, e do modo como o actor interpreta a compreensão que esses terceiros têm das suas próprias acções. Esta imprevisibilidade será tanto maior quanto mais ampla for a rede de relações em que estamos envolvidos.

Por outro lado, os objectivos do “eu” podem mudar ao longo do tempo, assim como pode mudar o quadro em que determinada modelização é efectuada no *Facebook*. Se, num dado momento, uma concepção de perfil parece indicada para uma determinada audiência, essa situação, porém pode mudar, e a informação veiculada pode passar, de recurso útil para a consolidação de determinado desempenho, a um problema, resultante de representações que colidem com a que se pretendia partilhar. Um exemplo disto seria o de um perfil de um jovem universitário, com fotos de festas académicas que o colocam num contexto “boémio”, e em que a visibilidade dos excessos surge como uma contribuição para o capital social em meio estudantil, mas que poderá tornar-se um sério problema quando o estudante procura emprego. Nesse caso, o que, num contexto, era uma imagem associada a prestígio e capacidade de inserção social no meio estudantil, pode tornar-se numa imagem de falta de seriedade e de irresponsabilidade, características que afectam negativamente o perfil que se pretende partilhar quando se procura emprego. Um outro tipo de situação pode ocorrer quando um actor é alvo de uma “fabricação”, do que Goffman define como “*exploitive fabrication*” (Goffman, 1974), isto é, quando a informação partilhada com determinado objectivo é alvo de uma fabricação que altera o seu sentido ou a sua credibilidade, prejudicando o actor. Exemplos disso são os jovens enganados em esquemas de burlas, a partir de informações sobre si próprios, sobre os seus gostos e rotinas, que são “oferecidas” pela descrição pública no *Facebook*. Estes exemplos são ilustrativos de que qualquer actor, quando exposto a uma audiência diversificada, deixa de controlar o percurso e as formas de apropriação e interpretação da informação, e os usos que dela poderá ser feitos.

No contexto do ciberespaço e da idealização do *self*, há que abandonar, como o faz Goffman, a concepção corrente, pejorativa e maniqueísta, do conceito de mentira. Não parece pertinente, de facto, falar de mentira em relação à definição de um *self* virtual. A construção de um “eu” virtual não estará assente necessariamente na mentira, tal como não há mentira no facto de um indivíduo se apresentar diferentemente perante diferentes audiências. Não nos mostramos do mesmo modo aos nossos companheiros de clube, nem aos nossos clientes, como aos nossos empregados” (Goffman, 1993: 45) Na multiplicidade de papéis com que determinado actor se apresenta às suas audiências existe uma coerência de desempenho, que assenta precisamente na capacidade de o actor exhibir o desempenho esperado por essa audiência. O ciberespaço transporta em si as mesmas complexidades e expectativas, e a identidade assumida pelo “eu” virtual não

pode então ser associada à falsidade ou à marginalidade. A perspectiva mais produtiva será a de, em lugar de um “eu” centrado, admitir a existência de vários “eus”, que são no fundo uma resposta às interpelações de diferentes actores em diferentes contextos.

De resto, segundo Learey, as pessoas não mentem por sistema quando se descrevem, mas têm tendência a ser selectivas na apresentação de informações verdadeiras sobre elas próprias (Learey, 1996). A informação revelada acaba por ser filtrada, pois há muito que o actor poderia revelar sobre si próprio, e essa possibilidade acaba por reduzir a necessidade de mentir. Sabemos que o engano é das tácticas mais fáceis de “desmontar”, pois providencia informação cuja autenticidade poderá facilmente ser verificada. O que pretendo argumentar é que, se o actor estiver ciente da fragilidade que decorre da sua exposição a uma audiência que, ao contrário de uma audiência desconhecida, possui informação sobre ele, tenderá a ser mais cuidadoso com o conteúdo e a forma da informação que disponibiliza.

Passemos agora ao tema dos consumos culturais, centrais para a caracterização da interacção no *Facebook*, especialmente na faixa etária até aos 25 anos, na qual me centrei para a pesquisa empírica incluída neste trabalho. Parte-se da hipótese de que cada actor procura, através, por exemplo, dos consumos musicais no seu perfil, publicações ou grupos, apresentar-se à audiência como um apreciador do estilo musical com que deseja ser conotado, através do seu perfil imaginado. No entanto, este processo pode ser pervertido. Como afirma José Machado Pais, “entre alguns jovens, os rituais de identificação podem também dar lugar aos de dissimulação, as aparências podem não mostrar o que expressam... Enquanto a lógica da identidade assente numa lógica de individualização cimentada, a lógica da identificação possibilita a existência de mascarar múltiplas e variáveis... onde a individualidade é uma construção frágil que se produz através da experimentação” (Pais, 2004: 29).

O “eu-actuante” deverá então desdobrar-se em contactos/comentários e interacções das várias plataformas comunicativas que o *Facebook* oferece. Este “eu-actuante” representa na estrutura de personalidade o que é criativo e imprevisível, o actor imerso na prática de sociabilidade online. Segundo Goffman, a interacção social é sobretudo uma gestão da identidade social, baseada no pressuposto de que o indivíduo será capaz de adequar a sua imagem virtual à sua imagem real (Goffman, 1995). A

tensão permanente, que atravessa o *self*, entre o “eu-actuante” e o “eu-personagem” obrigaria a um esforço contínuo de gestão da identidade social, da imagem que continuamente o actor revela aos outros.

No entanto, na medida em que o “eu-actuante” se move num espaço marcado pela imprevisibilidade, não podemos afirmar que a gestão da identidade social seja sempre bem sucedida, ou até que seja sempre central na prática da interacção no *Facebook*. Com isto quero significar a existência de um “eu-actuante” não necessariamente coerente com, ou vinculado de maneira “forte” ao “eu-personagem”, ou seja, a existência de um “eu” fracturado, um “eu” cujo desempenho se afasta dos pressupostos do “eu-personagem”. Não querendo afirmar que, no mundo virtual, o actor não tenha consciência da necessidade de manter credíveis a sua presença nas duas dimensões, é importante insistir que a interacção tem a capacidade de “partir” qualquer tentativa de transformar essa procura de credibilidade em procura de sobreposição ou de unidade do *self*.

Gestão do *self*/gestão do “eu” virtual

A construção de um perfil é uma parte essencial (embora não necessariamente central) na definição do eu virtual e um terreno fértil para observar a gestão da imagem virtual.

Na gestão de imagem virtual, aparece uma questão fulcral da abordagem goffmaniana: as expectativas. Trata-se de um aspecto central na medida em que é com base nas expectativas da assistência de uma determinada actuação no *Facebook* que é construída a interacção, assim como a definição de perfil. As expectativas podem ser caracterizadas por três dimensões, que mantêm tensão entre si: as expectativas do que o actor julga ser, do que o actor julga que os outros esperam dele e do que os outros julgam dele na realidade. (Goffman, 1974). É a partir da tensão entre estes três aspectos que podemos propor um quadro para a abordagem da interacção no *Facebook*. As expectativas são organizadas, nos processos de interacção, a partir do *frame*, ou

enquadramento, que condiciona a definição do que conta como realidade social, através de um jogo entre as expectativas, que as combina ou que organiza a sua interferência.

O actor social, ao contrário do que acontecia nos primórdios da comunicação mediada por computador,³ encontra mais restrições na possibilidade de se reinventar online, de um ponto de vista mais literal, em questões como o seu nome e ocupação. O objectivo de manter a aprovação dos amigos com quem construiu relações de proximidade a partir de interacções “terrenas” limita a possível adequação a expectativas de novos amigos virtuais, que poderão entrar em tensão ou contradição com um *self* definido a partir de relações *offline*. Um colega de emprego, por exemplo, iria facilmente reparar se o actor assumisse no *Facebook* a condição de chefe, que não corresponde, de facto, à sua posição na empresa ou organização. A necessidade de encontrar um meio-termo entre a idealização que a CMC ainda permite e a realidade a que o actor “incarnado” está amarrado pelos contactos e relações *offline* oferece um bom exemplo das dificuldades e desafios de uma gestão de imagem virtual.

As três dimensões acima referidas organizam-se, de maneira que, não sendo determinista, também não é arbitrária, graças, precisamente, à existência de um *frame* (quadro). O *frame* da interacção que aqui é relevante é o próprio *Facebook*. É neste quadro que o *self* actua, que o *self* se desdobra, corresponde a expectativas ou cria estímulos. O actor cria relações de amizade, constrói-se intelectualmente ao fazer juízos de valor sobre os textos/músicas/vídeos que os utilizadores expõem no mural da página (juízos esses feitos através de comentários, ou através de uma apreciação sob a forma de declarações como “eu gosto disto”, com o desenho de um polegar em riste). Expõe ele próprio os mesmos recursos artísticos, e ao fazê-lo define-se em relação à audiência. Coliga-se com determinado estatuto, tendência, postura que veicula no imaginário partilhado, e, ao expor-se, não o faz sem pensar que determinada acção, à luz do que o próprio pensa serem os valores dominantes entre os participantes nesse universo, poderá, com mais ou menos probabilidade, ser objecto de certa interpretação por parte dos outros actores. Um jovem estudante de estudos artísticos que postou sobre um concerto minimalista em determinado sítio, fê-lo com consciência de qual era a sua

³ Na sua obra *Life on the Screen*, Sherry Turkle estuda a maneira como as pessoas interagem em comunidades imaginárias de jogos e troca de identidades (MUDs) fantasiosas, e como constroem as suas realidades *online* através de palavras (Turkle, 1995).

audiência, e com consciência de como seria “lido” ao promover/divulgar esse mesmo concerto. Não se trata aqui de julgar o actor, ou afirmar que o faz só para ser vinculado a determinada corrente de opinião ou subcultura, mas tão só de constatar que o actor é consciente do imaginário constituído, e que faz parte dele. O próprio actor facilmente se transformará numa questão de segundos de actor em foco para parte de uma audiência em leitor/auditor de um outro *post*, assumindo assim uma rotatividade de papéis que está inscrita na própria definição do universo da comunicação online.

Além desta rotatividade de papéis, também existe uma fluidez no tipo de relação assumida, sendo que os papéis não são estáticos e variam conforme o contexto e grau de relacionamento.⁴ É interessante, por isso, sublinhar o carácter móvel dos papeis assumidos num quadro de interacção como o *Facebook*, em que um actor rapidamente passa de protagonista a assistência, de estranho a interveniente, de membro solitário a membro de uma equipa de desempenho.

O actor, ainda que procure apresentar-se da forma mais positiva possível (em função da sua concepção do que isso significa e implica, num dado quadro), e até realçar algumas das suas características, poderá procurar também um modo de apresentação “modesto” . Nem sempre é fácil, contudo resolver a tensão entre esses dois propósitos, até porque os mecanismos do *Facebook* tendem a interferir com essa resolução. Luís, que foi vencedor de um concurso de canoagem em Coimbra, poderá não postar esse facto para não ser conotado com um excessivo auto-elogio, assim como poderá publica-lo de qualquer maneira. No entanto, se apenas publicar que participou desse concurso, não irá passar a ideia que pretendia, mas tão só a simples informação de que participou de um concurso de canoagem. Verificamos então a possibilidade de existência de um erro de enquadramento (*misframing*) (Goffman, 1974: 378), que pode dar azo a situações potencialmente embaraçosas (como o actor ser acusado de falta de modéstia), que o autor classifica de experiência negativa: “Na impossibilidade de ver confirmado o seu enquadramento inicial de uma situação, o participante fica a saber apenas o que não era, sem dispor de condições ou recursos que lhe permitam reenquadrá-lo de modo adequado” (Goffman, *apud* Nunes, 1993: 38). Surge, assim,

⁴ “If my self-presentation is relaxed when I’m writing on John’s wall but not when writing on Anna’s wall, this could equally be explained by their belonging to two segregated audiences as by John being in my backstage team” (Zarghooni, 2007: 16).

uma complicação na transposição de algo por certo mais fácil de discernir numa comunicação verbal directa, literal, mesmo tendo em conta a multiplicidade de interpretações e constrangimentos que determinado actor pode experimentar perante a sua audiência.

Estamos, aqui, perante um desacordo entre os actores envolvidos acerca do enquadramento da situação, não no respeitante à literalidade da informação (o concurso de canoagem *per si*), mas em termos do sentido a ser-lhe atribuído, ou seja, a definição do que Goffman chamaria a sua natureza. (Goffman, 1975). “Um caso típico de desacordos deste tipo é o dos julgamentos, em que a acusação e defesa procuram “enquadrar” de modo diferente os mesmos acontecimentos. É frequente, nestes e noutros casos, que os actores envolvidos na situação tenham necessidade de negociar os quadros de modo a produzir uma definição aceitável para todos os participantes” (Nunes, 1997: 38).

O actor, mesmo podendo posteriormente justificar-se, perde o controlo sobre a formulação de uma resposta viável e em tempo útil (Goffman, 1974:379), verificando que nenhum quadro é imediatamente aplicável, ou que o quadro que ele pensava ser aplicável já não o é. É de referir que, no que toca à análise de quadros, a interacção face a face não é uma limitação técnica: a avaliação está envolvida, mas esta pode estar baseada tanto em meios indirectos (sinais corporais) como na percepção directa da cena em que o actor envolvido está sozinho. Quando o envolvimento é considerado, no entanto, amplia-se o efeito do contacto face a face enquanto factor delimitador das possibilidades de atribuição de sentido e de realidade à situação (Goffman, 1974). É interessante pensar então nas consequências para o actor num contexto de CMC perante uma experiência negativa, ou seja, qual o espaço de elaboração de respostas perante a ruptura de um quadro ou a desorientação em relação ao *framing* adequado da situação

Um outro problema interessante em relação ao perfil construído prende-se com uma particularidade heurística do *Facebook*. Na interacção com outros actores, procuramos dar a impressão que o papel assumido é o nosso único papel habitual. No entanto, isso não é um dado adquirido, pois não apresentamos a mesma personagem em diferentes encenações: “Há mais do que um jovem, bastante atilado na presença de pais e professores, que pragueja e se agita como um pirata na companhia dos seus jovens amigos “turbulentos”... Não nos mostramos aos nossos filhos do mesmo modo que aos

nossos companheiros de clube...” (Goffman, 1993:64). Quando criamos um perfil do *Facebook*, mesmo que possamos ter opções de privacidade, criamos o mesmo perfil para os nossos pais, chefes, colegas de banda e conhecidos. Não existe então a oportunidade de assumir facetas diferentes perante cenários distintos. E aí somos confrontados com um papel de algum modo novo: a criação de um perfil global. Um perfil que poderá sofrer actualizações e reformulações, um processo que, ainda que virtualmente inacabado e imperfeito, é guiado pelo difícil objectivo de construir um “apanhado” do que o actor é, e do que pretende mostrar.

Na construção do perfil, como já referi anteriormente, o actor terá de ter mais cuidado, ao contrário do que acontecia com o *mirc*⁵ e outras redes sociais, com a adequação ou congruência entre a identidade pública no espaço não virtual e a identidade pública no espaço virtual, pois esta poderá ser sujeita a escrutínio pela sua rede social de amigos⁶. Este factor deve-se ao carácter mais interactivo do programa, além do facto de ser comum incluir uma foto no perfil (não obrigatória, mas importante para a definição das formas de interacção próprias do *Facebook*). “Quando pensamos nos indivíduos que exibem uma fachada falsa ou uma mera “fachada”, nos indivíduos que enganam, simulam e mentem, pensamos numa discordância entre as aparências visadas e a realidade” (Goffman, 1995:75). No caso do indivíduo que apresenta uma falsa posição, idade ou atributo “ registado ”, como um grau académico, a mentira facilmente detectável poderá levar a uma desautorização durante a interacção (no quadro do *Facebook*), e a uma fragilização da credibilidade do indivíduo, pois a audiência tenderá a pensar que um actor charlatão não deverá merecer crédito no futuro (Goffman, 1995). O *Facebook* é rico em casos de mentiras, exageros ou difamações, parecendo por vezes que o carácter virtual desta rede social faz esquecer a alguns actores as consequências reais das acções por eles realizadas.

Em *Frame Analysis*, Goffman usa o conceito de “fabricações” para definir, entre outros, também os acontecimentos desta natureza. Para compreender este conceito é necessário recorrer a um outro, o de transformação (Goffman, 74: 40-43): “Uma transformação é um processo que toma uma actividade associada a um quadro primário

⁵ Definição de *mirc*, que foi dos primeiros chats de conversação online

⁶ Most *Facebook* users believe that those who see their profile pages the most are members of their offline social networks, i.e. people they meet often. (Ellison, Steinfield & Lampe, *apud* Zarghooni, 2007).

como modelo, produzindo cópias que podem ser de dois tipos: modalizações (*keyings*) e fabricações. (Nunes, 1997: 37). As fabricações são baseadas, assim como as modalizações, em algo que já tenha adquirido significado em relação às estruturas primárias de organização da percepção. No entanto, nas fabricações existe um esforço intencional de manipulação, por um ou mais actores, de modo a que pelo menos um dos actores seja levado a crer numa falsa imagem sobre o que está sucedendo (Goffman, 1974). A fabricação não é necessariamente negativa, podendo ser usada para “bons” propósitos como preparar uma surpresa. Nas suas diferentes versões, ela é um elemento presente nas CMC. O actor, através das várias possibilidades oferecidas pela plataforma virtual, e dependendo das motivações da interacção, pode procurar ludibriar a audiência. No entanto, este engano não se poderá prolongar no tempo, nem ocupar lugares partilhados, pois os actores procuram corroboração mútua da veracidade dos factos (Goffman, 1975) e da “literalidade da actividade em que se encontram envolvidos” (Nunes, 1997: 38).

Nos primórdios da CMC, eram os chats que dominavam o espaço virtual, com um tipo de interacção que diferia em vários pontos da que caracteriza as novas redes sociais como o *Facebook* e o *hi5*, entre eles na questão da identificação e do lugar do *role playing*: “O *chat* é um ambiente onde o privado e o público se encontram. A privacidade poderá disfarçar a identidade. O *chat* permite esconder a identidade real do indivíduo, sustentada por uma forma de comunicação baseada na escrita” (Silva, 2005). Nas redes sociais em que essa troca ou dissimulação de identidades era mais fácil de realizar do que, por exemplo, no *Facebook* (ainda que não seja de todo impossível), as consequências na vida real eram existentes para quem era alvo de fabricações negativas, mas o anonimato permitia que determinado “charlatão” não estivesse exposto a consequências na sua vida “*offline*”. No *Facebook*, as consequências de uma fabricação são bem reais, tanto do ponto de vista da reputação do actor perante a audiência, como de outros.

Uma ilustração sugestiva disto é o facto de 20% dos divórcios nos Estados Unidos terem sido atribuídos ao *Facebook*⁷. As entrevistas e notícias demonstram que há

⁷ Segundo o jornal *Exame informática*, 20 % dos divórcios nos Estados Unidos serão causados por esta rede social, sendo conversas de cariz sexual o factor mais relevante, segundo o jornal. Mesmo tendo em

relacionamentos que se extinguem por divergências no *Facebook*, reputações que ficam manchadas no mundo laboral e pessoal, despedimentos por informações reveladas no *Facebook*. Aos poucos, a legislação vai-se adaptando a estas existências virtuais. No quadro do *Facebook*, a interacção entre actores é real, conseqüente e tão complexa como a vida *offline*. No entanto, o facto de existir esta “condicionante” à construção de identidades completamente separadas ou distintas da identidade “*offline*” não significa que não existam reconstruções identitárias, e que os actores apresentem desempenhos coerentes e idênticos aos que os caracterizam no mundo *offline*. Existem muitos outros aspectos em que o actor encontra a possibilidade de se recriar, através de *nicks*, consumos culturais ou outras interacções no *Facebook*. Pode-se argumentar que é precisamente esta relativa credibilidade, quando comparado com outras formas de CMC, que leva empresas, figuras públicas e instituições a fazerem-se representar nesta rede social.

É importante determinar se no *Facebook* poderá haver uma contextualização referencial do carácter interactivo dos seus utilizadores, saber se a presença na vida virtual não deixa de transportar com ela grande parte dos códigos de apresentação presentes no mundo *offline*. É pertinente a caracterização dessa partilha de códigos como um processo complexo, pois a interacção assenta num intrincado jogo de assimetrias, em que as regras definidas nem sempre merecem a concordância de todos os intervenientes. A interacção funciona então de um modo por vezes pouco ordenado, não é linear nem isenta de problemas, sendo que a riqueza da análise das interacções do *Facebook* resulta, em grande medida, desse jogo de referências, em que os actores procuram entender-se.

Não devemos também descurar a capacidade de contextualização do actor social perante o cenário com que depara. No *Facebook*, o actor avalia o ambiente, a realidade das diferentes sequências de actividade a partir de um conjunto de quadros primários. Ai deparamo-nos com quadros primários sociais, esquemas de interpretação que providenciam entendimento acerca do cenário de fundo (Goffman, 1973). O que distingue os quadros primários naturais dos sociais é o facto de os primeiro se referirem a determinantes que são convencionalmente considerados como naturais (como o estado

conta que este tipo de notícias devem ser encaradas com relativo cepticismo acerca da precisão dos dados, elas são sugestivas do que poderão ser as conseqüências reais da liberdade que o actor se atribui nas redes sociais. <http://aeiou.exameinformatica.pt/facebook-culpado-de-20-de-divorcios=f1004429>.

do tempo), e o segundo se referir a construções sociais, a eventos que incorporem a vontade, o propósito e o empenho controlado da inteligência (Goffman, 1973:22). O conceito de “eu” virtual é construído em íntima relação com o conceito de quadro, pois as definições de determinada situação têm lugar em relação com os princípios organizativos que determinam os acontecimentos sociais e o envolvimento subjectivo dos actores nestes. “Quadro” é a palavra usada para designar o modo como se delimitam os acontecimentos básicos que o actor é capaz de identificar. (Goffman, 1975: 10-13). É em busca da resposta à pergunta – “o que é que se está a passar aqui?” , que os actores, a partir de um conjunto de quadros, descritos por Goffman como “quadros primários” avaliam a “literalidade” de diferentes sequências de actividade. Os actores “enquadram” a sua actividade como se de molduras de retratos se tratassem, permitindo assim que as diferentes acções que têm lugar possam ser ajustadas às características da situação e à definição da sua realidade. Além dessa pergunta, que corresponde à definição da situação, o actor também procura definir a realidade da situação, ou seja em que circunstâncias pensamos que o que se está a passar é real (Nunes, 1997).

A análise de quadros procura, assim, articular a análise da interacção, do contacto entre os actores, da experiência dos actores envolvidos e da dimensão cognitiva da participação em situações de socialização. É neste plano que a “natureza” da situação e o conteúdo da interacção são articulados e transformados em dados acessíveis à observação e descrição (Nunes, 1997).

É através desta reserva de conhecimento que o actor prepara a sua *performance* no palco virtual, relacionando-se com as actuações de outros actores na sua rede. Na sua actuação no *Facebook*, através de publicações, comentários, conversas através do chat, o actor opera um processo que Goffman chama de “transformação”. “Transformação é um processo que toma um actividade associada a um quadro primário como modelo, produzindo cópias” (Nunes, 1993: 37) Essas cópias podem ser modalizações ou fabricações. Abordámos, mais acima, o tema das fabricações. Falta, ainda, clarificar o conceito de modalização.

A modalização é um bom conceito para explicar a adaptação do actor ao meio envolvente, assim como a influência desse meio no seu desempenho. A modalização é uma transformação, uma readaptação de um modelo original para uma acção diferente,

alterada. A minha experiência de entrada no campo, assim como algumas entrevistas exploratórias parecem mostrar que o actor, além de ter uma possibilidade de comportamento estandardizada pelos padrões do próprio programa (as configurações estéticas e opcionais da própria plataforma do *Facebook*), tende a assimilar comportamentos, como o uso de determinados *emoticons*⁸, a partir dos utilizadores já registados. Em Roma, sê romano. A influência dos utilizadores já estabelecidos no *Facebook* sobre um utilizador novo, não deve ser menosprezada.

Um debate gerado no mural de um utilizador de *Facebook* sobre uma notícia que outros actores visualizaram é um exemplo de uma modalização. Outro exemplo poderá ser a minha própria utilização do *Facebook*. Quando iniciei conta, procurei ambientar-me à dinâmica do espaço, e foi com base na observação de outros perfis que construí o meu, assim como foi com base noutros murais que aprendi a interagir com os meus amigos virtuais. Por via da transformação de uma actividade literal, operei uma “laminação”, uma remoção da actividade transformada da actividade literal em que aquela se baseava (Nunes, 1997). Qualquer modalização, por sua vez, está sujeita a remodelizações, a alterações sucessivas que a vão “afastando” (ou aproximando) da actividade literal. Sendo possível um determinado quadro incorporar uma remodelização, verifica-se cada transformação passa por adicionar uma “camada” de “laminação” à actividade. Um exemplo de remodelização pode ser um debate no *Facebook* acerca de uma situação marcante para um actor, que gerou uma discussão no mural desse actor, com a troca de argumentos entre um grupo de amigos. Como consequência desse debate, alguém decide mobilizar um encontro ou manifestação de resposta a esse acontecimento: temos a actividade literal, o acontecimento que desencadeia o debate, a modalização sob a forma de debate inspirado na actividade literal, e a remodelização através da manifestação de resposta à actividade literal.

Categorização da interacção no *Facebook*

O *Facebook* é uma rede social de contactos, que tem na sua génese a promoção do contacto entre actores sociais nela inseridos. Por intermédio do programa, diferentes

⁸ *Emoticons* é o nome que se dá às definições de expressões corporais sob a forma de pequenos “bonecos” ou ícones (por exemplo, os *smileys*, que representam sorrisos).

actores podem trocar mensagens de cariz variado (amizades, profissionais, áudio, vídeo, interactividade através de chats) usando as diferentes funcionalidades que o programa oferece. Sabendo que o programa é caracterizado por esta multiplicidade de possibilidades de interacção, importa saber como caracterizar essas possibilidades de interacção. Para isso, irei, mais adiante, propor uma tipologia de classificação das diferentes valências que a plataforma oferece.

Numa linguagem “goffmaniana”, podemos considerar o *Facebook* como o quadro geral em que a interacção ocorre. Dentro do próprio programa, o *Facebook*, existem vários quadros. O meu *self* efectiva-se quando jogo nas aplicações do *Facebook*, assim como se efectiva quando falo online através do chat, quando publico vídeos, quando ponho uma frase no mural a manifestar o meu estado de espírito, ou o que eu achar conveniente. Ao potenciar diferentes actividades, o *Facebook* permite ao meu *self* desdobrar-se em vários quadros. O actor, através do seu “eu” virtual, poderá então utilizar um conceito primário como uma transcrição literal de uma conversa sobre touradas, produzindo “cópias” que podem ser dos dois tipos já discutidos: modalidades e fabricações (Goffman, 1975).

O actor, através do seu *self* virtual, deambula do palco principal aos bastidores, de actuante a parte da audiência, na medida em vai interagindo em diferentes quadros, mas mantendo o mesmo *self*. Proponho a seguir uma categorização desses diferentes quadros, que delimitam as diferentes possibilidades de organização da interacção que oferece a rede virtual. Os quadros estão interligados, podendo relacionar-se em termos de complementaridade. Esta categorização apoia-se na minha pesquisa desta aplicação.

- *Quadro de interacções de amizade*. Esta categoria define as interacções dos diferentes actores com os seus amigos na rede social do *Facebook*. Por iniciativa própria, ou através de convite, o actor tem a possibilidade de fazer amigos virtuais, em número virtualmente infinito, na medida em que existem, actualmente, 500 milhões de utilizadores do *Facebook*⁹. A valorização do número de amizades parece estar ligada a um conceito específico de capital social, que vincula o volume deste ao volume de amizades. Esta definição de capital social parece aproximar-se e afastar-se, ao mesmo tempo, da de Pierre Bourdieu, que o considera como “o agregado dos recursos actuais ou potenciais que estão ligados à posse de redes duradouras de relações mais ou menos

⁹ Referencia acerca do número de utilizadores

institucionalizadas de familiaridade ou reconhecimento” (Bourdieu, 1986: 248). Não é claro que “familiaridade” ou o “reconhecimento” de que fala Bourdieu coincidam com o modo como são concebidos pelos utilizadores do *Facebook*. Em todo o caso, o utilizador deste recurso valoriza a importância da existência de reconhecimento perante diferentes audiências, na medida em que esse conhecimento poderá ser uma mais-valia para a aquisição ou acumulação de prestígio ou para conexões de natureza amigável ou profissional. Sendo o capital social baseado na capacidade dos actores em conseguir benefícios através da pertença a redes sociais (não necessariamente de redes virtuais), é legítimo pensar nas relações de amizade como um indicador de sucesso de um determinado actor no *Facebook*. Além disso, o facto de o *Facebook* ser na sua génese uma plataforma interactiva por excelência poderá contribuir para o estreitar de laços entre actores da sociedade civil, contra as expectativas de muitos detractores da internet, principalmente devido à ausência do corpo e do contacto face a face (Nie, *apud* Ellinson, 2007). As entrevistas realizadas para esta investigação apontam também para a existência de um discurso generalizado, apoiado pelos media sensacionalistas¹⁰, acerca dos malefícios do *Facebook* para as relações humanas, como alegada causa de divórcios e de menor interactividade pessoal entre actores sociais, mas também da “inautenticidade” do virtual, uma interpretação algo simplista das diferenças entre o espaço virtual e o espaço “real” .

O facto de o *Facebook* permitir contacto entre actores que estão afastados geograficamente sugere que poderá contribuir para transformar o que até aqui era frequentemente caracterizado como “laços fracos” , condicionados pela distância no espaço, em laços mais robustos. No entanto, devido em parte ao seu aparecimento ser recente, não é possível afirmar que o *Facebook* promova inequivocamente um aumento do capital social: “Não é clara a forma como corre a formação de capital social quando o mundo *offline* e *online* se encontram emparelhados, como no *Facebook*” (Ellinson *et al.*, 2007). Podemos no entanto afirmar que, do ponto de vista da interacção no *Facebook*, mesmo não se tendo certezas acerca da forma como esse capital social é construído, há indícios de que ele opera dentro da rede, criando conexões, expectativas e

¹⁰ Esta referência é apenas um dos muitos exemplos da exploração mediática das supostas consequências do *Facebook* na esfera social *offline* <http://aeiou.exameinformatica.pt/facebook-culpado-de-20-de-divorcios=f1004429>.

laços. Essas conexões são construídas no interior do *Facebook*, não estando no entanto o alcance das suas acções limitadas a este espaço. Segundo Ellison, as conclusões do seu estudo sobre o capital social dos amigos do *Facebook* demonstram uma conexão robusta entre o uso desta rede e os indicadores de capital social, especialmente na criação de pontes de comunicação entre os utilizadores. O uso da internet por si mesma não parece levar a esse resultado, o que, porém, parece ser o caso do uso do *Facebook*. (Ellison *et al*, 2007).

Amigos no *Facebook*

O número de amigos em vários perfis observados (com muitos utilizadores a terem mais do que mil amigos, algo pouco habitual nas relações *offline*) poderá indicar uma tendência de acumulação das amizades do *Facebook*. Este facto poderá ser explicado pela própria dinâmica do *Facebook*, com aplicações a sugerir constantemente a aquisição de novas amizades. Este facto não será de estranhar, na medida em que é relevante para a empresa que gere o *Facebook* a multiplicação de utilizadores, pois amigos “novos” são utilizadores novos. O *Facebook* é, pois, essencialmente, um espaço que promove a interacção entre actores.

É interessante, por todas estas razões, fazer uma abordagem descomplexada e sem preconceitos ao conceito de amigo na rede virtual, que poderá para alguns actores ser redefinida, enquanto para outros ela não sofrerá alterações significativas em relação à que vigora na vida *offline*. A comunicação entre amigos nos murais, através de “*comments*”, comentários acerca das publicações do actor no mural, da opção “*i like this*” (eu gosto disto, com um polegar de aprovação), são também interacções que podem ser classificadas como de amizade. Basicamente, as interacções de amizade prendem-se com comunicação entre utilizadores, juízos de valor emitidos através de *posts* (publicações) e pedidos de amizade, e serão porventura a forma de interacção dominante no *Facebook*.

- *Interacções lúdicas*. Estas interacções relacionam-se com a utilização dos jogos presentes no *Facebook*, e funcionam como um modo de manter online utilizadores desta rede social. São espaços de interacção entre utilizadores, pois estes criam quadros de

convivência em que existem trocas de bens e recursos de jogos, como, por exemplo, *Farmville* (jogo que consiste em criar uma quinta virtual), em que comunidades se criam por convite. Outro exemplo é a possibilidade de publicar vídeos e apresentações multimédia de vários tipos no mural, podendo os utilizadores aprovar ou não o seu conteúdo, e fazer comentários.

- *Interacções profissionais*: Para além dos seus usos informais e lúdicos, o *Facebook* pode servir para promover outros quadros de comunicação, nomeadamente a nível profissional. Quando se constrói um perfil online, existe uma opção sobre quais os interesses do utilizador, e estes podem consistir em estabelecer contactos profissionais em rede. Muitas empresas utilizam já o *Facebook* como parte da selecção para entrevistas para emprego, e daí que este factor confira outra importância ao perfil e apresentação online, na medida em que pode significar a entrada (ou não) no mundo profissional.

- *Interacções políticas ou de Cidadania*. Este ponto mereceria uma abordagem mais pormenorizada, que não é compatível com as limitações deste texto. De um modo conciso, pode-se mencionar o uso do que *Facebook* para a promoção de causas sociais, mas também enquanto recurso para campanhas políticas e para formas novas de relacionamento online entre responsáveis políticos e eleitores, entre o Estado e os cidadãos. As grandes Organizações Não Governamentais aprenderam também a utilizar o *Facebook* como meio de divulgação e pressão política.

Self virtual, self “terreno”

Uma das limitações que a sociologia encontra, hoje, na investigação de relações no ciberespaço tem a ver com o facto de os instrumentos de investigação desenvolvidos por autores que se dedicaram ao estudo do que foi chamado por Goffman de “ordem da interacção”, como o próprio Goffman, ou, antes dele, George Herbert Mead, entre outros, nem sempre se adequam ao estudo das interacções *online*. Ainda que o *self virtual* esteja ancorado numa experiência de existência “terrena”, não há muitos estudos sociológicos sobre esse tema. Tendo-me referido já à construção do *self virtual*,

discuto a seguir algumas diferenças entre o “eu” virtual e o “eu” “terreno”, aos contextos distintos em que eles se constituem.

A primeira diferença relaciona-se com o que se pode designar de espontaneidade. Numa interacção face a face, o actor procura que, “tanto quanto possível, os aspectos menores do desempenho... ocorram de modo a não causar qualquer impressão ou a causar uma impressão compatível e consistente com a definição global visada para a situação” (Goffman, 1975: 67). A interacção face a face carrega consigo uma espontaneidade ou, mais precisamente, uma adesão tácita a padrões de desempenho social que, em boa medida, é suspensa quando o actor constrói um perfil *online*¹¹. Aí o actor tem uma construção pensada, controlada e passível de ser alterada, não tendo que lidar com a sinalética corporal, e os constrangimentos para o desempenho que por vezes a fragilidade corporal deixa escapar (uma cara corada de mentira, o suor associado ao nervosismo).

Esta espontaneidade é no entanto ela própria o produto de incorporações e de disposições, resultantes de processos de socialização que nos ensinam a agir de modo “espontâneo”. Dewey, através do seu conceito de hábito, explica que o hábito é um comportamento social que é influenciado pelas práticas precedentes, sendo por isso considerado como adquirido. Os hábitos induzem a uma ordem, que de algum modo organiza os aspectos menores da acção. Trata-se de um conceito que projecta a actividade numa forma subordinada e oculta, mesmo quando não é a actividade dominante. (Dewey, 1922). O hábito consiste então na capacidade de utilizar os recursos disponíveis para lidar com, observar e interpretar a experiência de contacto social em qualquer interacção. A reflexão é considerada aí o motor que permite a adaptação a diferentes ambientes, o que faz com que o actor não esteja tão permeável às condições circunstanciais e biológicas, e que tenha capacidade de criar referências para possíveis situações novas que tenha de enfrentar.

Pierre Bourdieu, com o seu conceito de *habitus*, procura romper com um certo dualismo no senso comum entre o actor social e a sociedade, procurando captar a

¹¹ One of the reasons why self presentation on social networking sites may be different from face-to-face is that online one may “inspect, edit and revise” (Walther, Slovacek & Tidwell, 2001: 110) one’s self presentation before it is made available to others. (Zarghooni, 2007:4).

“interiorização da exterioridade e a exteriorização da interioridade” (Bourdieu *apud* Wacquant, 2003), a forma como a sociedade se “deposita” nas pessoas sob a forma de disposições constantes no tempo, ou a capacidade treinada e propensões estruturadas para agir, pensar e sentir de determinados modos que conduzem os actores na sua resposta aos estímulos da interacção com o meio social (Wacquant, 2003). Para Bourdieu, a prática resulta do confronto entre determinada situação e o *habitus*, sendo este entendido como um mecanismo que integra dispositivos contínuos e transferíveis que integram a memória passada. Deste modo, esse referencial funciona como um leque de percepções e considerações que permite ao actor realizar funções diferentes, devido às disposições incorporadas através de interacções anteriores. No fundo, trata-se de uma aptidão social para lidar com a experiencia.

Verificamos, então, que a “espontaneidade” pode ser tida como a parte mais relaxada do desempenho, ou até mesmo aquela parte em que o actor ignora o guião e reage instintivamente à situação. No entanto esta reacção, como verificamos nos conceitos de *habitus* de Bourdieu e de hábito de Dewey, não surge por “instinto”, é construída e objectivada com mecanismos idênticos à actuação “construída”: a apreensão, objectivação e posterior aplicação de experiencias assimiladas ou incorporadas. No *Facebook*, no entanto, existe um “vácuo” temporal na comunicação entre os actores: o espaço de tempo entre uma mensagem (seja no chat ou no mural) e a resposta. Nesse espaço, o actor não tem a possibilidade de ler a linguagem corporal, a postura, todas as formas de apresentação de si face a face que têm significado social. No entanto, esse vácuo pode ser ultrapassado por via de *emoticons*, por estratégias de entendimento na CMC, pela análise que cada actor faz do conteúdo da interacção.

Martha Karge refere que o “*self*” digital no ciberespaço desafia as noções tradicionais do “eu”, e exige uma redefinição desse “eu” quando estendido para o ciberespaço. (Karge, 1999). Os actores sociais encontram na esfera virtual uma complexidade a muitos níveis ao construírem o “eu” virtual, nomeadamente pelo facto de, ao estarem atrás do monitor, de algum modo esquecerem o “corpo”. No entanto este facto não significa que o corpo não esteja presente na interacção do *Facebook*, ou que seja um facto invisível. Ainda que o actor possa suspender momentaneamente a sua relação normal com a materialidade do seu corpo, os corpos estão longe de ser irrelevantes quando se trata de relações nesta rede virtual. O actor que interage com outro da sua

rede de amigos tem noção que fala com uma pessoa, não um avatar, e o corpo está presente e tem um papel importante no imaginário da interação, pois define muitas das regras da interação, além de definir quem está a comunicar com quem. De que modo? Grande parte das vezes pela fotografia, materializando um corpo que, ainda que estático, cumpre grande parte da função cognitiva de situar o actor em relação à sua audiência.

Seria impreciso afirmar que o *Facebook* transcende questões definidas pelo nosso corpo, como o género, o aspecto, a idade, etc. Embora de facto seja possível criar uma personagem completamente fictícia, grande parte da utilização desta rede social é feita com base na identidade original dos actores. Com isto não quero dizer que não haja transformações identitárias, reformulações e até construções novas de identidade por parte dos actores. Mas, tendo em conta que grande partes destes têm foto própria no perfil, o corpo interessa, e muito, na interação virtual. Para Judith Butler, o corpo não é uma opção que nos é dada, e estamos todos condicionados pelas estruturas sociais no que toca a esta questão. A autora encara o corpo como tendo um carácter público, e fala da materialização do sexo como imperativo social, a materialização do sexo como a materialização da norma reguladora (Butler, 1993: 9). Focando-se principalmente na questão de género, Butler afirma que o sexo não é uma descrição estática, mas sim uma das normas que qualificam alguém para se movimentar no domínio da inteligibilidade cultural. A autora propõe uma reformulação da materialidade dos corpos, resumida aqui em três pontos. O primeiro refere-se à reconfiguração dos corpos como sujeitos aos efeitos da dinâmica de poder, sendo os corpos indissociáveis das normas regularizadoras que materializam esses efeitos. A segunda prende-se com um entendimento da performatividade como o poder reiterativo de discurso que produz o fenómeno que regula e constrange a identidade dos corpos. A terceira prende-se com a construção do sexo como norma reguladora e responsável pela materialização desses mesmos corpos, além da necessidade de repensar o processo pelo qual a norma do corpo é assumida. A autora pretende, assim, denunciar a norma heterossexual do dimorfismo homem-mulher, e abrir espaço para criar distância em relação às normas dogmáticas. Essa distância poderá ser objectivada através do uso de redes virtuais como abertura de possibilidades nas quais os “marginalizados” possam experimentar diferentes identidades e contestar a hierarquia que os constrange à normalização. (Butler, 1993)

Um outro conceito central para a abordagem da relação entre as duas formas de self é a incongruência. Segundo Goffman, a interacção face-a-face obriga o actor a uma coerência de desempenho, uma consistência entre a aparência e o modo para que se verifique uma coerência entre o quadro de acção, a aparência e o modo (Goffman, 1975). No entanto, a incongruência não acontece somente como falha de desempenho, ela pode ser deliberada, como quando determinada actuação tem o objectivo de chocar a audiência. Um exemplo aqui pode ser uma peça de teatro interactivo em que a fachada caia abruptamente, ou os actores baralhem propositadamente as suas deixas, deixando a audiência perplexa e confusa.

A particularidade que distingue entre a espontaneidade acima referida e a incongruência está na distância que a interacção virtual permite em relação a um determinado quadro, perante o qual poderemos ser induzidos em erro devido a uma imagem idealizada e não necessariamente actualizada. Um skinhead imigrado noutra país pode conservar perante parte da plateia uma imagem agressiva e que remete para um passado de militância activa, através de um perfil com referências apropriadas ou fotos não actualizadas, quando na realidade adoptou um estilo de vida diferente. Seja por vicissitudes ou vontade própria diferente, mantém conversas entusiásticas sobre lutas e violência enquanto troca flores num jogo virtual do *Facebook*. A linha normalmente mantida entre a audiência e a área de actuação não é transgredida (Goffman, 1974), mas verificamos a existência um erro de enquadramento. Verificamos a existência de uma fabricação, uma situação onde claramente há uma divisão em dois grupos: aqueles que estão conscientes do que se passa e aqueles que são enganados (Goffman, 1974: 301). Ainda que a farsa tenha as circunstâncias da prática diária contra ela, como já foi aqui referida, determinadas circunstâncias podem permitir certas farsas que vão condicionar a imagem que um dado actor apresenta aos seus conhecidos.

CAPÍTULO 2: A INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

Neste capítulo apresento as opções metodológicas e caracterizo o conjunto de entrevistado/as através de variáveis sociográficas elementares (sexo, idade, nível de escolaridade, localização geográfica).

2.1. Opções metodológicas

Na construção do meu modelo analítico parto das seguintes questões: como se auto-representam os/as utilizadores/as do *Facebook*? Que recursos e estratégias são mobilizados na construção de uma identidade online? Quais as formas de interacção possíveis no *Facebook*? Como é que as pessoas comunicam umas com as outras, nesta forma de comunicação mediada por computador? Como é que são negociadas as identidades *online* e *offline*? Como é caracterizado o processo de construção do perfil? O que é valorizado aí, nas características auto-atribuídas, gostos e consumos? O que é ser amigo online? O que é estar online? É diferente de estar “*offline*”?

A resposta a estas questões centrou-se na teoria goffmaniana e nos conceitos de *self* e *frame*, que me permitiu mapear interacções mediadas por computador e representações na constituição das identidades *online* e *offline*. O conceito de *self* revelou-se importante na análise da actuação do “eu” no ciberespaço, enquanto o conceito de *frame* revelou-se útil na análise dos quadros de interacção no *Facebook*.

A estratégia metodológica centrou-se no uso da entrevista aberta, em profundidade, como técnica de recolha de informação. A escolha do método qualitativo prende-se com o facto de este ser o método que se apresenta como indicado para estudar e articular a diversidade dos contributos teóricos e clarificar as problemáticas orientadoras da pesquisa. O objecto de estudo, o *Facebook*, e a sua relação com conceitos como identidade, encontra-se pouco estudado, tendo fronteiras pouco demarcadas e uma fenomenologia ainda pouco extensa e caracterizada. Como tal, a metodologia qualitativa surge aqui como a estratégia metodológica mais adequada para a análise da complexidade interacional no espaço virtual. Este método está assente na perspectiva

verstehen weberiana, de compreensão e interpretação dos fenómenos de um modo aberto e heterogéneo.

Usei a técnica de entrevista em profundidade com guião não estruturado, ou seja uma entrevista semi-directiva, “no sentido em que não é inteiramente aberta nem encaminhada por um grande numero de perguntas precisas” (Quivy,98: 192). Procurei dar liberdade ao entrevistado para se exprimir, procurando apenas reencaminhá-lo para as questões mais importantes de modo subtil e educado.

Procurei dar ênfase ao discurso dos entrevistados, procurando retirar dados relevantes para a investigação, tendo sempre em mente que a informação recolhida corresponde às impressões do entrevistado, e não necessariamente a factores claros. Por outras palavras, um relato sobre práticas e concepções sobre determinado tema é sempre sujeito a subjectividades e representações do entrevistado, pelo que é necessário ter isso em conta numa abordagem descomplexada da informação recolhidas.

Quem entrevistar: Na selecção de pessoas a entrevistar tive como critério primário utilizadores/as do *Facebook* com uma auto-representação de utilização intensa/regular do *Facebook*, pois este critério adequava-se aos objectivos do estudo. Considerei importante que os actores tivessem uma forte familiaridade com o meu campo de estudo, no uso das aplicações presentes na página do *Facebook*¹², assim como uma certa rotina nas interacções com outros utilizadores. Os outros critérios prenderam-se com a idade, sexo e escolaridade. Relativamente ao sexo procurei um critério de diversificação, sendo que entrevistei o mesmo número de mulheres e homens.

¹² Em grande parte das entrevistas exploratórias, tinha-me sido dito por estes que utilizavam regularmente o *Facebook*. No entanto, no decorrer das entrevistas exploratórias constatei que estas não possuíam conhecimento de causa, relativamente tanto ao funcionamento da página, como á capacidade de produzir representações sobre o que lá se passava, devido ao uso regular mas fugaz do *Facebook*. Nas entrevistas exploratórias, estes afirmaram visitarem o *Facebook* regularmente, mas tinham uma utilização pouco intensiva, sendo que 2 deles não utilizavam o mural para fazer comentários, nem interagiam com outros actores, apenas verificavam as actualizações. Outro caso era de um utilizador que só utilizava a plataforma para ver fotografias. Para superar esta questão, decidi acrescentar ao critério de utilização regular, o critério de utilização intensiva. Outra situação que me levou a escolher estes critérios foi o facto de, por algumas vezes, me ter sido negada a entrevista por pessoas dizerem que não tinham conta mas raramente utilizavam o *Facebook* “tenho conta mas nunca vou lá”, ou dizerem que abriram conta no sítio do *Facebook* e nunca mais voltaram a utilizá-la.

Relativamente á idade optei por escolher pessoas entre os 18- 25, pois 76% dos jovens entre 15 e 19 anos, e 67% dos jovens entre 20 e 24 anos utilizavam internet em 2003 em Portugal (Nunes, 2004). Esta faixa etária representa assim a faixa em que há mais utilizadores de internet, dado não ideal mas útil, visto não existirem ainda dados sobre o uso de *Facebook* em Portugal em termos estatísticos. Os entrevistados/as frequentam o ensino superior, licenciaturas e mestrados. Esta escolha deveu-se ao facto de 68% das pessoas com o ensino secundário concluído utilizarem internet, e 91% das pessoas com licenciatura frequentarem também a internet. Entrevistei 8 pessoas, todas com idades compreendidas entre os 18 e os 25 anos, 4 mulheres e 4 homens. Desses 8 entrevistados, 3 tinham já terminado a licenciatura e encontravam-se a frequentar o grau de mestrado, enquanto os outros 5 eram estudantes de licenciatura. (A localização geográfica de 5 dos entrevistados consiste na zona de Coimbra, sendo os outros 3 são naturais do concelho de Moimenta da Beira, estando no entanto a residir em Viseu e Vila Real.)

Todas as entrevistas foram realizadas em Julho de 2010, tendo sido gravadas e transcritas na íntegra. A sua análise foi feita através de uma grelha de categorias, construída previamente, que apontava para os temas relevantes para este estudo. Esta análise foi feita numa lógica dupla: a avaliação individual de cada entrevista, para depois analisar todas as entrevistas por comparação de temas de análise.

Para a selecção dos entrevistados utilizei contactos pessoais, da minha rede de relacionamentos, utilizando o método “bola de neve” para ir adquirindo contactos á medida que iam falando com utilizadores do *Facebook*.

Entrada no campo – Decidi optar por esta abordagem de modo a poder vivenciar o campo de estudo numa perspectiva de observação-participação. Para tal, criei uma conta no *Facebook* para este propósito com o intuito de criar familiaridade com o objecto de estudo, nomeadamente ao nível de compreensão prática das aplicações do programa. Questões como escolher a foto, construir o perfil, levaram-me a compreender melhor o processo pelo qual os utilizadores se submetem ao aderirem ao programa. Como referi, certas aplicações só pude compreender (como por exemplo as definições de privacidade) ao criar uma conta e explorar o *Facebook*. A negociação da minha própria identidade enquanto mestrando/ actor social revelou-se importante na compreensão das identidades assumidas no mundo virtual (Turkle, 1995). Como tal, tentei observar o

Facebook na minha qualidade de investigador, sem nunca no entanto conseguir “libertar-me” dos meus compromissos na vida “*offline*”, pois não quis criar conflitos com conhecidos meus que me propuseram amizade, o que só por si já revelou um conflito entre expectativas de investigador/actor social, em que a minha rede de conhecimentos legitimamente me considerou um membro da sua rede de amigos no *Facebook*. Resumindo, esta observação consistiu em dois aspectos: observação de práticas, e compreensão de uso das aplicações definidas. Quanto á observação, procedi a uma monitorização informal dos perfis, para compreender a fenomenologia das interacções, factor que se revelou muito útil para criar empatia cognitiva com o tema em análise. Quanta á questão da compreensão das aplicações, compreendi como se definem definições de privacidade, como se constrói um perfil, lidei com a escolha de uma foto que me representasse de maneira suficientemente isenta no espaço virtual. Aceitei e rejeitei amizades, vi-me incumbido a responder a pedidos de grupos, posições sobre assuntos actuais e fui interpelado por pessoas com quem não falava há muito tempo. Resumidamente, assumi o papel de um utilizador de uma rede social.

A decisão acerca do numero de pessoas a entrevistar obedeceu ao princípio de “saturação” (Bertaux, 1980). Este princípio explique a fase da aplicação de entrevistas em que tive a percepção de não obter nada de novo. As entrevistas foram realizadas pessoalmente, gravadas, e foi garantido o anonimato. Entrevistei 8 pessoas, 4 homens e 4 mulheres.

Tabela 1 – Caracterização dos/as entrevistados/as de acordo com sexo, ano de nascimento e habilitações académicas

Nome	Sexo	Ano de nascimento	Habilitações
João	M	1989	A frequentar Licenciatura
Paula	F	1987	A frequentar Licenciatura
Fábio	M	1988	A frequentar Licenciatura
Carlos	M	1985	A frequentar Mestrado
José	M	1991	A frequentar Licenciatura
Mónica	F	1985	A frequentar Mestrado
Bruna	F	1986	A frequentar Mestrado
Patrícia	F	1986	A frequentar Licenciatura

2.2. Da entrada no facebook á construção do perfil

A entrada no facebook

As entrevistas indicam a forte importância das redes de amizade na decisão de um actor social iniciar uma utilização do *Facebook*. Quando questionadas acerca de como iniciaram a utilização no *Facebook*, a esmagadora maioria das pessoas entrevistadas refere que foi por convite de amigos, predominantemente sob a forma de um convite electrónico endereçado à sua conta de e-mail. A influência da rede de amigos pode ser comprovada, não só pela forma do convite, mas sobretudo porque quase todos os/as entrevistados/as atribuem a entrada nessa rede social à existência de relações *offline* aí representadas:

“Depois comecei a perceber que os meus amigos começavam, estavam a pôr fotografias, a fazer comentários, pessoas que me são próximas”

“Comecei a ir lá quando o pessoal começou a aderir” refere Bruna. Parece confirmar-se o efeito “bola de neve” que caracteriza a dinâmica de certas redes sociais, como o *Facebook*, mas também uma rede concorrente, como o *Orkut*:

“Alguém conhece alguém que conhece alguém... Pensando desta forma o *Orkut* conquistou mais de 5,9 milhões de usuários (70% deles brasileiros) ” (Nogueira, 1997: 3).

Um segundo ponto-chave refere-se à entrada por iniciativa própria, podendo os motivos ser diferentes, como a descoberta do programa pela internet, ou através de um programa de televisão, sendo que em ambos os casos em que isto se verificou a aderência ocorreu na fase inicial da existência do *Facebook* em Portugal.

A construção de um perfil inicial

No processo de criação de conta no *Facebook*, uma das primeiras etapas, uma etapa obrigatória, é a criação de um perfil online. Esse perfil consiste numa descrição, sucinta ou mais desenvolvida, das características pessoais do/a utilizador/a, perfil esse que irá “representar “ o actor perante as suas audiências no espaço virtual da rede social em questão.

Uma das minhas hipóteses de trabalho iniciais era a de que o actor, quando inserido na rede social do *Facebook* e ao construir um perfil, iria criar alguma forma de auto-definição em relação à sua audiência, sem poder ter garantias, contudo, das respostas desta a essa operação. Através de uma descrição de si próprio, como se de um curriculum vitae se tratasse, o autor poderia construir um *self* virtual, em que revelasse os seus gostos, preferências de consumo, inclinações ideológicas, características pessoais e referências. Essa apresentação do “*self*” tem um papel importante no funcionamento subliminar das relações humanas” (Leary, 1996: 35), nomeadamente como modo de veicular informações sobre si mesmo à audiência, contribuindo assim para definir a situação em que ocorre o encontro com esta, e “permitindo aos outros saberem de antemão o que espera o indivíduo deles e o que poderão eles esperar do indivíduo” (Goffman, 1993:11).

Na abordagem aos entrevistados, no entanto, a minha hipótese de que a construção do perfil seria uma componente central na definição da identidade online mostrou-se parcialmente infundada, com a grande maioria dos entrevistados a afirmarem construir um perfil simples, em que apenas figuravam informações gerais, e que careciam do grau de elaboração que aquela hipótese pressupunha:

“... a nível daquela perguntas básicas, religião, o que gosto, o que não gosto, não pus nada... só informações básicas, idade, sexo” (José).

“No início meti nome, sexo e data de nascimento... não coloquei gostos musicais, nem aquelas frases sobre mim, sobre o que eu sou, o que gosto de fazer” (Paula).

No entanto, tal não significa que os entrevistados não tenham passado por um processo de maior elaboração da sua identidade *online*. Os actores afirmaram complementar posteriormente o seu perfil, nomeadamente da opção “Eu gosto” que acrescenta os gostos do actor seu perfil de um modo automático, criando assim um perfil que se vai completando e elaborando ao longo do tempo:

“Mais adiante, fui colocando coisas que eu gosto, fui fabricando o meu perfil para as pessoas verem como eu era” (João). Além disso, como será discutido mais adiante, podem ser variáveis os quadros de interacção nos quais os actores objectivam identidades, nomeadamente em relação às suas características, gostos e representações, através de diferentes desempenhos possíveis, tais como a adesão a grupos, a escolha de vídeos e musicas publicadas no mural, a participação em debates públicos e muitas outras “transformações”(Goffman, 1974) possíveis no quadro interactivo do *Facebook* , que se vão realizando ao longo do tempo:

”Fui metendo coisas minhas ao longo da minha utilização... uma pessoa vai-se conhecendo e aí é que se vêem os interesses” (Rui).

O que leva, então, a que o perfil inicial seja construído de maneira tão limitada? Pode haver duas respostas, que não são incompatíveis: a falta de familiaridade com o *interface* do *Facebook*, e as preocupações com a privacidade. Devido ao facto de a etapa de construção do perfil ser momento inicial do envolvimento dos utilizadores com o *Facebook*, alguns entrevistados afirmaram não estarem familiarizados com a dinâmica e técnicas próprias do espaço virtual em questão:

“ Não estava muito á vontade com aquilo, e só quis despachar, sabia lá o que para ali ia, para estar ali a inventar” (Rui).

“ É complicado... o *Facebook* já está um bocadinho diferente, estava tudo em inglês, foi uma confusão... e então deixei montes de coisas em branco, só escrevi mesmo o essencial... para carregar uma foto demorava muito, era muito lento” (Inês).

A privacidade apareceu como uma preocupação central para a maioria dos entrevistados. A possibilidade de o perfil ser apropriado para usos indevidos, assim como o seu carácter público¹³, levou grande parte dos entrevistados a optar por restringir as informações no perfil ao que consideravam estritamente necessário para fins de identificação. A segurança dos seus dados pessoais apareceu como um dos principais motivos para essa limitação:

“Não coloquei nem morada, nem email, nem nada que me pudesse trazer problemas...” (Luís).

“Eu sei lá quem consegue ver o perfil, optei por não me expor demasiado ali” (Fábio).

Ainda relativamente às definições de privacidade escolhidas, confirmou-se mais uma vez que os entrevistados procuram gerir com cuidado os seus dados, e que receiam uma exposição excessiva no espaço virtual, tendo consciência de que a informação pode ser falseada ou usada para práticas potencialmente nocivas. Abbas refere que as informações colocadas na internet são parte de uma rede alargada, e os dados que nela circulam estão a mercê do mercado, de prevaricadores e do estado (Abbas, Dervin, 2009). Na sua maioria, as definições escolhidas pelos entrevistados para restringir a informação consistiam na manutenção do mural e fotos de forma a serem acessíveis apenas aos amigos, disponibilizando publicamente apenas o perfil inicial e a foto de apresentação. Esta foi no entanto uma decisão tomada, grande parte das vezes, após um período de familiarização com o *Facebook*:

¹³ Os perfis, mesmo podendo conter definições de privacidade diversas, estão sempre visíveis a qualquer utilizador do *Facebook*, nomeadamente no nome escolhido e foto. (verificando-se uma excepção caso os utilizadores optem por não colocar *nick* e uma fotografia que não seja do próprio, o que não se verificou neste grupo de utilizadores).

“Escolhi o perfil básico porque aquilo está definido assim, já se sabe, e depois descobri que eu tinha o *email* à vista... a pré-definição deles. Não sabia como fazer isso, não dava aquilo, e as coisas estavam à vista e toda a gente sabe os riscos que é, uma plataforma mundial tem os seus riscos” (José).

“O *Facebook* é manhoso nisso, quer espalhar a rede e não protege os utilizadores... Eu no princípio coloquei o padrão, mas depois mudei” (João).¹⁴

Há, no entanto, atitudes diferentes, menos “zelosas” em relação à privacidade no *Facebook*¹⁵.

Outro aspecto verificável na construção de perfis converge com a concepção Goffmaniana de que o actor terá tendência para se apresentar como uma pessoa “aceitável” para os outros (Goffman, 1993). Para corroborar tal afirmação, posso afirmar que não tive, de facto, conhecimento de que algum entrevistado se tenha descrito no seu perfil como tendo má índole, ou sendo possuidor de qualquer característica negativa. Este tema será retomado e desenvolvido mais adiante.

Outra questão interessante referida por grande parte dos entrevistados foi a preocupação em colocar no *Facebook* dados sobre si próprios que consideram fidedignos, correspondendo ao que consideram ser “realmente”. No estudo de comunidades virtuais como fóruns e chats, tem sido recorrente entre os investigadores o argumento de que esses espaços permitem a assumpção de uma nova identidade, a construção de um novo “eu”, não no sentido de reconstruções identitárias (que podem ser encontradas, como veremos mais adiante), mas no sentido da alteração de informações sobre características biológicas e identitárias de base. (Valkenburg, Peter,

¹⁴ A definição-base do *Facebook* em relação às políticas de privacidade tem vindo a ser alterada, devido a várias críticas (http://www.pcworld.com/article/185033/facebook_privacy_complaint_ignites_war_of_words.html).

Enquanto utilizador, constatei que a definição inicial é bastante aberta em relação à partilha de conteúdos, o que permite maior interacção entre diferentes actores, um factor positivo para a expansão da rede virtual, mas com resultados incertos em relação à protecção do direito à privacidade dos seus utilizadores.

¹⁵ Jessica refere que optou por ter um perfil público, pois considera que isso pode ser proveitoso com vista a contactos profissionais em rede. A entrevistada afirma que o *Facebook* é-lhe útil do ponto de vista profissional, e procurar manter uma “imagem séria e competente para impressionar, sei lá, pessoas que me queiram contratar”.

2008; Hillier e Harrison, 2007; Doorn *et al*, 2007;)¹⁶ No entanto, no decorrer desta investigação, constatei que o *Facebook* está noutra patamar de utilização, com os entrevistados afirmando que tiveram o cuidado de disponibilizar informações verdadeiras, pois as redes de conhecimentos *offline* impeliram-nos, de algum modo, a assumir o nome, a foto, o sexo e a idade que apresentam *offline*. Segundo um estudo de uma equipa norte-americana de psicólogos sociais, a criação de identidades é um processo sujeito a fortes constrangimentos, dado que um detentor de um perfil numa rede social como o *Facebook* possui informações sobre si próprio que dificilmente pode modificar de maneira arbitrária. Um desses constrangimentos é, precisamente, a expectativa e a confiança dos amigos em relação à veracidade das informações disponibilizadas. Por isso, e segundo os resultados desse estudo, as pessoas usam, de facto, a sua “verdadeira” identidade para comunicar (Back, Stopfer *et al.*, 2009):

“ Pus os meus dados verdadeiros... só se fosse para avacalhar é que criava com um nome qualquer, agora se me puser a inventar é claro que o pessoal dá conta e vê: esta foto não é dele, ele não tem esta idade...” (Carlos).

Os outros entrevistados reforçaram esta tese, ou simplesmente afirmaram, sem mais, colocar apenas dados verdadeiros sobre si próprios no *Facebook*.

A fotografia no perfil

Na construção do perfil, além dos dados já referidos, é também “exigida¹⁷” ao utilizador a colocação de uma fotografia, para que ele possa ser identificado pelas audiências que acedem ao *Facebook*. Numa primeira aproximação, parece confirmar-se

¹⁶ Estas referencias remetem para o estudo das interacções nos *chats* e fóruns virtuais, um tipo de investigação corrente no início do estudo das c.m.c..

¹⁷ Um determinado utilizador é de facto livre de colocar ou não fotografia, de escrever o que lhe convier no mural, e de assumir a identidade que bem entender. No entanto, o *Facebook*, como qualquer outra “lugar”, não é imune a uma organização tácita em torno de regras de funcionamento. O pressuposto da construção de um perfil é criar um “avatar” correspondente, no limite do possível, ao ser humano detentor do perfil. É neste complexo jogo de expectativas, em que não é impossível o perfil ser subvertido, que assentam as regras de interacção no *Facebook*. No entanto, a partilha de uma concepção do que deve ser a utilização desta rede social pelos seus utilizadores demonstra alguma propensão para a normalização. Mas, como refere Norbert Elias, “quando falamos de regularidades sociais, o que na realidade visamos é o seguinte: a regularidade própria das relações entre os indivíduos”(Elias, 2004: 34).

a tese de Goffman segundo a qual “o indivíduo se apresentará provavelmente a uma luz que lhe seja favorável” (Goffman, 1993:17). Grande parte dos entrevistados afirma, assim, escolher as fotos em que “fique bem”, pois, como refere Paula, “ninguém gosta de estar mal nas fotos”. Este cuidado indicia uma preocupação com as audiências¹⁸, uma preocupação que é recíproca. Se os actores considerarem “normal” o facto de escolherem as fotos que consideram apresentá-los “bem”, já o discurso em relação aos “outros” é diferente. Paula refere que “às vezes ver as fotos e as pessoas dão uma imagem cintilante que não tem a ver com o que elas são no dia-a-dia”. Fábio fala das fotos “em que tiraste mil e numa ficaste bem, e depois metes no *Facebook*”. Jessica afirma que “não me fio nas fotos do *Facebook*, pois muitas vezes têm o dedo do *Photoshop*”. Não será necessário, certamente, aprofundar a discussão desta ambivalência, que aparece como mais um exemplo da pertinência das teses de Goffman.

João afirma: “Escolho a foto que me represente nos meus amigos, quer dizer, a foto em que considere que esteja bem para meter lá. Se parecer preguiçoso, ou mal vestido não meto, não quero dar má imagem de mim”. Um indivíduo, quando se apresenta perante outros, tem inúmeros motivos para procurar controlar a impressão que estes recebem da situação (Goffman, 1993). Os entrevistados confirmam que também procuram controlar essa impressão, pois não só procuram escolher uma foto em que “fiquem bem”, mas também escolher uma foto com um conteúdo com o qual desejem ser conotados. Fábio procura colocar no *Facebook*, sobretudo, fotografias de actividades da associação de estudantes a que pertence. Carlos dá também prioridade a colocações relacionadas com a sua vida académica, enquanto Paula e Bruna procuram colocar fotos onde estejam “com os melhores amigos”, “as pessoas que realmente interessam”... Já Jessica pretende “passar uma imagem séria e competente”, pois considera ser uma das principais funções da sua interacção virtual a procura de contactos profissionais em rede.

Grande parte dos entrevistados considera útil a existência de fotos, nomeadamente para a identificação dos utilizadores. No entanto criticam a exposição exagerada, seja:

¹⁸ “If nobody cared about their impressions on others, sporty people would take fewer showers (to the dismay of fellow travellers on a crammed tram), or lawyers could find the way to courtrooms in their pyjamas” (Leary, *apud* Zarghooni, 2007).

“Pela atitude gabarolas, parece que estão a fazer marketing pessoal”, Diz Fábio, ou por questões de violação da privacidade. João procura precaver-se desta, através de uma assinatura personalizada em todas as suas fotos (feita por *Photoshop*¹⁹), para evitar um uso abusivo destas fotos, pois já teve conhecimento de experiências negativas nesse campo, com pessoas próximas dele.²⁰ Teresa e Bruna manifestaram o mesmo receio de serem expostas através de usurpação de identidade. Ambas referiram, como exemplos, o “colocarem a minha foto numa montagem pornográfica” (Teresa), e “porem-me a fazer poucas vergonhas, essas coisas acontecem” (Bruna).

Grande parte dos entrevistados lamenta, ainda, a existência de fotos marcadas²¹, afirmando não ter controlo sobre elas. Esta questão remete para a problemática do controlo na internet, principalmente para o facto de que existe um grande permeabilidade das informações aí colocadas. Westlin define a privacidade de informações como “a reivindicação de indivíduos, grupos ou instituições em determinar por ele próprios quando, como, e em que extensão a informação sobre eles é comunicada para os outros” (Westlin, *apud* Malhotra *et al.*, 2004: 337). No entanto, sabemos que não é possível, por muito que se tente, controlar e direccionar as produções sociais próprias. Da mesma maneira que os entrevistados se sentem incomodados com o uso que pode ser dado a fotografias publicadas, um cientista social tem de lidar com o facto de a sua obra ser alvo de várias leituras. No entanto, a questão central é a do controle dos utilizadores sobre a informação que disponibilizam. Se, numa visão algo romântica, podemos afirmar que a internet trouxe liberdade “no sentido de entregar o poder de informação ao cidadão comum” (Castells *apud* Bessa, 2008), por outro lado, o mesmo Castells afirma que o ciberespaço propicia o aparecimento de sistemas de controlo e ataques à privacidade dos cidadãos por parte do estado e instituições com poder económico ou simbólico (Castells, 2001).

¹⁹ Photoshop é um programa informático que permite alterar imagens e fotografias.

²⁰ João referiu a história de uma amiga sua, que foi vítima de um roubo de identidade através da rede social *hi5*, em que alguém criou um perfil com fotos suas, informações falseadas, e, fazendo-se passar por ela, lhe criou inúmeros problemas e mal entendidos, que ela teve de resolver. Este é um bom exemplo da permeabilidade entre os mundos *offline* e *online*, e em que é visível o modo como as atitudes no mundo virtual têm repercussões no mundo *offline*.

²¹ Fotos marcadas são fotos em que o actor está incluído, seleccionadas por um amigo, e em que fica exposto sem necessidade do seu consentimento.

Farmville e outros jogos no Facebook

A importância dos jogos no *Facebook* só parecerá estranha a quem não estiver familiarizado com esta rede social. Sete dos oito entrevistados afirmam que são, ou já foram, utilizadores activos de um jogo específico, *Farmville*, e que é frequente ouvirem conversas sobre esse jogo:

“Joguei muito no princípio, mas eu sou muito competitivo, e queria sempre ficar à frente dos outros, passei lá tanto tempo perdido... Passar 8 horas por dia naquilo, e ao fim de três meses perdeste montes de tempo, é um vício terrível” (João).

A justificação do uso abusivo deste jogo, nas palavras dos próprios entrevistados, aparece associada a conceitos como a auto-estima que o jogo alegadamente promove, pois as pessoas vão avançando nos diferentes níveis e vão-se sentindo mais confiantes e mais fortes, crescendo no, e através do, jogo. Bruna afirma: “Gostei da ideia de poder ter uma quinta e cuidar dela... Nunca vou ter nenhuma real, não é?” É por via deste imaginário fantasioso, destas idealizações virtuais, que se cultiva o gosto por este jogo. “People dream the dream houses in the virtual that they cannot afford in the real. They plant virtual gardens. They take online jobs of great responsibility...” (Turkle, *apud* Abbas e Dervin, 2009: 4).

Outro factor apontado é o carácter comunitário do jogo, pois sendo jogado em rede promove a interacção entre os utilizadores e cria um contexto de partilha e até o surgimento de novas amizades.

“Tu não estás naquilo sozinha, quer dizer, fiz muitos amigos lá, e o que dava pica era a questão de competirmos uns com os outros, não era jogar sozinha” (Jessica).

Outro factor importante associado a este jogo é o facto de grande parte dos inquiridos afirmarem ter tido um envolvimento mais intenso com o jogo durante a fase inicial da sua utilização do *Facebook*, o que de algum modo confirma a ideia, bastante comum, de que o *Farmville* é importante na aquisição, mas principalmente na manutenção de novos utilizadores:

“Vou ser sincero, eles criam aquilo para fixar as pessoas... e tenho colegas meus, que estamos em casa e vou aqui que tenho que apanhar aquilo, e fazer aquilo” (José).

“Aquilo é completamente feito para fomentar o gosto, começa pequenino, vais crescendo... Vai fomentando a tua auto-estima e ficas colado naquilo, e a verdade é que as aplicações dos jogos têm influência para captar utilizadores” (Carlos).

Esta conotação do *Farmville* surge em quase todos os entrevistados, que consideram o jogo “viciante”, algo que exige muito tempo e uma atenção considerável, ao ponto de influenciar seriamente a rotina das pessoas. Verificamos aqui uma relação ambivalente entre o mundo *offline* e *online*, na medida em que estes não surgem como dimensões isoladas, envolvendo-se mutuamente na produção da rotina diária do actor social. Na internet, as características da interconectividade e da interactividade reconfiguram o tempo e espaço e os próprios actores sociais e as suas redes de relacionamentos (Nip, 2004). No entanto, nem todos concordam com a ideia de que as plataformas *online* prejudicariam os relacionamentos na vida *offline*. Se José afirma que “ficas condicionado por aquilo”, também observa que o jogo serviu para formar convivências com amigos “reais” e “virtuais”. Estudos realizados nos Estados Unidos não encontraram provas que o uso da Internet tenha diminuído o envolvimento familiar ou social. (Katz e Aspden, 1997; Nie e Erbring, *apud* Nip, 2004).

Por fim, parece poder afirmar-se que, no contexto das interacções criadas no *Farmville* se constituem interesses partilhados (Castells, 1999) e uma quantidade significativa de pessoas que conduzem discussões públicas durante um tempo considerado suficiente (Rheingold, 1996). Se os actores se encontram conectados por uma série de relações socialmente significativas (Wellman, 1996), em que eles próprios escolhem o grupo de jogadores com os quais se vão relacionar (Correa, 2004), haverá razões para poder afirmar que o *Farmville* aparece como uma comunidade dentro da comunidade virtual do *Facebook*.²²

2.3. Amigos no *Facebook*: das relações *offline* às relações *online*

O próximo ponto aqui referido baseia-se na problemática das amizades *online*. Após construir um perfil, o passo seguinte na lógica operativa desta rede remete para a criação de uma rede de amigos com quem interagir. A partir destes contactos o actor

²² O *Farmville* deu origem a uma serie de sites específicos, onde se pode partilhar experiências ou trocar opiniões “técnicas”, sendo o próprio gosto pelo jogo o tema que os participantes têm em comum.

pode enviar mensagens privadas, publicar mensagens no seu mural, iniciar uma conversação em tempo real através dos *chats*, fazer comentários às suas frases ou fotografias. Através de convite (recebido ou enviado), o actor vai criando uma lista de contactos, sendo esses contactos a “matéria” que propicia a interacção, a todos os níveis, no *Facebook*. De facto esta rede social é um “jogo” que não pode ser jogado sozinho, ou numa analogia com Puttman, no *Facebook* não se joga bowling sozinho (Puttman, 1995)²³.

Amigos e conhecidos no *Facebook*

O conceito de amigo afigura-se assim com a referência central no campo da actividade nesta rede virtual, pois é a partir desta categoria que o *self* operacionaliza as suas interacções. Mas falamos de que amigos concretamente? Em que consiste afinal ser amigo no *Facebook*? Numa primeira análise, existe uma quase concordância no facto de que o conceito de amizade não se aplica exactamente neste caso. Como descreve Fábio:

“Chama-se amigos mas é uma ilusão. É um nome que se arranjou para aquilo... não é bem amizade”, “não sou amigo nem sequer das pessoas todas que tenho no *Facebook*, e só tenho gente conhecida, não tem nada a ver”.

Paula tem uma análise taxativa a esta questão, afirmando que o conceito de amigos é apenas uma categorização, porque do que realmente se trata é de “partilhar informações com outras pessoas, e receber as delas em troca”.

Numa análise às respostas, é de registar o carácter agressivo-defensivo como as pessoas reagem ao uso da palavra amigo, salvaguardando a sua definição do que entendem ser o conceito original. Além de quase todas as pessoas repudiarem o termo,

²³ No seu livro *Bowling Alone*, Putman (2000), baseado numa exaustiva recolha quantitativa de dados, refere que os cidadãos dos E.U.A estão a ficar cada vez mais desconectados das suas famílias, amigos, vizinhos e das próprias estruturas democráticas, lançando pistas sobre como se podem reconectar esses laços. Putman afirma que as pessoas se encontram cada vez menos com os seus amigos e atribui este declínio a mudanças nas estruturas do trabalho, nas famílias, à televisão, à vida suburbana (entre outros factores). Nesse sentido, a minha referência este caso prende-se com uma perspectiva das redes sociais como factores de conexão de laços e não factores de isolamento.

algumas consideram que estas amizades são “falsas”, pois não existe nelas um contacto real. Como afirma Carlos:

“O tipo de amizades que se criam lá são falsas, porque a pessoa nunca esta cara a cara com a pessoa, os sentimentos não estão presentes, não sei o que ele quer dizer, é tudo farsa como se usássemos uma máscara”²⁴.

É interessante contrapor o termo máscara referido por Carlos ao conceito de máscara de que fala Goffman. O entrevistado refere aqui máscara como algo que obscurece a interpretação da acção, pois não permite ver os contornos das expressões faciais e corporais que guiam a interpretação das acções. Goffman (1993) fala-nos de uma máscara assumida na interacção de modo a proporcionar um desempenho coerente, construída com o objectivo de cumprimento dos seus “deveres” sociais, tendo que lidar no entanto como uma série de obstáculos que são colocadas a esta máscara. Ambas estas “máscaras” se encontram num determinado ponto, na sua função: a manutenção do controlo expressivo²⁵ (Goffman, 1993).

Existe sem duvida uma separação nas concepções de amizade *offline/online*. E se a rotina e as práticas as aproximam, isso não quer dizer que o conceito de amizade se dilua facilmente. Está presente a ideia que a amizade criada por meio das redes virtuais não possui a mesma consistência do que as amizades criadas no mundo *offline*. Diz Jessica:

“Conheço gente pelo *Facebook* sim, partilhamos música, debatemos isso tudo. Mas não são meus amigos, não conto com eles. Trabalho é trabalho *cognac é cognac*, são duas amizades distintas”.

²⁴ É interessante referir aqui que a construção de relações sem contacto físico directo não é um exclusivo das redes sociais. Um exemplo é-nos dado por Helena Neves (2004) que refere as das cartas de amor entre soldados e mulheres que os aguardavam em terra e da comunicação possível num contexto de ausência de interacção directa. Outro exemplo poderá ser o dos “*pen Friends*”, amigos que eu enquanto jovem construí (sem acesso a internet) e mantive durante vários anos sem recurso a qualquer interacção directa.

²⁵ Goffman define manutenção expressiva como a garantia de que os aspectos menores do desempenho, por instrumentalmente inconsequentes que sejam, ocorram de modo a causar a não causar qualquer impressão ou a causar uma impressão compatível e consistente com a definição global visada para a situação (Goffman, 1993: 67).

Como vemos, para estes entrevistados a designação amigo não corresponde nem constrói nem destrói a prática de amizade. A encontrar um consenso aqui seria algures entre a designação de “contactos” e “conhecidos”, pessoas com quem estão dispostas a trocar informações e a interagir. Esse será, segundo os meus entrevistados, a verdadeira definição das amizades no *Facebook*.

Muitos/as entrevistados/as referem o papel do *Facebook* na aproximação de amigos com quem tinham perdido contacto ou de quem se encontram geograficamente distantes. Esta rede social apresenta-se ai como um ferramenta valiosa para ultrapassar o que alguns investigadores designaram de “*friendsickness*” (Paul, Brier *apud* Ellinson *et al.*, 2007). Este termo designa as consequências causadas pela perda de comunicação com velhos amigos, derivado a uma mudança na vida do actor, desde uma mudança de uma escola para outra até à emigração.

Mas então o que será que muda nestas concepções de amizade *online* em relação às amizades *offline*?

“O que se escreve e uma pessoa retira é uma intenção virtual, podem-se dizer coisas que não se querem dizer, que pessoalmente não diriam. Nessa perspectiva não é real para mim” (José).

“Lá sei eu se essa pessoa quis dizer o que me disse ou se está ali a exhibir com o que querem que pensem dela? As coisas não são reais...é um pouco abstracto” (Carlos).

Segundo os relatos, o cenário virtual é então apontado como propício para “fabricações negativas” (Goffman, 1974) A ausência de corpo é tida como factor estimulante para estes fenómenos, criando uma insegurança e uma certa ambiguidade na definição da prática de fabricações negativas. Surge como extremamente difícil analisar se é realmente esta a situação, a de uma fabricação negativa, se é um falso desempenho ou se é o caso em que um actor, num desempenho perante a sua plateia virtual, possa ter “uma incapacidade rígida de deixar de lado a imagem interior que faz da realidade, o que será susceptível de lesar o seu desempenho” (Goffman, 1993: 89). A complexidade das interacções no *Facebook* reside também nestas fronteiras pouco demarcadas.

O carácter não presencial das relações no *Facebook* sugere então que a “amizade” surja como algo ambivalente: é significativa, quanto mais não seja pelos simples facto

de os/as entrevistados/as dedicarem grande parte do seu tempo nesta prática com satisfação, contudo, ao mesmo tempo, cria uma desconfiança, num atitude defensiva perante as limitações da C.M.C. De facto, quando um actor está no mundo *offline* apresenta um determinado desempenho perante a audiência, o actor recheia de modo característico a sua actividade com sinais que põem em evidência factor confirmatórios que de outro modo não seriam visíveis (Goffman, 1993: 43). Estes sinais passam grande parte das vezes por manifestações expressivo-corporais, sendo que num cenário virtual torna-se complicado para o actor distinguir entre a realidade e artifício (Goffman, 1993), facto que se verifica especialmente quando um actor interage com outro actor que não pertença a sua equipa de bastidores (Zarghooni, 2007). De referir que se a interacção carrega consigo uma complexidade considerável na análise simbólica das intenções e acções no mundo *offline*, complexifica-se mais neste ambiente ainda pouco familiar para o actor, que se vê com poucos recursos para superar esta situação.²⁶

Online: novo frame novas amizades

Os amigos no *Facebook* parecem ser na sua maioria baseados nas relações *offline* dos actores. Verificamos aqui a importância das relações estabelecidas, pois é em funções destas que os actores entram em cena, e é com mais incidência nestas relações que se estabelecem as interacções, ao contrario do que acontece nos *chats* e outras redes virtuais, principalmente nos primórdios da C.M.C (Turkle, 1994, 1997; Hillier e Harrison 2007; Henderson e Gilding, 2004). Na rede social aqui em estudo, é clara a concepção de que os actores usam esta plataforma para interagir com os seus amigos, criando um espaço comunitário, mesmo sem um *locus* específico, um *virtual settlement* (Jones, 1997). Diz Inês “ o *Facebook* para mim é apenas um sítio para estar com eles [amigos], é como estar no café...”. O *self* encontra então no *Facebook* uma relação familiar, pois segundo os/as entrevistados/as, têm tendência a interagir bem mais com equipas de bastidores do que com audiência desconhecidas. Porventura será por essa razão que Inês relaciona o *Facebook* com um café e não com um ambiente que lhe seja estranho.

²⁶ Uns dos recursos existentes neste caso são os *emoticons*. Estes consistem em bonecos animados que transmitem estado de espírito através de sorrisos, caras tristes, apreensão e uma série de outros sentimentos. São bastantes úteis na interacção, principalmente no *chat*, na medida em que ajudam a situar o actor perante comunicações ambíguas.

Apesar de a maioria dos “amigos” provirem das relações alicerçadas no mundo *offline*, as relações estabelecidas não se prendem somente com este grupo de actores. Esta rede social é também um espaço de descoberta de novas amizades, e a este respeito existe uma diversidade de patamares de negociação entre os actores. Verificamos que existem uma maior predisposição a aceitar pessoas de algum modo mais distantes das suas relações diárias. Como refere José: “se conhecer alguém um dia no outro dia adiciono-o, ou se forem mesmo amigos de amigos”. Inês refere que “dou mais hipóteses... a amigos dos meus amigos, isso sim. Na vida real sou mais restrita”.

Nos critérios para aceitar “amigos”, encontram-se então, além da existência de relações *offline* anteriores, uma série de outros factores. Esses critérios passam pela partilha de referências culturais: “Se forem da minha escola, do *heavy metal*, aceito” refere Jessica. Esses critérios dizem respeito a situações profissionais semelhantes, partilha do local de origem, o facto de serem “amigos de amigos” e critérios de imagem, não esquecendo o *farmville* e a partilha de jogos virtuais. Estes jogos têm um papel fundamental na construção de redes de amizade, muito devido ao carácter interactivo e comunitário das comunidades de jogos. É nestas diferentes dimensões e graus de “amizade” que o *self* se desdobra e interage diferentemente na complexidade de papéis em que se envolve.

Gestão e multiplicação de amizades

O actor, no contexto do *Facebook*, constrói a sua rede de relações baseado em relações anteriormente alicerçadas e, também, baseado em novos conhecimentos que adquire pela partilha de gostos, interesses e consumos. A gestão destas amizades, desde a aceitação à recusa, é tratada de maneira cautelosa pelos actores, sendo que encontramos padrões coincidentes e interessantes no tratamento dado a estas.

João refere que tem facilidade em aceitar propostas de amizade e, normalmente, não é muito selectivo nessa etapa. Posteriormente, faz uma análise cuidada ao perfil da pessoa (inacessível a quem não partilhe o estatuto de amigo se tiver os padrões de privacidade restritos), às fotos e aí decide se mantém a amizade, pois considera menos “fracturante” optar pela recusa *a posteriori*²⁷. Do mesmo modo, Inês e José afirmam ter

²⁷ De facto, o convite quando realizado gera no actor uma expectativa de resposta. Se a resposta não for positiva após entradas recentes do actor *online* isso significa que o actor decidiu ignorar o pedido de

dificuldades em “recusar” amizades, Fábio dá um “prazo de algumas semanas” para ver se a amizade é válida ou não e Bruna raramente recusa amizades porque não considera que o carácter supérfluo das relações valha a pena essa recusa. Por outro lado, Paula admite que por vezes é complicado recusar convites de pessoas conhecidas dos seus amigos, mas que não faz sentido expor a sua vida a pessoas que não conhece.

A rejeição de amigos só se verifica em casos em que haja um factor forte que leve a esse facto. Jessica referiu ter cautela com as ideologias políticas dos convidados, Bruna afirmou não aceitar rapazes com intenções sexuais. No entanto, todas as pessoas afirmaram serem de algum modo selectivas em relação às amizades que constroem *online*. O que, muito provavelmente, se deve a uma distinção entre a interacção do *self* com a sua equipa de desempenho e a interacção com equipas estranhas, pois aceitar um “amigo”, aparentemente, não é a mesma coisa que criar uma relação equivalente às amizades existentes com este. Como refere José “às vezes aceito por aceitar, é a própria dinâmica disto, ir conhecendo malta e ampliar a rede”. O que vai ao encontro das conclusões de outras pesquisas: “No *Facebook*, o significado de amigo nem sempre tem a conotação tradicional e, por consequência, o coeficiente sociométrico²⁸ do número de amigos que um tem providencia pistas sobre uma natureza diferente do carácter de um determinado actor” (Tom Tong *et al.*, 2008:7).

O factor referido anteriormente, o fenómeno da ampliação da rede, é muito referido pelos entrevistados, sendo apelidado de “consumo de amizades” (Fábio), “colecção de amigos” (Carlos) ou até “concurso de ver quem tem mais amigos” (Carlos). Esta parece ser então, como referia José, a “dinâmica” do *Facebook*: ampliar conhecimentos. Este factor serve em parte para explicar o carácter superficial que os entrevistados atribuem às amizades, na medida em que nenhum actor consegue criar centenas de amizades “sólidas”. Com as pessoas entrevistadas a afirmarem manterem contacto com as suas relações estabelecidas no mundo *offline*, retomarem contacto com actores que se encontram geograficamente distantes e, ainda, a adquirirem novos “amigos”, podemos

amizade. Se no entanto o pedido for aceite, e posteriormente eliminado, o actor não saberá desse factor, a não ser que procure especificamente pelo perfil deste último.

²⁸ Popularidade sociométrica é definida como uma medição de popularidade associada a avaliações sociais, mais concretamente, relacionadas com a obtenção de amizades nos seus pares e capacidade de criar laços (Tom Tong *et al.*, 2008).

afirmar que se trata nesse sentido de uma base de contactos em que o actor tem um ganho a nível de capital social. Segundo Resnick, os investigadores tem realçado a importância das ligações virtuais na formação de “laços fracos”²⁹ que servem de base à construção de elos de ligação que providenciam capital social, devido sobretudo a tecnologias como directórios de fotos ou motores de busca (Resnick *apud* Ellinson *et al.*, 2007).

Qual a importância do número de amizades no *Facebook*? Embora os actores com um número elevadíssimo de conexões sejam relativamente mal vistos pelos actores aqui inquiridos (“mil e tal amigos é ridículo”, afirma José), uma pesquisa quantitativa realizada nos Estados Unidos referem que o número de amigos possuídos por um utilizador potencia julgamentos positivos acerca do próprio (Kleck *et al.*, 2007). Na mesma senda, outro estudo afirma ser relevante a assumpção de que o número de amizades visíveis tem um papel importante no julgamento do actor e na indicação do seu índice de popularidade (Tom Tong *et al.*, 2008). É importante ter em conta a possibilidade no entanto, de na realidade portuguesa poder ser valorizado o tipo de amigos e não o número de amigos. A ausência de informação relevante é de registar, sendo com esta carência que me proponho a articular os dados possíveis.

2.4. Género no *Facebook* – Utilizações e representações

Sendo um dos intuitos desta investigação mapear as interacções entre os actores no *Facebook*, parece-me relevante tentar compreender as representações dos mesmos em relação a questões de género. Nas análises contidas nas obras de Goffman, assim como no seu quadro teórico, as problemáticas de género não foram abordadas de forma directa. Não encontramos na análise de quadros, nem na interacção do *self*, questões directamente relacionados com questões de género. No entanto, o autor refere que existem expectativas culturais relativamente ao desempenho do actor social (Goffman, 1993). Posso afirmar então que, embora o desempenho de cada actor em relação ao

²⁹ Laços fracos (*weak ties*) referem-se a conexões com baixo nível de consistência entre indivíduos que poderão providenciar informação útil ou novas perspectivas para ambos, mas normalmente não ao nível emocional (Granovetter *apud* Ellinson *et al.*, 2007).

género seja único, esbarra sempre em expectativas culturais sobre como é suposto agir no estatuto de homem/mulher.

Considero algo essencialista algum tipo de perspectiva de análise de utilização de *Facebook* a nível de género, pois ao indicar que os homens usam a Internet de uma maneira e as mulheres de outra, estão já a tornar este terreno fértil para inundar de estereótipos bolorentos uma dimensão de análise nova. Weiser (2004) publicou um estudo em que afirma que os homens tem uma utilização da Internet mais voltada para o lazer e entretenimento, enquanto a utilização feminina assenta na comunicação interpessoal e assistência educacional. Nesta perspectiva, perguntei às pessoas inquiridas em que é que ocupavam o seu tempo, durante a utilização do *Facebook*. Todas as pessoas apontaram para uma utilização mais frequente de aplicações de carácter interactivo, em detrimento de aplicações mais conectadas com o entretenimento. Considere-se aplicações de carácter interactivo o *chat*, as publicações no mural, a troca de mensagens privadas entre actores, os comentários acerca de temas em debate, os comentários das fotos. As aplicações mais conectadas com o carácter interactivo referem-se principalmente a jogos *online*, assim como visionamento de vídeos, audição de musicas, documentários etc. Diz André: “Passo mais tempo a comunicar com as pessoas do que a ver vídeos ou a jogar”. No mesmo sentido, Fábio afirma que “dedico-me mais às questões de ver murais, falar com amigos, responder a comentários isso... não nos jogos”. Assim como Bruna que afirma:

“Vou lá e vejo as notícias... vou ver as “cusquices”, ver o que a malta mete lá de novo... vou ao perfil da pessoa, meto conversa, se não tiver ninguém que me interesse deixo aquilo para fora”.

Posto isto, podemos afirmar que a minha amostra, apesar do seu carácter limitado, demonstra que não existe uma correlação com os resultados referidos por Weiss (2004) nas práticas entre os inquiridos homens e mulheres, sendo que a correlação aqui demonstrada prende-se com o facto de quase todas as pessoas terem um percurso de utilização semelhante. No início da utilização o recurso a jogos é mais frequente e vai-se desvanecendo com a passagem do tempo. A utilização do *Facebook* não parece apresentar grandes diferença a este nível.

Se, por um lado, as práticas nos indicam este caminho, por outro, as representações das pessoas inquiridas acerca do desempenho de género vão de encontro à perspectiva de Weiss. Quando inquiridas sobre quem interage mais com o actor, se homens, se mulheres, todas as pessoas entrevistadas (excepto Jessica), e independentemente do sexo, afirmam que são mulheres quem mais interage na rede social em questão. Poder-se-á argumentar aqui a existência de uma representação assente na análise essencialista relativa aos papéis de género. Num estudo acerca dos estereótipos de género na distribuição destes papéis na sociedade, o autor afirma que os estereótipos mais consistentes assentam na concepção das mulheres como mais “comunais”, menos auto-centradas e mais preocupadas com outros e com a comunicação com os outros, e menos assertivas e motivadas para papéis de dominação (Steffen *et al.*, 2007).

Nessa senda, Carlos justifica a sua opinião afirmando que as mulheres escrevem mais no mural que os homens e sobre mais assuntos, enquanto os homens falam de futebol e coisas mais superficiais. João refere que as mulheres aderiram mais ao *Facebook* que os homens e que o seu grupo de fãs³⁰ é composto, na sua maioria, por mulheres. Fábio refere que a maior parte dos comentários são de mulheres pelo facto de, segundo ele, esta rede social ser propícia a *flirts*, daí não haver tanta interacção entre homens. Jessica afirma, por sua vez, não considerar existir evidências para referir que há um comportamento estandardizado de parte a parte. Segundo a própria:

“Tanto vejo homens a mostrarem-se na *net* como mulheres, a fazer comentários... e claro que são diferentes, mas tem utilizações da *net* até bastante parecidas... fazem comentários, publicam vídeos, não vejo grandes diferenças”.

Considero intrigantes as representações dos entrevistados sobre o assunto, e motivado por estas respostas procurei na minha entrada em campo monitorizar o meu mural. Não observei de facto, nada que me indicasse uma utilização tão sexualmente diferenciada como é referida pelos inquiridos.³¹ Não querendo com isto duvidar da

³⁰ Designa-se por fãs uma aplicação do *Facebook* que monitoriza os amigos que visitam um dado perfil, construindo depois um grupo constituído pelos utilizadores que mais interagem com o actor, designado então por fãs.

³¹No dia 28 de Julho, monitorizei o meu mural, que contém as publicações feitas pela minha rede de amigos, observando e registando todas as publicações feitas pelos meus amigos. Da data da minha entrada no campo, até dia 27 de Julho tinha aceitado e convidado 81 mulheres e 88 rapazes. Por

veracidade das análises dos meus inquiridos, é importante registar que as representações existentes porventura traçam uma imagem essencialista das práticas nas diferenças de género, à medida que se vão esbatendo essas mesmas diferenças na interacção. Butler, através do conceito de performatividade, providencia uma explicação para essas práticas. Considerando o sexo como uma construção sociológica, a autora explica que os costumes vão-se integrando, criando-se uma prática de ser mulher, com todas as perspectivas e pressupostos associados (Butler, 1998).

Assim, como os actores consideram que são as mulheres quem mais interage no *Facebook*, também consideram ser estas que mais se expõem. Por exposição, no *Facebook*, referem-se à partilha de informação pessoal por via do perfil, publicações no mural e comentários. Deste modo, João considera que as mulheres se expõem mais a todos os níveis, considerando que os homens têm uma utilização mais reservada do Facebook. Fábio tem uma opinião similar, reforçando o carácter “frágil” das mulheres ao exporem-se em demasia e referindo que muitas mulheres se expõem “para fazerem marketing pessoal, conseguirem agenciamentos de empresas de modelos, ou até mesmo como secretárias”, conotando certos empregos como “femininos”. Na mesma linha, Carlos refere, e passo a citar, que “as mulheres ficam em casa a “cuscar” a vida umas das outras enquanto os rapazes saem à noite”. Bruna acrescenta que as mulheres “falam mais sobre o seu estado de espírito” e, Inês, na mesma linha, refere que as mulheres falam mais sobre as suas vidas, afirmando que ela gosta mais de falar do que os seus amigos rapazes, que não gostam tanto de conversar sobre o seu dia como elas, preferindo conversar disso com outras raparigas. Além disso, afirma que os homens, por vezes, podem interpretar mal as suas palavras, considerando-a “uma oferecida”. Numa analogia com as palavras de Bruna e, principalmente, com as de Inês, constato uma consciência da maneira como é suposto uma mulher agir, através da incorporação de definições sociais, convenções que obedecem a uma actuação delimitada

publicações compreendi vídeos, musicas, frases acerca do estado de espírito dos actores ou outras motivações, discussões públicas e sugestões de páginas várias de internet, além das frases com o comentário “eu gosto disto”. Tendo em conta todas as publicações efectuadas naquele 2 dia (por observação directa e anotação, e posteriormente recorrendo ao histórico do *Facebook* para verificar as publicações de cada dia), constatei que tinha 64 publicações de 43 homens diferentes, e 55 publicações de 39 mulheres. Como tal, a conclusão que tirei desta observação “informal”, é um facto, foi que não há discrepâncias nos comentários efectuados por homens e mulheres.

historicamente, criando então uma concepção forçada de unidade (Butler, 1998). Se atentarmos às palavras de Inês em relação ao seu comportamento perante os rapazes, verificamos um desempenho de género forçado pelas sanções sociais impostas pelo patriarcado. Jessica contrasta uma vez mais, afirmando que “ambos os sexos se expõem em demasia por vezes, não tendo em conta a consequência e os riscos”.

Na perspectiva das relações amorosas (não estando este factor obviamente limitado a relações heterossexuais), algo parece mudar nas regras da aproximação e sedução. O carácter não presencial das C.M.C, anteriormente perspectivado como um obstáculo nas relações sociais, surge aqui representado numa perspectiva diferente. Os entrevistados referem que a ausência de co-presença física possibilita interações em que o *self*, ausente dos constrangimentos da interacção face a face, de algum modo encoraja as interações. Como referi na parte teórica, o actor procura tanto quanto possível controlar os aspectos menores do desempenho de modo a modelar a impressão dada a outrem (Goffman, 1993). Se encaramos este aspecto como um desafio que é colocado ao desempenho do actor, poderemos considerar que, no cenário virtual, esse desafio se encontra facilitado.

Paula fala de todo um percurso possibilitado por este factor:

“Começa nas fotos, depois o *chat* e é tudo a andar, não tens que ter muita coragem, se correr mal correu, não passas pela vergonha”.

Além disto Paula refere que, devido ao seu carácter dúbio, “podes procurar algo mesmo, ou só *flirtar*”. Esta contribuição remete para a concepção de uma remodelização (Nunes, 1993) construída pelos actores, em que a interacção permite um variado leque de aproximações, e permite a procura real de um parceiro/a, mas também propicia o jogo que envolve esse processo, o *flirt*. Fábio afirma conhecer casais que se conheceram através desta rede social, entendendo que há um acréscimo do fluxo de comunicação que propicia estas situações. Luís refere, como quase todas as pessoas inquiridas, que o *Facebook* permite “dizer coisas” que noutra contexto não seria possível. Afirma que as palavras perdem consistência no discurso virtual, pois no seu desempenho o actor não tem por trás o cenário normalmente associada aquele tipo de actuação. Num quadro de interacção *online*, as palavras são então pronunciadas sem a fachada, “o equipamento expressivo de tipo padronizado” (Goffman, 1993:34). Este factor leva a um maior

relaxamento perante a ausência do quadro habitual (aqui num conceito físico, como o mobiliário de uma sala), e a possibilidade de um desempenho mais audaz, pois carece de tão exigente manutenção do controlo expressivo. Bruna refere que as relações sociais terão já sido reformuladas com as tecnologias anteriores à internet, como o telemóvel e o *e-mail*, permitem o tal encorajamento, que tem como consequências positivas a proximidade criada, e como negativas a falta de fiabilidade desse tipo de interações aí criadas.

2.5. Construção de identidades *online* - percepções do *self* no espaço virtual

O *self* quando interage com os actores no Facebook, (re)constrói identidades, gere interações, e procurar manter uma coerência de desempenho algures neste processo. Neste ponto vou procurar lidar com a percepção de como o actor constrói a sua identidade *online* e como gere a negociação dessa mesma identidade. Vou procurar saber qual a importância da audiência em relação a essa definição e a maneira como o actor opera o desempenho perante a sua plateia, no quadro do Facebook. Pretende-se também desconstruir um pouco o significado de estar *online*, sempre ciente da complexidade destes processos. Por fim, vou procurar também saber qual a influência de estar *online* no desempenho do actor, e como avaliam os actores os desempenhos dos integrantes das suas redes de amigos.

A identificação assumida

Já foi referido que, a nível de *role playing*³², de mudança de identidade *offline* no cenário virtual, o *Facebook* demonstra ser uma plataforma com utilizações diferentes dos *chats* e fóruns. Neste espaço, a identificação pessoal torna-se importante, pois o objectivo principal dos utilizadores é interagir com redes de amigos ancoradas na sua vida *offline*.

Diz João “quando ia aos chats e fóruns, aí sim criava um nome diferente, até punha outras fotos... Aqui não, é mais real, com pessoal que conheço”.

³² Role playing é aqui referido como a possibilidade de trocar de identidade.

Os actores afirmam colocar o nome real para serem identificados pelos utilizadores, e para não criarem mal entendidos relativos à sua identificação perante a plateia. Jessica, por seu lado, refere que assumiu optou por assumir um *nick name*. O *nick* assumido pretende ser representativo da identidade cultural da entrevistada, tendo como função remeter a audiência para o imaginário ideológico da inquirida, neste caso feminista. O *nick* assume duas funções: a função de manter o anonimato, e uma função identitária, de correlação da utilizadora com o imaginário feminista. Diz Jessica:

“Meto o meu primeiro nome e a seguir um *nick* em vez do sobrenome... desse modo identifico-me e tem também a ver com a minha personalidade e a minha ideologia”

Verificamos aqui uma construção identitária em que a entrevistada constrói o seu nome e a sua identidade conjugando a sua fachada pessoal com informações relativas ao imaginário que pretende transmitir à sua audiência... “As informações sobre o indivíduo ajudam a definir a situação... se dispuserem das informações adequadas, os outros saberão melhor como devem actuar” (Goffman, 1993: 11).

O *self* virtual: representações e deslocalizações

A percepção das interações na dimensão virtual do *Facebook*, por parte dos entrevistados, contém dois pontos importantes em comum: o carácter supostamente “falso” das identidades assumidas *online*, e as considerações acerca do carácter não presencial das interações. Por agora vou me centrar na primeira questão.

Como referi anteriormente, existe uma carga negativa em relação à interacção online, vulgarmente caracterizada pelos meus inquiridos como “falsa” ou pouco “fiável”. Como tal, grande parte dos entrevistados faz questão de afirmar por repetidas vezes que são “eles” mesmos no cenário virtual, e que não procuram defraudar a sua audiência com desempenhos que não correspondam com os que operam no cenário *offline*. Paula providencia um bom exemplo” não tenho uma personagem virtual. Não tenho uma imagem ilusória, sou mesmo eu”, assim como Carlos:

“são palavras perdidas... o que sou lá dentro é o que sou cá fora”

Analisemos estas percepções começando por desdramatizar o conceito de “mentira”. Quando entrevistados referem que certas pessoas da sua rede virtual se apresentam

“todas produzidas” (Bruna), ou “tiram uma foto em mil e metem a melhor que lá está” (Paula), ou até quando afirmam que “metem gostos musicais e literários de coisas que não conhecem”, este fenómeno não é novo nem exclusivo das relações sociais. Goffman sugere que o actor procura expor-se num ângulo que o favoreça perante a audiência (Goffman, 1993), assim como afirma que as informações fornecidas procuram controlar e direccionar em seu proveito a impressão dada á sua audiência Quando um indivíduo se apresenta diante dos outros... haverá geralmente motivos que o levem a mobilizar os seus actos de modo a veicular... a impressão que ao indivíduo interessa veicular” (Goffman, 1993: 14). Essa impressão pode consistir em “estar *in*”, como refere João, passar uma imagem de pessoa sociável quando na realidade terrena é recatado, como refere Carlos, ou até mesmo “ afirmar conhecer livros e ideologias que se calhar nunca leu,” diz Jessica. A impressão dada pode ser idealizada, assim como pode sempre ter existido ³³e encontrar no *interface* desta rede social o espaço ideal para se exprimir. É nesta complexidade que deve assentar a exploração das construções identitárias, não sendo relevante definir verdades ou mentiras acerca do “real” *self* assumido, pois não há um *self* central. Além do mais, se esta premissa acima referida define-se as relações virtuais como falsas, teríamos que considerar que as relações “terrenas” estão também elas baseadas na mentira. Este conceito revela-se então inútil, pois não permite ir além da conotação negativa que carrega.

O segundo factor que os inquiridos classificam de falso consiste na possibilidade de reinvenção por parte dos actores no cenário virtual. Considero preferível ter em conta as possibilidades que a interacção virtual permite na redefinição do *self online*. (Karge, 1999)³⁴. Desse modo, ao invés de afirmar que a interacção online possa ser marcada por “fabricações negativas” (Goffman, 1974: 83), considero que a interacção é marcada pela existência de vários *eus* virtuais, como referi anteriormente. Esses *selves* são reconstruções identitárias que se operacionalizam em diferentes contextos, e em

³³ A este propósito exprimo aqui um pensamento de Eça de Queirós que espelha bem o que pretendo afirmar: ” vou ser assim, porque a beleza está em ser assim... Mas todo o mundo mais ou menos a falha. Isto é, falha-se sempre na realidade aquela vida que se planeou com a imaginação. Diz'se "vou ser assim, porque a beleza está em ser assim." E nunca se é assim, é-se invariavelmente assado, como dizia o pobre Marques. Às vezes melhor, mas sempre diferente...” (Queirós, 2009: 517)

³⁴ Martha Karge afirma o seguinte “The technological construction of the self in cyberspace can be thought of as adding a new dimension to one’s self-concept.” (karge: 1999:1)

diferentes interacções sociais. Não existe nesta perspectiva necessariamente um “eu” central, assim como na interacção diária não temos uma personalidade base que nos define na comunicação com as várias dimensões da acção social. Apresentamo-nos diferentemente a uma audiência composta por familiares em relação á apresentação efectuada a amigos (Goffman, 1993) ou a qualquer outro grupo diferenciado da nossa rede de interacções. João considera que as idealizações se constroem para os actores se sentirem integrados, assim como Bruna refere que os perfis são muito semelhantes, e que as pessoas procuraram referências umas nas outras:

“Todos querem todos gostar do Cristiano Ronaldo porque está na moda, gostam todos dos Arcade Fire...”

Paula refere que “as pessoas gostam de se expor não como são mas como desejam ser vistos”. Não o faremos todos nós quando nos apresentamos perante qualquer plateia desconhecida, em qualquer circunstância? Eu tendo a pensar que sim.

De reforçar aqui o conceito de que a ausência de um quadro com as características do quadro de interacção terreno (no sentido da decoração física do cenário da actuação) retira familiaridade aparentemente necessária para a maioria dos inquiridos se sentirem confortáveis com a interacção efectuada. No quadro da interacção virtual, ocorre o que Goffman refere como “*misframing*” (Goffman, 1974: 378). O actor verifica que o anterior quadro não é aplicável nesta situação, e perante a perda de referencias não encontro um quadro adequado, perdendo “o comando sobre a formulação de uma resposta viável” (Goffman, 1974: 378). O actor opera uma realização dramática fora dos seus moldes habituais, os sinais com que o indivíduo recheia a sua actividade ”que põem em evidência e configuram factos confirmatórios que de outro modo permaneceriam ignorados ou obscuros” (Goffman, 1993:43). Este factor foi central e concordante nas diferentes abordagens dos inquiridos a esta problemática.

Estar *online* e estar *offline*: há diferenças?

Para João estar “*online*” é estar a par do que acontece no mundo virtual, é “existir na internet”. Por existir na internet o entrevistado refere interagir no mundo virtual, e

assumir papéis diferentes.³⁵ Considera que o mundo virtual e o mundo “terreno” são duas realidades diferentes, afirmando procurar “tornar mais real” as suas interações no *Facebook*, comunicando com o máximo de actores com vinculação no mundo “*offline*”. Do mesmo modo Paula afirma que procura ter o “mesmo tipo de conversas que mantém cá fora”, afirmando que a única mudança é o quadro em que essas interações se sucedem. No entanto afirma que nota que existe uma diferença entre as duas realidades:

“Sou a mesma pessoa, não ajo de maneira diferente, mas diferencio as sim, no modo como percebo as coisas que me são dadas no *Facebook*. Se vejo que está a dizer que faz isto e aquilo, eu não digo que não acredito, mas não confio totalmente no que ele diz, por si só uma foto ou um comentário que resulta numa discussão não valem nada para mim”.

Existe aqui uma preocupação em tratar a informação recolhida, absorvendo as informações com base em referências diferentes das usadas na vida “terrena”. Paula encara então com criticismo tanto as modalizações (os comentários ou fotos publicadas pelo actor), como as remodelizações (o debate gerado sobre qualquer uma delas).

Jessica refere que estar *online* é ter a possibilidade de se reinventar um pouco:

“Acabo por criar uma personagem com características minhas mas também um bocadinho fictícia... é ser um bocadinho aquilo que não sou na vida real.”

Na senda do que tenho vindo a referir, verificamos que há espaço nesta rede para uma redefinição identitária, sendo este um belo exemplo de uma redefinição identitária sustentada numa “fachada pessoal” (Goffman, 1993: 36) verídica. José afirma que já é um acto rotineiro estar *online*, não pensando muito sobre este facto... “é rotineiro... ir lá, ver o que se passa, fazer publicações, é quase mecânico”. Na mesma senda Bruna afirma que ir ao *Facebook*, “é tão natural como ir ao café”, assim como Inês afirma que

³⁵ Na linha da actuação do *self* no facebook, que se desdobra em vários selves na interacção com diferentes dimensões no quadro do facebook, o actor refere que o mesmo acontece com o seu *self* virtual. O *self* assumido no *twitter* é mais “auto-centrado e descontraído”, dando conta do que se passa no seu dia. O *self* assumido nos fóruns que visita contem um tom mais assertivo, devido principalmente ao facto de não partilhar relações de bastidores com grande parte dos usuários. Já o *self* assumido nos blogspots caracteriza-se por um registo mais informal, e de debate de tons menos sérios.

não sente muita diferença em estar *online* porque está com os seus amigos, tendo consciência acerca da diferença entre estar ali ou frente a frente. Encara a ida ao *Facebook* como a sua “pausa zen”, levando tudo o que se passa nesta rede de modo descontraído.

A construção da identidade através da interacção: comentários e publicações no *facebook*

O actor, quando confrontado com o quadro de interacção (o *Facebook*), opera uma construção identitária tendo como ferramentas as aplicações do *Facebook*. Efectua comentários a fotos e afirmações, cria discussões, publica vídeos e musicas. Neste patamar de comunicação, a rotatividade de papéis é intensa, pois o actor que opera um determinado desempenho sob a forma de publicação para uma audiência, transforma-se numa questão de segundos em audiência de um outro desempenho. Analisemos então estas interacções.

Os actores tendem a valorizar os comentários que lhe são endereçados, tendo como variável a importância que os intervenientes têm para o actor. Todos os entrevistados afirmam receber e fazer publicações e comentários, com maior ou menor grau de intensidade. O conteúdo dos comentários no mural dos inquiridos gira á volta das práticas do dia-a-dia ou debates sobre temas partilhados, ligados com as referências de cada actor. José dá um bom exemplo de como se desenrola a interacção:

“Lês algo e comentas, uma noite de copos ou isso e tu instintivamente contas um episódio e as coisas vão-se desenrolando”.

André afirma encontrar no *Facebook* a audiência que lhe vinha escapando no seu fórum pessoal. Nesse sentido, afirmar procura adequar o desempenho efectuado á sua audiência:

“Gosto de falar de coisas sobre direito, música *house*, coisas que tenho em comum com os meus amigos...e não é só falar, também leio sobre essas coisas, vou as discos, e mostro o que conheço às pessoas”.

Do mesmo modo José entende que publicar vídeos no espaço virtual reforça a sua identidade cultural juntos dos seus amigos virtuais, ao partilharem um imaginário

comum, assim como Jessica, que admite que investiga músicas e vídeos para poder publicar. Verificamos aqui a existência de 2 conceitos importantes: idealização e coerência de desempenho (Goffman, 1993). Existe uma preocupação dos actores em apresentar um desempenho de acordo com as expectativas da audiência. Desse modo, André procura criar um reportório adequado á sua audiência, além ler e pesquisar, assim como Jessica. Procura-se que o *self* não tenha que lidar com “*misframings*” (Goffman, 1974: 378) causados por um má preparação da actuação, ou desadequação de referências partilhadas. Além desta questão, existe a importância de manter um modelo ideal, ou seja, “esconder qualquer acção que se revele inconsistente em relação aos correspondentes critérios” (Goffman, 1993: 56). É esta preocupação que provavelmente motiva Inês a afirmar “ sei de pessoas que também gostam de musica pimba, mas se for preciso só metem bandas da moda”. São o que Goffman refere como “consumos secretos”³⁶ (Goffman, 1993: 57).

Outra motivação presente nos actores ao fazerem publicações prende-se com um intuito pedagógico. Deste modo, José afirma que pretende “espicaçar as pessoas com cultura, obriga-los a ouvir e procurarem coisas novas na cultura”. De igual modo Jessica afirma que pretende “educar” a audiência, proporcionando-lhes coisa que eles não conhecem, assim como André gosta de “mostrar o que sabe às pessoas “. Por outro lado, Bruna e Carlos afirmam ser mais recatados, afirmando o ultimo que não tem pretensões de ser “um *dj* de videos *online* “, assim como Inês que apenas publica vídeos esporadicamente, afirmando achar um bocado “convencidos” os actores que estão sempre a fazer publicações. Deste modo podemos verificar que, embora a rotatividade dos papéis seja intensa, existe uma parcela dos entrevistados que se situa mais na posição de audiência, e outros que assumem um papel central na interacção.

Se é verdade que há actores que assumem um papel central na interacção, e outros que um papel de audiência, todos apresentam uma preocupação comum: a reputação, tanto *offline* como *online*. Esta é uma preocupação recorrente, tanto para quem é mais activo socialmente, como para quem opta por se resguardar mais. Paula afirma ser

³⁶ A este caso Goffman dá um exemplo ilustrativo “ ...vemos donas de casa da classe média que por vezes se servem de modo secreto e dissimulados de sucedâneos baratos de café..ou manteiga. Dessa maneira conseguem poupar dinheiro...mantendo a impressão de que os géneros servidos são de qualidade superior” (Goffman, 1993: 57).

discreta no conteúdo das mensagens que expõe, pois afirma ter uma reputação na vida terrena que pretende preservar, nomeadamente devido à sua posição social. Bruna e Carlos tem posições semelhantes. Já André pretende construir uma reputação com base nas suas publicações e escolhas, afirmando:

“Tenho consciência que as pessoas vão pensar: ele conhece aquilo, pensa de determinada maneira. Tenho isso em conta quando publico alguma coisa”.

Confirma-se uma premissa de Goffman aqui transposta: de que o actor, quando interagindo no espaço virtual, procurará controlar a impressão dada à sua audiência (Goffman, 1993). Fábio refere outro exemplo que se enquadra na mesma lógica de actuação ao referir que pretende manter uma boa reputação *online*.

“Não vou meter para lá coisas que levem as pessoas a pensar: este gajo é parvo, ou está a falar do que não sabe. Nesse aspecto tenho cuidado” .

2.6. Não há bela sem senão: Vantagens e desvantagens do *Facebook*

Neste capítulo vou basicamente registar as impressões dos inquiridos acerca desta rede social, nomeadamente acerca dos ganhos, ou perdas, que o *Facebook* lhes atribui. Aparte das desvantagens, irei incluir um subcapítulo sobre problemas de vários tipos no *Facebook*.

Vantagem de possuir conta no *Facebook*

Uma das vantagens transversais aos entrevistados prende-se com a possibilidade de reencontrar neste espaço pessoas com as quais tinham perdido contacto. Pessoas que se encontram distantes geograficamente, ou com as quais os actores simplesmente perderam a ligação. Nesse aspecto esta rede social revela-se muito útil, estando as sociedades cada vez mais marcadas por um fluxo de movimentações dos actores, que cada vez mais mudam de cidades e países.³⁷ Goffman referiu que “ as relações entre a

³⁷ A esse propósito, visitar a página inicial do facebook (www.facebook.com), que tem como imagem de fundo um mapa-mundo interligado pelas conexões virtuais. A esta escolha visual não é irrelevante à concepção desta rede social como algo que aproxima as pessoas, não obstante estarem afastadas geograficamente.

ordem de interacção e a ordem social se processam na base de um vínculo fraco (*loose coupling*) entre as duas ordens, estabelecidos através de processos de transformação dos elementos próprios da ordem estrutural”(Goffman , *apud* Nunes, 1993: 45). O *Facebook* permite ao actor um manuseamento destes vínculos, pela aproximação a redes de interacção outrora activas, mas momentaneamente desactivado devido á distância. Este tipo de vínculo também é usado pelos actores, não somente na aproximação a redes de amizade temporariamente afastadas, mas também na conquista de novos contactos. Bruna, assim como Fábio, refere especificamente os contactos profissionais em rede, considerando que o *Facebook* possui uma rede completa e muito alargada, o que facilita a interacção entre colegas de trabalho e possibilita propostas de emprego.

Outra vantagem amplamente referida prende-se com a quantidade de informação recebida através desta rede, e a actualidade dessa informação. Ao ser usado por um número elevado de actores, permite uma quantidade massiva de informação em tempo real. Paula refere que no *Facebook* tudo é mais directo, estás sempre a par de tudo. Jessica refere que o *Facebook*:

“De uma forma geral, ajuda-me a encontrar coisas novas, novidades, cultura, ciência”.

Inês remata esta questão, afirmando “é uma base de dados gigantes, tudo que se passa, esta lá”.

José, tal como Jessica, refere que o carácter não presencial das interacções é uma vantagem. Anteriormente referido como um problema na definição do quadro da interacção, a ausência de contacto físico é sugerido como sendo uma forma descontraída e libertadora de comunicar com alguém. De facto, Goffman refere que quando estamos na presença de outros actores, recheamos a actividade com sinais físicos. Do mesmo modo, o actor opera uma manutenção do controlo expressivo, de modo a minimizar os aspectos menores do desempenho que possam causar uma impressão que não a desejada (Goffman, 1983). Desse modo, é lógico afirmar que, nas interacções virtuais, a comunicação se livra um pouco desse “peso”, podendo tornar a interacção mais fluente. Como afirmava Bruna:

“No *Facebook* é fácil falar e fazer elogios, principalmente por quem não teria coragem de fazer frente a frente”.

Esta possibilidade é sem dúvida, uma vantagem. Segundo parte dos inquiridos, outra grande vantagem do *Facebook* prende-se com o facto de permitir aos actores expressar a sua opinião. José refere a oportunidade que esta rede lhe oferece em expressar o seu estado de espírito:

“Muitas vezes sabe-me bem deitar cá para fora, para toda a gente, a alegria ou tristeza que me vai na alma”.

Jessica afirma que esta rede lhe permite expressar-se, tanto a nível pessoal, como profissional, funcionando como a sua página pessoal. Inês refere que, quando não gosta de algo, pode ali expressar a sua opinião, considerando que lhe proporciona um aumento na sua consideração de cidadania.

Desvantagem de possuir conta no *Facebook*

Uma das desvantagens mais referidas prende-se com a problemática das definições de privacidade. Este não é um problema exclusivo desta rede social, sendo que a *internet* é caracterizada por uma fragilidade a nível de protecção de dados, e terreno fértil para apropriações de identidade e divulgação de dados privados (Abbas, Dervin, 2009). João afirma que o *Facebook* não está preparado para este tipo de situações, e a imprensa parece corroborar esta teoria³⁸. Para precaver estas situações, Paula afirma aceitar só amigos e ter cuidado em não tornar acessíveis dados concretos da sua rotina. Carlos refere que o funcionamento desta rede pressupõe que haja uma exposição em demasia da vida das pessoas, assim José que afirma ter consciência de que está representado numa rede virtualmente infinita. A esta preocupação, o inquirido acrescenta a fiabilidade das informações aí adquiridas.

³⁸ A e.p.i.c (electronic.privacy.information.center) acusou o facebook de promover alterações nas definições de privacidade que prejudicam o utilizador.

http://www.pcworld.com/article/185033/facebook_privacy_complaint_ignites_war_of_words.html

“Como sabemos é mesmo a pessoa com quem estamos a falar? Ou se não é alguém a tentar obter dados... assim como a informação. Não tenho a certeza da privacidade das minhas mensagens.”

Jessica aponta outra dimensão dentro da problemática da privacidade, relacionada também com a invasão de privacidade de “estranhos” que se conhecem por meio desta rede social.

“Tu acabas por em algumas conversa ser levada, porque acabas por conhecer as características de determinadas pessoas, e podes usar isso em teu favor, não num sentido positivo...e isso abala sempre a outra pessoa. Pode haver uma alteração da tua vida real, os teus sentimentos”.

Verificamos aqui que o *self*, desprovido da análise física que Goffman tão bem caracteriza, pode ter propensão a cometer erros de julgamento, e providenciar informações directas ou indirectas acerca de si própria ao outro. E esta acção, mesmo estando inserida num quadro “virtual”, não carece de espaço físico ancorável para ser real nas consequências.

Outra desvantagem referida por André e Bruna, e anteriormente mencionada por outros entrevistados, prende-se com o fenómeno que André descreve como “ridicularização do *Facebook*”. Este é uma característica que notei estar presente, implicitamente e explicitamente, e que assenta no que os inquiridos classificam como um discurso construído sobre a superficialidade das redes sociais. Segundo André, este facto deve-se muito graças á rede social “concorrente”, o “*hi5*”³⁹, e ao facto de ter sido “corrompida” por jovens que de algum modo tornaram a rede mais superficial, com o “*flirting*” constante e a exibição de fotos provocatórias. Bruna apresenta outra explicação. Segundo ela, que atribui ao “*hi5*” parte da culpa, as pessoas tem vergonha de dizer que vão a esta rede,

³⁹ O site www.hi5.com é uma rede social, com funcionalidades semelhantes ao *Facebook*, e actuando com base no mesmo conceito de interacção em rede.

“Tal como ninguém diz que gosta de falar da vida dos outros, de admitir que é curioso, ninguém gosta de ver as fotos dos outros, nem admitir que gostam de se mostrar”.

Na ausência de bagagem teórica para comprovar esta ideia, resta-me constatar que, de facto, grandes partes dos entrevistados mostraram-se reticentes em assumir a utilização intensiva, que foi um dos meus critérios empíricos. Além disto, fizeram questão de afirmar não se reinventarem em termos identitários, e que não atribuíam grande importância a esta rede.

A última desvantagem registada prende-se com o tempo perdido, tendo os entrevistados afirmando que o *Facebook* retira muito tempo que podia ser empregue em outras coisas. De notar aqui a influencia do mundo *offline* nas relações *online*, sendo particularmente visível este facto no caso dos jogos virtuais. Mais do que uma vez foi referido que a rotina diária tinha em conta o *farmville*, havendo relatos de actores que se levantavam a meio da noite para ir tratar da “quinta virtual”. As possibilidades concedidas ao *self*, quando representadas de forma tão massiva na vida dos actores, levam-me a crer que o conceito de mundo virtual como “irreal”, ou pouco significativo, não corresponde de todo a verdade. Não só é real, como é parte activa da realidade e rotina dos utilizadores.

Situações problemáticas do *self*

O *self* actua no *Facebook* tendo como referencia vários quadros, não tendo o mesmo tipo de actuação em todos eles. Se numa dada interacção o actor comunica com actores que pertencem ao seu grupo de bastidores, tendo um diálogo mais “familiar”, noutra interacção pode falar com alguém com quem não partilha essas referências. No entanto, todas estas interacções são publicadas no mural e perfil do actor, ou seja, o quadro geral da interacção é o próprio *Facebook*. Se na definição do perfil inicial, na construção de uma “fachada pessoal” (Goffman, 1993: 36) o actor inclui informação pouco comprometedora, como o sexo, idade e etnia, já o “perfil, (aqui não no sentido de aplicação da rede virtual) traçado por via da interacção no quadro geral pode carregar adversidades consigo. Goffman afirma que não nos apresentamos de igual modo a diferentes grupos de interacção (Goffman, 1993: 46), mas no *Facebook* não há

mecanismos de filtragem como temos na interacção *offline*. Podemos assim afirmar que o *Facebook* exige uma definição global do *self*.

Jessica afirma que já teve que reconfigurar a sua conta por mais que uma vez.

“Adicionei a minha mãe (risos) ...e tive que bloquear os comentários de determinadas pessoas ...Ela não tem que saber tudo da minha vida, como nunca teve que saber certo?”

O desempenho de Jessica foi direccionado para uma audiência que não incluía a sua mãe, vendo-se obrigada a eliminar o conteúdo da peça que lhe poderia causar transtornos. Inês passou por situação semelhante. A inquirida afirma que por vezes determinadas frases são lidas fora do contexto, e prefere resguardar-se dessas interpretações eliminando os comentários potencialmente ambíguos. Cada vez que alguém que não partilhe o seu grupo de bastidores a convida para ser amiga, faz uma operação de “limpeza”, que não é mais que uma “prática defensiva”, “estratégias e táticas a fim de salvaguardar as suas próprias projecções” (Goffman, 1993: 25).

José passou por uma situação semelhante á referida anteriormente, tendo no entanto tomado uma atitude diferente. O actor afirma que ao invés de aceitar elementos na audiência que poderiam perturbar a sua actuação, optou por bloquear a entrada destes, não lhes permitindo visualizar desempenhos eventualmente constrangedores.

“Neste caso optei pela rejeição, senão levar-me-ia a não publicar isto e aquilo, e se usas a plataforma tens que a utilizar livremente.”

João e Fábio afirmam nunca ter lidado com uma situação semelhantes, mas ambos afirmam não hesitar em mudar este perfil quando forem á procura de emprego. Ambos consideram que certos comportamentos informais não se coadunam com a imagem “profissional” que pretendem transmitir a um possível empregador.

Um grande número de entrevistados afirma terem passado por situações problemáticas devido a um motivo comum: A limitação da c.m.c. A expressão verbal, desprovida do complemento providenciado pela manutenção do controlo expressivo, e pela fachada “... Essa parte do desempenho do individuo que funciona regularmente de maneira genérica a fim de definir a situação para os que observam o desempenho”

(Goffman, 1993: 34). Como tal João afirma ter tido uma discussão com um amigo por uma ironia que não foi compreendida, tomando proporções irrisórias. Carlos refere uma cena de violência por causa de uma mensagem mal interpretada, enquanto Jessica refere que muitas vezes é mal interpretada pelas publicações que coloca, o que já levou a bloquear “amigos”. Este tipo de situações repetem-se inúmeras vezes, de acordo com quase todos os entrevistados.

Outro problema relatado prende-se com assédios nesta rede. Paula já teve que lidar com pessoas com quem num primeiro contacto parecia partilhar pontos de vista em comum, mas que depois teve atitudes provocatórias e desrespeitosas, nomeadamente pelo *chat*. Bruna teve que lidar com uma situação idêntica, assim como Inês, que atribui essa situação à possibilidade de manipulação que esta rede permite. De facto a ausência de contacto físico poderá ter um papel importante no empobrecimento do arsenal de referências necessárias para um actor se situar perante o desempenho de outro. Por outro lado, os erros de julgamento não são exclusivos do *Facebook*.

Por fim, outra situação problemática partilhada pelos actores teve como base a dificuldade destes na manipulação do interface do *Facebook* nas definições de privacidade. Fábio afirma que teve o seu mural exposto a toda a gente, com informações privadas, tenho recebido convites de gente que não conhecia. Passou por mais que uma situação embaraçosa graças à divulgação do seus dados, só descobrindo depois que as suas informações pessoais não estavam salvaguardadas. Bruna passou por uma situação semelhantes devido à dificuldade em lidar com as definições do *Facebook*.

CONCLUSÃO

Paiva (2006), fala da sociologia de George Simmel como uma sociologia menor, na medida em que este autor se situou numa posição de marginalidade e “inexpressividade” em relação aos quadros institucionais canónicos (Paiva, 2006: 4). Mesmo sendo Simmel um sociólogo em voga nos discursos científicos actuais, não goza ainda assim da aceitação e prestígio de outros clássicos contemporâneos, verificando-se esse factor por não estarem publicadas as suas obras no Brasil, assim como pelo “calvário académico” (Vandenberghe *apud* Paiva, 2006) a que foi submetido. Na mesma lógica, como afirmei anteriormente, Goffman e a sua obra parecem também ocupar uma posição de alguma marginalidade em relação às principais correntes sociológicas (Nunes, 1993).

Paiva propõe o conceito de sociologia menor por analogia com o conceito de literatura menor. Este é um conceito que designa não um tipo de literatura, mas as condições revolucionárias para toda a literatura, no coração do que é chamada a grande literatura, a literatura dos mestres/senhores (Deleuze e Guattari, 1986). As três características da literatura menor são a desterritorialização da linguagem, a ligação do individual ao político (tudo nas literaturas menores é político) e tudo, nas literaturas menores, tem um valor colectivo de enunciação (Deleuze e Guattari, 1986:18). Este estudo pode, assim, ser considerado como uma contribuição, modesta certamente, para essa sociologia menor, abordando um objecto desterritorializado, algures entre a dimensão *online* e a dimensão *offline*, um espaço “*in-between*” (Bhabha, 1990).

O uso do conceito de *self* e da análise de quadros permitiu movimentar-me na construção do complexo mapa de interacções no *Facebook*. O *self* interage com as diferentes audiências no quadro do *Facebook*, sendo que o *frame* da minha investigação é o próprio *Facebook*. É aqui que o *self* se desdobra em interacções e cria “esquemas de interpretação” de modo a dar resposta a uma questão de base: o que é que se está a passar aqui? (Goffman, 1974).

No *Facebook*, o *self* não se define através do perfil, sendo este baseado na fachada pessoal (Goffman, 1993), ou seja, apenas com informações básicas como a idade, sexo ou residência. Tal deve-se ao facto de a construção do perfil se efectivar numa fase

inicial da utilização do *Facebook* e o actor apresentar ainda pouca familiaridade com o interface. Além disso, existe uma preocupação do *self* em resguardar-se de audiências indesejadas. O percurso do *self* no *Facebook* assemelha-se ao caminho percorrido na dimensão *offline*: não é determinado á partida, é um processo, uma construção mutável que se realiza ao longo do tempo, e para diferentes audiências. Ao contrário do que acontecia nos primórdios da c.m.c, esta rede social não é espaço para reconstruções ao nível de alteração de características biológicas de base como o sexo e o nome, embora o actor opere uma reconstrução identitária de uma forma mais indirecta. A pressão da rede de conhecimentos *offline* impele o actor a colocar *online* informações “verídicas” e verificáveis a seu respeito.

A construção de um perfil, e o desempenho perante uma audiência composta por elementos da equipa de bastidores e elementos exteriores, é particularmente complexa, na medida em que as funcionalidades do *Facebook* impelem á construção de um perfil não diferenciado em função da possibilidade de audiências distintas. Ainda que o *self* apresente um desempenho diferente quando confrontado com audiências diversas, aplicações como o mural ou fotos marcadas por outros expõem o desempenho a uma variação ainda maior, ligado a diferentes possibilidades de leitura e de apropriação da informação *online*. Esse factor pode tornar-se problemático para o actor. O exemplo mais referido foi o da presença de familiares dos actores, com acesso a diálogos no mural e a fotos com os respectivos comentários.

O *Facebook* é palco de uma “idealização” dos comportamentos, tal como Goffman a sugere. O *self* procura, assim, ter controlo sobre a percepção que passa para o exterior, procurando assegurar tanto quanto possível que “os aspectos menores do desempenho...ocorram de modo...a causar uma impressão compatível e consistente com a definição global visada para a situação” (Goffman, 1993: 67). Esse facto é particularmente verificável na ponderação dos actores ao fazerem publicações e comentários, pois o *Facebook* permite esse tempo de reflexão entre as interacções, principalmente nas publicações no mural.

Embora o *self* tenha a construção de amizades *online* como parte do seu processo interactivo e valorize essas relações, o conceito de amizade no espaço virtual é diferenciado do conceito “terreno”. No entanto o *Facebook* é percebido como um excelente meio de criar “vínculos fracos” (Goffman, 1983 *apud* Nunes, 1993). Este

conceito pode ser operado pela reconexão com actores que se encontram distantes, assim como pela ampliação da criação de contactos em geral. Embora o conceito de amizade no espaço virtual seja considerado menos consistente e seja assumido de forma diferenciada, funciona no entanto como plataforma de partilha e troca de informações. Assim sendo, não há indícios que refiram uma diminuição da sociabilidade *offline*, o que contraria o carácter alarmista de alguns discursos mediáticos e mesmo de alguns estudos quantitativos, que não têm em conta a prolixidade e a dinâmica das relações sociais *online*.

A ausência do corpo na dimensão virtual afigura-se como um elemento que provoca uma certa insegurança aos actores, desprovidos dos “sinais que põem em evidência factores confirmatórios que de outro modo não seriam visíveis” (Goffman, 43: 1993). Outro factor que causa algum desconforto aos actores é o carácter limitado da c.m.c. A ausência do corpo na interacção cria espaço para problemas entre os actores, sendo que, se a comunicação é já um processo complicado por si, a ausência da sinalética corporal agudiza a possibilidade de mal entendidos. A preocupação com questões de privacidade também adquire relevância, sendo que os actores percebem este espaço como conectado a problemas como o roubo de identidade, além de haver uma clara consciência da fragilidade dos dados pessoais no espaço virtual (Abbas, Dervin, 2009).

A ausência do corpo na dimensão virtual, contudo, não é visto apenas como um elemento negativo, pois possibilita uma interacção livre dos constrangimentos físicos. Esse factor permite uma abordagem mais relaxada, além de propiciar a (re)construção de identidades e práticas. Essas práticas identitárias, por vezes percebidas como falsas pelos actores, não são mais do que reconstruções do *self*, sendo que este não possui um “centro”: não há, neste sentido, um *self*, mas vários *selves*. O estar *online* é percebido então numa perspectiva ambivalente: ainda que não seja visto como lugar para transformações profundas no desempenho dos actores, proporciona espaço para uma reconstrução do *self*.

A percepção dos actores em relação á utilização do *Facebook* por homens e por mulheres parece comprovar os dados empíricos recolhidos de estudos quantitativos. Esses dados consistem na premissa de que as mulheres interagem mais no *Facebook*, ao invés dos homens, que teriam uma actividade baseada nas práticas de entretenimento (assistir a vídeos, jogar jogos). No entanto, a recolha efectuada na minha observação

participante e a análise às práticas dos meus inquiridos parecem infirmar as representações mais correntes os resultados das análises quantitativas. Verifiquei que as representações essencialistas acerca de factores como a exposição na rede virtual, ou acerca do papel da mulher nesta rede, parecem reproduzir o que Butler apelida de “performatividade” (Butler, 1998), aparecendo o género como um processo dinâmico e constituído no tempo, formando uma identidade através da repetição e sedimentação de práticas. As representações dos meus inquiridos assentam nesta proposição.

Concluindo, o quadro de análise do *facebook* é o próprio *Facebook*, e é a ferramenta que permite ao *self* construir a interacção. Esta caracteriza-se pela imprevisibilidade, complexidade e fragmentação de comportamentos. Esta rede social é ampla, e contém tantos *selves* quantos a imaginação interactiva permitir.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abbas, Yasmine e Dervin, Fred (2009), *Digital Technologies of the Self*. Newcastle: Tyne.

Back, Mitja *et al.* (2010), “Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization” . *Psychological Science*, 21(3), 372 –374.

Baldanza, Renata (2006), “A Comunicação no Ciberespaço: Reflexões Sobre a Relação do Corpo na Interação e Sociabilidade em Espaço Virtual”. Página consultada em 12 de julho 2010, <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/20253/1/Renata+Francisco+Baldanza.pdf>>

Bauman, Zygmunt (2001), *Community: Seeking Safety in an Insecure World*. Cambridge: Polity Cambridge.

Bertaux, Daniel (1980), “L' approche biographique: sa validité méthodologique, ses potentialités”. *Cahiers Internationaux de Sociologie*, Vol. LXIX , 196-225.

Bhabha, Homi (1990), "DissemiNation: time, narrative," in *Nation and Narration*. London: Routledge.

Bourdieu, Pierre (1986), “The forms of capital”, in Richardson, J.G (s/d), *Handbook of theory and research for the sociology of education*. New York: Greenwood, 241-258.

Butler, Judith (1993), *Bodies that matter*. New York: Routledge

Butler, Juith (1998), “Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory”. *Theatre Journal*, 40. 4, 519-531.

Castells, Manuel (1999), *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e terra

Castells, Manuel (2001), *A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*. (2ª Edição) Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Correa, Cynthia (2004), “ Comunidades virtuais gerando identidades na sociedade em rede”. Página consultada a 15 de Julho de 2010, <<http://www.universia.com.br/ead/materia.jsp?materia=4391>>

Couto, Edvaldo e Fonseca, Deise (2004), “ Herança cultural ou tendência contemporânea”. Página consultada a 25 de Agosto de 2010, <<http://wiki.dcc.ufba.br/EDC708/ComunidadesVirtuais>>

Deleuze, Gilles e Guattari, Félix (1986), “What is a minor literature?”, *in idem Towards a minor literature*. Minneapolis: University of Minnesota; pp.16- 27.

Dewey, Jonh (1922), “*morality is social*” *Human Nature and Conduct: An Introduction to Social Psychology*. New York: Modern Library

Elias, Norberto (1993), *A sociedade dos indivíduos*. Lisboa, Publicações Dom Quixote.

Featherstone, Mike *et al.* (1991), *The body: Social process and cultural theory*. London: Sage

Goffman, Erving (1974), *Frame analysis*. Norwich: Penguin Books.

Goffman, Erving (1993), *A apresentação do eu na vida de todos os dias*. Santa Maria da Feira: Relógio de Água.

Haraway, Donna (1991), "A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century," *in idem, Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*. New York: Routledge, pp.149-181.

Jones, Quentin. (1997), “Virtual-communities, virtual settlements & cyber-archaeology: A theoretical outline”. *Journal of Computer Supported Cooperative Work*, 3 (3).

Joyce Y.M. (2004), “The Relationship between Online and Offline Communities: The Case of the Queer Sisters”. *Media, Culture & Society*, 409-428.

Karge, Martha (1999), “The digital self in cyberspace”. Página consultada a 20 de Julho de 2010, <<https://pantherfile.uwm.edu/eamabry/www/course/com813/karge2.htm>>

Kelly, Patrick (2010), “Finding Meaning on Facebook”. Página consultada a 7 de Julho 2010, <<http://digitalcommons.butler.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1075&context=ugtheses>>

Kinetz, E. (2010), “Facebook opening operations office in India”. *The Associated Press*. Página consultada a 14 de Junho de 2010,

http://www.google.com/hostednews/ap/article/ALeqM5iklMjGMFi54bnLs9_nkxvLj8J4UgD9EFILGOO

Kleck, C.A. *et al.* (2007), “The company you keep and the image you project: Putting your best face forward in online social networks”. *Annual meeting of the International Communication Association: International Communication Association*.

Leary, M.R. (1996), *Self Presentation – Impression Management and Interpersonal Behaviour*. Boulder, CO: Westview.

Lemos, André (2002), “Agregações Electrónicas ou Comunidades Virtuais? Análise das listas Facom e Cibercultura”. Página consultada a 13 do Maio de 2010, <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/agregacao.htm>>

Lévy, Pierre (2000), *Cibercultura*. Instituto Piaget.

Malotra, Naresh *et al.* (2004), “The users information privacy concerns (IUIPC): the construct, the scale, and a causal model”. *Informational systems research*, Volume 15 n^o4, 336-355.

Mauss, Marcel (1993), *Manual de etnografia*. Lisboa: Dom Quixote.

Neves, Helena (2004), “Amor em tempo de guerra: Guerra Colonial, a (in)comunicabilidade (im)possível”. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 68, 43-63.

Nie, N.H. (2001), “Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings”. *American Behavioral Scientist*, 45 (3), 420-35.

Nogueira, Santo (1997), “Orkut e as Comunidades Virtuais – Identidades Solúveis no Ciberespaço”. Página consultada a 24 de Setembro de 2010, <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/norte2007/resumos/R0405-1.pdf>>

Nunes, F. (2004), “A apropriação das tecnologias de informação e comunicação na sociedade portuguesa.”. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona.

Nunes, João Arriscado (1993), “Erving Goffman, A Análise de Quadros e a Sociologia da Vida Quotidiana”. *Revista Crítica das Ciências Sociais*, 37, 22-49.

Pais, José Machado e Blass, Leila Maria (2004), *Tribos urbanas: produção artística e identidade*. Viseu: Imprensa de Ciências Sociais.

Paiva, António (2007), “Por uma Sociologia menor: G. Simmel”. Página consultada a 21 de Abril de 2010, <https://docs.google.com/Doc?id=dgxmjq3s_0gmvzmjds&btr=EmailImport&pli=1>

Palacios, Marcos (1998), “Cotidiano e Sociabilidade no Cyberespaço: Apontamentos para Discussão” . Página consultada a 1 de Junho 2010, <<http://facom/ufba/br/pesq/cyber/palacios/cotidiano.html> 1998>

Paraskeva, João (2009), ”Recensão: A Galáxia Internet: *Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade* Manuel Castells”. Página consultada a 23 de Junho de 2010, <http://www.e-profe.net/tecnologia/galaxia_internet.pdf>

Putnam, R. (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Nova Iorque: Simon & Schuster.

Queiroz, Eça (2009), *Os Maias*. Lisboa: Bertrand

Recuero, Maria (2001), “Comunidades virtuais: uma abordagem teórica”. Página consultada a 23 de Junho de 2010, <<http://pontomidia.com.br/raquel/teorica.pdf>>

Rheingold, Howard (1993). *The virtual community – homesteading on the electronic frontier*. United States of America: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.

Silva, Adelina (2005), “Mundos Reais, Mundos Virtuais. os jovens nas salas de chat”. *Revista Textos de la CiberSociedad*, 6. Consultado em 25 de Junho de 2010, <<http://www.cibersociedad.net>>

Silva, Adelina (s/d), “Mundos reais, Mundos virtuais: os jovens nas salas de chat”. Página consultada a 25 do Junho de 2010, <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-adelina-mundos-reais-mundos-virtuais.html>>

Tong, Stephanie Tom *et al.* (2008), “Too Much of a Good Thing? The Relationship Between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 531-549.

Tönnies, Ferdinand (s/d), “Comunidade e sociedade como entidades típico-ideais”, in Fernandes, F. (1973), *Comunidade e sociedade: leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação*. São Paulo: Nacional/ Edusp, 96-116.

Turkle, Sherry (1984), *The second self: computers and the human spirit*. New York: Simon and Schuster.

Turkle, Sherry (1995), *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.

Turkle, Sherry (1997), *Life on the screen: identity in the age of the internet*. New York: Touchstone.

Wacquant, Loïc (2000), *Body and Soul: Notebooks of an Apprentice Boxer*. New York: Oxford University Press.

Weber, Max (2009), *Conceitos sociológicos fundamentais*. Coimbra: Edições 70.

Weiser, Eric B. (2000), “The Benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students, Use of Online Social Network Sites”. *CyberPsychology & Behavior*, 3(2), 167-178.

Weiser, Eric B. (2001), “The Functions of Internet Use and Their Social and Psychological Consequences”. *CyberPsychology & Behavior*, 4(6), 723-743.

Wellman, Barry et al. (1996), “Computer Networks as Social Networks: Collaborative Work, Telework, and Virtual Community”. *Annual Review of Sociology*, 22, 213-238.

Consultada em 15 de Abril de 2010, <<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/computernetworks/computernetworks2>>

Zarghooni, Sasan (2007), “A Study of Self-Presentation in Light of *Facebook*”. Página consultada a 20 de Março de 2010, <http://folk.uio.no/sasanz/Mistorie/Annet/Selfpresentation_on_Facebook.pdf>

ANEXOS

A) A entrada no *Facebook*

1. Conta-me como iniciaste a tua utilização do *Facebook*? / conta-me como começou o teu interesse pelo *Facebook*? / conta-me como entraste no *Facebook*?

[help question: Porque é que decidiste manter o *Facebook*? / que motivações o levaram a manter o *Facebook*]

2. Como foi construir um perfil? O que é que foi mais difícil escolher, nas opções dadas, para colocar? Como é que escolheste o que pôr e o que não pôr, na informação pessoal, nos gostos musicais...

[Conteúdo de um perfil no *Facebook* (como se representa), como construir/
Como se constrói um perfil online? O que é valorizado aí?]

3. Na assinatura do perfil, como te identificas? (nome real? *nick* name?) O que o levou a escolher essa opção?
4. No teu perfil, qual a modalidade das “definições de privacidade” que escolheste? Porque é que escolheste essa modalidade? [privacidade na net]
5. O que é para ti/o que significa/o que representa “estar *online*”? [o que é estar *online*]
6. É diferente de estar na “vida real”? [o que é estar *offline*]
7. O *Facebook* influencia-te de alguma forma?/o que é que estar no *Facebook* trouxe à tua vida?
8. Jogas *Farmville* ou algum outro jogo? Se Sim, explica-me o teu interesse pelo jogo.

B) Os amigos

9. O que é para ti “ser amigo” no *Facebook*?
10. Como é que escolhes os teus amigos no *Facebook*?
11. É diferente da forma como escolhes os teus amigos na vida real?
12. Já começaste algum relacionamento através do *Facebook*?
13. Como seleccionas/escolhes os amigos que aceitas no *Facebook*?
14. E como escolhes os que rejeitas?
15. Dás-te com pessoas que tens no *Facebook*? São seus amigos/as?
16. De que forma? Está com eles em que ocasiões?
17. Conhece as pessoas que visitam o seu perfil?
18. Identificas os teus amigos com o que eles referem de si próprios no perfil ou no mural?
19. Já te aconteceu, com a **entrada de novos amigos no Facebook**, teres de alterar algo na tua conta? Se sim, podes falar-me um pouco dessa situação? [Alterações no perfil, com a entrada de novos amigos (por exemplo, professores, família...)]

C) Os outros

20. Qual é para si a importância dos comentários no seu mural?
21. Já houve algum mal-entendido no *Facebook*? Trouxe-te complicações?
22. O que é que representam os visitantes para si?

D) Grupos

23. Em quantos grupos participa? Como escolhe os grupos em que participa?
24. Consideraste criterioso(a) nessa escolha? Ou não és muito exigente?

E) Género

25. Em que actividades gastas mais o tempo durante o *Facebook*? Nos jogos ou outro tipo de interacção com os outros utilizadores?
26. Que percepção tens das pessoas que te comentam? São maioritariamente homens ou mulheres que comentam no teu mural?
27. Quem consideras ser mais activo no *Facebook*, homens ou mulheres?
28. Como vês a relação entre homens e mulheres no *Facebook*? Achas que o *Facebook* muda alguma coisa?
29. (no caso de mulher) Já te sentiste assediada por alguém no *Facebook*?

F) Fotos

30. Como é que escolhes as fotografias que colocas no perfil?
31. Já tiraste uma foto de propósito para o *Facebook*?
32. Achas importante as fotos no perfil?

G) Hábitos

33. Podes descrever-me a sua rotina no *Facebook*? Os seus hábitos enquanto utilizador do *Facebook*?
34. Costumas comentar o mural dos seus amigos? Porquê?
35. Costumas responder aos comentários que lhe fazem?
36. Costumas publicar vídeos ou musicas?

37. O que te leva a fazer isso?

38. Tem twiter e blog? Se não, passa. Se sim, perguntar como é que é estar em cada um dos 3 (twitter, blog e *Facebook*) ou Se sim, perguntar o que o leva a ter três _____?

39. Participas em fóruns?

H) Opinião sobre o *Facebook*

40. Quais são, para ti, as principais vantagens de utilizar o *Facebook*?

41. E desvantagens?

I) Pergunta final

42. Gostarias de acrescentar algo? Algo de que eu não tenha falado e que queira dizer...

Informações sobre o/a entrevistado/a

Entrevista nº _____ Data: _____ Condições de Realização:						
Nome	Sexo	Data Nasc.	Origem	Local de residência	Habilitações	Profissão/ocupação