

1.

A Apropriação Feminina dos Sites de Redes Sociais e a Construção do Grupo de Observação

Os sites de redes sociais, liderados pelo *Facebook* - site de rede social mais popular do mundo que atingiu a marca de 1 bilhão de usuários em outubro de 2012, o equivalente a 15% da população mundial -, representam na contemporaneidade um fenômeno social e comunicacional graças a sua popularização e sua incorporação na vida de milhões de pessoas espalhadas pelo mundo. O computador e seus derivados tecnológicos associado ao uso da Internet se tornaram na contemporaneidade muito mais do que uma ferramenta de processamento de dados, de trabalho ou de pesquisa; foram apropriados como ambientes sociais para a prática da comunicação mediada pelo computador¹ (CMC), caracterizada por práticas conversacionais, fundamentais para compreensão da sociabilidade na contemporaneidade. Através da mediação das tecnologias e devido à apropriação para fins de interatividade e relacionamento entre seus usuários, os sites de redes sociais se estabeleceram como mais um mecanismo de criação e manutenção das redes sociais - estruturas de agrupamentos humanos constituídos pelas interações que constroem os grupos sociais - existentes no mundo *offline*. São milhões de atores interconectados que dividem, negociam e constroem contextos coletivos de interação, trocam e difundem informações, criam laços e estabelecem redes sociais.

Uma das inovações promovidas sites de rede social foi o surgimento da interação social ao mesmo tempo pública, pessoalizada (onde há a identificação real do interlocutor) e permanente no ciberespaço, ou seja, o estabelecimento da conversação em rede (Recuero, 2012). Até então, a prática da interação pessoalizada se dava em ambientes privados como os *chats*. As conversas eram restritas à visualização e à participação apenas do envolvidos nela, ou seja, o conteúdo não era exibido em nenhum local público da Internet; além disto, as

¹ Herring (1996, p. 1) define a Comunicação Mediada pelo Computador (CMC) como “a comunicação que acontece entre seres humanos através da instrumentalidade dos computadores” e salienta a importância do estudo dos aspectos sociais e culturais da CMC, bem como o estudo da linguagem que emerge nessa prática. (*apud* Recuero, 2012, p. 23).

conversas tinham um caráter temporário, o conteúdo não ficava armazenado em nenhum lugar. Já as interações e as conversas se davam de forma pública e/ou permanente, como nas salas de bate-papo ou através dos *blogs*, os interlocutores, em sua grande maioria, não se identificavam com informações pessoais. As conversas se davam de forma anônima através da “identificação” por apelidos (*nicknames*) ou avatares (identificações fictícias).

No decorrer da minha experiência como usuária do site de rede social *Facebook* nos últimos anos, me despertou a curiosidade a predominância do sexo feminino em sua utilização e, portanto, na prática da conversação em rede; percepção esta que tem sido ratificada por inúmeras pesquisas. A empresa de telecomunicações inglesa BT², por exemplo, identificou que mais da metade das mulheres entrevistadas em sua pesquisa utilizavam sites de redes sociais enquanto somente 34% dos homens possuíam este hábito; além disto, 18% das mulheres falaram que o que mais sentiriam falta na internet, caso ela acabasse, seria a utilização dos sites de redes sociais. Outra pesquisa realizada por psicologistas da Universidade de *Bath* na Grã-Bretanha³ com 500 estudantes de seis universidades comprovou que as mulheres tendem a se sentir mais atraídas pelos sites de redes sociais do que os homens, que preferem os jogos e os sites de apostas.

A preferência do sexo feminino na utilização dos sites de redes sociais contribui para a ruptura com a tradição masculina no mundo digital e no mundo tecnológico, já que, historicamente, a dominação masculina sempre foi uma realidade no ambiente digital. Hugh Muller (1995, *apud* Braga, 2008, p. 57) em seu artigo sobre a constituição e apresentação de *selves* eletrônicos comenta a dissimetria significativa entre o número largamente superior de *homepages* pessoais produzidas por homens em relação às produzidas por mulheres. Sherry Turkle (1997, *apud* Braga, 2008, p. 57), na pesquisa sobre comunidade de usuários de jogos do tipo *MUD* (*Multi-User Domain*), descreve o perfil de seus informantes como sendo jovens pertencentes à classe média e de uma maioria

² Fonte: Site Youpix (www.youpix.com.br). Matéria “Mulheres são mais dependentes das redes sociais do que homens, aponta estudo”, publicada em 31/05/12.

³ Fonte: Revista Veja online (www.veja.abril.com.br). Matéria “Redes Sociais atraem mais mulheres do que homens”, publicada em 25/06/12.

quase absoluta do sexo masculino. Como observa Braga (2008, p. 59), cada período histórico traz uma configuração particular da tecnologia para ação sobre o mundo e, juntamente com essa tecnologia, uma distribuição social do poder sobre esse saber tecnológico. Segundo a autora, tanto o movimento feminista como o avanço das telecomunicações fizeram parte de um fenômeno sócio-simbólico-econômico-histórico-cultural mais amplo a que se convencionou chamar de modernidade (Giddens, 1991, *apud* Braga, 2008, p. 58), ou seja, o avanço das telecomunicações seria uma das conseqüências da modernidade e, em termos simbólicos, a utilização e a familiaridade com tais recursos tecnológicos estariam associadas a uma atitude e estilo de vida “moderna”. Portanto, o estar atualizado com o desenvolvimento de tecnologias aplicadas à vida cotidiana passou a representar um valor no campo social, e, em especial para o sexo feminino, a familiaridade com a tecnologia faz parte de todo o processo de transformação e reposicionamento do papel da mulher na sociedade surgido a partir dos movimentos feministas da década de 60. Atualmente é uma realidade entre as mulheres brasileiras urbanas e economicamente ativas, a utilização de tecnologias computacionais tanto em suas atividades profissionais, quanto em suas atividades domésticas, pessoais e sociais.

Paralelamente ao reposicionamento da mulher na sociedade, fazendo com que se aproximasse do universo tecnológico, até então restrito ao sexo masculino, a partir do surgimento da Internet e com o desenvolvimento de plataformas computacionais mais amigáveis e voltadas para a prática de atividades interativas, o computador migrou do *status* de uma ferramenta associada a atividades técnicas - como processamento de dados, planilhas de cálculos e programação - para um dispositivo associado à conexão e ao relacionamento entre as pessoas e, conseqüentemente, na ampliação da sua utilização por indivíduos em busca de emoções, afetos e sociabilidade configurando o ambiente virtual denominado ciberespaço e a existência que nele se dá, de cibercultura. Ao se abrir para um horizonte de relacionamento, afeto e emoção - aspectos ainda presentes na construção simbólica do universo feminino apesar do seu reposicionamento sócio-cultural -, os computadores e todas suas derivações contribuíram para a motivação das mulheres em sua utilização para fins de relacionamento, lazer e entretenimento.

Diante deste cenário de crescente familiaridade do sexo feminino pelas tecnologias computacionais, como um reflexo da transformação do papel da mulher na sociedade contemporânea – maior participação no mercado de trabalho em atividades e funções que até então eram restritas aos homens; aumento do poder aquisitivo e conquista da independência financeira; e ampliação do interesse e da participação das mulheres em territórios considerados masculinos durante muitas gerações, como, por exemplo, política, economia, automobilismo e a própria tecnologia - e da preferência massiva das mulheres pelos sites de redes sociais, o objetivo desta pesquisa foi identificar e descrever a apropriação do *Facebook* promovida por um grupo de mulheres selecionado e compreender de que forma esta utilização esta relacionada com a construção simbólica do que é ser mulher na contemporaneidade.

O grupo feminino observado na pesquisa foi constituído por dez mulheres economicamente ativas na faixa etária de 30 a 45 anos. O perfil das mulheres foi determinado pelo complexo contexto socioeconômico e simbólico-cultural em que as mulheres economicamente ativas na faixa etária de 30 a 45 anos estão inseridas. Desde a década de 60, com o surgimento dos movimentos feministas e com a conquista cada maior de autonomia e liberdade de escolha em sua existência, seja na esfera particular – até então único espaço destinado às mulheres -, seja na esfera pública, o papel da mulher na sociedade tem sofrido muitas transformações, e as mulheres urbanas e economicamente ativas na faixa etária dos 30 a 45 anos são fortes representantes de toda a revolução que se deu na sociedade como um todo nas últimas décadas e das conseqüências e dilemas femininos decorrentes dela. Nascidas na década de 70 e no início da década de 80, estas mulheres, por um lado, através da socialização tradicional durante a infância, foram submetidas ou influenciadas a pensar, agir e sentir de maneira apropriada as funções de esposa, mãe e dona-de-casa - funções estas que apesar de toda a revolução ainda são reforçadas pela cultura e pela sociedade até os dias atuais – e, de outro, foram levadas a buscar sua satisfação pessoal também fora da família, como decorrência do questionamento destes valores tradicionais e da integração da mulher da classe média nas últimas décadas ao mundo da produção, através de seu trabalho, da carreira profissional e da independência financeira (Rocha-Coutinho, 1994 e Goldenberg e Toscano, 1994). Muitas destas mulheres foram

criadas por mães e avós que ainda se dedicavam integralmente aos cuidados com o lar e a família, ou, no máximo, exerciam atividades profissionais destinadas às mulheres, como professora primária, que muitas vezes permitia uma jornada de trabalho de meio período. Carreira e satisfação profissional, preocupações financeiras e o sustento do lar e da família ainda eram responsabilidades tipicamente masculinas.

Um bom indicador desta transformação da identidade feminina vivenciada por estas mulheres é o conteúdo publicitário veiculado nos intervalos das telenovelas, programação marcadamente destinada ao sexo feminino. Almeida (2002), em sua pesquisa sobre a feminilização das telenovelas e os comerciais veiculados nos intervalos deste tipo de programação, observa que na década de 80, as mulheres dos anúncios de produtos domésticos eram sempre retratadas no “papel tradicional” de mães e esposas dedicadas, os anúncios raramente mostravam mulheres que trabalhavam fora, executivas, independentes. Já no final da década de 90 e início dos anos 2000, como relata a autora, já era possível observar anúncios retratando mulheres em ambientes de trabalho ou saindo de casa com roupas de trabalho. Segundo os publicitários entrevistados por Almeida (2002), a mudança só foi possível porque a mentalidade da população havia mudado; mesmo as mulheres que não trabalhavam fora, já valorizavam o trabalho e atuação feminina fora do lar. Ainda segundo os profissionais de publicidade entrevistados pela autora, uma prova da mudança de atitude feminina seria o aumento do consumo de alimentos semiprontos ou prontos que haviam sido lançados anteriormente e não haviam alcançado aceitação.

Ao promover e estimular o questionamento das raízes da condição social da mulher, o feminismo atingiu não só o cotidiano das mulheres, mas também dos homens, obrigando os indivíduos e as famílias de uma geral a reverem os termos de seus papéis, de suas relações e de suas estruturas. Para Goldenberg e Toscano (1994) este é o caráter revolucionário do movimento feminista: homens e mulheres contemporâneos foram afetados e transformados a partir dessa nova realidade social em que o princípio da igualdade e o respeito às diferenças passam a se impor, inexoravelmente. Para Rocha-Coutinho (1994) o feminismo alcançou êxito ao dizer não a toda uma ordem patriarcal que dava à mulher um lugar

secundário e modificar consideravelmente as relações homem-mulher e o papel desempenhado por esta na sociedade. Isto pode ser comprovado pelo número cada vez maior de mulheres que ocupam fatia importante no mercado de trabalho, chegando a alcançar posições de destaque e prestígio na sociedade. Da mesma forma, elas são, em grande parte, responsáveis pela sua sexualidade, podendo, inclusive, optar entre ter filhos ou não. Além disso, a maior parte das mulheres de hoje se pergunta o que quer da vida e não mais cumpre um destino que lhe é dado pelo simples fato de ter nascido mulher. Neste sentido, o que se tem na contemporaneidade é a ampliação do papel feminino para inúmeros papéis femininos, ou seja, a mulher hoje desempenha inúmeras funções sociais seja na vida pública ou na vida privada e não é mais submetida a padrões rígidos de comportamento e idealização de felicidade, como a obrigatoriedade pelo casamento e pela maternidade.

Neste sentido, o grupo observado nesta pesquisa foi constituído por mulheres que representam esta transformação conquistada e vivenciada pelo sexo feminino nas últimas décadas. São mulheres economicamente ativas, que possuem renda própria e não dependem financeiramente do sexo masculino (a renda salarial média das mulheres pesquisadas é de cinco mil reais), possuem alto nível de formação educacional (todas as participantes da pesquisa possuíam no mínimo 3º grau completo) e são profissionais que já trilharam uma longa carreira e ocupam cargos de destaque nas instituições em que trabalham e algumas ainda possuem algum tipo de negócio próprio em paralelo à ocupação profissional. No mundo globalizado e extremamente competitivo, para manterem sua ocupação no mercado de trabalho e dos negócios, buscam atualização constante através de cursos e leituras especializadas, dominam diversos idiomas e, evidentemente, produzem muito. Muitas estendem a sua jornada de trabalho durante a noite e nos finais de semana além dos limites do escritório, propiciado pelos dispositivos tecnológicos e pela Internet que são uma presença contínua na vida destas mulheres, seja nos ambientes de trabalho quanto no âmbito pessoal e familiar. São mulheres familiarizadas com os dispositivos tecnológicos móveis de última geração e fazem parte do grupo de *hard users* da tecnologia. As mulheres também buscam momentos de lazer com os amigos e/ou com a família, costumam ter uma vida social e cultural ativa e realizam viagens nacionais e internacionais com

bastante frequência. Apesar do grupo reduzido, dez ao todo, e mesmo possuindo um perfil socioeconômico bem parecido, temos mulheres casadas e com filhos, casadas e sem filhos, solteiras, separadas com filho e sem filho. Das que já são mães, algumas possuem filhos adolescentes enquanto outras iniciaram recentemente o papel de mãe. Há algumas décadas atrás seria incabível mulheres acima de 30 anos ainda solteiras e muito menos casadas e sem filhos, por exemplo.

Por outro lado, apesar da conquista do espaço na vida pública e da maior flexibilidade de papéis oferecida às mulheres na contemporaneidade, nem tudo são flores e liberdade para o sexo feminino. Se no passado as mulheres sofriam pela falta de opção, atualmente o sexo feminino parece estar aprisionado à síndrome da “super mulher” já que, muitas vezes, ao invés de opções de papéis, o que se tem é um acúmulo de papéis e responsabilidades reforçado por uma cobrança cultural extrema reforçada principalmente através da mídia de sucesso familiar, profissional e financeiro, padrões rígidos de beleza e uma vida feliz.

Para Rocha-Coutinho (1994), apesar do discurso social ter incorporado novos papéis à identidade feminina e de ter questionado a doutrina da maternidade como essência, não houve muitas mudanças na definição da identidade feminina já que ainda é atribuído a ela todos os encargos com a casa e a família. Para a autora, a entrada da mulher no mundo da produção e da satisfação pessoal pelo o que ela é e não pelo o que representa para seus familiares, tem levado as mulheres a desempenharem papéis múltiplos e conflitantes e a uma vivência conflituada, no seu eu, destes diferentes papéis, já que se instalou nestas mulheres um conflito entre os papéis tradicionalmente atribuídos a elas e os novos papéis que se lhes impõem, isto é, valores internalizados em momentos distintos de sua formação.

Segundo Rocha-Coutinho (1994) as mulheres contemporâneas estariam vivenciado o conflito de entendimento da sua nova identidade. Se por um lado as mulheres querem pensar e agir por conta própria, por outro lado, seu planejamento de vida ainda inclui a antiga identidade feminina, o que faz com que sua vida se realize no conflito de expectativas contraditórias, como ter uma formação profissional e uma carreira ou adaptar-se ao ciclo familiar, ter ou não ter filhos, entre outras. Desta forma, as mulheres economicamente ativas contemporâneas

teriam se tornado verdadeiras equilibristas, fazendo referência ao livro “*Vida de Equilibrista, doce e delícia da mãe que trabalha*” da psicóloga Cecília Troiano (2007), resultado de uma pesquisa realizada com mulheres paulistas com bom poder aquisitivo, profissionais e com filhos entre 0 e 12 anos. Esta multiplicidade de papéis e responsabilidades, e os dilemas e os conflitos decorrentes dela, parecem, inclusive, já terem sido incorporados na construção simbólica da mulher moderna. Seja através da publicidade ou de matérias veiculadas na mídia, ao mesmo tempo em que a problemática pela busca do equilíbrio entre as inúmeras funções na vida pública e privada é retratada, um universo feminino cada vez mais ampliado e diversificado é simbolicamente retratado e reforçado pela mídia em geral. Nas revistas femininas encontramos editoriais sobre Finanças, Trabalho, Relacionamento, Filhos, Beleza, Moda, Saúde, Consumo, Política, Sexo, Economia e Lazer. Na edição especial Mulher da revista *Veja*, de 2006, os dilemas femininos foram retratados na matéria:

“A ordem é simplificar”: “Se você é do tipo que acorda cedo, enfrenta engarrafamento, várias reuniões ao longo do dia, almoça o que dá, passa horas ao telefone e em frente ao computador respondendo a e-mails, depois volta para casa com a impressão de que precisava de mais horas para fazer tudo o que gostaria, e ainda tem muito mais a fazer em casa, saiba que não está sozinha. Você é uma típica mulher moderna – e tem motivos para reclamar”⁴.

Sete anos depois, o tema continua presente na mídia, como no artigo “O que é ser mulher?” da escritora Martha Medeiros publicado na revista *O Globo* de 10 de março de 2013. Conhecida por representar em seus textos os anseios e os desejos da mulher moderna, devido à proximidade com o Dia Internacional da Mulher, a autora fez uma reflexão sobre a condição de ser mulher na contemporaneidade:

“Se é pra refletir sobre o assunto, então sejamos francos: ninguém sabe direito o que é ser mulher. Sofremos uma descaracterização. Necessária, porém aflitiva. Entramos no mercado de trabalho, passamos a ter liberdade sexual e deixamos para ter filhos mais tarde, se calhar. Somos presidentes, diretoras, empresárias, ministras. Sustentamos a casa. Escolhemos nossos carros. Viajamos a serviço. Saímos à noite com as amigas. Praticamos boxe. O que é ser mulher, nos perguntam. Pois, hoje, ser mulher é praticamente ser um homem”

⁴ Matéria “A ordem é simplificar”, revista *Veja*, edição especial Mulher, Maio de 2006.

Além da complexidade do universo em que as mulheres do grupo observado estão inseridas, também deve ser destacado a importância da realização desta pesquisa com um grupo de mulheres adultas e acima de 30 anos na desmistificação do senso comum de que prática da comunicação mediada pelo computador (CMC) é uma prática exclusiva de jovens e adolescentes. É muito comum ser observado no discurso midiático a relação direta entre a Internet e os grupos mais jovens. Pode-se inclusive perceber, por parte de formadores de opinião mais conservadores e resistentes em relação à Internet e à comunicação mediada pelo computador, certo descaso ou uma tentativa de reduzir esta prática contemporânea, cada vez mais popular e presente na vida de todos nós, a um modismo juvenil. No levantamento bibliográfico realizado para este trabalho pode ser observado que a grande maioria das pesquisas disponíveis sobre o tema foi realizada com o público juvenil. Portanto, uma das relevâncias deste trabalho é documentar a apropriação do *Facebook* por mulheres maduras e identificar qual a importância que esta apropriação desempenha em suas vidas.

Para formar o grupo observado neste estudo, foi realizada uma pré-seleção de mulheres da minha rede de contatos do *Facebook* que fossem usuárias ativas e assíduas do *site* e se encaixavam nos critérios mencionados (faixa etária, perfil socioeconômico e nível de instrução) e, em seguida, foi enviado um convite, através do próprio *site*, para que elas participassem da minha pesquisa. A opção por constituir o grupo de observação por mulheres que já faziam parte da minha rede de relacionamentos no *Facebook* se deu pelo de possuir livre acesso às informações e aos conteúdos produzidos e publicados por elas no site de rede social. Diferentemente dos *blogs* e de outros sites pessoais que existem na Internet, onde as informações ficam disponíveis para todo o público presente na rede, nos sites de redes sociais, e em especial no *Facebook*, é preciso ser aceito como “amigo”, ou seja, fazer parte da rede de relacionamento (ou de contatos) do usuário para se ter acesso ao conteúdo publicado. A opção por buscar novas conexões com pessoas desconhecidas foi descartada durante a definição da metodologia da pesquisa já que a conduta mais utilizada para aceitar “novos amigos” no *Facebook* é que haja alguma conexão com a pessoa fora do mundo *online*. Das mulheres que aceitaram o convite, foram escolhidas as dez participantes levando em consideração as que mais possuíam participação mais

ativa no *Facebook*, isto é, publicam conteúdo e interagem com seus amigos e conhecidos com frequência através do site para que a observação pudesse ser realizada.

As mulheres selecionadas utilizam o *Facebook* há 2 anos e meio (tempo médio) e costumam acessá-lo em vários momentos durante o dia (o tempo médio de utilização considerando todo o período de utilização ao longo do dia foi de 02 horas), em diferentes locais (no trânsito, em locais públicos, nos meios de transporte, no trabalho e em casa) O acesso é feito através de diversos dispositivos: *smartphones*, *tablets (ipad)*, notebook e computadores (*desktops*). A maior parte das mulheres afirmou que, no período que está em casa, deixa o computador ligado e conectado à rede social para acompanhar as atualizações/publicações dos seus contatos. O número de contatos presentes em suas redes de relacionamento no *Facebook* varia de 205 a 1434 integrantes e dentro deste grupo de contatos existem diversos tipos de pessoas com diferentes graus de relacionamento: amigos do trabalho atual e de trabalhos anteriores, amigos de infância, familiares, amigos próximos, conhecidos, colegas, alunos e ex-alunos, amigos de viagem, amigos de faculdade, amigos de amigos com quem tiveram algum contato social (em festas, shows, barzinho, etc), entre outros.

Para manter o anonimato das mulheres e a confidencialidade de conteúdo publicado no *Facebook*, mas, ao mesmo tempo, para que seja possível uma proximidade e uma compreensão da identidade de cada uma delas - fundamentais para que o objetivo desta pesquisa fosse alcançado, foram criados nomes fictícios para as dez participantes que irão acompanhá-las em todos os relatos reproduzidos e em todas as observações feitas por mim. As demais características de cada mulher foram preservadas para que não se perdesse a veracidade da pesquisa e também para que fosse possível compreender o universo e a projeção do eu social de cada uma delas. A intenção é que, no decorrer da leitura deste trabalho, seja possível identificar e compreender a identidade de cada uma das dez mulheres através de suas publicações no *Facebook*.

- **Sara** possui 35 anos, é casada, não possui filhos, mas mora com os enteados. É psicóloga de formação, possui pós-graduação e é funcionária

de uma empresa privada. Possui 664 contatos e 418 fotos publicadas no *Facebook*;

- **Cinthia** possui 43 anos, é separada, possui um casal de filhos adolescentes e mora com os pais. É designer, web designer e artista plástica. Trabalha como designer de bijouterias em uma empresa e como prestadora de serviços *freelancer* como *webdesigner*, além de produzir e comercializar quadros. Possui 517 contatos e 553 fotos publicadas no *Facebook*;
- **Márcia** possui 40 anos, é casada e não possui filhos. Socióloga de formação, possui mestrado em Ciências Políticas, cursa Doutorado e é professora universitária. Possui 338 contatos e 14 fotos publicadas no *Facebook*;
- **Cristina** possui 45 anos, é solteira, não possui filhos e mora sozinha. É psicóloga de formação e possui pós-graduação (especialização). Trabalha em empresa privada. Possui 941 amigos e 100 fotos publicadas no *Facebook*;
- **Mirela** possui 41 anos, é casada e tem um filho adolescente. É jornalista de formação e possui mestrado e doutorado em Relações Internacionais. É professora universitária. Possui 1.434 amigos e 78 fotos publicadas;
- **Camila** possui 36 anos, é solteira e não possui filhos. É jornalista de formação, possui pós-graduação (especialização), trabalha numa empresa privada e possui uma empresa de bijouterias produzidas por ela. É de Barra do Piraí (interior do Rio de Janeiro), onde vivem seus pais, e mora sozinha no Rio de Janeiro desde o período de faculdade. Possui 487 amigos e 109 fotos publicadas;
- **Valéria** possui 40 anos, é casada e possui um filho de 5 anos. Possui pós-graduação (especialização) e mudou-se recentemente do Rio de Janeiro para Recife para assumir uma gerência na empresa privada em que trabalha. Tem 722 amigos e 168 fotos publicadas;
- **Beatriz** possui 45 anos, está em seu segundo casamento e acabou de ser mãe pela segunda vez de uma menina há 9 meses. A filha mais velha, do primeiro casamento, possui 21 anos, acabou de se formar na faculdade e ir morar com o namorado. Possui pós-graduação (especialização) e é gerente

no Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos Rio 2016. Possui 875 contatos e 133 fotos publicadas;

- **Amanda** possui 40 anos, é separada do segundo marido, não possui filhos e mora sozinha. É designer, possui mestrado e trabalha em empresa privada. Possui 518 contatos e 115 fotos publicadas;
- **Esther** possui 39 anos, é casada e mãe de um casal de filhos de 5 e 7 anos. Formada em Administração de Empresas, trabalha em empresa privada. Possui 205 contatos e 101 fotos publicadas.

Para desenvolvimento do trabalho, foi desenvolvida uma pesquisa netnográfica⁵ do conteúdo publicado pelas mulheres no *Facebook* a fim de capturar, observar e analisar a apropriação do site de rede social pelo grupo. Como ratifica Recuero (2011), o estudo do capital social (conteúdo) através da observação e da análise das conversações praticadas nos sites de rede social é fundamental para se estudar e se compreender a interação social entre os atores envolvidos nestas práticas. A proximidade e familiaridade com as mulheres selecionadas para o grupo de observação foi um ponto de tensão durante todo o desenvolvimento do trabalho, desde a captura dos dados à leitura do conteúdo publicado, já que a observação foi feita a partir da minha participação na rede de relacionamento das mulheres no *Facebook* e, portanto, foi necessário estabelecer o equilíbrio entre o distanciamento ou estranhamento necessário para a observação e o aproveitamento da minha inserção no círculo relacional das mulheres observadas.

Nos primórdios da ciência antropológica, quando se pesquisava sociedades exóticas, distantes e ditas primitivas, o distanciamento e o estranhamento do objeto pesquisado eram quase automáticos, a única preocupação era se despir dos preconceitos e valores morais estabelecidos na sociedade de origem do pesquisador. No início do século XX, os cientistas sociais da Escola de Chicago,

⁵ Com o advento do ciberespaço, novas metodologias de pesquisa surgiram com o objetivo de “capturar” a essência dos fenômenos presentes no mesmo, dando origem à pesquisa Netnográfica, ou Netnografia, que tem como principal característica a análise dos conteúdos disponibilizados na web para entender o comportamento e os padrões culturais dos indivíduos que os produziram. . Maximo (2007, p. 2), fazendo referência a Clifford Geertz (1989), observa que os padrões de existência no ciberespaço não só informam sobre os grupos e os sujeitos, fornecendo modelos da cultura, como também os formam, fornecendo modelos para a cultura.

ao voltar seu olhar para a sua própria sociedade e direcionar suas pesquisas de perspectiva multidisciplinar para os grandes centros urbanos onde viviam, ampliaram a possibilidade da pesquisa antropológica. Roberto DaMatta (1978) em artigo que se tornou uma referência na antropologia brasileira - "O ofício do etnólogo, ou como ter *anthropological blues*"- afirma que a experiência do trabalho de campo se dá a partir do movimento, do deslocamento do pesquisador em relação à sua própria sociedade. Portanto, quando parte para pesquisar outra sociedade, longe da sua muitas vezes, é preciso que o antropólogo vivencie o que DaMatta chamou de "*anthropological blues*". Estes blues, esta tristeza, é o resultado da sua tentativa de transformar o "exótico em familiar" e "o familiar em exótico". O primeiro diz respeito ao encontro do pesquisador com a sociedade do "outro", do diferente. É seu confronto pessoal, não apenas com o isolamento e a "saudade", mas com um universo diverso do seu, com outros códigos, outras lógicas, outra maneira de viver e pensar. O segundo movimento é o que envolve o antropólogo que decide pesquisar a sua própria sociedade, procurando encará-la de uma nova forma, experimentando o "estranhamento" dentro da sua própria cultura.

Paralelamente ao estudo netnográfico, foram realizadas entrevistas com o grupo de mulheres com o objetivo de captar e observar o ponto de vista das próprias usuárias a respeito da vivência no site de rede social, quais são suas principais motivações, gratificações e também preocupações relacionadas à utilização e à apropriação deste novo espaço de comunicação mediada pelo computador. A realização das entrevistas foi essencial para a ampliação da observação e da discussão em torno da utilização do *Facebook* pelas mulheres, inclusive foi possível realizar um comparativo entre o discurso apresentado por elas durante as entrevistas e as práticas observadas no site de rede social.

Durante o estudo netnográfico foi possível constatar que a principal apropriação do site de rede social *Facebook* pelo grupo de mulheres observado foi para a prática da sociabilidade que é estabelecida através da conversação em rede e, portanto, está diretamente relacionada com outra prática bem presente na existência feminina no site da rede social, a exposição. Afinal sem ela não é possível se dar a conversação em rede, já que esta é caracterizada pela

visibilidade, pela identificação pessoal e pela permanência no ciberespaço. Esta constatação inicial foi confirmada pelas próprias mulheres ao afirmarem durante as entrevistas que a principal razão para a utilização do *Facebook* seria a possibilidade de estabelecer conexão com diversos tipos de amigos ou conhecidos - com que mantém convivência próxima, com quem tiveram contato em algum momento da vida e não possuem mais (amigos de escola, de faculdade e de antigos trabalhos) e com pessoas distantes geograficamente. Para elas, a conversação em rede praticada através do site proporciona a sensação de se estar próxima dos amigos. “Parece que não estamos sozinhas”, comentou uma das entrevistadas. Já a prática da exposição não foi diretamente citada pelas mulheres, mas pôde ser identificada no discurso das mulheres ao afirmarem que utilizam o *Facebook* para acompanhar as novidades dos amigos. Evidentemente que este acompanhamento só é possível devido à exposição praticada pelos usuários no *site*. O fato das mulheres citarem de forma indireta a exposição dos amigos e não mencionarem a própria prática como uma das razões para a utilização do *Facebook* denota o paradoxo que existe entre a prática e a sua aceitação consciente, já que o que pode ser presenciado nas entrevistas é um discurso moralista de condenação à exposição.

A partir da constatação inicial da apropriação feminina do *Facebook* para fins de sociabilidade e exposição, esta pesquisa buscou identificar e compreender de que forma as práticas da sociabilidade e da exposição do grupo feminino observado se desenvolve no *Facebook*, suas principais características, quais as principais motivações que levam às mulheres a estas práticas e de que forma elas contribuem para a construção e para a manutenção da identidade simbólica da mulher moderna contemporânea.

Berger (1987, p. 174) afirma que o indivíduo nasce com a predisposição para a sociabilidade e, posteriormente, se torna membro da sociedade. Na vida de cada indivíduo existe uma seqüência temporal no curso da qual é induzido a tomar parte na dialética da sociedade. O ponto inicial deste processo é a interiorização, isto é, a apreensão ou interpretação imediata de um acontecimento objetivo como dotado de sentido, ou seja, como manifestação de processos subjetivos de outrem, que desta maneira torna-se subjetivamente significativo para si. Portanto, a

interiorização constitui a base primeiramente da compreensão de nossos semelhantes e, em segundo lugar, da apreensão do mundo como realidade dotada de sentido. Esta apreensão não resulta de criações autônomas de significado por indivíduos isolados, mas começa com o fato do indivíduo “assumir” o mundo no qual os outros já vivem. Na forma complexa da interiorização, o indivíduo não somente compreende os processos subjetivos momentâneos do outro, mas compreende o mundo em que vive e esse mundo torna-se o seu mundo. Somente depois de ter realizado este grau de interiorização é que o indivíduo se torna membro da sociedade.

O processo ontogenético pelo qual a interiorização se realiza é a socialização, que pode ser definida como a ampla e consistente introdução do indivíduo no mundo objetivo de uma sociedade ou de um setor dela (Berger, 1987, p. 175). A socialização primária é a primeira socialização que o indivíduo experimenta na infância, quando é construído o seu primeiro mundo. Ela termina quando o conceito do outro generalizado (e tudo quanto o acompanha) foi estabelecido na consciência do indivíduo que torna-se um membro efetivo da sociedade e possui subjetivamente uma personalidade e um mundo. Esta interiorização da sociedade, da identidade e da realidade não se faz de uma vez para sempre, a socialização nunca é total e nem está jamais acabada. (Berger, 1987, p. 184). A socialização secundária é qualquer processo subsequente que introduz um indivíduo já socializado em novos setores do mundo objetivo da sociedade, ou seja, é a interiorização de “sub-mundos” institucionais ou baseados em instituições, ou seja, a aquisição do conhecimento de funções específicas, funções direta ou indiretamente com raízes na divisão do trabalho, e exige a aquisição de vocabulários específicos de funções, o que significa em primeiro lugar a interiorização de campos semânticos que estruturam interpretações e condutas de rotina em uma área institucional. Ao mesmo tempo, são também adquiridas “compreensões tácitas”, avaliações e colorações afetivas desses campos semânticos. Os “submundos” interiorizados na socialização secundária são geralmente realidades parciais, em contraste com o “mundo básico” adquirido na socialização primária. No caso do grupo feminino observado, pode ser considerado que a interiorização de novos papéis e possibilidades no universo feminino se deu através da socialização secundária.

Assim como a realidade é originariamente interiorizada por um processo social, ela é mantida na consciência por processos sociais, entre eles na interação do indivíduo com os outros. O veículo mais importante da conservação da realidade é a conversa reconhecida tanto com a fala entre pessoas quanto a comunicação não-verbal. Berger (1987, p. 203) observa que a maior parte da conservação da realidade na conversa é implícita, não explícita, ou seja, a maior parte da conversa não define em muitas palavras a natureza do mundo. Ao contrário, ocorre tendo por pano de fundo um mundo que é tacitamente aceito como verdadeiro. Segundo Berger, a troca de palavras confirma a realidade subjetiva do mundo, desta forma, através da pesquisa da conversação realizada em rede pelas mulheres foi possível compreender o universo subjetivo e simbólico em que elas estão inseridas.

Para Berger (1985), a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente (p. 35). A realidade da vida cotidiana é partilhada com outros. A mais importante experiência dos outros ocorre na situação de estar face à face com o outro, que é o caso prototípico da interação social. Todos os demais casos derivam deste. Na situação face a face o outro é apreendido pelo seu interlocutor, e vice-versa, num vivido presente partilhado por ambos. Enquanto dura a situação face a face, o “aqui e o agora” dos interlocutores é o mesmo, possibilitando um intercâmbio contínuo entre a expressividade de ambos. Todas as expressões dos interlocutores orientam-se na direção de um e do outro havendo uma contínua reciprocidade de atos expressivos simultaneamente acessível pelas duas pessoas o que permite, segundo Berger (1985), que na interação face a face a subjetividade dos interlocutores esteja acessível através do máximo de sintomas. Para Berger (1985), apesar de ser possível haver uma interpretação errônea dos sintomas apresentados numa interação face a face, nenhuma outra forma de relacionamento social conseguiria reproduzir a plenitude de sintomas da subjetividade. Segundo o autor, somente na interação face a face a subjetividade do outro “é expressivamente próxima”. (p. 47)

Para Berger (1987), na situação face a face, o outro é plenamente real. O autor ressalta que sem o encontro face a face, o outro pode ser real através do

nome ou pela troca de correspondências, entretanto, somente se torna real no pleno sentido da palavra quando se dá o encontro presencial. A realidade da vida cotidiana contém esquema tipificadores que nos orientam na apreensão do outro e na forma como lidamos com ele e vice-versa. Nas interações face a face, essas tipificações são suscetíveis a sofrerem interferência de ambos interlocutores, ou seja, permanecem em contínua “negociação. Para Berger (1987), as tipificações da interação social tornariam-se progressivamente anônimas à medida que se distanciavam da situação face a face por não haver a interferência dos interlocutores. Berger explica que toda tipificação acarreta uma anonimidade inicial que vai se perdendo a medida que se dá as plenitudes da expressividade na situação face a face permitem que os interlocutores se tornem indivíduos únicos e, portanto, atípicos. O grau de interesse e o grau de intimidade podem combinar-se para aumentar ou diminuir o anonimato da experiência.

Socialização é o momento de troca de experiências e saberes entre indivíduos, é quando se aprende a ser humano. É um processo de interação que só se efetiva em sociedade, na participação e convivência com o outro. Portanto, a vida em sociedade pré-define para os indivíduos o mecanismo simbólico fundamental através do qual apreendemos o mundo, ordenamos nossa experiência e interpretamos nossa própria existência (Berger, 1973). Socializar é interiorizar os conceitos, os valores e as crenças de determinada cultura, isto é, através da socialização o indivíduo constrói para si um mundo histórico, humano, rodeado de significações. Qualquer estudo teórico sobre sociedade deve abranger seus aspectos objetivos e subjetivos, pois estar em sociedade significa participar de sua dialética. Segundo Berger e Luckmann (1985) o ponto inicial deste processo é a interiorização, ou seja, a apreensão ou interpretação imediata de um acontecimento objetivo como dotado de sentido. Na visão destes autores, a interiorização faz com que a manifestação de processos subjetivos de outrem se torne significativo para a si mesmo. Ou seja, é o momento em que a objetivação do outro passa a ter significado, torna-se dotada de sentido para o indivíduo. Esta interiorização constitui a base da compreensão entre os homens bem como a apreensão do mundo como realidade dotada de sentido. E, segundo Berger e Luckmann (1985), a forma complexa de interiorização não apenas possibilita o indivíduo a compreender o outro, mas também do mundo em que vive, sendo

possível participar cada qual da existência do outro. Segundo os autores, a realização deste grau de interiorização subjetiva é que faz o indivíduo se tornar um ser social, isto é, membro da sociedade, processo este denominado socialização e definido como a introdução ampla e consistente de um indivíduo no mundo objetivo de uma sociedade. Portanto, a compreensão da socialização humana passa pelo debate entre cultura e sociedade, pela influência desta sociedade nos processos de socialização, e pela compreensão da socialização primária e secundária (Berger e Luckmann, 1995), como pelos determinantes históricos, sociais e simbólicos que envolvem os processos de socialização. Para Berger e Luckmann (2001), a socialização primária é a que o indivíduo experimenta na infância e o torna membro da sociedade. Para os autores, a socialização nunca é total nem jamais estará acabada, entretanto, a fase primária terminaria quando o conceito do outro foi estabelecido na consciência do indivíduo e o mundo passa a ser percebido de forma mais universal; a criança é introduzida em um mundo social mais amplo, interioriza submundos institucionais, ou baseados em instituições, e conhecimentos gerados e institucionalizados pela sociedade. A socialização secundária compreende qualquer processo subsequente que introduz um indivíduo já socializado em novos setores do mundo objetivo da sociedade e, na visão dos autores, tem suas raízes na divisão do trabalho, porque exige vocabulários específicos de funções e interiorização de campos semânticos que estruturam uma instituição. Portanto a socialização secundária se daria em realidades parciais contrastando com a socialização primária. Pressupõe-se um conhecimento anterior do indivíduo, uma personalidade formada anteriormente pela socialização primária, assim como necessidades técnicas diferenciadas conforme o conteúdo a ser aprendido.

O homem enquanto ser genérico se socializa nas relações outros homens e em sociedade. É um processo de interação social que, para Berger e Luckmann (2001), ocorre na situação de estar face a face com o outro e no convívio com outras pessoas. Esse encontro face a face, segundo os autores, irão gerar os padrões do indivíduo frente ao outro, o que eles designam de tipificações, isto é, os papéis ou tipos assumidos pelos indivíduos na vida cotidiana. Em situações de interação entre os indivíduos, estas tipificações são internalizadas e a realidade da vida cotidiana é apreendida.

Em sua teoria do grupo de referência, Berger (1973) observa o papel representado pela coletividade na interiorização dos indivíduos que se unem a diferentes grupos similares, no trabalho, na escola, na igreja e, por meio destes grupos, seguem idéias e ações específicas preestabelecidas pela coletividade. A opinião do grupo irá afetar as opiniões individuais. Berger e Luckmann (2001) afirmam que o homem não nasce membro de uma determinada sociedade, mas com predisposição para a sociabilidade e para se tornar membro dessa sociedade. Para os autores, interiorização é o ponto inicial deste processo, a saber, a apreensão ou interpretação imediata de um acontecimento objetivo como dotado de sentido, isto é, a apreensão do mundo como realidade social dotada de sentido.

Resgatando a teoria sociológica de Simmel (1908, *In Moraes Filho (org.)*, 1983) sobre interação, sociação e sociabilidade, o autor nos explica que a interação entre os indivíduos se dá a partir de certos impulsos ou em função de determinados propósitos que fazem com que “o homem viva com outros homens, aja por eles, com eles, contra eles, organizando desse modo, reciprocamente, as suas condições – em resumo, para influenciar os outros e para ser influenciado por eles” (págs. 165 e 166). Os impulsos, os propósitos e os interesses individuais fazem com que os indivíduos interajam e construam uma “unidade social” ou a “sociedade”. A ação de influenciar e ser influenciado é denominada por Simmel como sociação, mas o autor destaca que de forma isolada estas motivações individuais não representam fatores sociais; somente quando transformam um agregado de indivíduos isolados em “formas específicas de ser com e para um outro”, ou seja, somente quando ocorre a interação entre os indivíduos é que se dá sociação. Sendo assim, na definição de Simmel, a sociação é a forma pela qual os indivíduos se agrupam em unidades que satisfazem seus interesses. A sociação pode se dar de inúmeras maneiras diferentes e os interesses podem ser características diversas, como exemplifica Simmel, “sensuais ou ideais, temporários ou duradouros, conscientes ou inconscientes, causais ou teológicos” (pág. 166).

A sociedade, de acordo com Simmel, não é algo feito, acabado ou estático. Mas, ao contrário, é um fluxo incessante de fazer-se, desfazer-se e refazer-se, cujos laços que “atam” os indivíduos são feitos, desfeitos e refeitos em uma

continua fluidez. O próprio conceito de “sociação” (em alemão *vergesellschaftung*) significa um “vir a ser da vida social”, um processo sempre em via de se tornar, um fazer-se sociedade. Ou seja, a sociação para Simmel significa, antes de tudo, o caráter relacional que subsiste enquanto motor da interação entre os indivíduos; a sociedade como parte da interação, e não ao contrário. Assim, é através da sociação que os indivíduos passam a fazer parte, e produzir e reproduzir, o que chamamos de sociedade. Simmel concede a sociedade como interação de indivíduos, isto é, uma ação recíproca que transforma uma simples soma de seres humanos em sociedade. Trata-se do processo pelo qual os indivíduos estabelecem relações e laços e se tornam membros da sociedade. Na visão de Simmel, o social não é apenas composto por interações duradouras e estáveis, expressas em formas bem delimitadas como a família, o Estado e as classes. Para o autor, há incontáveis modos de relações aparentemente insignificantes, mas que sustentam a sociedade como a conhecemos. Portanto, sempre que houver indivíduos que se encontrem em reciprocidade de ação, seja ela permanente ou passageira; com, contra ou pelos outros; pode-se falar em sociedade.

Já a sociabilidade se daria por uma sociação sem comprometimento maior com o seu conteúdo, ou seja, com os interesses dos indivíduos envolvidos. O objetivo principal da sociabilidade seria a unidade e o convívio social, ou seja, a existência da vida societária em si já seria um valor entre seus participantes, que seriam impelidos para essa forma de existência, ou ganharia vida própria, como cita Simmel, se liberando dos laços com os conteúdos e existindo por si mesmas e pelo fascínio que difundem pela própria liberação destes laços. Simmel denomina o “impulso da sociabilidade” a motivação que “extraí das realidades da vida social o puro processo da sociação como um valor apreciado, e através disso constitui a sociabilidade no sentido estrito da palavra” (pág. 169).

Entretanto, quando focamos o nosso olhar para a sociabilidade promovida pelo sexo feminino no âmbito do ciberespaço e, em particular, no site de rede social *Facebook*, evidentemente que nos deparamos com características e adaptações específicas ao ambiente digital por parte da apropriação realizada pelo grupo observado. Recuero (2012) destaca que, apesar de ser o gênero mais básico

e mais primário da interação humana, a conversação é afetada por seu contexto imediato e pelas tecnologias que a sustentam, registram e atualizam as reelaborações pelas quais passam esse gênero. Sacks, Schegloff e Jefferson (1974 *apud* Recuero, 2012, p. 9) consideraram a conversação como o gênero mais básico e a pedra sociológica fundamental da interação humana; assim como Bakhtin (1953 *apud* Recuero, 2012, p. 9) analisou a conversa como sendo um dos gêneros primários mais ligados às esferas do discurso cotidiano.

Recuero (2012) destaca que as ferramentas computacionais há muito deixaram de ser apenas ferramentas e evoluíram para “espaços conversacionais” importantes que reelaboram os modelos de conversação já conhecidos que passam a ter outras feições. Para Recuero (2012) a apropriação das ferramentas de comunicação mediadas pelo computador (CMC) para fins de sociabilidade, configurando espaços para promoção de práticas sociais de conversação e estabelecimento/manutenção de laços sociais, nos faz estar diante de um novo “ser” social que possuem impactos variados na sociedade contemporânea a partir das práticas estabelecidas no ciberespaço.

Já Sherry Turkle (2011), psicóloga e pesquisadora americana que há mais de 15 anos estuda os efeitos do relacionamento dos indivíduos com as tecnologias computacionais e suas vidas conectadas – autora dos livros *Second Life, A vida no Ecrã* e *Together Alone* -, afirma que os dispositivos tecnológicos, em especial os móveis que acompanham os indivíduos em todas as suas atividades, são tão potentes psicologicamente que não apenas modificam o que os indivíduos fazem, mas os modificam como pessoas, os tornando outros indivíduos. Turkle (1997 e 2011) ressalta que atividades comuns que fazemos agora através dos dispositivos tecnológicos, há alguns anos atrás seriam vistos como estranhos ou perturbadores, e, por outro lado, rapidamente se tornaram familiares como se sempre fizeram parte de nossas vidas.

Para facilitar a análise das interações e conversações no *Facebook* das participantes do grupo observado - já que são usuárias ativas do com um grande volume diário de publicações e interações, e para que pudesse haver uma análise tanto qualitativa quanto quantitativa dos dados, solicitei a um profissional de informática o desenvolvimento de um sistema exclusivo para a minha pesquisa

que me possibilitasse de forma organizada e de fácil acesso o armazenamento, a categorização e o cruzamento dos dados capturados. O sistema foi desenvolvido utilizando a linguagem de programação em *Java* e pode ser executado em um servidor Web com suporte a Java. O padrão utilizado para os arquivos foi o “xml” para facilitar a importação das informações por outros sistemas, se houvesse necessidade. Também foram desenvolvidos relatórios para listar as informações relacionadas às publicações das mulheres observadas na pesquisa, como os *posts* mais curtidos e com o maior número de comentários, por exemplo.

A ação de “curtir” uma publicação é uma das interações mais populares no *Facebook*. Através da opção “Curtir” existente abaixo de todas as publicações, o usuário “curte” os conteúdos que gosta. Trata-se quase de uma moeda de valor no site de rede social, quanto mais “curtidas” uma publicação tiver, equivale ao índice de concordância que o conteúdo obteve entre os “amigos”. “Comentar” é outra ação disponível para todas as publicações feitas no *Facebook*. Ao clicar na opção “comentar”, os “amigos” publicam conteúdos associados à publicação principal.

A 1ª etapa de utilização do sistema foi o cadastramento dos dados das mulheres que formaram o grupo de observação como o Nome, a Escolaridade, a Profissão, o Tempo de *Facebook*, a Idade e o Estado Civil.

Figura 1 – Tela Inicial do Sistema para Cadastro das Participantes do Grupo de Observação

Projeto Luciana

Usuário Post Lista Posts Relatórios

Nome: Sara

Escolaridade: Pós Graduação

Profissão: Psicóloga

Tempo de FB: 32 Em Meses

Idade: 35

Sexo: Feminino Estado Civil: Casado

Salvar Listar Usuarios Excluir Usu...

Nome	Sexo	Escolaridade	Estado Civil	Tempo de FB	Escolaridade	Codigo

Em seguida, durante 60 dias consecutivos, no período de 01 de agosto de 2012 a 30 de setembro de 2012, registrei diariamente as publicações das participantes no *Facebook* associadas ao cadastro já realizado no sistema.

Durante este trabalho de armazenamento diário durante 60 dias consecutivos, foram cadastrados os seguintes dados referentes às publicações: a data e o horário em que foi feita a publicação, o assunto, o texto ou a descrição da imagem ou do vídeo, quantas “curtidas” a publicação recebeu, os nomes das pessoas que “curtiram”, quantos comentários a publicação recebeu e os nomes das pessoas que realizaram os comentários.

Figura 2 – Tela do Sistema para Armazenamento das Publicações e suas Principais Características

The screenshot shows a web application window titled "Projeto Luciana". It has four tabs: "Usuário", "Post", "Lista Posts", and "Relatórios". The "Post" tab is active. The form is titled "Usuário FB:" and contains the following fields and elements:

- Data / Hora do Post:** A date and time selector showing "20 / 08 / 2012 - 23 : 14".
- Post - Assunto:** A text input field containing "Sentimentos Pessoais".
- Text Area:** A large text area containing the following text:
"Aprender a sentir a saudade saudável da pessoa que não mais está ao seu lado é um desafio na vida. É uma lição de desprendimento, respeito pelas decisões do outro, compreensão do ciclo natural da vida, amor ao livre arbítrio. Para alguns, demora. Ainda estudo para gabaritar essa prova. Sei que um dia conseguirei. Amei!!!"
Below the text is the attribution "By Janaina Duque".
- Pessoas que Curtiram:** A section with a label "Pessoas que Curtiram" and a "Quanto Curtir" input field with the value "6".
- List of Users:** A scrollable list of names: Carla Lima, Gabrielle Pires, Gyula da Conceição, Erika Percine, Helena Barbosa, and Rui Junior.
- Pessoas que Comentaram:** A section with a label "Pessoas que Comentaram - Quantidade de Comentário" and an input field with the value "0".
- Buttons:** A "Salvar" button is located at the bottom left of the form.

A partir deste cadastramento, pude criar um banco de dados com todas as publicações e interações realizadas pelas dez mulheres no período de 01 de agosto de 2012 a 30 de setembro de 2012. No final do período de cadastramento, obtive o armazenamento de 450 publicações principais e todos os seus dados secundários associados para análise.

Graças ao desenvolvimento e utilização desta ferramenta de armazenamento e tratamento dos dados, pude identificar e observar diversas características relativas às publicações e às interações das participantes no *Facebook* permitindo reconhecer e entender como se dá a sociabilidade destas mulheres no site de rede social.

Através do cadastramento e do tratamento dos dados armazenados no sistema desenvolvido, pude identificar os temas abordados e os que são mais freqüentes nas publicações das mulheres através da categorização das mesmas; quais os estilos e formatos de texto e conversação praticados por estas mulheres; os tipos de “amigos” que interagem e os que o fazem com mais freqüência com cada participante; quais os assuntos que geram maior retorno e interação na rede de “amigos”; quais os horários e dias de semana preferidos pelas mulheres para realizar publicações e interações no *Facebook*; e todas as peculiaridades existentes nesta nova forma de sociabilidade que serão apresentadas ao longo deste trabalho. Através da observação e da identificação de todos estes dados pude perceber e compreender como se dá, quais as principais características e também quais as finalidades da sociabilidade destas mulheres no *Facebook*

Todo este trabalho de armazenamento e tratamento dos dados e de realização das entrevistas foi suportado pelo estudo teórico realizado previamente e durante todo o período de desenvolvimento da observação, fundamental para o refinamento do objetivo desta pesquisa e de seus desdobramentos, para a análise e a reflexão dos dados coletados e para as conclusões que serão apresentadas ao final do trabalho.