

6. Considerações Finais

Com o surgimento da Internet e a evolução das plataformas computacionais, o computador migrou da situação 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, ou seja, um instrumento da comunicação mediada pelo computador (CMC). Esta transição, marcada pelo surgimento dos sistemas operacionais que passaram a oferecer a navegação através de janelas e de plataformas amigáveis e interativas que surgiram por volta dos anos 2000, período conhecido como 2ª geração da World Wide Web²³ (Web 2.0), acarretou na humanização dos computadores e 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, os computadores e todas suas derivações passaram a despertar o interesse de grande parte do sexo feminino, que até então não possuía necessidade ou não via atratividade em utilizá-los, exceto as mulheres que o utilizavam como ferramenta de trabalho em suas atividades profissionais. Ao se configurarem como um espaço para a interação e para a sociabilidade, os computadores associados à Internet foram apropriados pelo sexo feminino que, invertendo o padrão histórico de utilização até então, passou a ser a maioria nos ambientes destinados à comunicação e relacionamento no ciberespaço. Esta entrada feminina pode ser compreendida pelas próprias características que permeiam o universo das mulheres; historicamente, socialmente e culturalmente, as emoções, o afeto e a sociabilidade marcam aspectos de suas personalidades e de suas vidas.

Na contemporaneidade, os sites de redes sociais são a representação mais significativa deste movimento de humanização dos computadores e da Internet e da subversão feminina em sua utilização, e trazem como inovação o

²³ World Wide Web (WWW) é um sistema de documentos dispostos na Internet, inventado pelo britânico Tim Berners-Lee, que permitem o acesso às informações apresentadas no formato de hipertexto através de um programa de computador chamado navegador.

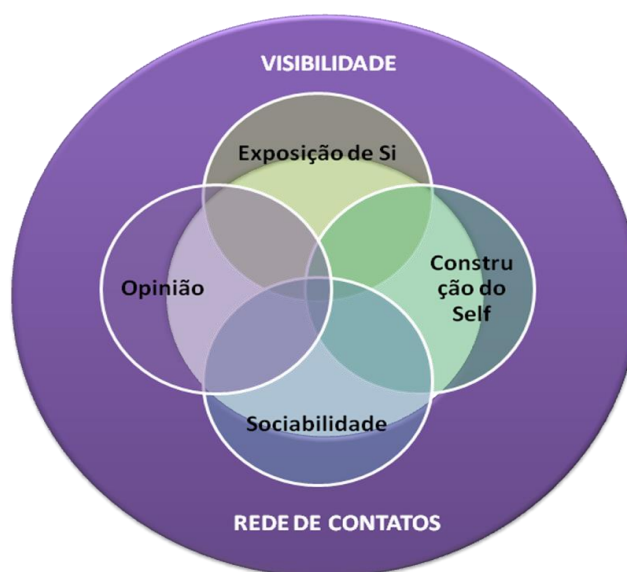
estabelecimento no ciberespaço de uma modalidade de sociabilidade pública, pessoalizada e permanente viabilizada através da conversação em rede. Anteriormente aos sites de redes sociais, a sociabilidade pessoalizada era restrita a ambientes privados do ciberespaço, como nos *chats* e na troca de *emails*. Nestas práticas, os interlocutores se apresentam e são reconhecidos por suas identidades *offline*, entretanto a visualização do conteúdo da conversação fica restrita aos participantes da conversa. Já nos espaços já caracterizados pela audiência pública, como as salas de bate-papo e os *blogs*, a prática mais adotada é a dos participantes se identificarem e se apresentarem através de codinomes ou apelidos (*nicknames*). Inclusive, esta prática foi a principal desencadeadora das críticas à sociabilidade na Internet devido à ausência da identificação ou simulação da identidade que criariam relacionamentos baseados na ficção. Nos sites de redes sociais, além os interlocutores se identificarem com suas identidades do mundo *offline*, inclusive com o detalhamento de dados pessoais, familiares e profissionais, suas interações são realizadas em um ambiente público (e não mais restrita aos interlocutores da conversa) e são permanentes, ou seja, ficam armazenadas publicamente e podem ser consultadas e retomadas a qualquer momento. A conjunção destas três características – audiência pública, pessoalidade e permanência - faz com que os *sites* de redes sociais sejam marcados pelo fenômeno da visibilidade tão presente na contemporaneidade, tanto no mundo *online* quanto *offline*.

Ao realizar o estudo da sociabilidade e da exposição de um grupo de mulheres economicamente ativas na faixa etária de 30 a 45 anos no *Facebook* - maior expoente dos sites de rede social na atualidade devido à sua penetração mundial e à sua inserção no dia a dia de seus usuários; foi verificada a existência de uma relação direta entre a visibilidade possibilitada pelo site e a sociabilidade das mulheres. Seja porque a sociabilidade se dá através de uma conversação pública, coletiva e permanente, mas, também, porque é a partir de publicações que buscam a visibilidade, a exposição e a veiculação de opiniões, e conseqüentemente a construção e reconstrução do “eu social” dessas mulheres, que se dá início à conversação e à sociabilidade. A visibilidade é possibilitada pela estrutura do próprio site do *Facebook*, com seu *Feed* de Notícias, as páginas individuais com fotos e informações pessoais, as notificações e as redes de “amigos” que contemplam conexões de diversos graus de relacionamento (laços

forte e laços fracos), e também pela própria cultura de “confiança” e “segurança” incorporada por seus usuários.

Para representar as práticas realizadas no contexto da visibilidade do *Facebook* e a relação entre elas, foi elaborada a ilustração abaixo, onde é possível perceber a interdependência entre as atividades de exposição de si, veiculação de opinião, construção do “*self*” e a própria sociabilidade.

Figura 1 – Representação das práticas femininas no *Facebook*, ilustração desenvolvida pela pesquisadora



Na ilustração são representadas as principais práticas realizadas pelas mulheres no ambiente do *Facebook*, suportadas pelos mecanismos de visibilidade, entre eles a existência da rede de “amigos” que contempla conexões de diversos graus de relacionamento (laços fortes e laços fracos), se dão de uma forma interdependentes, ou seja, uma mesma publicação pode representar uma exposição de si, contribuir para a construção do “*self*” e estimular a sociabilidade entre as mulheres e seus “amigos”, por exemplo.

Uma reflexão que se pode ter em torno desta constatação é sobre qual seria a real motivação da utilização do *Facebook* pelo grupo de mulheres observado. Apesar das próprias mulheres afirmarem que a principal motivação para utilização do site de rede social seria o relacionamento com os amigos próximos e distantes, seja pela interação ou pelo acompanhamento dos acontecimentos de suas vidas

através de suas publicações, é perceptível a forte sedução que as práticas de exposição de si, de espetacularização da vida cotidiana e de veiculação de opinião, que, por consequência, servem de instrumentos para a construção e reconstrução da identidade exerce sobre as mulheres. Portanto, podemos considerar apesar da prática da sociabilidade ser reconhecida pelas mulheres como a principal motivação para utilização do *Facebook*, ela está diretamente relacionada com outras práticas promovidas pelas mulheres no site.

Outro ponto relevante a ser destacado é que, como pode ser observado, apesar do enorme número de “amigos” que as mulheres possuem em suas redes, a sociabilidade se dá entre um número extremamente reduzido de pessoas que não costuma variar muito. Ou seja, as mulheres costumam se sociabilizar através do *Facebook* sempre com o mesmo grupo de pessoas. O interessante é que este grupo que interage entre si é estabelecido e determinado por critérios que nada tem a ver com o grau de relacionamento que as pessoas têm entre si e muito menos com a proximidade que possuem no mundo *offline*. O critério de formação dos grupos de sociabilidade das mulheres é o grau de intensidade de utilização do *Facebook* – normalmente a sociabilidade se dá entre os usuários que acessam o site diariamente, em diversos momentos do dia - e a afinidade com os assuntos abordados, por exemplo, mães de filhos pequenos. Os “amigos” que interagem com as mulheres são usuários assíduos e permanentes do *Facebook* que, como pude identificar, promovem uma conversação em rede síncrona, em tempo real, apesar da permanência do conteúdo publicado no site oferecer a possibilidade da modalidade assíncrona de conversação. Desta forma, podemos concluir que a sociabilidade através do *Facebook*, por não exigir a proximidade física e territorial, estabeleceu novos parâmetros de proximidade e amizade. Na conversação em rede mediada pelo computador, os “amigos” mais próximos são os que estão sempre disponíveis e acessíveis para prática da interação. Esta constatação reforça a aproximação da sociabilidade praticada no *Facebook* com o conceito desenvolvido por Simmel, já que o fato da prática da conversação se dar entre as pessoas mais disponíveis para tal comprova que as mulheres e seus “amigos” buscam em primeiro lugar a sociabilidade como prática em si, ficando o conteúdo e o grau de relacionamento e intimidade que se tem no mundo *offline*, no caso do *Facebook*, em segundo plano.

Outra característica bem marcante da sociabilidade e da exposição feminina no *Facebook* é a variedade de temas que são veiculados e tratados pelo grupo de mulheres observado, o que parece representar ou reproduzir o complexo e diversificado universo em que elas estão inseridas. Diferentemente da existência monotemática masculina no site, que é fortemente marcada por comentários sobre futebol, por exemplo, ou das adolescentes, que é extremamente focada na exibição do corpo, a presença das mulheres economicamente ativas e na faixa etária dos 30 a 45 anos é constituída pela exposição e pela sociabilidade em torno de temas como filhos, trabalho, política, economia, viagens, cuidados com a beleza, dieta, romance e momentos de lazer.

Essa diversidade temática associada à exposição de si e da vida cotidiana e à amplitude da rede de “amigos”, com diferentes graus de relacionamento e provenientes de diversos ambientes sociais – colegas de trabalho, chefes, professores, alunos, mães dos amigos dos filhos, amigos de infância, familiares, funcionários e clientes -, faz com que as mulheres vivenciem a total transparência dos papéis que exercem nos diversos setores de sua vida. Ou seja, ao exporem diversos aspectos de suas vidas no *Facebook* – *mãe, namorada, profissional, dona de casa e filha, por exemplo* -, sem se preocuparem com a segmentação de sua audiência, as mulheres permitem o conhecimento de seus multipapéis por todos os “amigos” que no mundo *offline* costumam ser segmentados e preservados no âmbito de cada contexto.

Ainda em relação ao conteúdo veiculado pelas mulheres nas práticas de exposição e sociabilidade, foi identificada a reprodução contínua e freqüente de publicações, em especial as produzidas com imagens e textos, caracterizando assim a prática do memes. Normalmente esta reprodução frenética se dá para assuntos polêmicos que geram indignações, manifestações a favor ou contra determinada causa, mensagens de humor sobre fatos com grande notoriedade na mídia tradicional ou homenagens a personalidades, principalmente em caso de falecimento. Algumas mulheres também utilizam a prática dos memes para veicular mensagens de auto-ajuda e de opiniões diversas, que contribuem imensamente para a (re)construção de suas identidades.

Ainda sobre a prática da sociabilidade feminina, identifiquei que a conversação entre as mulheres e seus “amigos” é caracterizada pela amabilidade e pelo consenso operacional de *Goffman*, ou seja, não há espaço para críticas ou discordâncias. Parece haver uma exacerbação das emoções e dos afetos, a meu ver, facilitada pela mediação do computador. Por não estarem numa interação face a face, as pessoas se sentem mais à vontade para expor suas emoções e afetos. Além disto, devido ao *Facebook* ser caracterizado por um espaço de visibilidade das redes sociais, é compreensível que as pessoas promovam uma super valorização de suas “amizades” através da troca de elogios e palavras amáveis. Entretanto, essas características são extremamente exacerbadas na sociabilidade das mulheres observadas, o que não é tão presente nas interações de outros perfis de usuários do *Facebook*. No caso dos adolescentes, por exemplo, é extremamente comum a troca de insultos no site entre eles. No caso da presença masculina, é comum os homens travarem discussões sobre assuntos relacionados ao futebol. No meu entender, este alto índice de amabilidade extremamente presente na sociabilidade feminina praticada no *Facebook* é motivado pela necessidade do sentimento de pertencimento e de elevação da auto-estima - já que sempre recebem um retorno de concordância, apoio e exaltação, seja através das “curtidas”, dos comentários ou dos compartilhamentos de suas publicações, que podem ser um indício da falta da prática da sociabilidade no mundo *offline*, seja por falta de tempo ou por falta de “locais” para tal.

O que pude concluir é que a sociabilidade através do *Facebook* é uma prática totalmente incorporada às vidas das mulheres observadas nesta pesquisa. A facilidade e agilidade na prática da sociabilidade oferecida pelo *Facebook* parece ter se encaixado como uma luva na vida atarefada das mulheres economicamente ativas que desempenham inúmeros papéis ao longo das 24 horas de seu dia. Graças aos dispositivos móveis e aos seus computadores pessoais do trabalho e de casa, as mulheres interagem com pessoas muito próximas, como maridos, filhos e namorados; mantêm suas amizades do mundo *offline*; retomam relacionamentos perdidos ao longo do tempo por imposições da vida, como término da faculdade ou mudança de emprego; e se tornam mais próximas de amigos e familiares distantes geograficamente. Muitos grupos de amigos tem se reencontrado, inclusive promovendo encontros presenciais, graças ao *Facebook*.

Retomar a amizade com um colega da escola primária, sem que houvesse a coincidência de um encontro presencial, parecia uma tarefa praticamente impossível antes do surgimento do site de rede social.

Em relação aos impactos que este novo modelo de conversação e sociabilidade estaria causando às mulheres e aos usuários do *Facebook* em geral, acredito que estamos vivenciando uma transformação nos conceitos de amizade, proximidade e sociabilidade, que, como em todas as transformações promovidas por novas tecnologias de comunicação, tem recebido muitas críticas. Turkle (2011), uma das principais pesquisadoras do relacionamento e da vida conectada através no ciberespaço, apresenta, em seu último trabalho, uma visão pessimista da sociabilidade mediada pela tecnologia, já que acredita que os indivíduos estão vivendo uma ilusão de estarem se relacionando através do computador, quando, na verdade, estão se tornando cada vez mais isoladas e sozinhas. Turkle (2011) observa que a preferência pela comunicação mediada seria uma consequência da previsibilidade e do controle que se tem sobre a conversação, o que não se consegue na interação face a face. Sua preocupação recai principalmente sobre as gerações mais novas, foco de suas pesquisas, que estariam cada vez mais inabilitadas para desenvolverem uma conversação face a face por total falta de prática. Nas palavras de Turkle, os usuários da comunicação mediada pela tecnologia estão se acostumando com uma nova forma de estar a sós juntos. Segundo a autora, esta prática tem acarretado problemas nos relacionamentos entre as pessoas, já que elas querem estar umas com as outras, mas, ao mesmo tempo, querem estar em outro lugar, conectadas a lugares e pessoas distantes. Este controle de quando, como, onde e com quem se relacionar estaria fazendo com que as pessoas perdessem o foco em suas interações face a face.

No caso das mulheres observadas em minha pesquisa, por serem de uma geração anterior ao surgimento da Internet e à comunicação mediada pelo computador, acredito que os impactos destacados por Turkle não sejam tão significativos. Amanda, por exemplo, relatou durante as entrevistas:

“Acredito que aqueles que ainda não tenham se afirmado nas ferramentas humanas de comunicação possam se sentir mais seduzidos pelas ferramentas virtuais. No entanto, no momento em que se domina a habilidade de comunicação direta, as virtuais se tornam apenas OUTRAS ferramentas. Importantes e que facilitam a vida, mas OUTRAS, não as principais.”

Portanto, o *Facebook* representa na vida destas mulheres - mergulhadas em seu universo conflitado de profissionais, mães, esposas ou namoradas, donas de casa e até mesmo chefes de família -, uma ampliação de sua sociabilidade, até então restrita ao ambiente familiar e ao círculo de pessoas com quem conviviam em seus ambientes sociais, na maior parte, em seus trabalhos. Como bem destacou **Mirela**, uma das mulheres observadas, as interações mediadas e as face a face não representam, para o grupo observado, formas de comunicação diferentes e ressalta que nem sempre a presença do interlocutor é possível devido às restrições de tempo que temos na sociedade contemporânea. “Encaro os meios digitais como um complemento e não com um substituto das relações presenciais”, destacou nas entrevistas.

Portanto, com a utilização do *Facebook*, o horizonte da sociabilidade destas mulheres se ampliou fazendo com que também se amplie o sentimento de pertencimento e de conexão. Como ressalta Braga (2008), o acesso facilitado e móvel à Internet possibilitou a criação de uma nova categoria de distração, uma atividade quase inseparável às atividades das mulheres, mas de outra ordem. Através de um clique, a mulher se “move” para outro lugar, para um espaço de troca e conversação.