

### 3.

## O Imperativo da Visibilidade no *Facebook* – Curtir, Comentar e Compartilhar

A visibilidade, a exposição de si e a espetacularização da vida cotidiana são hoje características marcantes da sociedade contemporânea, seja dentro ou fora da Internet. Sibilia (2003) denomina esta necessidade de exposição pessoal da nossa sociedade, que seria uma consequência direta do fenômeno globalizante que exacerba o individualismo, de “imperativo da visibilidade”. É preciso ser visto para que sua existência seja validada como tal e os sites de redes sociais, como o *Facebook*, parecem oferecer a fórmula perfeita para satisfazer este anseio contemporâneo.

São diversos fatores associados que tornam o *Facebook* um espaço apropriado para a prática da visibilidade; desde a sua estrutura física, como o mecanismo automático de exibição e atualização do conteúdo, conhecido como *Feed* de Notícias, e seus recursos de “curtir”, “comentar” e “compartilhar”, até a existência da “rede de amigos” e o grau de confiabilidade e segurança que as pessoas depositam no site ao incorporá-lo como mais um meio de comunicação e relacionamento em suas vidas. Segundo Ellison, Steinfield e Lampe (2007) afirmam que a maior motivação para o uso do *Facebook* é a manutenção ou o fortalecimento de relacionamentos existentes pessoalmente em detrimento a busca por conhecer novas pessoas e estabelecer novos relacionamentos. Dwyer, Hiltz e Passerini (2007) defendem que o grau de confiança relativo ao site de rede social afeta diretamente a disposição dos usuários em compartilhar informações. Através de pesquisas realizadas, os autores concluíram que os usuários do *Facebook* são mais dispostos a compartilhar informações pessoais do que os usuários do *MySpace*, por exemplo.

Apesar da rede de relacionamentos das mulheres existente no *Facebook* ser denominada pelo site como “rede de amigos”, a sua constituição é muito mais abrangente e flexível do que o grupo de pessoas com quem as mulheres realmente possuem um relacionamento de amizade, considerando o conceito tradicional que temos de amizade, ou seja, um relacionamento que envolve intimidade, proximidade e confiança. Portanto, a denominação mais adequada para a rede de

relacionamentos das mulheres no *Facebook* seria “rede de contatos” ou “rede de conexões”. A “rede de amigos” do *Facebook* é construída através do envio e do recebimento de convites entre os usuários que podem se “encontrar” através da busca pelo nome e sobrenome ou do email. O próprio site também indica pessoas que podem ser conhecidas do usuário através de informações em comum, como local onde trabalham ou a escola que estudaram, ou pelo número de conexões que as pessoas têm em comum.

Como o número de “amigos” existentes em sua rede está diretamente relacionado à possibilidade de visibilidade e popularidade, criou-se uma cultura no *Facebook* de que devem constituir a “rede de amigos” tanto conexões sociais caracterizadas como laços fortes quanto as caracterizadas por laços fracos, que inclusive são a maioria. Isto é evidente ao ser verificado o número de contatos que as mulheres observadas possuem em suas redes de relacionamento. **Esther**, que possui a menor rede de relacionamento, está conectada a 205 pessoas através do *Facebook*. Já **Mirela**, que possui a maior rede, está conectada a 1.434 pessoas. Mesmo no caso de Esther, que possui a menor rede de relacionamento entre as mulheres observadas, é humanamente impossível se manter um relacionamento de amizade (laço forte) com este número de pessoas. Recuero (2005) define como laços fortes os relacionamentos que necessitam investimento das partes e tempo para se estabelecerem; se caracterizam pela intimidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas; e se constituem em vias mais amplas e concretas para as trocas sociais. Já os laços fracos seriam os relacionamentos caracterizados por relações esparsas que não traduzem proximidade e intimidade e possuem trocas mais difusas.

Esta diversidade de graus de relacionamentos em sua rede de “amigos” no *Facebook* é reconhecida pelo grupo de mulheres observado. Ao serem solicitadas a definirem que eram as pessoas que faziam parte de suas redes de “amigos”, todas elas admitiram a existência de poucos amigos e muitas pessoas com quem tiveram algum tipo de relacionamento e/ou contato que não necessariamente foi estabelecido um vínculo mais próximo e íntimo.

Quadro 1 – Relato das Mulheres sobre os Tipos de “Amigos” Existentes em sua Rede de Relacionamento no *Facebook*

Valéria	“Amigos mesmo, de estar comigo sempre, são poucos.”
Camila	“Não sei dividir e nem classificar estas pessoas.”
Mirela	“Amigos de trabalho, de infância, da escola, de viagens, alunos, família, etc.”
Beatriz	“Amigos de escola, faculdade, família e pessoas do trabalho atual e anteriores.”
Amanda	“Amigos de verdade, colegas de trabalho (atual e antigos), ex-colegas de colégio, faculdade e curso, além de contatos que tive brevemente ao longo da vida, como amigos de amigos que conheci em festas e eventos de qualquer natureza.”
Sara	“Só adiciono amigos e colegas, pessoas que conheço que já tive alguma relação.”
Esther	“Amigos, conhecidos e amigos dos amigos.”
Cristina	“São amigos e pessoas que conheço pessoalmente. Todos.”
Márcia	“Alguns são amigos mesmo, outros são ex-alunos, parentes do meu marido (que são muitos!) e pessoas de movimentos sociais que são apenas conhecidos.”
Cinthia	“Poucos são de fato amigos.”

Esta cultura ou necessidade de se ter na rede de “amigos” do *Facebook* relacionamentos laços fortes e laços fracos é justificada pela teoria do sociólogo Mark Granovetter (1973) que defende que os laços fracos (*weak ties*) seriam muito mais importantes na manutenção de uma rede social do que os laços fortes (*strong ties*). Granovetter mostrou que pessoas que compartilhavam laços fortes (de amigos próximos, por exemplo) em geral participavam de um mesmo círculo social (de um mesmo grupo que seria altamente *clusterizado*). Já aquelas pessoas com quem se tinha um laço mais fraco eram justamente importantes porque conectariam vários grupos sociais. Portanto, sem os laços fracos, os vários *clusters* existiriam como ilhas isoladas e não como rede. Portanto, a popularidade e a visibilidade são valores diretamente relacionados aos laços fracos, já que estão associados à quantidade, e não à qualidade, das conexões. Um nó mais centralizado na rede é mais popular, porque há mais pessoas conectadas a ele e, por conseguinte, esse nó poderá ter uma capacidade de influência mais forte que outros nós na mesma rede, inclusive podendo esta influência e popularidade se expandir para o mundo *offline*. (Recuero, 2011).

Na verdade o que se vê nas redes sociais das mulheres participantes desta pesquisa, e dos usuários do *Facebook* em geral, é uma existência de laços fortes e fracos (Granovetter, 1973) já que é uma conduta “aceitar amizade” de pessoas de diferentes graus de relacionamento e proximidade, desde um conhecido distante a um familiar bem próximo.

A existência de laços forte e fracos no âmbito do *Facebook* vai ao encontro do pensamento de Granovetter (1973) que defende que nos amplos setores da comunidade e da sociedade em geral, os laços ligados ao ego – os laços fortes – não são suficientes. Tais setores exigiriam também os contatos distantes do ego, ou seja, os contatos indiretos construídos através de pontes. Assim, os laços sociais teriam importância não apenas na manipulação egocêntrica da rede, mas também como canais através dos quais as idéias, as influências ou informação social distante do ego poderiam alcançá-lo. A teoria de Granovetter (1973) reafirma, mais uma vez, a importância da grandeza e da diversidade da rede social para se obter o melhor resultado na utilização de um site de rede social: conexões, acesso a informações, liderança e visibilidade, dentro e fora da Internet.

As mulheres observadas mostraram durante as entrevistas que têm consciência que a sua “rede de amigos” no *Facebook* é formada na grande maioria por conhecidos e que o número de familiares e amigos “reais” é minoria, o que parece desmistificar uma das principais críticas aos sites de redes sociais de que seus usuários estariam vivendo uma ilusão de amizade e relacionamento. A minha percepção é que as mulheres conseguem distinguir perfeitamente o que seriam “os amigos” do *Facebook* e os “amigos” reais, se assim podemos denominá-los, que também fazem parte da “rede de amigos” do site. Os “amigos” do *Facebook* representariam outra ordem de relacionamento, isto é, estão ali em busca da sociabilidade mencionada por Simmel, ou seja, estão ali pelo ato de se sociabilizar acima de tudo. O que importa é a troca, a conversação, o diálogo. O conteúdo está em segundo plano. Desta forma, comentar a viagem de férias do colega da escola, de quem as mulheres não tinham notícia e não se relacionavam há décadas, ou do colega de departamento do trabalho atual não parece fazer muita diferença.

O maior reflexo que temos observado em relação a este agrupamento de conexões de diversos graus de relacionamento na “rede de amigos” do *Facebook*, como ressaltam Boyd e Donath (2004 *apud* Carneiro, 2012, p. 81), é a eliminação das barreiras de privacidade que os indivíduos mantêm entre os diferentes aspectos de suas vidas fora do site de rede social. Apesar do recurso existente no *Facebook* de criação de listas e grupos para segmentação, o que percebemos é que seus usuários, como as mulheres observadas nesta pesquisa, não o utilizam, ou seja, não existe a preocupação em preservar sua privacidade para este ou aquele grupo dependendo do assunto que está sendo publicado. Independente do tipo de contato (que são oriundos de diversos setores, como profissionais, familiares e relacionamentos de amizade) e do tipo de conteúdo, todos vêem e tomam conhecimento de tudo. Como observa Kramer-Duffield (2010 *apud* Carneiro, 2012, p. 72), o antagonismo entre a necessidade de compartilhamento de conteúdo e a necessidade de se preservar a privacidade é o grande paradoxo da existência e utilização das redes sociais.

No caso das mulheres observadas, elas compartilham suas publicações com os filhos adolescentes, com os chefes e/ou funcionários, com os colegas de trabalho, com clientes, fornecedores, maridos e/ou namorados, professores dos filhos, familiares e inclusive com os amigos. A vida destas mulheres que é exposta e compartilhada no *Facebook* tornou-se literalmente “um livro aberto”. Camila, que é microempresária de bijouterias e possui em sua “rede de amigos” clientes junto com amigos e familiares, mencionou durante as entrevistas que a exposição na rede social de vários aspectos da sua vida pessoal fez com que se aproximasse mais de seus clientes, que até então mantinha um relacionamento estritamente profissional. Independente do julgamento de valor, é fato que existem muitas implicações nesta realidade. Por um lado temos uma exposição da intimidade para um grupo bem maior o que pode estimular o relacionamento e a proximidade entre algumas pessoas que, na correria do dia-a-dia ou no distanciamento geográfico, não teriam esta possibilidade. Por outro lado, estas mulheres passam a permitir e receber um controle e uma vigilância maior dos aspectos de suas vidas compartilhados no *Facebook* por pessoas de diversos graus de relacionamento e intimidade.

A página principal do *Facebook*, conhecida como *Feed* de Notícias, funciona como um painel ou mural de informações que é montado e atualizado automaticamente pelo *site* de acordo com as publicações dos “amigos” que fazem parte da rede do usuário. Desta forma, a não ser que existam dois usuários com uma rede de amigos exatamente idêntica, o *feed* de notícias é uma página personalizada de cada usuário, dificilmente uma será igual à outra.

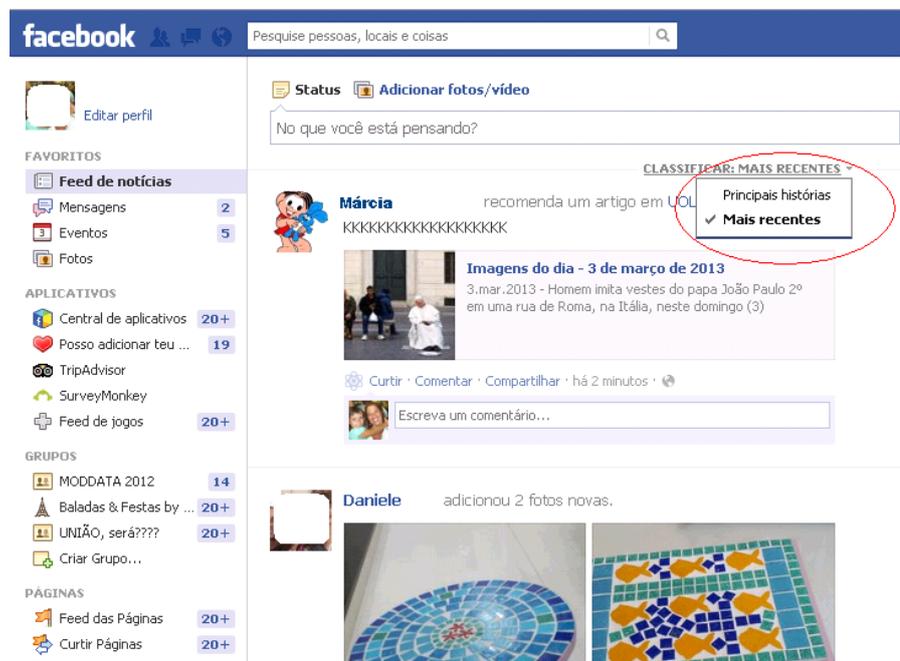
As atualizações das publicações no *Feed* de Notícias são grandes motivações para que as pessoas acessem várias vezes ao dia o *Facebook* e produzam mais conteúdo, criando um ciclo sem fim (Burkle, Marlow e Lento, 2009 *apud* Carneiro, 2012, p. 85). Ao verem que seus contatos compartilharam novas informações, os usuários são incentivados a realizar novas publicações, seja através do compartilhamento da publicação para que apareça no *Feed* de Notícias de seus “amigos”, por meio da ação “curtir” ou pela publicação de um comentário associado ao conteúdo principal. Direcionando o nosso olhar para a realidade das mulheres observadas, com uma média de 670 contatos em sua rede de amigos, mesmo considerando que uma parte deles não realize qualquer publicação e/ou interação no site, é possível imaginar o volume e a frequência de atualização de conteúdo no *Feed* de Notícias de cada uma delas. O *feedback*, isto é, a troca de mensagens, é a principal característica da comunicação mediada pelo computador e, sem ele, estaria condenada a não existir já que não existem os recursos sociais disponíveis em contextos de presença física imediata; portanto, é através da geração de conteúdo que as mulheres se fazem existir e serem vistas no site de rede social.

Ao serem perguntadas sobre o que mais lhes atraiem no *Feed* de Notícias, as mulheres responderam em primeiríssimo lugar “saber notícia dos amigos”. Em seguida, “publicações divertidas” e empatados por último, fotos e conteúdo jornalístico fornecido por páginas de veículos de comunicação tradicionais que podem ser “assinadas” pelos usuários para receberem notícias, artigos e reportagens em seu *Feed* de Notícias. “Muitas vezes me informo pelo *Face*”, afirmou uma delas.

O formato da visualização do *Feed* de Notícias pode ser definido pelos usuários através do formato de classificação do conteúdo, que pode ser por “Mais

Recentes” ou “Principais Histórias”, opções disponíveis na parte superior da página, acima das publicações, conforme mostrado na próxima figura.

Figura 1 – *Feed* de Notícias e as Opções de visualização

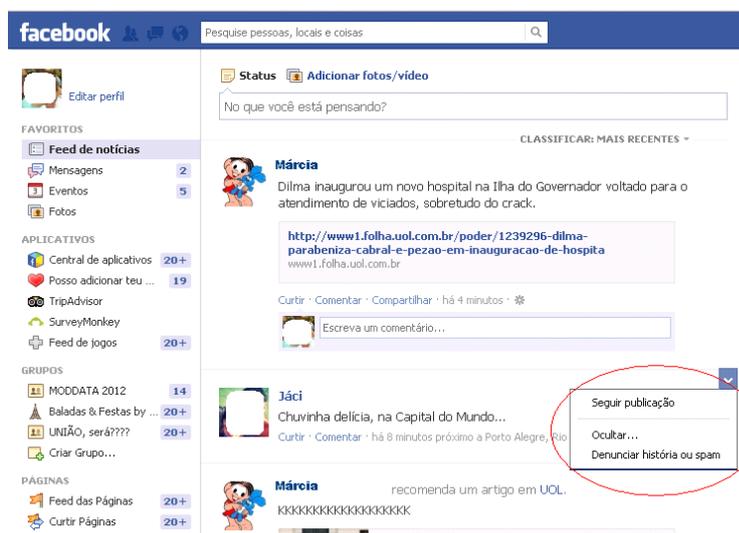


Se o usuário optar pela visualização “Mais Recentes”, as publicações são exibidas em ordem cronológica, da mais recente para a mais antiga. Se escolher a opção “Principais Histórias”, as publicações são exibidas de acordo com a repercussão que tiveram, ou seja, os conteúdos são exibidos de acordo com a priorização do número de comentários e de “curtidas” que receberam. Os mais populares neste sentido são considerados os mais importantes ou as histórias principais.

Outros recursos disponíveis no *Feed* de Notícias em relação à exibição e visualização dos conteúdos são “Seguir Publicação”, “Ocultar” e “Denunciar história ou spam” que estão disponíveis ao lado de cada publicação, conforme mostrado na próxima figura. Ao selecionar a opção “Seguir publicação”, o usuário passa a ser notificado de todos os comentários que serão realizados associados àquela publicação, ou seja, é possível acompanhar o desdobramento daquele assunto no site. A opção “Ocultar” faz com que a publicação desapareça do *Feed*

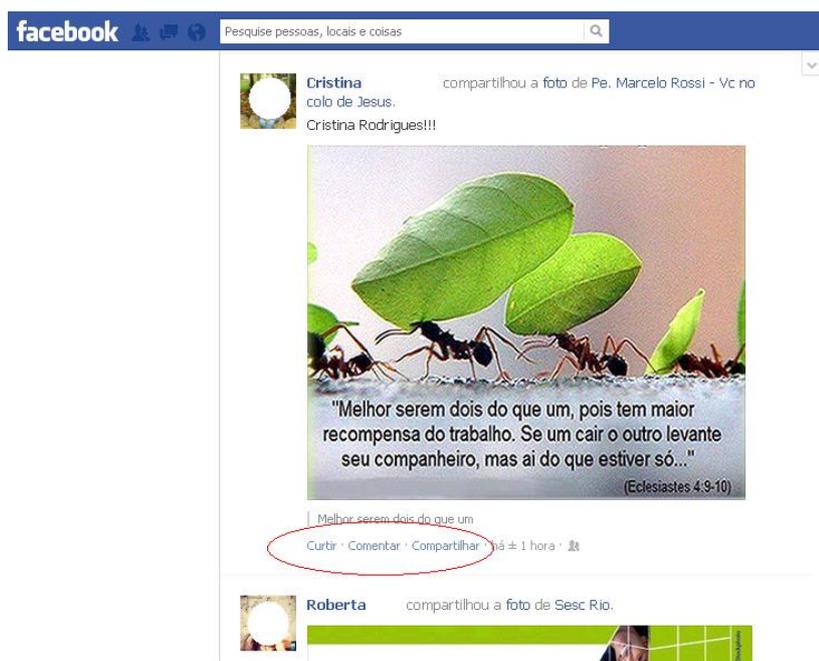
de Notícias e a “Denunciar história ou spam”, além de também excluir o conteúdo, gera uma solicitação de monitoramento do usuário responsável pela postagem por parte dos administradores do *Facebook*.

Figura 2 – Recursos do *Feed* de Notícias



As opções “Curtir”, “Comentar” e “Compartilhar” estão disponíveis abaixo de cada uma das publicações do *Feed* de Notícias tornando a interação e a produção de novos conteúdos no site uma prática bastante fácil e ágil.

Figura 3 – Opções “Curtir”, “Comentar” e “Compartilhar”



Outro mecanismo propiciado pelo *Facebook* que contribui para a geração de conteúdo é a divulgação das ações de “curtir” e “comentar” no *Feed* de Notícias de todos os “amigos” do usuário que as realizou. Ou seja, sempre que uma pessoa “curte” ou “comenta” uma publicação, todos os seus “amigos” ficam sabendo através do *Feed* de Notícias, como pode ser observado nas próximas figuras.

Figura 4 – Divulgação automática das publicações “curtidas” no *Feed* de Notícias



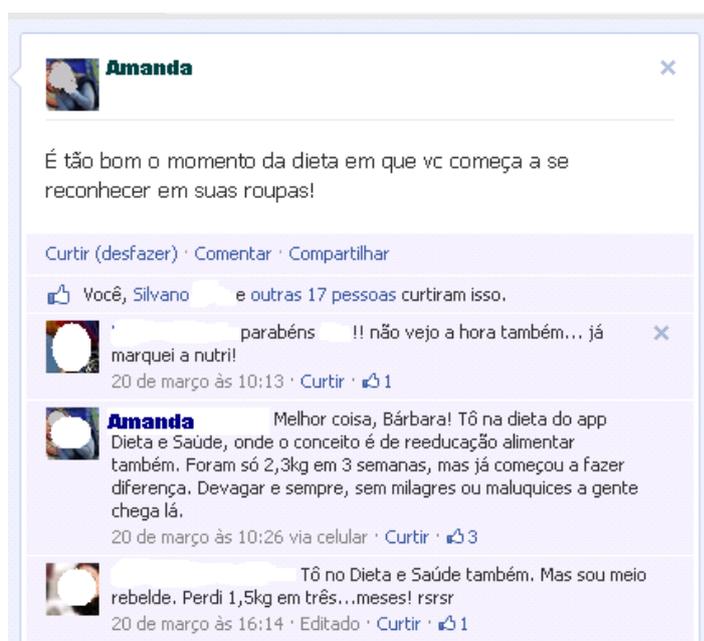
Na figura acima pode ser observada a exibição no *Feed* de Notícias de uma ação de “curtir” realizada por **Cinthia** a uma divulgação de uma festa e na figura abaixo é demonstrada a ação feita por **Esther** de incluir um comentário numa publicação feita por Angélica, apresentadora do programa Estrelas da Rede Globo.

Figura 5 - Divulgação automática das publicações “comentadas” no *Feed* de Notícias.



A visibilidade promovida pelas mulheres observadas neste trabalho não se limita à exposição de suas redes sociais e de sua sociabilidade, como seria, a princípio, a finalidade um site de rede social. Além de dar visibilidade às suas conexões sociais, as mulheres se apropriaram do *Facebook* para a construção simbólica da sua identidade e para promoção e valorização da sua vida cotidiana.

Figura 6 - Post Amanda – 20/03/13 – às 10:09.



Este *post* de **Amanda** é um exemplo da exposição de si. Em poucas palavras ela divulga para sua rede de “amigos” do *Facebook* que está de dieta, que

já conseguiu perder peso, que já está conseguindo vestir suas roupas antigas e que está muito feliz por isso. A mensagem publicada por **Amanda** é um exemplo de como a exposição das mulheres no *Facebook* é um instrumento de construção e reforço da identidade feminina na contemporaneidade. No caso de Amanda, é percebida a preocupação com os padrões estéticos direcionados para a mulher moderna, como a necessidade de se estar magra para se sentir bonita e feliz.

Figura 7 - Post Camila - 17/03/13 – às 15:10



Neste *post*, **Camila**, que mora sozinha, compartilha a experiência do almoço em casa com duas primas que foram visitá-la. O que pode ser considerado como um episódio corriqueiro da vida cotidiana, é celebrado por Camila através do *Facebook*.

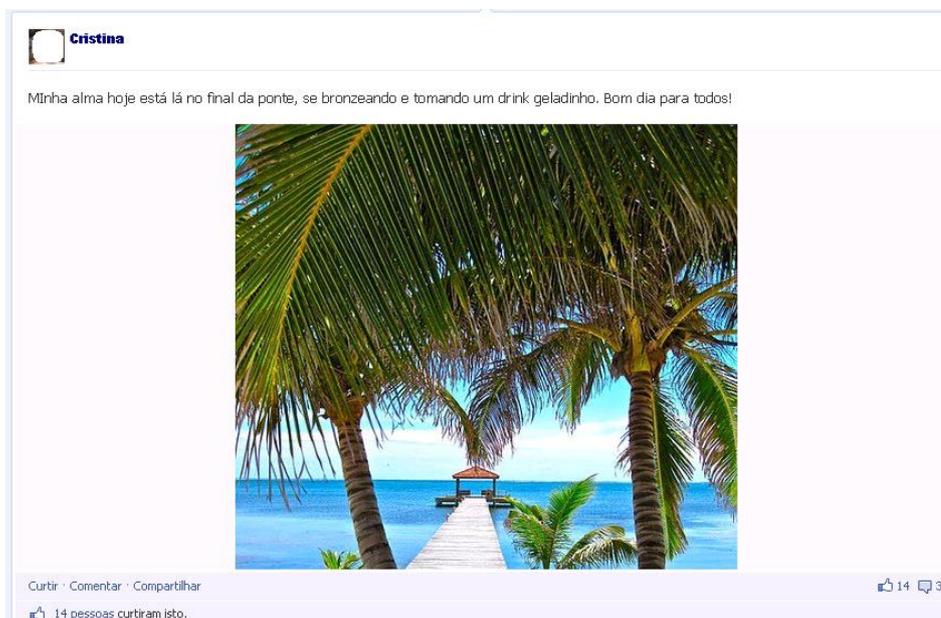
Devido as suas características, a exposição de si e a celebração da vida cotidiana promovidas pelas mulheres no *Facebook* foram identificadas nesta pesquisa em duas categorias: “Exposição Pública” e “Exposição Privada”. Apesar da redundância entre as palavras “exposição” e “pública” e do paradoxo entre “exposição” e “privada”, optei por categorizá-las desta forma, me apoderando de

certa “licença poética”, pois acredito serem as denominações mais adequadas para o que observei.

A “Exposição Pública” refere-se às publicações das mulheres sobre fatos e acontecimentos localizados em sua esfera pública, como, por exemplo, a realização de uma viagem ou a mudança de um emprego. Apesar de serem relatos pessoais, o são de fatos que ocorrem no âmbito da vida pública destas mulheres, que, independente do *Facebook*, seriam expostos e conhecidos no ambiente social em que elas estão inseridas.

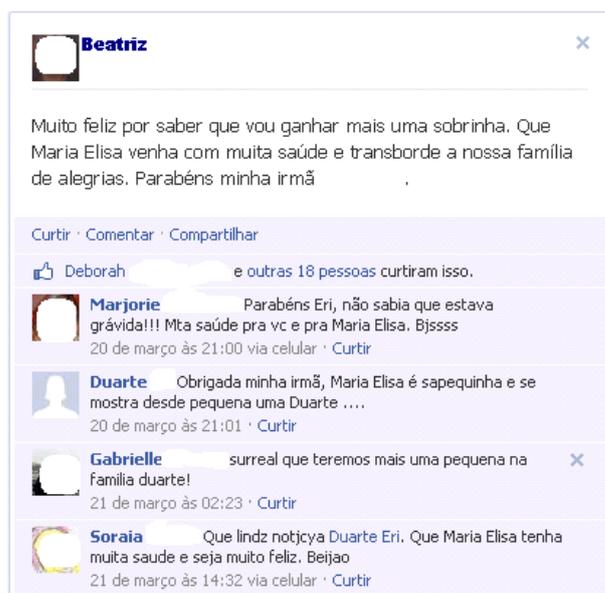
Evidentemente que a exposição no *Facebook* potencializa a divulgação e o conhecimento devido à agilidade na comunicação e ao alcance da audiência muito maior que o site oferece. No *post* abaixo, Cristina compartilhou com seus amigos do *Facebook* um de seus momentos de sua viagem de férias.

Figura 8 - *Post* Cristina - 20/09/12 – às 10:49



No *post* abaixo, **Beatriz** divulga a notícia de que sua irmã está grávida e compartilha a felicidade por ganhar mais uma sobrinha.

Figura 9 - Post Beatriz - 20/03/13 – às 20:22



E no *post* abaixo, **Valéria** compartilha o seu momento de “tietagem” com o cantor Frejat.

Figura 10 - Post: Valéria – 24/11/12 - 00:35.



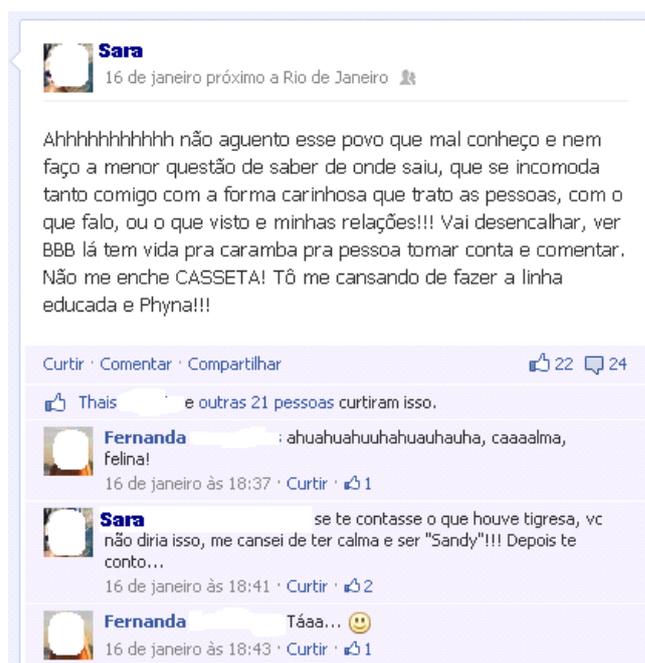
Todos os *posts* acima, apesar de estarem relacionados às vidas das mulheres que os publicaram, trazem, em comum, informações sobre fatos que se deram na esfera pública de suas existências. Como falamos anteriormente, é claro que ao compartilharem essas informações e fotos no *Facebook* multiplicam-se as proporções de visibilidade destes acontecimentos.

Já a “Exposição Privada” refere-se às publicações feitas pelas mulheres de conteúdos relacionados a acontecimentos de sua vida íntima e a pensamentos e sentimentos que estão localizados na esfera particular da vida destas mulheres. São conteúdos com certo teor de confidência que não seriam compartilhados no ambiente social em que estão inseridas, no máximo seriam comentados em uma conversa particular com uma pessoa com quem se tem bastante intimidade.

A “exposição privada” é a que mais se assemelha à prática bastante popular no séc. XIX da escrita de diários íntimos e troca de correspondências, devido ao tom confessional e de desabafo que ambas escritas de si possuem. Entretanto, autores como Sibilia (2008) e Coracini (2005) observam que existem muitas diferenças entre a escrita de si presente na Internet e a que era praticada no passado, a principal delas diz respeito à visibilidade e, conseqüentemente, à superficialidade das confissões. Ou seja, mesmo que hoje tenhamos um quê de intimidade na escrita de si compartilhada no *Facebook*, ela está longe de ter o mesmo grau de confissão íntima presente nas cartas e nos diários do passado.

As escritas íntimas e confessionais do passado exigiam a solidão do autor e uma distância espacial e temporal com relação ao destinatário das cartas e aos eventuais leitores dos diários, que só seriam lidos após a morte do autor caso este fosse uma figura célebre capaz de despertar o interesse póstumo. Já as escritas de si na Internet, apesar de manterem a característica da prática solitária, se dão no contexto da visibilidade total e numa distância espacial e temporal cada vez menor (Sibilia, 2008). Coracini (2005) ressalta que os diários-papel se caracterizavam pela narrativa do cotidiano de quem escrevia para si mesmo, num tom de extrema confidencialidade. Já os “diários” virtuais apresentam um tom confessional reduzido devido ao seu caráter “público.

Figura 11 – Post Sara - 16/08/12 – às 19:25



Neste *post*, **Sara** faz um desabafo sobre pessoas que parecem se incomodar com o seu jeito de ser. Vemos que é a exposição de um sentimento pelo qual ela está passando o que denota uma exposição de uma particularidade, entretanto, devido à visibilidade do *Facebook*, ela não cita nomes o que comprova a redução do tom confessional.

Figura 12 - Post Cristina - 19/03/12 – às 08:19.



Neste *post* de **Cristina**, novamente vemos uma preocupação em não expor totalmente a informação. Ela não cita nomes, apenas dar a entender a presença positiva de uma pessoa em sua vida.

No *post* abaixo, **Beatriz** faz um comentário sobre um momento tenso em que está passando e que não a está deixando relaxar, mas não dá detalhes sobre o que está lhe causando a tensão. Como foi possível observar nos *posts* acima, é muito comum as publicações de “exposições privadas” terem um caráter bastante dúbio e subjetivo, com mensagens subliminares que podem ser interpretadas de diversas maneiras.

Figura 13 - *Post* Beatriz - 23/01/13 – às 23:51 via celular.



Outro hábito bem comum entre as mulheres, ainda na categoria “exposição privada”, é a realização de declarações de amor ou felicitação de aniversário, que deveriam ser direcionadas apenas ao destinatário da mensagem (por email ou por uma mensagem particular), através do *Facebook* permitindo que toda a rede de “amigos” tome conhecimento. Vale ressaltar que o *Facebook* oferece a

possibilidade de interação através da troca de mensagens privadas conhecida como Bate-Papo - recurso bem similar aos recursos de *chat* bastante utilizados antes do surgimento dos sites de rede social, como o *MSN* e o *ICQ* -, onde o conteúdo das mensagens fica disponível apenas para os usuários envolvidos na interação que pode ser entre dois usuários apenas ou vários; e, apesar disto, as mulheres optam pela falta de privacidade, ou seja, pela visibilidade de suas mensagens. Esta é a maior prova do valor e do peso que a visibilidade possui no âmbito do *Facebook*. Como explica Haythornthwaite (2005), a escolha pela exposição pode ser compreendida pelo fato de que, nos sites de rede social, o que se busca é a “visibilidade” das relações e não apenas o relacionamento em si.

Figura 14 - Post Cristina - 21/03/13 – às 11:23



No exemplo acima, **Cristina**, através da publicação de uma mensagem carinhosa, parabeniza a sobrinha pelo dia do aniversário.

Já **Beatriz** (abaixo) faz uma declaração de amor para o marido em comemoração aos 09 anos de relacionamento.

Esta prática das mulheres denota a importância da visibilidade da declaração para que ela ganhe sua devida importância. A mesma declaração poderia ter sido feita através de uma mensagem particular, de um cartão ou bilhete, mas, sem a visibilidade propiciada pelo *Facebook*, parece que a mesma não teria o mesmo valor.

Figura 15 - Post Beatriz – 23/04/2012 – 01:06.

**Beatriz**  
23 de abril de 2012

Fazem 9 anos hoje que você foi me buscar no aeroporto e trocamos nosso primeiro beijo. Nunca mais nos largamos. De lá pra cá muita água rolou, brigas, choros, risos, gargalhadas, demonstrações de amor profundo, decepções, vitórias, conquistas pessoais, conjugais e nosso bem mais precioso: Sophia. Tudo coisa de casal normal. Mais do que uma data, nosso amor é uma conquista em tempos de relações tão líquidas que escorrem pelos dedos. Sou muito feliz com você baby, meu companheiro, meu marido, amante, namorado, implicante favorito e acima de tudo meu melhor amigo.

*(A photo shows a gondolier in a Venetian canal with two people in the foreground whose faces are blurred.)*

Curtir · Comentar · Compartilhar 82 23

Aline, Jorge e outras 80 pessoas curtiram isso.

**Maria** Parabéns, meus amigos, por permanecem e terem mais esta conquista. Deus os abençoe. Beijos no coração.  
23 de abril de 2012 às 01:13 · Curtir

**Flávia** Que lindo ... Parabéns..! Pelo amor..Pela demonstração pública... É o que tantos procuram... Que continue assim... Vc tá certa - num tempo de relacionamentos tão líquidos... ! .. Viva o amor que dá certo... ! ..tb quero... 😊  
23 de abril de 2012 às 01:13 · Curtir

**Beatriz** Que seja eterno enquanto dure. Espero que dure pra sempre! Beijos...  
23 de abril de 2012 às 01:18 · Curtir · 1

**Beatriz** Baby eu sou o chato necessário da sua vida! Nossas diferenças nos dão equilíbrio, nosso segredo é que nunca precisei deixar de ser eu mesmo e você sempre essa doçura que nunca me desagrada. Compartilhamos a mesma sede de vida, paisagens, boas companhias, fazemos qualquer lugar ser o nosso lar, ainda mais agora com nossa bolotinha Sossô. Andar ao seu lado foi minha opção pelo amor e felicidade. (Raphael)  
23 de abril de 2012 às 01:30 · Curtir · 1

**Soraia** Parabéns por mais esse ano. Felicidades verdadeiras. Beijos  
23 de abril de 2012 às 01:53 · Curtir · 1

**Junior** Arrebatador!!!  
23 de abril de 2012 às 02:08 · Curtir · 1

Deve ser ressaltado que apesar desta prática ser alvo de críticas devido à extrema exposição, à exacerbação de sentimentos íntimos e à glamorização dos relacionamentos, configurando um viés narcisista de seus praticantes.

A exposição de si e a espetacularização da vida cotidiana presentes no *Facebook* são motivos para muitas críticas ao site e aos seus usuários por ter se configurado um espaço para devaneios narcísicos,. Coracini (2005) defende que vivemos uma época paradoxal entre o anonimato e o individualismo. Fazendo referência a Marc Augê (1992), a autora afirma que o clamor pelos particularismos, pelos momentos em que podemos falar de nós mesmos, ainda que sob uma forma impessoal, é decorrente do sentimento de solidão que vivenciamos na esfera imensa do público e do social marcada pelo anonimato do “não-lugar”. Segundo Berger (1987), o “falar sobre si mesmo” é, permanentemente, uma forma de autoconhecimento que possibilita ao emissor cristalizar e estabilizar sua própria subjetividade. Fazendo referência à interação face a face, o autor afirma que ao ouvir a si mesmo numa conversa, os significados subjetivos tornam-se objetiva e continuamente alcançáveis, fazendo com que se tornem “mais reais” tanto para o interlocutor quanto para o emissor (p. 58) e observa que esta capacidade da linguagem de cristalizar e estabilizar para o emissor sua própria subjetividade é inerente a outros formatos de comunicação, não apenas da interação face a face.

As ponderações de Coracini e Berger são ratificadas pelas próprias mulheres participantes do grupo observado neste trabalho. Ao serem perguntadas quais seriam as principais motivações para utilização do *Facebook*, elas citaram: “A possibilidade de expor informações sobre si mesmo, expressar opiniões, sentimentos e pensamentos”, “(...) poder expor informações que eu acho relevantes ao meu respeito” e “(...) ele é como um diário”. Em contrapartida, ao serem perguntadas sobre os pontos negativos de utilização do *Facebook*, a falta de privacidade foi um dos itens mais citados, o que nos coloca diante de um paradoxo observado por autores como o cerne da questão da utilização do *site*. Ao mesmo tempo em que as mulheres compartilham episódios de suas vidas particulares, seus pensamentos e suas opiniões com mais de 500 pessoas em média, elas demonstram certo desconforto relativo ao exagero nesta prática. Este

paradoxo também foi observado nas pesquisas de Utz e Kramer (2009) quando concluíram que os usuários das redes sociais, apesar de citarem sua preocupação com a privacidade, não o demonstram na prática, já que divulgam informações pessoais detalhadas em seus perfis.

Na verdade, a discussão entre o que é privado e público, ou, o que deve ser exposto e o que deve ser preservado é bastante subjetiva e polêmica. Na sociedade contemporânea em que vivemos, onde a visibilidade é um valor ou até mesmo uma exigência, é fato que estes conceitos estão em transformação. Não podemos esquecer que a separação entre os âmbitos público e privado da existência é uma invenção histórica e datada, uma convenção que em outras culturas não existe ou se configura de outras formas. Sibilia (2008), fazendo referência à obra *La casa: historia de una idea*<sup>22</sup> de Witold Rybczynski, destaca que no século XVI era raro existirem quartos individuais para os moradores de uma mesa residência; somente no final do século XVII e início do século XVIII começaram a surgir ambientes reservados nas moradias, denominados “quartos privados”, onde se podia fugir da visão do público. A partir daí, o quarto próprio, pessoal e privativo se impôs como um requisito necessário para que a pessoa pudesse produzir e expandir a sua subjetividade sem restrições, auto-afirmar a sua individualidade e promover a sua intimidade.

A esfera da privacidade só ganhou consistência na Europa dos séculos XVIII e XIX como parte do desenvolvimento das sociedades industriais modernas e do modo de vida urbano. Surgiu como um espaço de refúgio para o indivíduo e a família salvo das exigências e dos perigos do meio público que “começava a ganhar um tom cada vez mais ameaçador”. Sibilia (2008) em referência à obra *O declínio do homem público* de Richard Sennet (1999) observa que no século XVIII, nas metrópoles européias em expansão, como Paris e Londres, “havia uma valorização positiva da esfera pública através das convenções e a teatralização primava nos contatos sociais impessoais” e que posteriormente, no século XIX, “grandes mudanças afetaram tanto as regras de sociabilidade quanto as formas de

---

<sup>22</sup> RYBCZYNSKI, Witold. *La casa: historia de una Idea*. Buenos Aires: Emecé, 1991, p.29 (*apud* Sibilia, 2008, p. 3)

tematização e construção do *eu*, impondo-se aquilo que Sennet (1999) denominou *regime de autenticidade*”. A personalidade passou a ser vivenciada como uma riqueza interior altamente expressiva, cujos eflúvios era preciso controlar e dissimular na apresentação pública (Sibilia, 2008, p. 60). A partir deste movimento de desvalorização da esfera pública e valorização do espaço privado, se consolidaram as “tirantias da intimidade” que seria uma atitude de passividade e indiferença com relação aos assuntos públicos em contrapartida à hipervalorização do espaço privado e dos conflitos íntimos. Foi no âmbito destes espaços reservados e privados, no auge da cultura burguesa, que os relatos de si tomaram força através da escrita de cartas e de diários pessoais (Sibilia, 2008, p. 56). Portanto, podemos estar vivenciando um novo momento histórico em que os valores e os conceitos entre intimidade, privacidade e exposição pública estão se reconfigurando e se restabelecendo.

Em contrapartida ao fenômeno da exposição si, temos também a audiência destes relatos que permite que o processo comunicacional se estabeleça por completo, ou seja, as mulheres se motivam a expor suas vidas no *Facebook* porque possuem uma audiência para tal, que se faz existir através das ações de “curtir”, “comentar” e “compartilhar” os *posts* como mostramos anteriormente. Por outro lado, essas mesmas mulheres também fazem parte da audiência de seus “amigos” ao acompanharem suas publicações no *Feed* de Notícias e realizarem interações com elas. Sibilia (2008) defende que o anseio por consumir a intimidade alheia é decorrente da “fome de veracidade” que vivemos na cultura contemporânea, que seria uma busca por “algo *real*, não encenado, ou que pelo menos assim pareça”. Para a autora, a Internet seria um palco privilegiado deste movimento graças à proliferação de confissões “reveladas por um eu que insiste em se mostrar sempre ambigualmente real”.

Sibilia (2008, p. 196) afirma o interesse pelo real teve sua origem nos romances realistas e naturalistas do século XIX que se converteram em um dos grandes vícios da época e nas reportagens sensacionalistas que eram devoradas pelos leitores de tablóides e folhetins. A autora cita também os museus de cera e outros espetáculos da vida moderna que apelavam ao realismo como um ingrediente fundamental do seu sucesso e o surgimento do cinema cujas

manifestações ancestrais eram promovidas com ganchos publicitários do tipo: “Não são imitações nem *trompe l’oeil*, são reais”.<sup>23</sup> Ao longo da era burguesa, teria havido uma crescente ficcionalização do real na mídia e uma naturalização do realismo na ficção que contribuiriam para mudar os contornos do mundo e da própria realidade, ou seja, “a realidade de *você, eu* e todos *nós* também se tornou realista”. Na contemporaneidade, a autora observa que a arte não procura imitar a vida e nem a vida ambiciona imitar essa arte, os canais midiáticos estariam dominados pelo imperativo do real, como uma proliferação de narrativas e imagens que retratam “a vida como ela é” em todos os circuitos de comunicação.

Durante as entrevistas, as mulheres foram questionadas porque haveria este tipo de comportamento no *Facebook*. A pergunta não foi direcionada ao próprio comportamento, pois, ao ser visto como algo negativo, algumas não iriam admitir esta prática, além de realmente haver uma tendência maior por este comportamento em algumas mulheres em relação a outras. As mulheres se dividiram entre as que a percebem de forma natural e positiva e as que possuem um olhar mais crítico a respeito derivada de uma idealização do real.

Quadro 2 – Opinião das Mulheres sobre as Razões das Declarações Íntimas Através do *Facebook*

Valéria	“Acho que para compartilhar a data festiva com os amigos.”
Camila	“Varia muito. Acho que tem gente que gosta de se exibir, de passar a imagem de que tem uma vida perfeita. Mas muitas vezes, é uma forma de dizer algo para alguém (quando uma declaração é feita especificamente para alguém que é marcado na publicação).”
Mirela	“O mesmo que leva a uma pessoa a comentar isso numa mesa de bar: o gosto pela vida em sociedade, ainda que virtual.”
Beatriz	“Vontade de mostrar um pouco sua vida ou simular coisas e fatos idealizados, mas que não existem, como viver uma vida que não é real.”
Amanda	“Celebração da alegria sem muito senso crítico acerca do conceito de exposição. Em alguns casos, percebe-se uma necessidade de mostrar uma "vida maravilhosa".

<sup>23</sup> SCHWARTZ, Vanessa. “O espectador cinematográfico antes do aparato do cinema: o gosto pela realidade da Paris fim-de-século”. In: CHARNEY, Leo; SCHARTZ, Vanessa (orgs.). O cinema e a invenção da vida moderna. São Paulo: Cosac & Naify, 2004, p. 341 (*apud* Sibilila, 2008, p. 196)

Sara	"Vontade de compartilhar coisas boas com os amigos e se sentirem queridas!"
Esther	"Mostrar para as pessoas que todas podem ser felizes, o mundo hoje já nos trás tanto notícia ruim, porque não mostrar o lado bom da vida e mostrar a todos que é possível ser feliz!!!"
Cristina	"Se estão entre amigos, ocasiões especiais devem ser compartilhadas."
Márcia	"Acho que postar coisas sobre aniversário de casamento, aniversário do filho, declaração de amor não tem problema. A pessoa está compartilhando momento de felicidades com os seus supostos amigos do <i>Facebook</i> . Acho complicado quando as pessoas postam que estão fazendo coisas caríssimas só para ostentar."
Cinthia	"Querer compartilhar coisas boas."

O que pode ser percebido com as respostas dadas, é que existem mulheres que percebem a prática da exposição no *Facebook* como algo positivo relacionada à sociabilidade, ao convívio social e ao compartilhamento da vida com os amigos, e outras mulheres que enxergam esta prática como algo exagerado relacionada a sentimentos como solidão e carência afetiva e à simulação de uma vida perfeita e feliz.

Outra prática realizada pelas mulheres no *Facebook*, também uma derivação da visibilidade e da exposição que ele oferece, é a emissão de opinião sobre fatos públicos. Desde a sua popularização, um dos maiores benefícios da Internet foi dar voz à população, ou seja, democratizou a opinião pública ao possibilitar que pessoas comuns opinassem sobre assuntos diversos e conseguissem alcançar visibilidade até então restrita aos veículos de comunicação de massa (este espaço também é comumente utilizado para fazer reclamações direcionadas à empresas e prestadores de serviço).

Muitas matérias veiculadas pela mídia foram originadas por conteúdos publicados inicialmente na Internet e também muitos anônimos se tornaram celebridades devido à audiência e ao sucesso que conquistaram de forma autônoma na rede mundial de computadores. Com a chegada dos sites de rede social este processo ganhou proporções ainda maiores, rápidos e eficientes. Não é preciso mais ter um site pessoal ou um *blog* para ter um espaço para expor suas idéias e opiniões na Internet. Basta ser usuário de um site de rede social como

*Facebook*. Ali os usuários possuem “liberdade” para exporem seus pensamentos, defenderem seus ideais e protestarem contra o que quiserem de uma forma simples e rápida. Ao “cair na rede”, expressão bastante usada atualmente para dizer que algum conteúdo foi publicado e ganhou notoriedade na Internet, seja qual for o conteúdo publicado, ele estará disponível para ser visualizado, acessado e compartilhado por uma audiência que não se pode controlar e muito menos medir.

Figura 16 - Post Márcia - 28/08/12 – às 08:19



**Márcia** faz uma crítica à atitude da polícia em relação aos participantes de uma passeata no Rio de Janeiro. Já **Cristina**, através da reprodução de uma imagem e com a sua observação “Pense Nisso”, apresenta sua posição em torno da discussão sobre a permissão de homossexuais adotarem crianças.

Figura 17 - Post Cristina - 06/03/13 – às 19:27

**Cristina** compartilhou a foto de Bhz.  
6 de março

Pense nisso.



*Toda criança adotada  
por um homossexual  
foi abandonada  
por um heterossexual.*

Curtir · Comentar · Compartilhar

14 pessoas curtiram isto.

**Helize** Adorei amiga...  
6 de março às 18:38 via celular · Curtir · 1

**Cristina** Não é?  
6 de março às 18:40 via celular · Curtir

**Liliane** Compartilhando.  
6 de março às 18:49 · Curtir · 1

**Cristina** By Patricia Miranda Fischer! Sempre na frente.  
6 de março às 18:51 via celular · Curtir · 1

**Melina** Boa!  
6 de março às 20:03 via celular · Curtir · 1

**Melina** Compartilhadíssimo!  
6 de março às 20:03 via celular · Curtir

**Cristina** Boa reflexão...  
6 de março às 20:05 via celular · Curtir

Deve ser destacado que, assim como a exposição de si, a espetacularização da vida cotidiana, a emissão de opinião é mais presente no perfil de algumas mulheres do que de outras, o que está diretamente associado ao estilo de vida, à formação acadêmica, à posição ideológica partidária (que algumas não possuem

ou não consideram relevantes e não deixam transparecer no *Facebook*) e à profissão que exerce. Mirela e Márcia, por exemplo, são professoras universitárias com doutorado em Relações Internacionais e Ciência Política, respectivamente. Ambas possuem perfis no *Facebook* marcados por opiniões políticas, econômicas e sociais bem acima da média das outras mulheres do grupo, o que está diretamente relacionado com o meio acadêmico em que elas participam além de, muitas vezes, desempenharem papéis de líderes de para seus alunos. Nos perfis das demais mulheres, as opiniões encontradas são relacionadas à fatos mais populares, muitas vezes porque tem sido dado bastante destaque pela mídia.

A exposição de si e a celebração da vida cotidiana associadas à democratização e à liberdade de opinião resultam numa outra prática das mulheres no *Facebook*, um pouco mais subliminar, que é a construção ou manutenção do *self* ou do “eu” social. Como observa Braga (2011), desde a criação de interfaces simplificadas para veiculação de conteúdos on-line, os ambientes de Internet passaram a ser largamente utilizados por usuários não especializados como meio de expressão individual e coletiva, operando como um espaço social para apresentações do *self*, onde são veiculadas representações de identidade e de individualidade, em uma dinâmica análoga ao que Goffman (1998) denomina “gerenciamento da impressão” (*impression management*).

Segundo Goffman (1998), ao se apresentar diante de outros, um indivíduo pode agir de várias maneiras com relação ao que estes esperam dele. Fazendo referência à interação face a face, o autor distingue a expressividade do indivíduo em duas espécies: a expressão “transmitida”, ligada à linguagem verbal e à intencionalidade, e a expressão “emitida”, que inclui os gestos, olhares, suores, sorrisos ou expressões faciais, permitindo inferências nem sempre controladas pelo indivíduo. No caso da CMC, os indivíduos encontrariam mais facilidade em gerenciar sua impressão perante sua audiência já que não há a interferência da expressão “emitida”, além da linguagem escrita – ainda o formato mais utilizado na comunicação realizada na Internet – ser muito mais gerenciável do que a linguagem oral, onde temos outros elementos presentes além da fala propriamente dita, como o tom de voz que pode indicar irritabilidade, amabilidade, timidez, insegurança ou nervosismo. Judith Donath (1999) defende que a percepção do

Outro é essencial para a interação humana e, devido à ausência de informações que geralmente permeiam a comunicação face a face, no ciberespaço as pessoas são julgadas e percebidas por suas palavras.

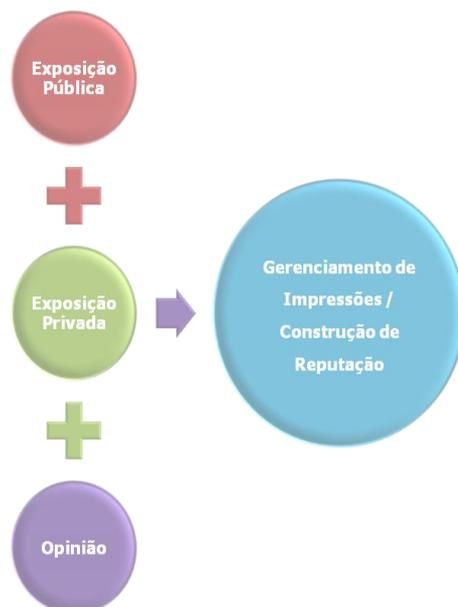
É praticamente um consenso entre os autores de que esta maior facilidade do gerenciamento da impressão oferecida pela comunicação escrita via Internet possibilita não só a construção/manutenção, uma maior manipulação e simulação do *self*. Recuero (2011), por exemplo, afirma que uma das grandes mudanças causadas pela Internet está no fato da reputação<sup>24</sup> ser mais facilmente construída. Para a autora, os sites de redes sociais são extremamente efetivos nesta construção, pois permitem um controle intencional das impressões que são emitidas e dadas. Para Sibilia (2011), as novas formas de expressão e comunicação oferecidas pela Internet na contemporaneidade se configuram em “ferramentas para a criação de si”, já que os relatos confessionais da Internet resultam na criação de um personagem chamado *eu*, isto é, na criação e recriação incessante da própria *personalidade*.

Seja intencionalmente ou não, o gerenciamento da impressão e a construção da reputação das mulheres é uma consequência direta da exposição de si e da emissão de comentários a respeito de assuntos públicos como representado na figura abaixo. Apesar da diversidade de assuntos que são compartilhados na rede social, existe uma seleção do que é publicado pelas mulheres. Ao optar por publicarem um conteúdo e não outro, ao “curtirem” ou “compartilharem” uma informação e através dos comentários que escrevem, as mulheres estão, conscientemente ou não, gerenciando suas impressões perante seus “amigos”.

---

<sup>24</sup> Recuero (2011) define a reputação de alguém como uma consequência de todas as impressões dadas e emitidas deste indivíduo e considera um dos valores principais construídos nas redes sociais. Fazendo referência ao conceito desenvolvido por Buskens (1998), Recuero (2011) afirma que a reputação está relacionada às informações recebidas pelos atores sociais sobre o comportamento dos demais e o uso dessas informações no sentido de decidir como se comportarão, ou seja, a percepção construída de alguém pelos demais atores e, portanto, implica três elementos: o “eu” e o “outro” e a relação entre ambos.

Figura 18 – Gerenciamento de Impressões e Construção da Reputação no *Facebook* – ilustração criada pela pesquisadora a partir da observação realizada



Um exemplo é a forte tendência à glamorização da vida cotidiana e dos acontecimentos pessoais por parte das mulheres. É notória a preferência por episódios positivos e felizes que remetem aos “comerciais de margarina” onde todos são felizes e possuem vidas perfeitas. No *post* abaixo, **Esther** divide com os amigos do *Facebook* a felicidade de sair do trabalho na hora do almoço e conseguir fazer uma surpresa para o filho na escola.

Figura 19 - *Post* Esther - 05/02/13 – às 23:40



Já **Sara** compartilha com seus “amigos” do *Facebook* a felicidade de ter comprado o ingresso para o show de Marisa Monte.

Figura 20 - *Post Sara* - 23/06/12 – às 12:53 – via celular

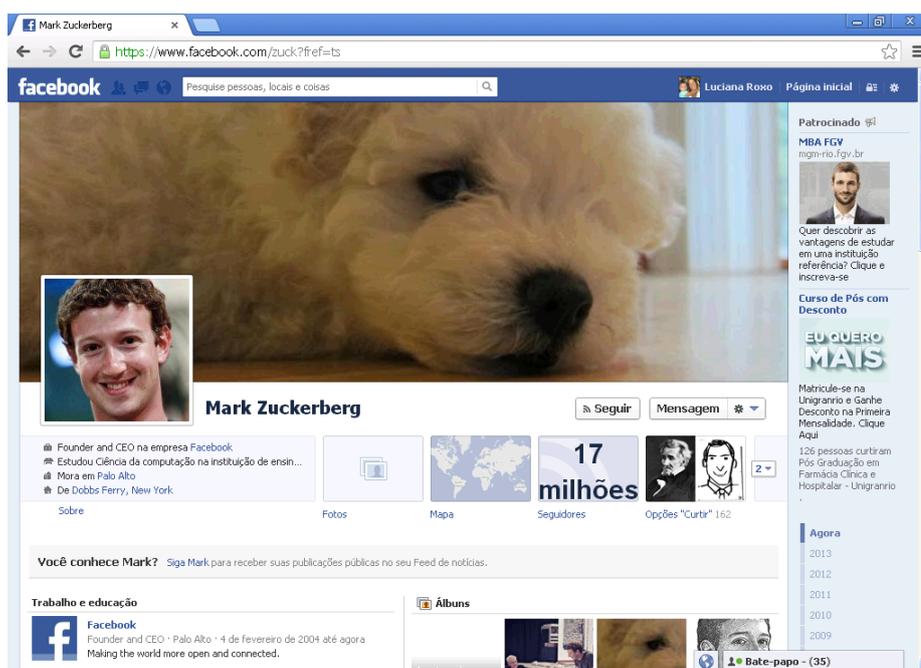


O processo de construção da reputação e de gerenciamento de impressões das mulheres teve início já no primeiro contato com o site, quando criaram seus cadastros para se ter acesso ao *Facebook*. Para se tornarem usuárias do *site*, no primeiro momento, as mulheres tiveram que informar seu nome, data de nascimento, gênero (feminino ou masculino), endereço de email e criar uma senha. Após preencher o formulário de cadastramento, elas receberam um e-mail no endereço fornecido e precisaram clicar no link disponibilizado na mensagem para concluir o processo de cadastramento. Vale ressaltar que este procedimento reforça o caráter personalizado do site, onde as pessoas tendem a se representar com suas características reais para que possam ser reconhecidas pelos “amigos” da rede.

Figura 21 – Formulário de Cadastro de Novos Usuários



Após a confirmação do cadastro, as mulheres passaram para a segunda etapa de existência no *Facebook*, que é a criação do perfil ou da página pessoal, conforme exemplificado na próxima figura, que é feita através da publicação de uma foto principal (conhecida como foto do perfil) e da foto de capa e do preenchimento de informações pessoais que vão desde sexo, idade, escolaridade; como preferências culturais, religião, ideologia política; e locais onde mora, trabalha e/ou estuda atualmente.

Figura 22 – Modelo de Página Pessoal do *Facebook* com Foto de Perfil e Foto de Capa

Tanto a foto de perfil quanto a foto de capa são extremamente valorizadas pelas mulheres pesquisadas. A foto do perfil além de ser exibida na página pessoal é sempre mostrada ao lado do nome nas publicações dos usuários. Já a foto da capa possui grande destaque, pois é exibida em toda a parte superior da página pessoal dos usuários. Ambas possuem um peso simbólico muito forte na exposição das mulheres. Pela qualidade das fotos publicadas nesses espaços e pelas mensagens subliminares associadas a elas, percebemos nitidamente que foram escolhidas cuidadosamente para que representem a imagem que essas mulheres querem ter no *Facebook*; aqui se constata o trabalho intencional de gerenciamento de impressões e construção de reputação.

Figura 23 – Foto de Perfil e de Capa de Sara



**Sara** que é casada, mas não possui filhos, exhibe fotos que destacam o contato com a natureza. A foto de perfil exhibe apenas o rosto de Sara bastante sorridente, com os cabelos longos soltos ao vento, e tem como cenário de fundo o mar de Arraial do Cabo. Já na foto de capa, aparecem apenas os pés de Sara mergulhados numa água cristalina. Em ambas as fotos, podemos perceber em Sara uma preocupação com a liberdade, o contato com a natureza, o gosto por viagens e o prazer pela vida.

**Cinthia**, que é separada e possui um casal de filhos adolescentes, exhibe uma foto de perfil com uma nuance sensual, onde aparece de cabelos soltos, maquiada, com uma roupa tomara que caia que deixa a tatuagem à mostra. A expressão transparece uma mulher confiante e misteriosa. Na foto de capa, Cinthia

exibe uma imagem de um carro conversível bastante ousado e feminino em sua pintura, uma de suas paixões o que denota ser uma mulher independente e urbana.

Figura 24 – Foto de Perfil e de Capa de Cinthia



**Márcia** que é casada e não possui filhos; é socióloga, professora universitária e doutoranda em Ciências Políticas, possui como foto de perfil a imagem de uma personagem de desenho em quadrinhos que demonstra uma preocupação inicial com a “não exposição”. Como foto de capa exibe uma imagem de dois punhos se libertando de uma algema, como um símbolo de libertação de todo e qualquer tipo de domínio que nos aprisiona. Ao longo da observação das publicações de Márcia, foi possível identificar que a sua preocupação em expor sua posição política e ideológica que representa um traço extremamente forte na construção de sua imagem.

Figura 25 – Foto de Perfil e de Capa de Márcia



Figura 26 – Foto de Perfil e de Capa de Cristina



**Cristina** que é solteira tem como foto de perfil uma imagem de rosto sorridente que transmite tranquilidade e, ao mesmo tempo, segurança. A foto de capa exhibe uma plantação de girassóis que reforça o gosto de Cristina pela natureza, pelas coisas belas e simples da vida.

**Mirela** é casada, possui um filho adolescente e é professora universitária com doutorado em Relações Internacionais. Em sua foto de perfil está na praia (aparece de costas e de chapéu) ao lado seu filho ainda pequeno o que demonstra que a maternidade ocupa um espaço importante em sua vida, inclusive demonstrando saudades da época da infância de seu filho.. Na foto de capa, ela exhibe a foto carregada de simbolismos de uma viela em Búzios, com muros dos dois lados grafitados e a praia ao fundo.

Figura 27 – Foto de Perfil e de Capa de Mirela



Figura 28 – Foto de Perfil e de Capa de Camila



**Camila** é solteira e, além de funcionária de uma empresa particular, é microempresária e artesã de bijuterias. Em sua foto de perfil está sentada, de óculos escuros e expressão sorridente. Demonstra um ar de tranquilidade e felicidade. Na foto de capa, Camila exhibe uma de suas criações o que mostra a grande importância que o trabalho de artesã e microempresária tem em sua vida.

**Valéria** é casada e possui um filho pequeno. Em sua foto de perfil está sorridente com uma paisagem ao fundo. Transmite tranquilidade e felicidade. Na foto de capa exhibe uma imagem do filho o que demonstra que a maternidade tem um papel muito importante em sua vida.

Figura 29 – Foto de Perfil e de Capa de Valéria



Figura 30 – Foto de Perfil e de Capa de Beatriz



**Beatriz** é casada e possui duas filhas, uma adolescente, fruto do seu primeiro casamento, e uma bebê do seu casamento atual. Na sua foto de perfil aparece apenas o seu rosto sorridente. Na foto de capa, exibe uma imagem do seu 2º casamento o que mostra a importância do seu relacionamento atual em sua vida.

**Amanda** é separada, não possui filhos e diz em seu perfil que “está em um relacionamento sério”. Em sua foto de perfil aparece com uma expressão que mistura curiosidade, reflexão e descontração. Na foto de capa, exibe uma foto de uma viagem com ar aventureiro e de felicidade.

Figura 31 – Foto de Perfil e de Capa de Amanda



**Esther** é casada e possui um casal de filhos pequenos. Em sua foto de perfil aparece sorridente ao lado dos seus filhos. Na foto de capa, exibe uma foto tirada nas férias com os filhos e o marido em Arraial do Cabo.

Figura 32 – Foto de Perfil e de Capa de Esther



O que pôde ser verificado nas fotos de perfil e de capa exibidas pelas mulheres é que, com exceção de **Márcia**, todas exibem fotos pessoais em pelo menos um dos espaços. Outra característica interessante é que a maioria das mães exibe fotos dos filhos o que demonstra que, no meio de todos os papéis que elas desempenham, o da maternidade ainda é um dos mais valorizados e exaltados; apenas as mães **Beatriz** e **Cinthia** não exibem fotos dos filhos. **Beatriz**, como está recém-casada, optou por exibir uma foto do seu casamento. Já no caso de **Cinthia**, o seu estado civil (separada) e o fato dos filhos já serem adolescentes, pode ter influenciado nesta ausência. Já entre as mulheres casadas sem filhos ou solteiras / separadas predominam fotos de paisagens e viagens o que podemos perceber uma valorização pela liberdade.

Alguns dados pessoais preenchidos na criação do perfil são exibidos logo abaixo da foto principal e ao clicar no *hiperlink* “Sobre”, se tem acesso às demais informações cadastradas permitindo ter, em poucos segundos, um raio-X da vida pessoal, profissional e familiar da pessoa. As mulheres disponibilizam com detalhes as informações de suas vidas profissional, acadêmica, familiar e pessoal como quais os colégios e universidades que estudaram, qual o nível de formação acadêmica, em quais empresas trabalham atualmente e nas que trabalharam

anteriormente, qual o status de relacionamento e com quem estão namorando ou estão casadas (inclusive com link para a página pessoal dos namorados ou conjugues) e o grau de parentesco com pessoas da família que integram sua rede de “amigos”. Muitas informam também sua religião, sua posição política, sua “citação favorita” e fazem, inclusive, uma descrição sobre si mesmo.

Esta exibição detalhada de dados pessoais no *Facebook*, que não é obrigatória e nem um pré-requisito para a sua utilização, reforça a apropriação feita pelas mulheres para fins de visibilidade, exposição e gerenciamento de impressões. Afinal, ao informar em que escola estudaram, em que faculdade se formaram e onde trabalharam, por exemplo, essas mulheres estão dando indícios ou “pistas” do seu nível social e econômica. São inúmeros elementos que associados fazem com que se forme a “identidade” ou a “imagem” das mulheres no site de rede social. A divulgação tão detalhada de informações pessoais, inclusive dados para contato como email e telefone, também reforça a confiança que as mulheres possuem no site e a cultura de que o *Facebook* é um espaço onde a existência deve ser pessoalizada e individualizada.

Figura 33 – Informações Pessoais e Profissionais de Amanda

The image shows a Facebook profile page for a user named Amanda. The page is divided into several sections:

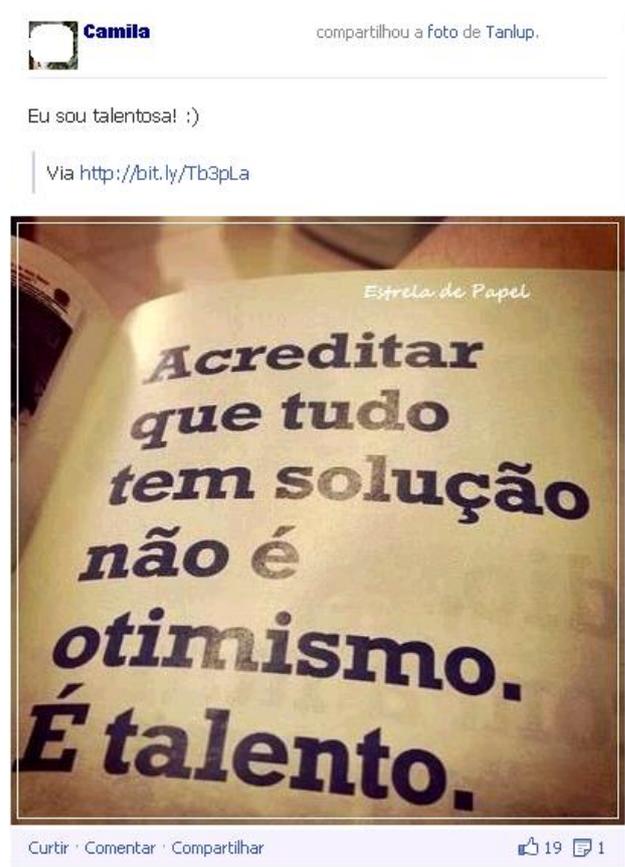
- Trabalho e educação:**
  - Empregadores: Nenhum listado.
  - Instituição de pós-graduação: Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro (Turma de 2008 - Design de e-learning - Rio de Janeiro).
  - Ensino superior: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (Turma de 1994 - Desenho Industrial - Programação Visual - Rio de Janeiro).
  - Ensino médio: Colégio Marista São José (Rio de Janeiro) e Marista São José (Turma de 1989 - Rio de Janeiro).
- Residência:**
  - Rio de Janeiro (Cidade atual).
  - Rio de Janeiro (Cidade natal).
- Família:**
  - Sobrinha (Pendente)
  - Prima
  - Primo
- Histórico por ano:**
  - 2008: Formou-se na instituição de ensino Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro.
  - 1994: Formou-se na instituição de ensino Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
  - 1989: Formou-se na instituição de ensino Marista São José.
- Informações básicas:**
  - Data de nascimento: 5 de novembro
  - Gênero: Feminino
  - Status de relacionamento: Em um relacionamento sério
- Informações de contato:**
  - E-mail: @facebook.com
- Citações favoritas:**
  - Ninguém veio ao mundo pra atender as suas expectativas. Faça o seu!

Como foi dito por Berger e Luckmann (p. 173), todo processo social é ao mesmo tempo uma realidade subjetiva e objetiva. Cada mulher do grupo observado exterioriza com grande ênfase sua opinião a respeito dos acontecimentos dos mais diversos da vida social, assim como interioriza ou compartilha da realidade dos acontecimentos sociais por pressão dos outros com quem se relaciona.

Após essa “construção inicial” da sua identidade ou da sua impressão, as mulheres alimentam esta construção durante a sua utilização do *Facebook*, através dos conteúdos que publicam ou compartilham (textos, fotos e vídeos) e das “curtidas” e dos comentários que realizam nas publicações de seus “amigos”. A

construção subjetiva e objetiva é derivada de um conjunto de manifestações das mulheres na rede social ao longo de sua utilização e não somente de uma publicação.

Figura 34 – *Post* Camila



Neste *post*, **Camila** compartilha uma imagem com uma frase sobre otimismo e talento e adiciona um texto à publicação que faz referência à mensagem: “sou talentosa”, dando a entender que é uma pessoa otimista.

No *post* seguinte, **Camila** compartilha outra imagem com uma frase que passa uma mensagem sobre a percepção e a relação com o tempo fazendo referência à semana de trabalho que deve passar rápido ao mesmo tempo que a vida deve passar devagar. Camila complementa a mensagem com a seguinte observação “Será que rola?”. Muitas mensagens subliminares ela nos passa com essa publicação: que é que é uma pessoa que “valoriza e curte a vida”, que quer

aproveitar cada minuto da sua vida e que valorize o seu presente, que não quer envelhecer, que a semana de trabalho é um período cansativo que ela quer que passe rápido e que espera ansiosamente pelo final de semana.

Figura 35 – *Post* de Camila



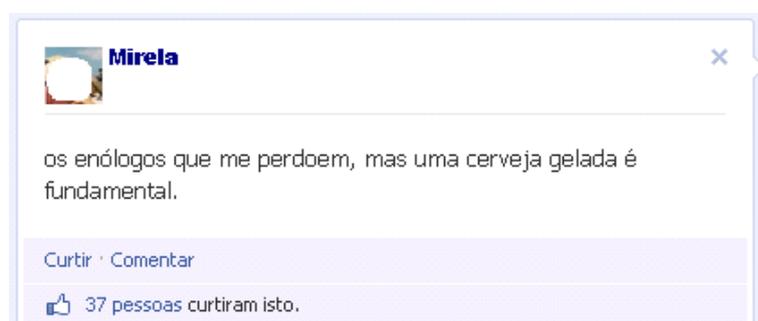
Já **Mirela** compartilha uma imagem com um jogo de palavras e significados entre liberdade e os livros (livraria). Por ser professora universitária e pesquisadora de relações internacionais, Mirela está reforça a sua identidade profissional e acadêmica com esta publicação.

Figura 36 – Post de Mirela



Já no *post* abaixo, **Mirela** publica uma frase de sua autoria onde diz preferir uma cerveja gelada aos vinhos. Esta publicação, a princípio simples, carrega em si várias possíveis interpretações em torno da personalidade / identidade de **Mirela**.

Figura 37 – Post de Mirela



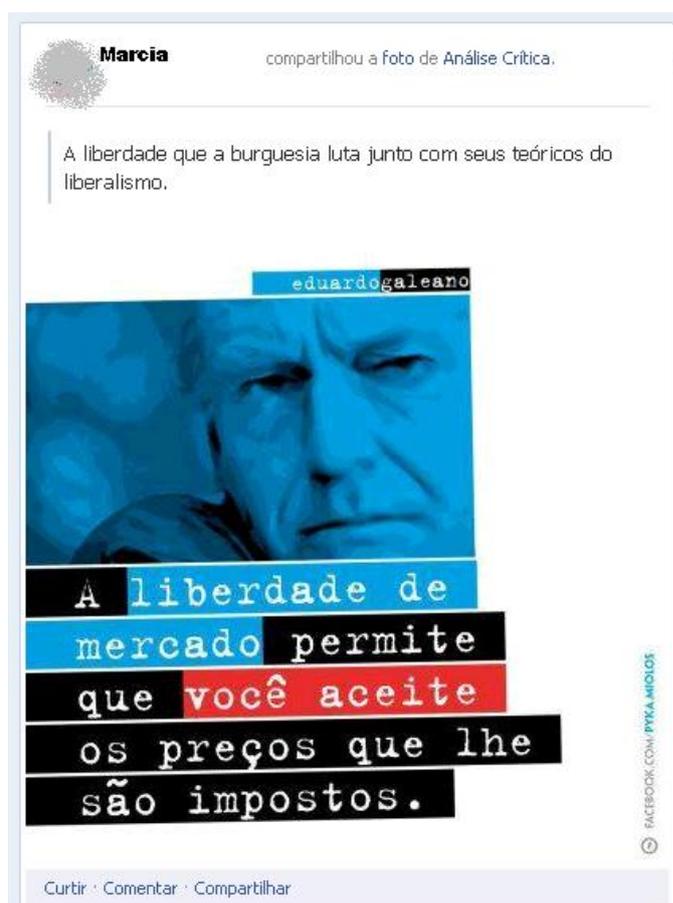
**Esther**, através do compartilhamento de uma imagem com a frase “Meu lar é o melhor lugar do mundo; não tem luxo, mas tem a presença constante de Jesus”, reforça a importância de sua família e de sua religiosidade em sua vida.

Figura 38 – *Post* de Esther



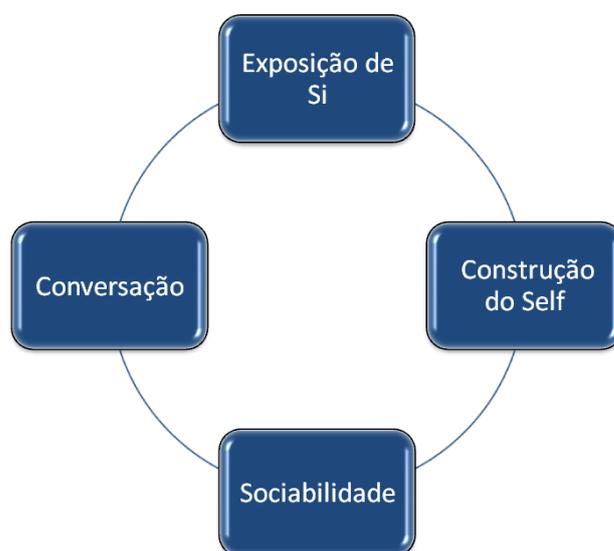
Já **Márcia** reforça a sua posição política contra o liberalismo e o capitalismo que é uma marca muito forte na construção de sua identidade.

Figura 39 – Post de Márcia



Todas estas práticas de exposição de si, espetacularização da vida cotidiana e emissão de opinião, decorrentes da cultura da visibilidade possibilitada pela estrutura e pelos recursos do *Facebook*, são as motivadoras e desencadeadoras da sociabilidade das mulheres. Como explica Recuero (2011 e 2012), para que a comunicação possa ser estruturada e a interação social aconteça através do computador, o ator social precisa ser individualizado e percebido; é preciso haver rostos, informações que gerem individualidade e empatia na informação. Portanto, a sociabilidade das mulheres no *Facebook* se dá através de um ciclo de ações que se interconectam, se sobrepõem e se estimulam mutuamente conforme representado na figura abaixo.

Figura 40 – Ciclo da Sociabilidade Feminina no *Facebook* – ilustração desenvolvida pela pesquisadora



A prática da exposição de si e de suas derivações no *Facebook*, ao mesmo tempo em que desenvolve a construção da identidade das mulheres, também é a desencadeadora das conversações/interações que acontecem no site de rede social, ou seja, promovem a sociabilidade entre as mulheres e sua rede de “amigos”. Este “processo” que denominei “Ciclo da Sociabilidade” na prática não se dá de uma forma linear ou estruturada por etapas, as ações se sobrepõem e se misturam e muitas vezes se dão de uma forma bastante subjetiva e inconsciente.