



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
Instituto de Filosofia, Sociologia e Política
Programa de Pós-Graduação em Sociologia – Mestrado

Dissertação de Mestrado

**Entre *fakes* e *Catfishes*: Vidas online e a interação entre usuários de
redes sociais virtuais**

Julio Marinho Ferreira

Pelotas, agosto de 2018

Julio Marinho Ferreira

Entre *fakes* e *Catfishes*: Vidas online e a interação entre usuários de redes sociais virtuais

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Sociologia sob orientação do Prof. Dr. Attila Magno e Silva Barbosa

Pelotas, agosto de 2018

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas
Catalogação na Publicação

F384e Ferreira, Julio Marinho

Entre fakes e catfishes : vidas online e a interação entre usuários de redes sociais virtuais / Julio Marinho Ferreira ; Attila Magno e Silva Barbosa, orientador. — Pelotas, 2018.
121 f. : il.

Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, 2018.

1. Sociologia. 2. Cibercultura. 3. Interatividade. 4. Redes sociais. I. Barbosa, Attila Magno e Silva, orient. II. Título.

CDD : 301

Elaborada por Leda Cristina Peres Lopes CRB: 10/2064

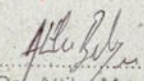
Júlio Marinho Ferreira

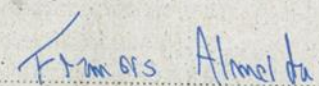
Entre *fakes* e *Cattfishes*: Vidas online e a interação entre usuários de redes sociais virtuais

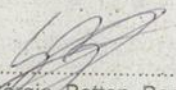
Dissertação aprovada, como requisito parcial, para obtenção do grau de Mestre em Sociologia, do Programa de Pós-Graduação em Sociologia, da Universidade Federal de Pelotas.

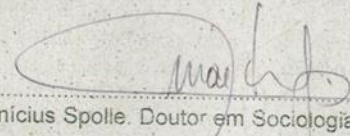
Data da Defesa: 29 de agosto de 2018.

Banca examinadora:


Prof. Dr. Attila Magno e Silva Barbosa (Orientador), Doutor em Sociologia pela Universidade Federal de São Carlos.


Prof. Dr. Francis Moraes de Almeida, Doutor em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.


Prof. Dr. Sérgio Botton Barcelos, Doutor em Ciências Sociais, Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.


Prof. Dr. Marcus Vinícius Spolte, Doutor em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Agradecimentos

Esta dissertação foi desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pelotas, tendo sido financiada com recursos provenientes da CAPES.

Agradeço, em boa medida, ao meus pais, pelo financiamento, em partes, de minha pesquisa, levando em conta o custo de vida em Pelotas. Estendo os agradecimentos aos professores que me ajudam na elaboração desta pesquisa, em especial, à Prof^a Dr. Elaine Leite da Silveira, ao Prof. Dr. Sérgio Botton Barcellos, ao Prof. Dr. Francis Moraes de Almeida, e principalmente, ao Prof. Dr. Attila Magno e Silva Barbosa, por ter aceito ser meu orientador de mestrado, apesar das particularidades de meus escritos. Além deles, devo agradecer aos meus entrevistados e informantes, que sem eles seria impossível fazer um diálogo sociológico entre o real e o virtual.

Os últimos, e derradeiros, agradecimentos são aos amigos de tempos de graduação e mestrado, pelo convívio e compreensão, em especial, Murilo Paiotti e Tales Fonseca.

Por fim, agradeço a minha companheira nesses últimos cinco anos de luta sociológica Jessica Rodrigues Araújo Cunha, por sua paciência e carinho em todos os momentos e ao Sr. L. por sua luta e rebeldia.

*The young man stepped into the hall of mirrors
Where he discovered a reflection of himself
Even the greatest stars discover themselves in the looking glass
Even the greatest stars discover themselves in the looking glass
Sometimes he saw his real face
And sometimes a stranger at his place
Even the greatest stars find their face in the looking glass
Even the greatest stars find their face in the looking glass
He fell in love with the image of himself
and suddenly the picture was distorted
Even the greatest stars dislike themselves in the looking glass
Even the greatest stars dislike themselves in the looking glass
He made up the person he wanted to be
And changed into a new personality (...)*

(SCHULT, SCHNEIDER-ESLEBEN, HUETTER. Sony/ATV Music Publishing LLC).

RESUMO

A presente dissertação é um estudo sociológico sobre as interações de usuários de redes sociais virtuais através de um problema que se tornou recorrente nas mesmas nos últimos anos: a criação de perfis enganadores ou *fakes*. Dessa forma, um diálogo com a Internet e suas interfaces se mostra emergente como mecanismo teórico, seja por seus atores ou por sua absorção no campo social. As redes sociais, que optamos por chamar de virtuais, alteraram a forma de interação social entre os indivíduos, com isso, promovendo deslocamento de relações, que muitas vezes podem ser fraudulentas e até criminosas. Ao longo da pesquisa são apresentados autores e teorias que nos guiam por uma busca por certos antecedentes sociais que corroborem nossa problematização, ou seja, mergulharemos nos escritos acerca da sociedade informacional, principalmente a chamada Cibercultura. Indo de encontro a esse mundo *ciber*, foi feito um acompanhamento do dia a dia online de quatro de usuários de redes sociais virtuais, na qual são apresentadas particularidades interativas pertinentes aos mesmos, como a produção e manipulação de perfis falsos, como esses mesmo perfis podem ou não afetar suas relações online e suas vidas.

Palavras-chave: Sociologia; cibercultura; interatividade; redes sociais.

ABSTRACT

The present dissertation is a sociological study about the interactions of users of virtual social networks through a problem that has become recurrent in the same ones in recent years: the creation of misleading profiles or fakes. In this way, a dialogue with the Internet and its interfaces emerges as a theoretical mechanism, either by its actors or by its absorption in the social field. Social networks, which we have chosen to call virtual, have altered the way social interaction between individuals, thereby promoting the displacement of relationships, which can often be fraudulent and even criminal. Throughout the research are presented authors and theories that guide us through a search for certain social antecedents that corroborate our problem, that is, we will immerse ourselves in the writings about the informational society, especially the call Cyberculture. Going against this cyber world, a daily follow-up of four online social networking users was carried out, in which interactive features relevant to them are presented, such as the production and manipulation of fake profiles, as these same profiles can or does not affect their online relationships and their lives.

Keywords: Sociology; cyberculture; interactivity; social networks.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Jovem e o seu dia a dia online nos anos 1980	30
Figura 2	ENIAC	33
Figura 3	On the Internet nobody knows you're a dog	57
Figura 4	Rede social preferida dos brasileiros	64
Figura 5	Percentuais de pessoas que acessam a Internet	65
Figura 6	“Reações” no <i>Facebook</i>	73
Figura 7	Percentual de domicílios que acessam a Internet	75
Figura 8	Imagem utilizada do <i>fake</i> Yasmim por Paulo	80
Figura 9	Imagem do ator Brenno utilizada como <i>Catfish</i>	84
Figura 10	Outro <i>Catfish</i>	90
Figura 11	<i>Meme</i>	101
Figura 12	Imagem do informante Rafael utilizada como <i>Catfish</i> ...	102
Figura 13	Capturas de tela de diálogo de agenciador	103-4
Figura 14	Perfil criado para enganar nosso informante Rafael	104

SUMÁRIO

Introdução	10
Capítulo 1 Da modernidade à sociedade informacional: os caminhos tortuosos da razão e da tecnologia	14
1.1 A modernidade, seus desdobramentos e seu impacto nas relações sociais entre indivíduos	14
1.2 A comunicação e o seu papel da modernidade aos nossos dias	21
1.3 A cibernética, o nascimento de uma cultura informacional e a Internet	26
1.4 Ciberespaço e cibercultura	32
1.5 O ciberespaço é um território?	37
1.6 A Internet produz liberdade?	39
Capítulo 2 Internet, identidades online e controle social	43
2.1 Construção da identidade em ambientes online	43
2.2 Existe uma sociedade digital ou estamos vivendo sob a égide de um panóptico tecnológico?	48
2.3 A Web 2.0, as “novas” redes sociais e a lógica do 24/7	58
2.4 A Internet no Brasil: desafios e problemas	63
2.5 A sociedade da Informação e a Governança da Internet: os problemas e os debates para uma nova sociedade	67
Capítulo 3 A vida online: Thiago, Paulo, Maurício e Rafael, e suas experiências no mundo das redes sociais virtuais	70
3.1 O ver e o ser visto: exposição e vigilância como formas de interação social	71
3.2 A criação de <i>fakes</i> e <i>Catfishes</i> por Thiago e Paulo, suas motivações, e a questão da interação virtual	82
3.3 O território da Internet e o aprendizado na vida online: os casos de Mauricio e Rafael	91
3.4 Entre o falso e verdadeiro: os usos da imagem online.....	100
3.5 A maximização do Eu: corpo e identidade	106
Considerações finais	109
Referências	113

INTRODUÇÃO

Apresentar uma discussão sobre as redes sociais, sejam elas chamadas de digitais ou de virtuais, é algo novo nos estudos sociológicos atualmente, principalmente na sociologia brasileira, e isso, torna-se algo relevante para o momento, tendo em vista algumas práticas desenvolvidas nesses meios online ultimamente, como a utilização de perfis enganadores, que fazendo uso da imagem de terceiros criam problemas e podem afetar as relações entre os indivíduos.

Em nossa discussão optamos por fazer uso do termo *virtual* ao invés do popular termo *digital*, mencionamos como popular tendo em vista que ao falarmos em Internet, web e redes sociais nos deparamos constantemente com essa palavra. Nesta pesquisa, utilizamos o virtual visto que essa terminologia se adequa mais ao nosso objeto e principalmente ao nosso problema, nesse sentido, ao falarmos em virtual estamos agregando o deslocamento entre a ideia do *real* e do *existir*, que estão no cerne do significado do mencionado termo, ao mesmo tempo que daria uma melhor explicação e direcionamento ao que nos propomos a estudar, ou seja os perfis enganadores nas redes sociais.

Haveriam inúmeros exemplos pesquisáveis desses perfis enganadores, que dentro do universo da *web*, ou seja, do meio online desenvolvem práticas problemáticas e criminosas que muitas vezes são difíceis de serem rastreadas. No entanto, optamos por pesquisar uma prática específica, ou seja, os chamados perfis *fakes* e *Catfishes*, que seriam mais utilizadas em redes sociais como *Facebook*, *Instagram*, entre outras, tendo como forma interativa mostrar a vida de seus usuários.

Os *fakes* e os *Catfishes* seriam perfis que fazem uso da imagem de um outro usuário, seja ele uma pessoa famosa, ou não, sendo que essas pessoas são geralmente bonitas ou atraente, tendo em vista, que a finalidade dos perfis enganadores seria agenciar desejos ou simplesmente fazer uso de alguém que seja “aceito” socialmente. Nisso surge o problema acerca da absorção de certos padrões, como a beleza, que dessa forma, são manipulados pelos *fakes* e *Catfishes*.

As redes sociais virtuais, que optamos por usar, ou seja, fazemos questão de frisar o caráter virtual, e não digital, partem da ideia de um deslocamento, de

uma quebra, de uma ruptura e de um afastamento com o que é visto e dito como “real”, ao mesmo tempo que tenta criar uma falsa ideia de realidade, muito dos perfis que pesquisamos partem dessa premissa problemática dentro das chamadas mídias sociais. No entanto, não deixamos de lado a ideia do “digital”, muito pelo contrário, trazemos ao longo da pesquisa paralelos que buscam conciliar o virtual e o digital, dentro da sociologia e de outras áreas de conhecimento.

A sociedade na qual se insere nossa pesquisa, seja através do objeto pesquisado, as redes sociais virtuais, seja por seus informantes, que aqui usamos como pesquisados, se situa nas últimas décadas do século passado, período no qual a Internet e a web, em sua amplitude, se fizeram presente no imaginário popular.

Existem inúmeras correntes teóricas acerca dessa “sociedade” pautada pela tecnologia e pela informação, que seriam chamadas de pós-industrial (BELL, 1974), de controle (DELEUZE, 1992; COSTA, 2004), informacional (CASTELLS, 1999), etc. cada qual trazendo um ponto explicativo sobre os motivos que fizeram com que nossa ideia de social fosse tão impactado pelo tecnológico, geralmente tendo no capitalismo um norte “culpado”. No entanto, devemos pensar nesses modelos sociais como processos sobre o mesmo ponto (tecnologia/maquinário) surgido nessa modernidade capitalista.

O sociólogo norte-americano Howard Becker certa vez teorizou que para se falar da sociedade, a sociologia não basta (BECKER, 2015), outros aspectos devem ser levados em conta que apenas um viés científico de análise. Podemos pensar nos muitos motivos dessa instigante colocação, e como o mesmo nos indicou que os mapas que consultamos por mais trabalhados e precisos que sejam, não nos avisam das dificuldades do solo, ou o perigo dos montes (BECKER, 2015).

A sociedade a cada ano se vê frente a mudanças, e nos últimos séculos, essas mudanças nos foram legadas pela tecnologia que tomou conta da vida social dos indivíduos, seja pelas máquinas mais rudimentares do passado até os dispositivos mais complexos de hoje. Entre esses dispositivos, podemos pensar na revolução informacional que os computadores, junto da Internet e da web, que desde a década de 1970 alteraram nossa cultura social e nossa vida econômica.

A Internet, enquanto um objeto de pesquisa, seja por sua origem nos meios militares (CASTELLS, 1999), seja como ferramenta interativa de utilização pública, a partir da metade dos anos 1990, muitas vezes é delegada a áreas da comunicação, publicidade, etc. (WOLTON, 2012). Não sendo vista sobre o prisma sociológico, o que seria uma pena. A sociologia, entre as suas inúmeras ramificações, seja ela digital ou não, apenas aponta o que deve ser discutido, muitas vezes com as ferramentas erradas, ou seja, o mapa pode nos enganar e nos colocar presos em buracos do solo. Nesse sentido, optamos por agregar outras áreas do conhecimento a esta pesquisa, sejam elas: literatura, comunicação, psicanálise, antropologia, filosofia, etc.

Com a união dessas áreas de conhecimento, ou disciplinas, nosso olhar sociológico ganhou um par de binóculos, ou seja, conseguimos vislumbrar as distâncias intelectuais que uma “simples sociologia” não conseguiria alcançar. Com isso, podemos mergulhar nas relações particulares advindas dessa sociedade pautada pela tecnologia e personificada pela Internet e pela web com suas redes sociais virtuais.

Os perfis *fakes* que discutimos, como nosso problema de pesquisa, não seriam os perfis dos jogos ou outros mecanismos de entretenimento online, que à primeira vista podem ser encarados como um perfil falso, mas, que porta uma natureza que não visa o ato de enganar outros. Os chamados *avatars*, ou personas online utilizadas nos jogos, seriam um exemplo de um perfil falso “inofensivo”, ou seja, existem como ficção para o entretenimento mediado nas plataformas de jogos. Com nossos informantes, traremos mais clara essas particularidades acerca desses perfis *fakes* e de suas ramificações.

Os informantes, com os quais entramos em contato para o nosso diálogo, são jovens usuários de Internet e das redes sociais virtuais, sendo quatro homens na faixa dos 20/30 anos. Entramos em contato com alguns outros, no entanto, optamos por esses quatro usuários por suas características interativas online, e também para tornar a nossa discussão mais enxuta. Devemos frisar que ao longo dos relatos optamos por nomes fictícios em relação aos nossos informantes, servindo como mecanismo de preservação dos mesmos, já que alguns problemas de ordem emocional (e até legal) podem se fazer presentes.

A metodologia que usamos para a discussão como os informantes, primeiramente, se deu por conversas (formais e informais), entrevistas semi-

estruturadas e estruturadas, depois passaram ao dialogo via redes sociais – devido à distância, já que usamos informantes de outras cidades – e depois fizemos um acompanhamento de suas rotinas online, como observação de seus procedimentos nas redes sociais virtuais e em aplicativos de relacionamento.

Cumpre, além dessa breve apresentação, demonstrarmos como um problema observado ao longo dessa pesquisa pode ou pôde ser respondido por nossos informantes, ou seja, se haveria uma necessidade de exposição da vida privada nas redes sociais, e se com isso, surgiria uma dependência dessa ideia de expor o cotidiano como forma de interação. Com isso, procuramos ao longa desta pesquisa, trazer um olhar sobre a modernidade e seus desdobramentos, como o capitalismo, e como surgem certos momentos nos quais a tecnologia (máquinas) se apresentou como o leme social, o que nos traz uma possibilidade histórica para explicar o nosso olhar crítico sobre a Internet, a web, as redes sociais virtuais e seus usos.

Em suma, a pesquisa que segue procura discutir o mundo cibernético, ou a chamada cibercultura, com lentes sociológicas, ou seja, procuramos fazer uma espécie de mergulho sócio-histórico que visa analisar a importância do papel tecnológico sobre o mundo social, chegando até os dias atuais, época das redes sociais virtuais, seus usuários e seus problemas de interação social, como a questão envolvendo a manipulação de uma imagem em redes sociais e a eventual apropriação dessa imagem como forma de atrair ou ludibriar outros usuários.

CAPÍTULO 1

Da modernidade à sociedade informacional: os caminhos tortuosos da razão e da tecnologia

1.1. A modernidade, os seus desdobramentos e o seu impacto nas relações sociais entre indivíduos

O que entendemos por modernidade, ou por era moderna¹, pode ser remontada aos séculos XV e XVI, com o Renascimento europeu e as Grandes Navegações que buscaram novas terras, entre outras coisas, esses eventos históricos reconfiguram as ideias de indivíduo, de religião, de ciência e de sociedade, muitas vezes, de maneiras e formas problemáticas.

Nesse sentido, guiando-nos por um olhar genealógico, ao trazermos a ideia de uma formação de indivíduo moderno, buscaremos também fazer uma genealogia da própria ideia de era moderna, alguns paralelos que corroborem o que buscamos, ou seja, uma ascensão social e estética, que paulatinamente foi crescendo, sendo mediada pelas tecnologias que surgiam. No entanto, nesse percurso, temos que levar em conta certos aspectos que ligam a modernidade a ideia de indivíduo, aspectos estes que corresponderiam ao papel desse mesmo indivíduo na sociedade e sua inerente ligação a um modelo social pautado pela tecnologia, pela informação e pela comunicação.

A modernidade, como mencionamos, é um período de tempo que remonta aos últimos 500 anos (WALLERSTEIN, 1974; TILLY, 1990; ARRIGHI, 2016) e dentro desse período está assentada toda a construção social do mundo como conhecemos hoje, um mundo que segundo podemos perceber, está sob a égide da tecnologia e do capitalismo individualizante, ou burguês (KOSELLECK, 2015), tanto identificado com o progresso quanto com uma crise do humano.

A modernidade, dentro da história de mundo europeu, acabou sendo o modelo a ser seguido no mundo (KOSELLECK, 2015), ou seja, o leme global para o progresso. Dessa forma, podemos estar mergulhados em uma realidade

¹ Moderno é uma palavra derivada do latim “modo”, que significa agora, atual, recente ou tempo presente. Já o adjetivo “moderno” provem do francês medieval (século XIV) e o substantivo “modernidade” tem sua origem no século XIX, na obra do poeta francês Charles Baudelaire.

de utopia, ou melhor, um horizonte de auto-entendimento histórico-filosófico, predominantemente utópico (KOSELLECK, 2015, p. 09).

Um pouco mais além na linha do tempo, a sociologia, enquanto ramo do conhecimento, surge no contexto das sociedades capitalistas, dito de outro modo, mais precisamente dos estudos acerca das mudanças sociais, políticas e econômicas promovidas pelo capitalismo é que surgiu essa forma específica de estudo da sociedade. Nomes como Auguste Comte, Karl Marx, Emile Durkheim, Max Weber, Georg Simmel, Walter Benjamin, entre outros, debruçaram-se sobre o esforço de explicar o capitalismo emergente do século XIX.

O cientista social alemão Max Weber via o nascimento da modernidade a partir de um processo de racionalização da vida social que emerge mais claramente no final do século XVII, dando ensejo a uma cultura da razão orientada ao social. Como mecanismos desse processo temos o capitalismo emergente, naquela época, que nos legou uma industrialização crescente, e uma tecnologia em vias de latência.

A modernidade é a expressão da existência de uma mentalidade técnica, de uma tecnoestrutura e de uma tecnocultura que se enraíza nas instituições, incluindo toda a vida social na burocratização, na secularização da religião, no individualismo e na diferenciação institucionalizada das esferas da ciência, da arte e da moral (Lemos, 2007, p. 62).

Tendo em vista a compreensão weberiana de modernização, é necessário considerar o papel da ciência como legitimadora do progresso, do capitalismo e de seu carro-chefe – a tecnologia. A tecnologia aparece como o motor de revoluções, junto com a ideia de progresso por ela oportunizada, algo vislumbrado e herdado dos iluministas do século XVIII, que possibilita a sociedade caminhar em direção ao futuro, como um ideal técnico, produzindo um descolamento da natureza, tornada um bem a ser conquistada e espoliada. Além disso, devemos frisar a ruptura com as visões de mundo religiosas da Idade Média, passando o trabalho, enquanto fator social, a assumir centralidade.

Ainda na esteira da modernidade, acabaram por serem criadas novas possibilidades tecnológicas, voltadas para uma promoção da informação e da comunicação como produtos, como exemplo, podemos citar a invenção da prensa pelo alemão Johannes Gutenberg por volta de 1450, e todo o seu papel revolucionário na ascensão do luteranismo, que na visão de Weber foi um fator

importante na emancipação do indivíduo em relação a ideia do trabalho como tortura. Assim, o trabalho teria sido convertido em um meio de se buscar a salvação, não mais uma forma de sacrifício físico, e sim um meio promotor de autonomia social do indivíduo.

Por sua vez, Walter Benjamin procurou compreender a modernidade sob um outro prisma, entre outras coisas, procurando compreender o sentido de obras literárias que apresentariam uma ruptura com as tradições anteriores, assim, a obra do poeta simbolista francês, Charles Baudelaire², apareceria como um como um dos referentes para a compreensão do fenômeno da modernidade. Segundo Benjamin, em Baudelaire a modernidade aparece como um problema, nela a figura do *flâneur*, expressaria a sua matriz crítica. Baudelaire esteve preocupado com os rumos que a modernidade tomou e como esse mesmo rumo tendeu a fragmentar as relações sociais nas grandes cidades. Com isso em mente, ele via os indivíduos nas sociedades capitalistas modernas como figuras problemáticas, perdidas em um mundo em transformação, por isso, constantemente mutáveis.

O *flâneur* é observador perdido nas multidões que habitam as cidades modernas, é indivíduo cansado (enfastiado) da modernidade, ao mesmo tempo que extremamente dependente dela, sua relação com seus semelhantes citadinos é distanciada, sua vida é rápida e efêmera como a bebida que consome (absintos e vinhos), como os pratos exóticos que procura ostentar e como seus passeios perdidos por galerias e ruas cada vez mais largas³. A modernidade sob as lentes de Benjamin configura-se pela rapidez e pelo descarte da reprodução contínua do capitalismo, que alteraram de forma brutal as relações entre os indivíduos, acentuando o sintoma que já descrito por Baudelaire e seus personagens solitários e perdidos.

O indivíduo, enquanto ente social, mostra-se na modernidade como um ser, ao mesmo tempo imerso e disperso em uma multidão, o *flâneur*, de Walter

² Charles Baudelaire (1821-1867), foi um celebre poeta, tradutor (de Edgar Allan Poe, principalmente, sendo responsável pelo conhecimento do mesmo na Europa do século XIX) e crítico de arte francês que esteve ligado ao Simbolismo e ao Modernismo (que é diferente de modernidade). Baudelaire é lembrado pelo seu recorte pessimista e peculiar de seu período de vida, tendo como sua obra principal "As Flores do Mal", uma composição poética, crítica e avante garde sobre o indivíduo perdido na modernidade.

³ Temos uma excelente representação desse mundo na obra "As Avestas" de Joris-Karl Huysmans, lançada em 1884.

Benjamin (BENJAMIN, 2015), isto é, o errante, o vadio ou literalmente solto ao vento, como uma flâmula, apresenta-se como um tipo social que traz consigo uma reconfiguração das relações em ambientes socializantes.

O indivíduo perdido nas multidões, como apresentado por Benjamin a partir das lentes críticas de Baudelaire é o guia de nossa discussão sociológica sobre a relação do capitalismo com a tecnologia e como esta impacta sobre os indivíduos, seja pela lógica do *flâneur* ou até mesmo pelo latente individualismo que essa mesma lógica parece propor. Além disso, também vale lembrar que coube a Durkheim o primeiro grande esforço sociologicamente orientado de perceber o papel do indivíduo e do individualismo nas sociedades modernas, isso em obras como “Da Divisão do Trabalho Social” (1893), “O Suicídio” (1897) e as “As Formas Elementares da Vida Religiosa” (1912), em que nessa última, ele apresenta o individualismo como uma forma de consciência coletiva presente na formação das sociedades modernas.

No caminho da razão, ao longo dos séculos, as multidões da modernidade se desenvolveram como formas autônomas e coletivas, buscando ter representação, ou distinção nas sociedades ocidentais capitalistas. Como percebeu Kuper (KUPER, 2013), assim como Durkheim, a individualização emerge como um produto da transformação social alheia ao controle das pessoas, sendo assim, um produto das relações mútuas, que se auto produzem a partir das diferenciações presente nas funções sociais (KUPER, 2013, tradução nossa).

Mais contemporaneamente, o sociólogo britânico Anthony Giddens define a modernidade como um fenômeno “multidimensional no âmbito das instituições” (GIDDENS, 1991, p. 21). Dessa forma, fazendo uso de uma divisão entre baixa modernidade (século XVIII e XIX) e alta modernidade (séculos XX e XXI), podemos perceber a alvorada da tecnologia como produtora de novas formas de relações sociais.

Uma interconexão global, nos dias atuais, pôde ser sentida a partir desse predomínio tecnológico de nossa sociedade, no entanto, a tecnologia pode ser aliada do desenvolvimento humano e ambiental, mas também pode ser fonte de dominação, exploração e de auto-engano (ALVES, 2016).

O fato é que a modernidade é um processo em movimento, nem sempre para a frente, que acontece em vários âmbitos: social, geográfico, econômico, político, ideológico, cultural e pedagógico (ALVES, 2016).

Para Giddens (GIDDENS, 1991), a modernidade seria uma amalgama de costumes de vida e organização social surgidas no continente europeu a partir do século XVII, e nisso, a industrialização cumpriu um papel fundamental no advento dessa mesma modernidade, já que esse processo pode ser percebido em:

- a) O surgimento e desenvolvimento de relações capitalistas;
- b) O estabelecimento de instituições de vigilância, potencializadas pela informatização latente;
- c) A fixação dos modelos de organização social e dos Estados-Nação (GIDDENS, 1991).

O dinamismo dessa modernidade seria uma decorrência de três fatores:

- a) Separação *do tempo e do espaço* e das formas que recombinaaram a vida social;
- b) Do *desencaixe* dos sistemas sociais, que seriam as chamadas fichas simbólicas e os sistemas peritos;
- c) E da *ordenação e da reordenação reflexiva*, na qual o conhecimento seria o fator central, por promover mudanças que afetariam as ações individuais e coletivas.

Para Giddens, a *alta modernidade*, na qual ocorre um equilíbrio entre as oportunidades sempre latentes e os perigos constantes, se apresenta como fundamental para o conhecimento dos indivíduos e de suas identidades, além dos riscos:

É central para a modernidade que os riscos podem ser em princípio avaliados em termos de conhecimento generalizável sobre perigos potenciais – uma perspectiva sobre a qual noções de fortuna sobrevivem no mais das vezes como formas marginais de superstição. Onde o risco é conhecido como sendo risco, ele é vivenciado de modo diferente do que em circunstâncias que predominam noções de fortuna. Reconhecer a existência de um risco ou conjunto de risco é aceitar não só a possibilidade de que as coisas possam sair erradas, mas que esta possibilidade não pode ser eliminada (Giddens, 1991, p. 112).

A ideia de uma sociedade de risco (BECK, 2010), que sempre estaria frente à mudanças, na qual o mundo como antes imaginado acabou por ser

alterado, é crucial para percebermos como o central na transição para um mundo pautado pelas tecnologias de informação, que seriam os fatores cruciais para o advento da Internet e das formas de comunicação e sociabilidade por esta promovidas, tudo isso a partir dos anos 1960, com a mudança dos modelos capitalistas de produção em escala global (BELL, 1974, KOSELLECK, 2016).

Ainda nas questões levantadas por Giddens, sua ideia de uma “consequência” da modernidade (GIDDENS, 1991;2002) que se apresenta como construtora de um eu mínimo, ou seja, mudando a relação do indivíduo, havendo com isso uma contraposição entre as esferas das políticas emancipatórias e da vida.

A tecnologia, e o seu papel na modernidade, seja ela tardia, baixa ou alta teve um papel central na mudança social, possibilitando acessos e alterando formas e relações sociais, nisso percebemos a mídia: que rearticula e desarticula as esferas de tempo e espaço entre o global e local. A informação e sua absorção social serviu para quebrar as tradições.

As tradições só persistem na medida em que se tornam passíveis de justificação discursiva e se preparam para entrar em um diálogo aberto, não somente com outras tradições, mas com modos alternativos de fazer as coisas. O desengajamento é possível de algumas maneiras e em alguns contextos, mas estes tendem a ser cada vez mais limitados (Giddens, 1997, p. 130).

Além disso, a flexibilidade, outro termo caro ao sociólogo inglês, e suas consequências, tanto podem influenciar a vida individual quanto coletiva, com isso promovendo uma interligação entre o macro e o micro (GIDDENS, 2002).

A Internet (a partir dos anos 1990), e as redes sociais digitais (anos 2000), seriam fatores cabais nessa rearticulação reflexiva da qual Giddens trata, já que as relações e interações que essas tecnologias mediram transformaram a percepção do que seria o “eu”. A construção do eu e da identidade é feita de forma reflexiva, os indivíduos sabem o que estão fazendo e por que estão fazendo, mas dentro de uma miríade de opções e possibilidades (ALVES, 2016).

O sociólogo polonês Zygmunt Bauman (BAUMAN, 1998; 1999; 2001), por sua vez, em suas análises sobre a modernidade e pós-modernidade, enfatiza que as relações sociais no chamado projeto moderno eram mediadas pela razão,

apresentando assim aos indivíduos formas de verdade baseavam-se na ciência. Entretanto, esse mesmo projeto mostrava suas limitações por não dar conta de confrontar tais verdades diante do potencial de novas configurações sociais. Assim, teríamos a emergência de uma nova etapa na história da humanidade, na qual aquilo que ele chama de modernidade sólida, cede lugar à modernidade líquida (BAUMAN 1999; 2000).

Para Bauman, a modernidade sólida nasce de um processo de racionalização iniciado no Renascimento, e tem como base uma relação fixa, “dura” entre os indivíduos e as instituições sociais. Já na modernidade líquida, essa “dureza” social se diluiu, tendo como motivo a falta de centro nas relações sociais, em que a liberdade aparenta ser algo problemático.

São esses padrões, códigos e regras a que podíamos nos conformar, que podíamos selecionar como pontos estáveis de orientação e pelos quais podíamos nos deixar depois guiar, que estão cada vez mais em falta. Isso não quer dizer que nossos contemporâneos sejam livres para construir seu modo de vida a partir do zero e segundo sua vontade, ou que não sejam mais dependentes da sociedade para obter as plantas e os materiais de construção. Mas quer dizer que estamos passando de uma era de 'grupos de referência' predeterminados a uma outra de 'comparação universal', em que o destino dos trabalhos de autoconstrução individual (...) não está dado de antemão, e tende a sofrer numerosa e profundas mudanças antes que esses trabalhos alcancem seu único fim genuíno: o fim da vida do indivíduo. (BAUMAN, 2001)

A questão da identidade, na visão pós-moderna, dentro da liquidez, da fluidez da sociedade atual acabou perdendo suas amarras que a tornavam algo “natural” (BAUMAN, 2005). Com isso, uma necessidade de identificação se faz necessária, e a busca por essa identificação acaba por se tornam uma forma de relação social, como veremos mais adiante nas redes sociais virtuais.

O mundo fora de eixos, fora de controle, torna as relações sociais mais instáveis, incertas e inseguras. Nesse contexto, o consumo, surge como o fator condicionante do exercício da individualidade e da construção de identidades, uma vez que, na chamada modernidade líquida, o indivíduo e seus desejos apareceriam como o cerne dessa configuração social. Para Bauman, o que testemunhamos é a passagem de uma sociedade de produtores, onde vigorava a ética do trabalho, para uma sociedade de consumidores, na qual vigora a estética do consumo, consumo não apenas de objetos, mas também de relações sociais, onde os indivíduos são impelidos a produzirem a sua própria satisfação.

Numa sociedade de consumo, compartilhar a dependência de consumidor – a dependência universal das compras – é a condição “*sine qua non*” de toda liberdade individual; acima de tudo da liberdade de ser diferente, de “ter identidade” (Bauman, 2001, p.98).

A identidade, como percebido por Bauman, tem nos tempos atuais, com as redes sociais virtuais e sua fluidez problemática na qual busca por relacionamento, amizades, etc. uma nova reconfiguração (BAUMAN, 2001). A identidade online, acaba sendo mutante e fluida, presa a exposição. Nisso, os indivíduos/atores sociais “aceitam” se colocar a vista de todos os usuários e acaba não medindo certas consequências, o que discutiremos adiante.

1.2 A comunicação e o seu papel da modernidade aos nossos dias

A comunicação, como forma de conectar ideias, isto é, de aproximar as pessoas, obviamente, não é uma “invenção” das sociedades modernas, ela remete aos primórdios da humanidade. No entanto, foi no âmbito da modernidade ocidental, mais precisamente com o aperfeiçoamento da tecnologia da impressão por tipos móveis em 1440-50, por Johannes Gutenberg, que se deu ensejo a um contínuo processo de potencialização de capacidade humana de comunicar-se.

A tecnologia de comunicação sobre a superfície ilimitada do globo conduziu à onipresença de forças que submetem tudo a cada um e cada um a tudo. Ao mesmo tempo, além dos espaços e dos tempos históricos, explora-se o espaço planetário, ainda que seja apenas para fazer com que a humanidade vá pelos ares no processo em que ela mesma se empenhou (Koselleck, 2015, p. 09).

Posteriormente a isso, o desenvolvimento das variadas formas de comunicação humana aperfeiçoaram-se de tal modo na modernidade, a ponto de contribuíram decisivamente para tirarem as relações sociais do âmbito local, no qual a tradição se impunha sobre os indivíduos e reinseri-las em um âmbito de interação humana que transcende a pertença local específica. Com isto em vista, quando consideramos a centralidade do desenvolvimento de tecnologias comunicacionais no século XX, pode se perceber que:

A comunicação é um dos mais brilhantes símbolos do século XX; seu ideal de aproximar os homens, os valores e as culturas compensa os horrores e as barbaridades de nossa época. A comunicação é também umas das frágeis aquisições do movimento de emancipação, uma vez que o seu progresso

caminha junto com o combate pela liberdade, pelos direitos humanos e pela democracia (Wolton, 2004, p. 27).

A fragilidade da qual Wolton se refere tem suas raízes nos usos da comunicação por aparatos de Estado, que o século passado nos legou inúmeros exemplos, entre eles, a propaganda nazista e as propagandas indutoras ao consumo da sociedade massifica norte-americana. No entanto, nos ateremos aqui às possibilidades técnicas da comunicação, o que por contemporaneamente nos conduz à Internet. Antes de chegarmos na Internet, cumpre irmos por partes e apresentarmos o passo a passo da comunicação.

Assim:

Podemos dizer que a aventura das “novas tecnologias de comunicação” (NTC) teve seu *boom*, não no século XX, como pensamos comumente, mas no século XIX. Aqui, por meio de artefatos eletro-eletrônicos (telégrafo, rádio, telefone, cinema), o homem amplia o desejo de agir a distância, da ubiquidade (Lemos, 2006, p. 68).

E:

Os *media* podem ser considerados como instrumentos de simulação, formas técnicas de alterar o espaço-tempo. Será no século XIX que diversas inovações mediáticas aparecerão, a começar em 1837 com o telégrafo elétrico, o telefone em 1875, o telégrafo por ondas hertzianas em 1900 e um ano antes, o cinema (Lemos, 2006, p.68).

Somado a isso, essas inovações tecnológicas tiveram um impacto na configuração das formas de comunicação e, por conseguinte, de sociabilidade, oportunizando às pessoas possibilidades comunicativas nunca antes pensadas, e as transformações não parraram nisto, tivemos uma outra escalada de inovações e de dispositivos técnicos avançados. Em 1964, é lançado o primeiro satélite voltado exclusivamente a comunicação, chamado TELSTAR, que tinha o poder de cobrir todo a planeta, o que abriu assim, tudo mais o que viria, no século XX, em matéria de comunicação e informática, o que nos traria a revolução digital.

Em 1975, com a alteração dos modelos analógicos de telecomunicação para um modelo híbrido, ou seja, com a fusão com o modelo informático, tornou-se possível a conexão entre computadores através da amplitude do uso do microprocessador e do barateamento desses dispositivos tecnológicos (CASTELLS, 2003; 2005; 2006). Essa mudança trouxe uma nova formatação para as mensagens enviadas, as tornando mais rápidas e leves, surgindo o

“tempo real” na comunicação (CRARY, 2014), um fator crucial na mudança vindoura.

A tecnologia, dessa forma, abriu portas em todos os sentidos, ou seja, através da informação e de suas formas comunicativas a sociedade experimentava a real revolução tecnológica. Como percebeu Manuel Castells, a informação é poder e a comunicação é contrapoder (CASTELLS, 2006).

Para Wolton, o ato de comunicar possibilita todos os tipos de trocas entre os indivíduos, potencializando assim de modo ilimitado as capacidades humanas e o exercício de suas liberdades, o que, de certo modo, promove uma dualidade entre certo e errado, que passaria despercebida pelos agentes.

É certo que as possibilidades de troca são ampliadas na medida de uma liberdade individual sem limites, mas elas se realizam por meio das indústrias “culturais”, cujo poder financeiro e econômico é, muitas vezes, o oposto de toda a ideia de cultura e de comunicação (Wolton, 2004, p. 27).

A comunicação e a informação na modernidade foram direitos conquistados, que passaram a compor os elementos constitutivos do que passou a ser entendido por humanidade. As redes oportunizadas pela intensificação das formas de comunicação na modernidade constituem-se na interação de formas de existência e de resistência, sejam locais ou globais, por isso, Manuel Castells vê nelas uma revolução social.

As oportunidades de contato entre indivíduos, com a descentralização da comunicação e o seu barateamento, tiveram na Internet, com suas redes ou web o elemento central dessa revolução informática. O ato de dar a voz aos que eram antes “invisíveis” foi o que mais chamou atenção do sociólogo espanhol.

Devemos pensar a comunicação como um agente que mistura inúmeros interesses, ideais e ideologias (WOLTON, 2004), que promove aproximações ao mesmo tempo que exclui os indivíduos. Devemos pensar a comunicação sempre a partir de sua capacidade de informação, no entanto o que é essa comunicação da qual nos detemos, a informação que possibilitará a Internet. A esse respeito, Wolton (WOLTON, 2004) divide a comunicação em três sentidos principais: a comunicação direta; a comunicação técnica; e a comunicação social.

Essas divisões propostas por Wolton, não tinham as redes sociais de hoje como parâmetro, no entanto, cabe a nós uma aproximação com o paradigma informacional atual. As redes sociais virtuais, são ao mesmo tempo comunicação

direta (no sentido de emitir e receber mensagens, etc.), comunicação técnica (mediante uso de computadores e celulares) e a comunicação social (voltada a aproximar indivíduos, abreviando distancias).

O ato de comunicar sempre leva em conta o outro, promove aproximações que visaram o compartilhamento de informações, visto que a vida social dos indivíduos da espécie humana fundamenta-se nisto. As redes sociais que analisaremos, e as ações problemáticas – como perfis falsos e *Catfishes* – são sempre ações motivadas ao outro.

Mesmo que a vida em sociedade, na qual o dinheiro autonomiza os indivíduos (SIMMEL, 1998), a comunicação como forma de intercâmbio de ideias, valores e experiências sempre uma ação voltada a outrem, que almeja algum tipo de sentido compartilhado para os indivíduos que nela estão envolvidos. Nesse sentido, pode-se dizer, por exemplo, que as redes sociais virtuais de nosso tempo são ferramentas comunicativas onde a comunicação é ao mesmo tempo, organizadora de formas de interação e modelo cultural que dissemina, reforça e ressignifica valores, ideias e comportamentos (WOLTON, 2004).

Antropólogos e historiadores definem progressivamente os diferentes padrões de comunicação, interpessoais e coletivos, que se sucederam na história. Jamais houve comunicação em si, ela está sempre ligada a um padrão cultural. Ou seja, a uma representação do outro, porque comunicar consiste em difundir, mas também interagir com um indivíduo ou uma coletividade. O ato banal da comunicação condensa em realidade a história de uma cultura e de uma sociedade (Wolton, 2204, p. 30).

A comunicação, pode ser vista como elemento crucial, dentro da sociedade informatizada, tendo sido oriunda de um processo moderno, assim:

Um meio de comunicação repousa sobre três dimensões: tecnológica, profissional (oferta, construção de programas) e comercial (representação de público). Em poucas palavras, o meio de comunicação nasce de uma oferta construída por profissionais, que utilizam um sistema tecnológico para encontrar um público. O primeiro meio de comunicação, no sentido moderno do termo, é o rádio, que aparece apenas antes da guerra de 1914-1918 (Wolton, 2000, p.66).

As redes sociais virtuais de nossos dias, que tem a Internet como meio propagador, ou seja, seu sistema de informação automatizado e interativo, é o elemento agregador dos três níveis da comunicação, a direta, a técnica e a funcional, por isso, a interação é fator determinante. No entanto, a Internet

apesar de portar um caráter de meio de informação, não seria um meio em si, e nisso é que reside sua força (WOLTON, 2000). Nas palavras de Wolton: “(...) trata-se de mensagens em todos os sentidos, enviadas por qualquer um, captadas e organizadas por ninguém” (Wolton, 2000, p.66). Segundo Druetta (DRUETTA, 2009), a compreensão de Wolton, a despeito de pertinente, mostra-se parcial, pois:

A lógica a partir da qual Wolton retira da Internet sua condição de meio por não ser generalista é questionável, já que caberia perguntar a ele em que lugar coloca hoje em dia a televisão de conteúdo geral que se transmite através de sinais pagos. Alguns desses canais são generalistas em seus países de origem, ou seja, abertos ou de recepção livre, mas no exterior formam parte dos pacotes que se oferecem mediante assinatura (Druetta, 2009, p.44).

Esse ponto mencionado pela referida autora precisa ser analisado, tendo em vista que os pesquisadores de Internet e mídia de massa em geral, usualmente manifestam opiniões críticas e sem fundamento empírico, na qual temos como exemplo a chamada Sociologia Digital. Devemos frisar, que esse não é o caso em Wolton, que em seus estudos podemos extrair um material muito rico sobre os desdobramentos técnicos das tecnologias informacionais.

Além dele, temos em Manuel Castells e Pierre Lévy teóricos importantes do tema, porém acabam por estarem datados, já que a intensa dinâmica das transformações das tecnologias informacionais nos últimos 30 anos, fundamentalmente àquelas referentes à Internet, tornam os seus trabalhos já clássicos na área, incapazes de explicar adequadamente o atual estado de coisas no mundo configurado pelas redes sociais virtuais.

Como seguimento a essas críticas que aqui trouxemos, que relacionam a comunicação com a sociedade tecnológica de forma problemática, trazendo em alguns momentos, matizes deterministas. Devemos enfatizar o papel central que os estudos sociológicos teriam para com os estudos acerca da informação, comunicação e da Internet, tendo em vista que os desdobramentos sociais fazem das redes sociais virtuais, via rede mundial de computadores, o seu grande palco de ação e de interação em todos os sentidos, que precisam ser analisados através dos seus usuários: indivíduos/atores conectados.

1.3. A cibernética, o nascimento de uma cultura informacional e a Internet

Na seção anterior apresentamos uma breve discussão sobre informação, da comunicação e como as mesmas trouxeram mudanças na forma de interação social mediada pela tecnologia, fruto de uma modernidade pautada pela técnica e pelo capitalismo, tendo em ambas, uma finalidade: o progresso social. Além disso, a informação e a comunicação, ao mesmo tempo que foram adaptadas em produtos de uma sociedade informatizada atualmente existente, tiveram que enfrentar mudanças, que afetaram as interações sociais. Entre estas mudanças, deflagradas principalmente a partir de esforços militares na Segunda Guerra Mundial, temos a ideia de uma rede global de informações. É exatamente nesse momento que houve a mudança de paradigma que tornou possível a Internet, nesse sentido, faz-se necessário aqui apresentar o advento da cibernética.

A palavra cibernética tem sua origem no radical grego, *Kuber* ou *Kubernetes*, que remete ao controle, ao governo e ao ato de pilotar algo, no caso, a arte de pilotar barcos, controlando o timão, e seu movimento. O emprego da palavra cibernética remete aos anos 1940, ou seja, ao contexto da Segunda Guerra Mundial (1939-45), com a obra do matemático estadunidense Norbert Wiener, que foi lançada em 1948, temos uma popularização científica do termo.

Ao dar a definição de Cibernética no livro original, coloquei na mesma classe comunicação e controle. Por que fiz isso? Quando me comunico com outra pessoa, transmito-lhe uma mensagem, e quando ela, por sua vez, se comunica comigo, replica com uma mensagem conexa, que contém informação que lhe originalmente acessível, e não a mim. Quando comando as ações de outra pessoa, comunico-lhe uma mensagem, e embora tal mensagem esteja no modo imperativo, a técnica de comunicação não difere da de uma mensagem de fato. Ademais, para o meu comando ser eficaz, tenho de tomar conhecimento de quaisquer mensagens vindas de tal pessoa que me possam indicar ter sido a ordem entendida e obedecida (Wiener, 1978, p.16).

Wiener via na cibernética um meio eficaz de se desenvolverem linguagens e técnicas que seriam a solução para a promoção de uma comunicação mais efetiva, ou seja, nos possibilitaria uma melhor forma de interação em uma sociedade que se encaminhava para ser dominada pela informação, aspecto muito bem sentido pelo autor.

Informação é termo que designa o conteúdo daquilo que permutamos com o mundo exterior ao ajustar-nos a ele, e que faz com que nosso ajustamento seja nele percebido. O processo de

receber e utilizar informação é o processo de nosso ajuste às contingências do meio ambiente e de nosso efetivo viver nesse meio ambiente (Wiener, 1978, p.17,18).

Além disso:

As necessidades e a complexidade da vida moderna fazem, a este processo de informação, exigências maiores do que nunca, e nossa imprensa, nossos museus, nossos laboratórios científicos, nossas universidades, nossas bibliotecas e nossos compêndios estão obrigados a atender às necessidades de tal processo, sob a pena de malograr em seus escopos (Wiener, 1978, p.18).

O termo, *ciber*, acabou aderindo ao modelo de sociedade informacional, e de controle, que estavam dando seus primeiros passos, sendo que inicialmente era usado apenas como um exemplo de tecnologia racional microeletrônica.

A mídia de massa (*mass media*), a partir do controle e da informação como aspectos comunicativos em uma sociedade tecnológica, teve em Wiener um de seus primeiros teóricos no século XX, se tornando ao mesmo tempo uma forma de controle e um objeto a ser consumido, propagando informação ao passo que criava um rastro de dependência. A *mass media* no final do século XX se transformará em *self media*, na qual a Internet das interações pautadas na figura do eu ditaria as regras. Cumpre discorrermos sobre essa origem dos mencionados *self media*.

- a) *Mass media* é toda a forma de mídia voltada aos grandes públicos, sendo desde seu início fruto das inovações tecnológicas, como a prensa, a mídia impressa, a fotografia, o cinema, o rádio, a televisão e mais recentemente a Internet e seus dispositivos móveis;
- b) *Self media* é toda a forma de mídia produzida por indivíduos não profissionais, tendo a Internet como dínamo, seja através dos antigos blogs até as atuais redes sociais virtuais, onde a produção de conteúdo é constante e ilimitada.

Tanto a mídia de massa (*mass media*) como a própria mídia (*self media*) foram embrionadas e lançadas em contextos tecnológicos, sendo a primeira um fruto da modernidade, e das relações sociais mediadas pela informação em seu estágio inicial. Já o segundo exemplo, foi gestado nos anos 1990, a partir do advento da Internet enquanto elemento interativo descentralizado, como percebido por Manuel Castells (CASTELLS, 2003).

Os “pais” da *self media*, ou sejam, a cibernética e a Internet, como percebido por (CASTELLS, 2005), foram concebidas no contexto das inovações oportunizadas no contexto da Segunda Guerra Mundial, na qual um modelo científico precisava ser pensado para dar conta das mudanças, nesse cenário nasceu a ciência da informação ou informática. As mudanças oriundas dessa nova ferramenta interativa foi a capacidade comunicativa rápida e descentralizada, o que seria um elemento chave em um contexto de ameaça constante de conflitos bélicos, ou seja, a Guerra Fria (1945-1991).

Nos anos 1960, com toda a efervescência cultural pela qual passavam os países considerados desenvolvidos, como a contracultura que afetou os paradigmas culturais, como a questão da igualdade sexual, as questões estéticas presentes nas críticas hippies ao *establishment*, as revoltas estudantis e as ditaduras pelas quais passavam os países em desenvolvimento, tenderiam a afetar a conjectura global para a formação de uma cultura informatizada, na qual a Internet seria seu cume.

A criação e o desenvolvimento da Internet nas últimas três décadas do século XX foram consequência de uma fusão singular de estratégia militar, grande cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural (Castells, 2005, p. 82).

Como sabemos, a Internet, através de um esforço militar, ou seja, com o auxílio da ARPA (Agências de Projetos de Pesquisa Avançada), nos Estados Unidos, pôde ser tornada real. Devemos frisar que a Internet não teria sido criada pelos militares, mas, sim, aperfeiçoada para uso bélico, a fim de tornar-se um dispositivo dentro do departamento de defesa do governo dos Estados Unidos. O esforço por trás de sua criação e de seu aprimoramento não seria para os meios informáticos, como hoje o temos, e sim como uma arma, um meio de defender ideais políticos estratégicos na chamada Guerra Fria (1945-1991). Nesse contexto, a Internet era entendida como a ferramenta ideal para a transmissão de mensagens secretas de forma rápida e descentralizada, mas ainda dependente de centros de controle.

Quando, mais tarde, a tecnologia digital permitiu o empacotamento de todos os tipos de mensagens, inclusive de som, imagens e dados, criou-se uma rede que era capaz de comunicar seus nós sem usar centros de controle. A universalidade da linguagem digital e a pura lógica das redes do sistema de comunicação geraram as condições tecnológicas para a comunicação global horizontal (Castells, 2005, p. 82).

A ARPA transformou-se em ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*), em 1969, dentro de um contexto problemático em termos sociais, que pode ser percebida no caráter dessa mesma rede, ou seja, um controle governamental sobre a informação. A era da informação, foi antes de tudo, a era do controle e do poder bélico no contexto da guerra fria capitaneada por EUA e União Soviética.

O sonho da informação descentralizada, para alguns pensadores, como por exemplo, o filósofo e urbanista Paul Virilio e o filósofo Jean Baudrillard, é visto como um caminho perigoso, uma vez que os dispositivos midiáticos poderiam produzir apenas entretenimento viciante e afastar as noções críticas dos indivíduos. Por sua vez, Paul Virilio percebe na velocidade (*dromo*), possibilitada pela tecnologia, um agente que alterou a relação entre os indivíduos e o seu ambiente físico, seja urbano ou social (VIRILIO, 2016). Os dispositivos tecnológicos de entretenimento, desse modo, tenderiam a converter os indivíduos em sujeitos passivos, não críticos ou apenas críticos parciais das mudanças, fazendo dos mesmos alvos fáceis de sistemas pseudodemocráticos.

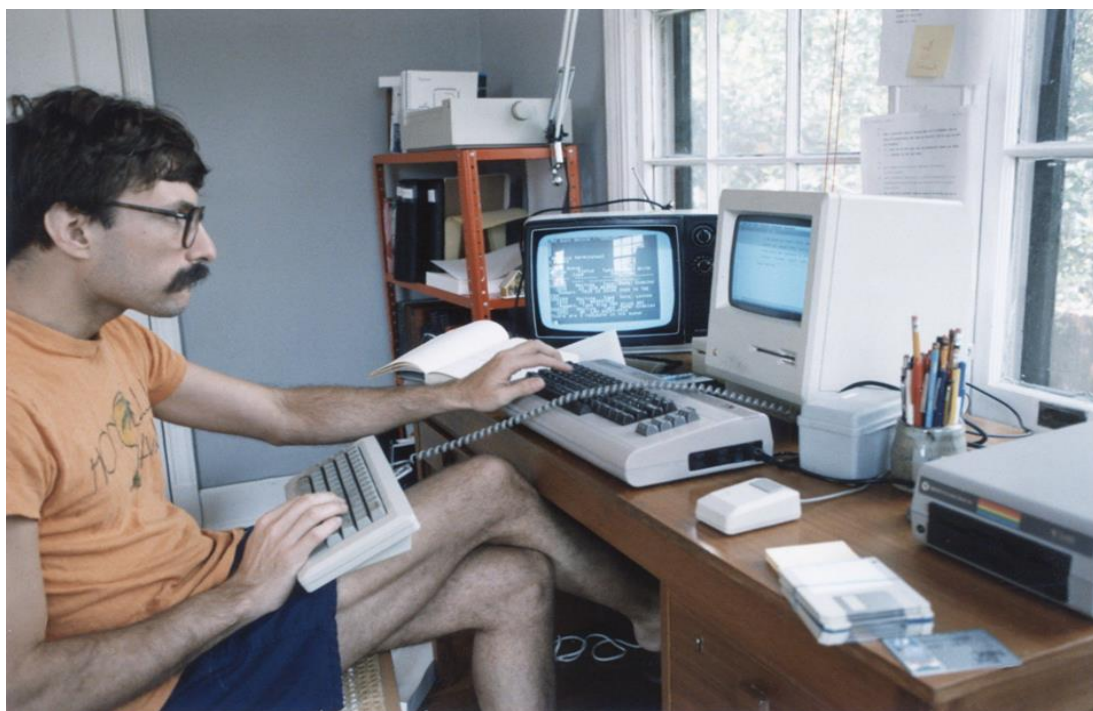
Para francês Baudrillard, um ferrenho crítico da sociedade de consumo, a tecnologia impactou a vida social, seja na cultura, na economia ou na arte, produzindo dessa forma um mundo virtual, artificial, fazendo com que uma dormência e uma apatia se apoderasse dos indivíduos (BAUDRILLARD, 1991).

A comunicação, que seria mediada pela Internet, traria na visão de Jean Baudrillard, outra figura crítica oriunda de *Maió de 68*, um “deserto social” e a velocidade por trás dessas novas formas comunicativas, para Paul Virilio, nos traria o “deserto no espaço”. Nisso podemos perceber o virtual e o viral (dos vírus de computador) andam lado a lado. Mais adiante, apresentaremos essas visões tanto as negativas quanto as positivas, de forma mais clara, por enquanto, vamos nos atear ainda nas relações a partir da comunicação.

Ainda nos “problemáticos anos 1960”, parece-nos importante também fazer referência ao conceito de “sociedade do espetáculo”, tal como proposto por Guy Debord (1968/1997), um dos intelectuais centrais nos movimentos de *Maió de 68* na França e em outras partes do mundo. Para ele, o espetáculo no qual a sociedade havia se transformado, seria uma amalgama de vários elementos como consumo, uma sociedade pautada pela imagem e a necessidade cultural

de termos a economia imbricada em todos os níveis de nossas vidas. O “espetáculo” referir-se-ia as relações sociais mediadas pelas imagens que eram constantemente jogadas contra as pessoas, fazendo-as consumidores de elementos estéticos capitalistas.

As motivações estéticas e revolucionárias identificadas na obra de Debord, acompanhariam os passos da criação da chamada sociedade informacional, influenciada pelas propostas do *Maió de 68*, mais precisamente pela ideia de uma comunicação descentralizada. Ademais, o espetáculo social, em sociedades que tendem a tornar quase tudo em objeto, em imagens a serem consumidas, como é o caso das relações sociais que se fazem presente nas redes sociais virtuais, objeto de estudo desta pesquisa. Devemos pensar na espetacularização de nosso cotidiano como um processo, uma reconfiguração constante de nossa rotina, na qual estamos profundamente ligados. Afinal, entre outras coisas, a tecnologia oportuniza a possibilidades para o indivíduo de ser um ator de si mesmo, não precisando de um “palco” para agir, necessitando apenas de dispositivos tecnológicos para esse fim.



Jovem e seu dia a dia online nos anos 1980, autor desconhecido. Disponibilizado na página online: www.vintag.es

Como podemos perceber na imagem acima, na qual um jovem dos anos 1980 para se manter conectado em seu quarto, deveria estar cercado por

inúmeros dispositivos informacionais, que hoje cabem em apenas um *smartphone*. No entanto, não seria essa a nossa proposta ao mostrarmos essa imagem, mas sim, apresentar um exemplo de uma cultura de estar conectado, do espetáculo de uma vida mediada pela tecnologia, que hoje alguns chamam de cultura *nerd*, *geek*⁴ etc.

Toda a ideia política e de crítica social sempre acompanhou a Internet, desde seus primórdios, como fizemos questão de frisar aqui, retomando através de uma breve cronologia o que estamos tentando identificar como as fundações de nossa sociedade pautada pela Internet. Algumas datas e acontecimentos elencados abaixo, nos ajudaram a clarificar melhor o nosso objeto:

- 1946 - *ENIAC*, primeiro computador, começa a operar, nos Estados Unidos;
- 1947 - A *Bell Company* começa a substituição das válvulas elétricas pelos transistores;
- 1950 - Alan Turing lança os princípios filosóficos da inteligência artificial;
- 1953/1957 - Desenvolvimento das redes de transmissão de dados entre computadores;
- 1964 - Começa a era dos microcomputadores, para uso profissional no trabalho;
- 1969 - Início da ARPANET, primeira rede de comunicação por meio de computadores;
- 1970 - A Intel introduz os primeiros circuitos integrados (chips);
- 1974 - Começa a era dos PCs (computadores pessoais), como o Altair 8080;
- 1975 - Bill Gates e Paul Allen começam a criar programas para computadores pessoais;
- 1976 - Steve Jobs e Steve Wosniak, visando ao mercado não corporativo, criam a Apple;

⁴ *Nerd* seria alguém, geralmente tímido e retraído, entusiasmado com a leitura e com os estudos, que viveria dessa forma afastado do convívio social. Não se sabe ao certo a origem dessa palavra, ou gíria, muitos dizem se tratar de uma variação de *nurd*, termo criado por Philip K. Dick (1928-1982). *Geek* é uma gíria inglesa para os aficionados em tecnologia, ciência e em cultura *Pop* em geral.

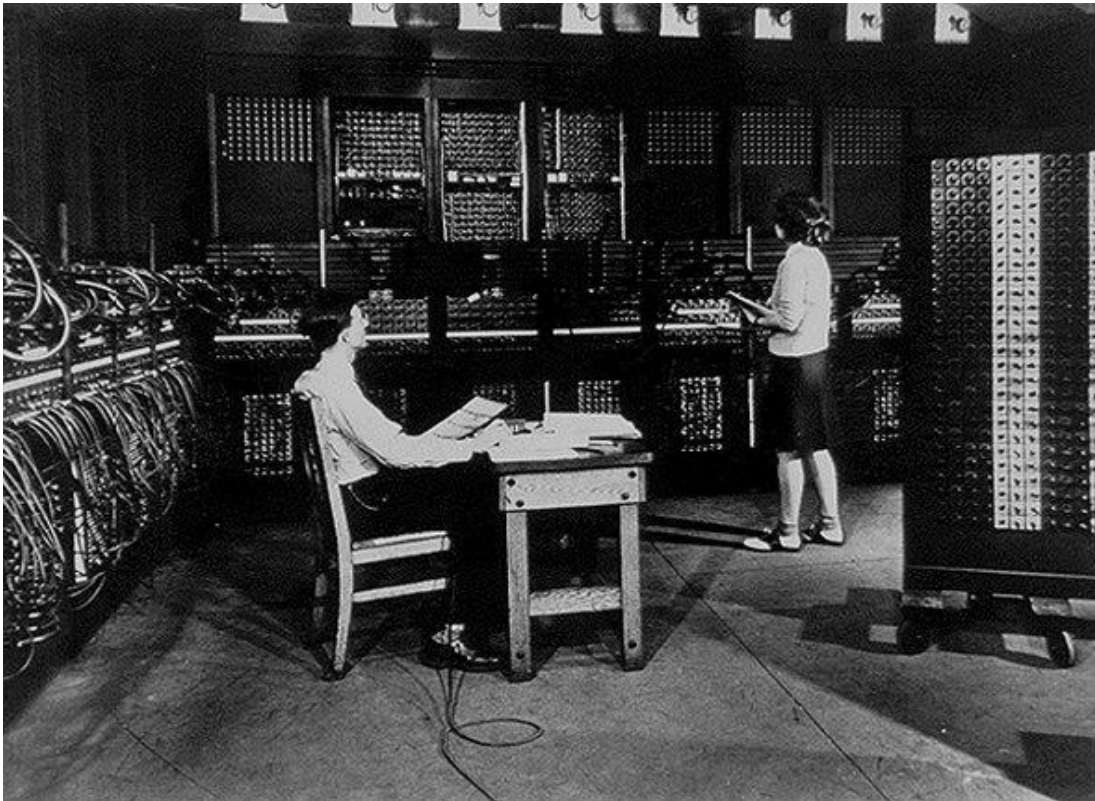
- 1981 - O IBM PC começa a era da computação pessoal profissional;
- 1982 - Início da Internet, protocolo de ligação entre as redes de computadores;
- 1984 - Lançamento da ideia de computador como bem de consumo para uso doméstico, com o Apple Macintosh;
- 1991/1992 - Tim Berners-Lee coordena a criação do *world wide web*, ambiente para compartilhamento de documentos multimídia via Internet (RÜDIGER, 2016).

Em nossa pesquisa, como a apresentação da tecnologia e da ciência imbricadas em uma ideia de espetacularização da vida inserida em um ambiente informacional, torna-se relevante darmos seguimento ao esclarecimento de outros conceitos que conferem suporte a ideia de Internet como um espaço global de interação, comunicação e informação, de um espaço virtual capaz de alterar nossas vidas em todos os âmbitos.

1.4 Ciberespaço e cibercultura

Ao longo dos últimos 250 anos, pode-se dizer que os seres humanos tiveram uma relação de estranhamento com as máquinas. Primeiro, quando consideramos que no contexto da revolução industrial nos séculos XVIII e XIX, as máquinas superaram as capacidades físicas do homem, apresentando-se como essencialmente redutoras da necessidade de mão de obra e convertendo os trabalhadores em seus apêndices (MARX, 2012). Em um segundo momento, com o advento dos computadores, como potencialmente superadoras das capacidades mentais do homem.

Nos primórdios dos computadores, os mesmos eram máquinas colossais e difíceis de serem trabalhadas, como pode-se ver na imagem abaixo do *ENIAC* (*Electronical Numerical Integrator and Calculator*), desenvolvido na Universidade da Pensilvânia, em 1946:



ENIAC. Autor desconhecido. Imagem disponível em: <http://www.vintag.es/2011/02/old-photos-of-first-generation-of.html>

Os computadores, das grandes máquinas que ocupavam grandes espaços aos pequenos dispositivos de hoje em dia, tiveram longo percurso, até chegar ao desenvolvimento atual da internet e das redes virtuais. Muitos usuários, principalmente pós-2000 pensam os computadores como dispositivos exclusivos ao uso da Internet, esquecendo de todo um processo social, econômico e cultural pelos quais àquelas máquinas passaram.

Os computadores seriam os meios pelos quais se fizeram presente as redes pensantes, ou seja, os meios de comunicação descentralizados, em tese, pelos quais a informação seria espreada. Nesse sentido, cumpre adentrarmos o campo do chamado ciberespaço, que nos guiará até a chamada cultura da informação, ou cibercultura.

O ciberespaço é uma encarnação de um mundo “virtual”, que nos confunde com sua dimensão ao mesmo tempo simbólica, técnica e social, e nos coloca frente a um novo território sem mapa, um espaço que pode ser público, cidadão e comercial (MUSSO, 2006).

No ciberespaço, cérebros e computadores estão, portanto, ligados entre si como já havia sonhado Wiener (1948), pois os dois

dependem de uma mesma teoria unitária que dá conta de funcionamento das máquinas e dos organismos. Eles estão ao mesmo tempo decompostos em partes identificáveis (os chips eletrônicos equivalem aos neurônios) e “interconectados” para dar luz a uma pequena totalidade “inteligente” (o cérebro e o computador) e maleável a uma “grande totalidade” construída por analogia, a saber, o “cérebro planetário” (que liga cérebros e computadores interconectados), dotada de uma grande “inteligência coletiva” (Musso, 2006, p. 194).

O mundo virtual deve ser entendido a partir do conceito de Realidade Virtual (ou VR – virtual reality – no inglês), que comporta o chamado mundo 3D, a imersão, a simulação de realidade, ou a imaginação de uma realidade deslocada, que viria (ou nasceria) de uma ideia de mundo deslocado do real, no qual a tecnologia teria o papel central, isso, tendo como fonte a ficção científica (BELL, 2007).

O ciberespaço, desde sua ideia original presente na obra de William Gibson, “*Neuromancer*” de 1984, seria um espaço desenvolvido artificialmente pela convergência entre um mundo online gerado pelas redes telemáticas e as projeções digitais e imaginárias dos sujeitos, interagindo por seu intermédio (RÜDIGER, 2016). Partindo dessa ideia de um espaço artificial, na obra de Gibson, o cérebro funcionaria como um computador, e o computador funciona como um cérebro. Podemos perceber reflexos dessa ideia hoje em dia com as pesquisas em Inteligência Artificial (AI) em que são ensaiadas visões de futuro, além dos computadores e de suas “simples redes”.

Para Pierre Lévy, o ciberespaço deve ser visto a partir de sua ligação às redes, visto surgir de uma interconexão mundial dos computadores, ou seja, essa interconexão tece um universal por contato (LÉVY, 1997). A ideia de conectar cérebros a computadores não se restringe aos âmbitos científicos acadêmicos, sendo mote de inúmeras obras de ficção científica desde o século XIX até meados da década de 1970⁵, nas quais uma ideia de indivíduo e máquina muitas vezes parecem serem a mesma coisa.

O mundo dos usuários das redes sociais, como aqui iremos analisar, não é algo novo, tem raízes que precisam ser melhor discutidas, a esse respeito que Amaral indica que:

⁵ Entre tantos exemplos, citamos o “Homem Terminal” de Michael Crichton, lançado em 1972 no Brasil pela editora Arte Nova.

Do ciberespaço gibsoniano, agora uma noção clássica *cyberpunk*, às conexões moveis de um momento pós-*cyberpunk*, é preciso repensar essa trajetória estética característica da cibercultura e que se encontra presente nos atos mais comuns como acessar um extrato bancário ou enviar fotos ou vídeos de um show de rock diretamente pelo celular aos amigos em outro continente (Amaral, 2006, p.15).

O ciberespaço, pai da cibercultura, seria uma alucinação consensual (GIBSON, 1984; 2016), que seria experimentada diariamente, ao redor do mundo, por operadores/usuários que procuram fugir de um mundo caótico e corrosivo e libertar, assim, seus corpos em uma experiência além da consciência.

A cibercultura é um elemento importante para uma análise da relação problemática entre indivíduo e tecnologia, somado ao fator estético que traremos, ou seja, a sub-cultura *cyberpunk*, com isso teremos sublinhada a nossa problemática, o uso de uma imagem em um espaço deslocado do real, no caso, dentro da Internet. Devido ao aparecimento de uma cultura em torno do computador enquanto aspecto desenvolvedor de culturas, é que devemos pensar a cibercultura.

Como percebeu Lemos (LEMOS, 2007), em obra *“Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea”*, a ideia de uma cultura cibernética é importante e seminal para explicarmos os fenômenos sociais herdados de uma sociedade tecnológica. Assim:

Ela (cibercultura) nasce nos anos 50 com a informática e a cibernética, começa a se tornar popular na década de 70 com o surgimento do microcomputador e se estabelece completamente nos anos 80 e 90: em 80 com a informática de massa e em 90 com as redes telemáticas, principalmente com o *boom* da internet (Lemos, 2007, p.16).

A herança informacional, dos computadores das décadas passadas, expostas por um tipo de literatura, variante da ficção científica, ou seja, a chamada *cyberpunk*, junto da conexão abreviadora de espaços sociais, ao mesmo tempo, que promoveu deslocamentos de realidades, sejam pelos jogos ou pelas possibilidades de formação de identidades em ambientes online. E para se formar uma identidade, é necessário um diálogo com o seu meio, ao mesmo tempo que se deseja fugir desse meio. O meio como um problema é o que gerou um tipo específico de usuário das redes pensantes e sociais na sociedade

informacional, ou seja, um ser que busca o deslocamento da realidade imaginada (BELL, 2007).

A estética do belo, ou devir estético, junto com seu par, o devir micro (relacionados aos seres invisíveis) nos dão uma ideia das transformações da imagem na sociedade informacional (LEMOS, 2006), e podem servir como a busca dos indivíduos/usuários saturados da realidade. No entanto, o que seria essa imagem transformada em estética social?

A cibercultura é uma configuração sociotécnica de produção de pequenas catástrofes que se alimentam de fusões, impulsões e simbioses contemporâneas: o usuário interativo da cibercultura nasce do desaparecimento do social (Baudrillard) e da implosão do individualismo moderno (Lemos, 2006, p. 75).

Nessa visão da cibercultura, ao percebemos como a estética do belo é trazida à baila pelas novas tecnologias de informação e dos *media*, podemos traçar um paralelo com a visão de Georg Simmel acerca das formas sociais (SIMMEL, 1983), na qual a vida social teria uma necessidade de se manter dentro de um involucro, em que as formas técnicas que as constituem, sejam elas estéticas ou não, precisam se adaptar e se reconstituir em um processo *ad aeternum*.

Ademais, é preciso lembrar que em Simmel, a cultura individual se realiza em um processo de objetivação dos objetos, em que a forma “*forma*” os conteúdos, e isso produziria uma subjetivação desses mesmos objetos, na qual o conteúdo se impõe a forma (LEMOS, 2006).

A tecnologia formando a sociedade e os indivíduos, produzindo uma relação de reciprocidade entre ambos, que geraria uma descentralização do poder, não mais convergindo de cima para baixo, mas agindo horizontalmente. Simmel se preocupava com a modernidade em si, não com o que tratamos de sociedade informacional, no entanto, suas ideias acerca do par indivíduo/sociedade é de fulcral importância em nossas ideias de indivíduos dependentes de redes sociais virtuais ou digitais.

A vida como espetáculo a ser exposto como um bem de consumo, isto é, o tornar-se visível para outrem em mídias e em suas plataformas interativa não é nenhuma novidade em nossos dias, o processo de espetacularização da vida confere uma intensidade maior as relações problemáticas que tem na Internet de nossos dias um palco. A mídia ou as mídias, ao longo desse processo

souberam como lidar com as transformações, adaptando-se e reconfigurando-se conforme o que era pedido.

Para Debord, o espetáculo é a representação do mundo através dos *mass media*, enquanto a cibercultura é a simulação do mundo pelas tecnologias do virtual. A cibercultura surge com os media digitais, ou seja, com a informática, as redes telemáticas, o multimídia interativo, a realidade virtual (Lemos, 2006, p. 90).

Para além do espetáculo *debordiano*, temos que perceber a sociedade do século XXI, na qual os indivíduos teriam que lidar com inúmeras formas de exposição e de controle, que fugiriam aos ideais dos contextos de *Maio de 68*, ou seja, estamos em um outro mundo. Um mundo no qual os computadores venceram e seus dispositivos informacionais determinaram as ações interativas entre os indivíduos, nisso outras características de mediação precisam ser notadas.

1.5 O ciberespaço é um território?

Os espaços ou territórios online, em uma sociedade informacional, por meio de computadores e outros dispositivos, promovem novas formas de mediação das relações sociais. Karl Popper, nos legou uma divisão interação de mundos/territórios (BELL, 2007):

- a) Mundo 1, seria o local dos objetos físicos, eventos e entes biológicos;
- b) Mundo 2, local dos eventos mentais e objetos;
- c) Mundo 3, local dos produtos da mente humana, ou objetos abstratos.

A divisão proposta por Popper, e lembrada pelo teórico de tecnologia e sociedade, David Bell, bebe diretamente nas fontes filosóficas de René Descartes, quando o mesmo trata da divisão mente-matéria, sendo a mente uma manifestação imaterial capaz de desenvolver pensamentos, ou seja, a cognição (DESCARTES, 1996), a capacidade de criar mundos. A virtualidade adviria dessa capacidade de criação de ambientes/territórios, presente no dualismo espírito/corpo.

O ambiente cibernético, ou seja, o ciberespaço no qual as interações entre indivíduos ocorrem, surgiu com os computadores e as suas redes, viabilizando e potencializando, assim, a emergência de laços sociais mediados por uma cultura *ciber*, fruto de tecnologias informacionais. Neste sentido, para Rüdiger

(2016, p. 10) “o ciberespaço mesmo, já é um efeito da cibercultura, entendida como o cultivo do mundo, nós incluídos, em termos cibernéticos”. Dessa forma:

Quando o progresso tecnológico e a expansão do capital confluem no sentido da exploração do campo da informática de comunicações, e, por essa via, os aparatos digitais interativos se convergem em bens de consumo de massas, estão configuradas as bases para a expansão de uma cibercultura, da colonização do ciberespaço pelos esquemas e práticas de uma indústria cultural que, desde quase um século, vinha se convertendo em princípio sistêmico de formação do nosso mundo social e histórico (Rüdiger, 2016, p. 11).

Um território online, ou seja, um espaço presente no “mundo da Internet” se mostra um conceito ainda passível de discussão, tendo em vista a impossibilidade de mensuração. A web, ou rede, seria ao mesmo tempo um endereço online (*IP* ou *Internet Protocol*, no original em inglês) e um local de hospedagem de conteúdo, com isso, indo além de um espaço demarcável (território).

Para além de uma discussão sobre território, uma análise sociológica sobre uma cultura informatizada precisa levar em conta certos aspectos, como as formas de apropriação do ciberespaço pelos seus usuários, que vista de modo crítico, evidencia apropriações norteadas por uma lógica consumista, isto é, pela criação de um território desvinculado da realidade, onde potencialmente podem ser efetivadas trocas de todos os tipos.

O ciberespaço é o local das redes sociais virtuais e, mais especificamente nestas, as pessoas, entre outras coisas, acabam tornando-se produtos que podem ser consumidos, por exemplo, na forma de suas opiniões e imagens. Nesse sentido, pode-se dizer que a subjetividade do mundo virtual converte-se, de algum modo, em um objeto de cerceamento digital (RÜDIGER, 2016). A crença nesse ciberespaço como um espaço distinto, digamos assim, da realidade corriqueira da vida, esconde o problema do isolamento dos indivíduos e de um certo nível de fragilização dos laços sociais baseados em relações face a face entre os mesmos (BAUMAN, 2006). Esse mesmo espaço, como argumentam alguns críticos, seria o local ideal para jovens muito sexualizados, ladrões de identidades, jogadores compulsivos, etc (RÜDIGER, 2016).

A ideia de um território online, um ciberespaço, aonde as relações sociais seriam mais livres que o “mundo real” é a motivação por trás da aceitação da Internet como um espaço voltado à liberdade. No entanto, esse mesmo território

pode ser sociologicamente percebido bem mais como uma forma ideal de efetivação de relações sociais guiadas pela lógica do mercado, na qual seres humanos são potencialmente coisificados, do que um espaço de efetivação de autonomia individual e de aperfeiçoamento de relações sociais que promovam o respeito mútuo (RÜDIGER, 2016).

A ideia de um espaço interativo que seja diferente do domínio de uma realidade poderia ser o esconderijo dessa ideia de liberdade, de poder “ser outra pessoa”, buscada por muitos usuários. E indo um pouco além da simples promoção de si, essa liberdade poderia se transformar em uma prática voltada a enganar, como crescimento dos perfis *fakes* e *Catfishes*, nas redes sociais, nos mostram nos últimos anos.

1.6 A Internet produz liberdade?

O desenvolvimento dos dispositivos tecnológicos nas sociedades modernas altera continuamente as formas com as quais os indivíduos interagem, seja com o advento da máquina a vapor no contexto da primeira revolução industrial, seja com os satélites de comunicação que tornaram possível a massificação da internet. O início do uso da tecnologia como instrumento de exposição dos indivíduos pode ser rastreado no início do século XIX, mais precisamente na França, com a fotografia e posteriormente com o cinema.

A fotografia pôde fazer com que as pessoas tivessem um rosto para guardar de recordação, não havendo mais a necessidade de pagar uma soma alta para algum pintor, para assim ser eternidade pelas artes plásticas.

Podemos falar que o uso da imagem, isto é, da percepção dos indivíduos de sua própria imagem, possibilitada pela fotografia, contribuiu para mudar o modo como os indivíduos percebem a si mesmos, constituindo-se em um importante instrumento de reforço identitário e de expressão da subjetividade. Essa dimensão do uso da imagem como expressão identitária e manifestação da subjetividade cresceu ao longo do século XX, vide o advento de câmeras de vídeo para uso caseiro, possibilitando, por exemplo, registro de eventos importantes da vida dos indivíduos. Mais recentemente, tais possibilidades foram radicalmente potencializadas com o advento das redes sociais virtuais oportunizadas pela Internet. A questão do exercício das liberdades aparece com

toda a veemência e profusão em sua possibilidade de uma ampliação efetiva no âmbito das redes sociais virtuais. Porém, se trazem consigo positivities, também não podemos perder de vista que trazem riscos ao exercício dessas mesmas liberdades. Nesse sentido,

O momento de eclosão das tecnologias de liberdade, em particular da Internet, mas também do conjunto de tecnologias informáticas de rede, de telecomunicações de banda larga, comunicação móvel e de computação distribuída, é também, sob o pretexto de terrorismo e pornografia, o momento da obsessão pela segurança, do controle dos Estados sobre as comunicações, da ameaça à liberdade de expressão, dentro e fora da Internet, da vigilância eletrônica ubíqua e da invasão sistemática da privacidade por parte de empresas comerciais e agências do governo (Castells, 2005, p. 226).

Em nossa sociedade, o ato de expor a própria imagem, seja ela nos contextos sociais do nosso dia, ou via redes sociais na Internet, precisaria ser percebida pela chave da segurança, de proteção da privacidade, afastando um pouco essa ideia de liberdade. O ser livre na Internet é, para dizer o mínimo, um discurso problemático que tentaremos demonstrar em nossa pesquisa, já que as ações individuais em ambientes virtuais acabam, com bastante frequência, escapando do controle intencional dos próprios indivíduos.

A sensação de liberdade presente nas formas de comunicação oportunizadas pelas mídias digitais, muitas vezes, tende a extrapolar as intencionalidades originais almejadas pelos indivíduos, adquirindo ressignificações à medida que são apropriadas e ressignificadas por outros indivíduos. Também não podemos perder de vista, o uso manipulativo da informação em ambientes de redes sociais, uma vez que, indivíduos ou grupos de interesse, com o intuito de falsear a realidade, induzir ao erro e/ou disseminar suas ideias, distorcem a realidade de acordo com suas conveniências.

Na nova mídia digital, a comunicação, com efeito, é interativa em sentido simultaneamente específico e ampliado: ampliado, por um lado, porque permite a interação humana ativa e em mão dupla com os próprios meios e equipamento que a viabilizam; específico, de um outro, porque essa circunstância permite ainda a interação social ativa e em mão dupla entre os seres humanos, ao ensejar o aparecimento de redes sociotécnicas participativas que transcendem a sua pura e simples interligação social, como ocorria na espera da velha mídia (Rüdiger, 2016, p. 14).

A nossa crítica sobre a sensação de uma liberdade oportunizada pelo acesso à imagem em redes sociais, pode ser melhor delineada a partir do no

esclarecimento de alguns termos que perpassam as ações dos indivíduos em ambientes de Internet. Vejamos:

- **Ciber**, pode ser percebido como o primeiro termo aplicado à informática avançada, seja a partir de Norbert Wiener (1976), ou do seu próprio significado, governar. O termo, além disso, foi apropriado pela literatura *cyberpunk* de William Gibson (1984), que o transformou em ciberespaço. Nos anos 1990, ao falarmos em Internet ou espaços mediados pela mesma, automaticamente remetia-se ao mundo “ciber”;
- **E-**, é a forma abreviada de eletrônico, seu uso está relacionado com o comércio;
- **Digital**, é o termo que faz referência aos dígitos básicos da Internet, ou seja, o 0 e o 1, presente em todos *softwares* e programas utilizados;
- **Virtual**, faz referência a natureza não palpável, não física da Internet, como quando falamos em realidade virtual, naturalmente acabamos por mencionarmos um ambiente deslocado da realidade.

As pessoas agem em ambientes de redes sociais de internet acreditando estar no pleno controle dos sentidos daquilo que veiculam, mas, com certa frequência, acabam se expondo a novas formas de controle. Em seu início, a internet era vista pelos seus entusiastas como uma forma de propagar conhecimento e interação social descentralizada, porém, para além dessas potencialidades inegáveis, ela acabou tornando-se quase uma “terra de ninguém”, onde a dificuldade de produzir regulações públicas efetivas acaba oportunizando um campo fértil para o exercício de práticas moralmente questionáveis e até mesmo práticas criminosas.

Nesse sentido, precisamos considerar que, mesmo que ainda não tenham sido gestados mecanismos de regulação pública mais efetivos capazes de combater práticas delituosas, ao mesmo tempo que garantidoras do exercício de liberdades individuais na Internet, o exercício da liberdade acaba sendo controlado de outras formas. E nisso temos a chamada “sociedade de vigilância”, como apresentada pelos autores Kirstie Ball, David Lyon, David Murakami Wood, Clive Norris e Charles Raab, em 2006.

Os autores em conjunto, analisam os seguintes aspectos, que segundo os mesmos “provam” a existência de uma sociedade controlada, vigiada e anuladora de individualidades:

- a) A princípio a atenção é *proposita*: a observação tem um propósito que pode ser justificado, em termos de controle, direito ou outro objetivo de concordância pública;
- b) Depois, ela é *rotineira*: ocorre enquanto lidamos com nossos afazeres diários, no transcorrer da vida;
- c) Mas a vigilância também é *sistemática*: é planejada e realizada de acordo com uma agenda racional, não meramente aleatória;
- d) Por fim, ela é *focada*: a vigilância se impõe com detalhes. Embora alguma vigilância dependa de dados coletados, a maior parte se refere a pessoas identificáveis, cujos dados são coletados, armazenados, transmitidos, recuperados, comparados, garimpados e trocados (BALL, LYON, WOOD, NORRIS e RAAB, 2006).

Tendo como base os tópicos acima apresentados, podemos discorrer sobre os mecanismos desenvolvidos exclusivamente para “seduzir” usuários, que como demonstrado não seria algo novo. Ao disponibilizarmos nossa imagem online, ou seja, ao criarmos um perfil e um rede social qualquer, estamos automaticamente entrando em um “jogo”, no qual nossa interação acaba sendo regulada sem o nosso conhecimento, somos vigiados e direcionados ao consumo e à exposição, muitas vezes sem sabermos.

Críticos da sociedade do consumo, e informacional, como os autores acima, parecem perceber a Internet como um mecanismo exclusivo da vigilância, no entanto, não seria essa sua ideia. A Internet seria apenas uma ferramenta, que envolveria inúmeros aspectos subjetivos, entre eles, a produção, o consumo, a ação e a acumulação de conteúdos expositivos, o que nos faz mergulhar na discussão acerca da identidade e do controle social, e como esses aspectos são absorvidos (ou não) pelos usuários das redes sociais virtuais.

CAPÍTULO 2

Internet, identidades online e controle social

2.1 Construção da identidade em ambientes online

No decorrer da pesquisa, entendemos que de algum modo, muitos usuários de redes sociais na internet, acabam atuando no sentido de tentar veicular e administrar as imagens que querem passar aos demais, a fim de construir construírem uma percepção sobre si mesmos que vise agradar às expectativas de outros. Nesse sentido, entendemos que o referencial da dramaturgia social proposto por Irving Goffman (GOFFMAN, 1973;1975), pode nos ser de grande utilidade no esforço de tornar inteligível o sentido das ações sociais em ambientes online. Afinal, os indivíduos, enquanto atores no grande teatro do mundo social, interagem representando papéis. Assim, na metáfora *goffmaniana* teríamos as seguintes categorias conceituais que tentaremos em conjunto articular e nos apropriar na análise das ações dos *Catfishes*:

- a) O palco seria o cenário onde se desenrolariam as interações sociais, no caso da pesquisa ora apresentada, as redes sociais virtuais;
- b) A plateia, os observadores, isto é, os outros usuários que se encontram na posição de consumidores de imagens;
- c) A fachada, correspondente ao papel desempenhado, ou seja, a representação propriamente dita das impressões que se quer causar na plateia em decorrência de um desempenho no palco (GOFFMAN, 1973, 1975).

Para os fins da pesquisa, os indivíduos, enquanto atores sociais, quando consideramos o modelo interativo das redes sociais virtuais, veiculam aspectos expositivos de si, isto é, veiculam imagens pessoais e expõem parte de sua privacidade nos ambientes online. Os fins almejados podem ser bastante variados, sendo que, pretendemos perceber exatamente a função desempenhada pelas representações sociais que motivam indivíduos a engajarem-se em interações sociais baseadas em perfis falsos.

Tendo esse referencial teórico em mente, entendemos ser possível perceber a Internet e as redes sociais virtuais como um palco onde ocorrem encenações para a plateia, isto é, os usuários que “consomem” as imagens e aspectos da privacidade “alheia”, por sua vez, os perfis falsos seriam a fachada utilizadas por certos usuários mediante artifícios ou máscaras, como por exemplo, imagens de outras pessoas consideradas bonitas pelo padrão social médio convencional.

O uso de imagens nas redes sociais virtuais, seja de alguém bonito ou bem-sucedido parece indicar uma relação apartada da realidade, ao mesmo tempo, em que se constitui uma parte desta, uma vez que, em casos de usuários com perfis falsos, os objetivos almejados normalmente possuem a intenção de induzir ao erro, de gerar algum tipo de engano, de produzir algum tipo de ardil, a fim de se obter alguma vantagem de ordem simbólica ou até mesmo material.

A construção de Identidade nas redes sociais virtuais pode, em um primeiro momento, serem vistas como uma tentativa de afirmação do indivíduo por meio de suas realizações, conhecimentos e imagens de seu cotidiano. Nas redes sociais a interação social de uma forma ou outra passa pela busca por definir-se buscando aceitação de outros usuários. Mas, o que seria o que seria a identidade em si? Identidade pode tanto ser algo idêntico, inerente a si mesmo, quanto uma busca de afirmação relativa e sempre mutante.

Quando a identidade perde suas âncoras *sociais* que a faziam parecer “natural” predeterminada e inegociável, a “identificação” se torna cada vez mais importante para os indivíduos que buscam desesperadamente um “nos” a que possam pedir acesso (Bauman, 2005, p. 30).

A representação social de uma identidade, a busca de uma “identificação”, como mencionado por Bauman, parece “comum” dentro dos contextos online das redes sociais virtuais ou digitais de nossos tempos. Podemos assinalar o quanto é problemática essa questão, já que a identidade/identificação, é algo em constante mudança. A construção de uma imagem nas redes sociais virtuais, poder ser considerada uma representação de uma identidade fluidificada, uma vez que se constrói a partir das respostas dadas por outros usuários que interagem da dinâmica das relações online.

A identidade de hoje é dinâmica, no sentido em que é um movimento constante de construção e desconstrução, de evolução das referências, dos símbolos e das representações, ela tenta preservar um mínimo de *referências estáveis*. A identidade

dinâmica não é um obstáculo ao movimento ou à abertura, ela é a sua condição, no sentido em que sem um mínimo de referências e estabilidade nenhuma identidade individual e coletiva é possível (Wolton, 2012, p. 217).

Nos antigos *weblogs*, ou *blogs*, tivemos a necessidade de construção de uma identidade, como uma forma de afirmação do eu, para dessa forma, surgir a interação com outros “*Eus*”. Essas ferramentas comunicativas, os chamados *blogs*, eram mais simples que as redes sociais de hoje, tendo como finalidade mais a exposição de ideias, expressões artísticas, etc., prerrogativas que foram, de certo modo, deixadas de lado pelos usuários de *Facebook*, *Instagram*, etc. O uso da imagem aparece, então, como o diferencial dessas novas redes sociais virtuais, dando um caráter mais visual para a interação.

A esse respeito, Recuero (RECUERO, 2014) notou que:

... a interação como tipo ideal, implicaria sempre uma reciprocidade de satisfação entre os envolvidos e compreende também as intenções e atuações de cada um. Interações não são, portanto, descontadas dos atores sociais, mas são parte de suas percepções do universo que os rodeia, influenciadas por elas e pelas motivações particulares desses atores (Recuero, 2014, p. 31).

Além das relações em ambientes sociais, observadas por Goffman, que as pensava em termos de desempenho de papéis, quando consideramos uma análise sociológica sobre mídias sociais, temos que levar em conta elementos como reciprocidade, intenções e atuações entre interlocutores. No entanto, ainda cumpre aqui fazer referência também a essa noção de “eu” enquanto expressão da ideia de “si”, em outras palavras, da noção de *self*.

Na Psicologia, a visão de *self* mais frequente se origina da tradição filosófica que começou em René Descartes, passando por Immanuel Kant e chegando em Jean Piaget (OLIVEIRA, 2006).

Trata-se do *self* como “si mesmo”, a tomada de consciência de ser uma entidade independente e autônoma em relação ao outro. Uma visão racionalista do psiquismo, que ressalta uma perspectiva individualista, pois descreve algo que se passa no interior do sujeito (Macedo; Silveira, 2012).

Nesse sentido, podemos observar três pontos:

(1) a questão da identidade e de sentir-se o mesmo, ou seja, como é possível considerar-se o mesmo face a constantes mudanças; (2) a questão de sentir-se único e o mesmo, ou seja, se é possível considerar-se como único apesar de ser o mesmo como qualquer outro (e vice-versa); e (3) a questão de quem é o encarregado da

construção, isto é, se é a pessoa quem constrói o mundo do jeito que é ou se a pessoa é construída pelo modo como o mundo é (Macedo; Silveira, 2012 *apud* Bamberg; Zielke, 2007).

Em termos interacionistas, quando falamos em “*Eu*”, devemos considerar o olhar direcionado ao outro, aquilo que o sociólogo norte-americano Charles Horton Cooley chamou de “*Looking Glass Self*”, isto é, a imagem de um indivíduo que ao se ver em um espelho forma uma ideia de como os outros o veem (COOLEY, 1902; 2007). Nessa perspectiva, o indivíduo ao perceber a sua própria imagem e como a mesma é recebida por outras pessoas, as reações que ela desperta tornar-se-iam os reflexos desse mesmo espelho, que nada mais é do que as impressões socialmente construídas sobre algo. Nos capítulos mais a frente, procuramos demonstrar com o isto ocorre na interação social dos usuários de redes sociais virtuais por meio de perfis falsos e da atuação social da figura social do *Catfish*. O importante é ter em mente nesse momento que ao nos propormos analisar estes tipos de ações, entendemos que categorias teóricas como *self* e outro são bastante úteis para a compreensão de processos de interação social.

No que concerne ao conceito de “*outro*”, é preciso esclarecer que o mesmo deve ser entendido considerando duas acepções, a primeira voltada para a comunicação, no caso de nosso objeto de pesquisa, a interação possibilitada pelas redes sociais na Internet e, em uma segunda acepção, considerando a percepção do *Outro* a partir da chave do desejo (LACAN, 1998), tendo em vista que ao expormos nossa imagem, ou ao consumirmos a imagem de outrem, estamos jogando o jogo do desejo, do consumo estético da imagem.

A imagem pessoal de alguém, ao ser disponibilizada em uma rede social, poderia ser vista como um produto da sociedade de consumo, sendo que podemos estar nos satisfazendo e ao mesmo tempo satisfazendo a outrem, convergindo ao *Looking Glass Self* de Cooley e a ideia do *outro* de Lacan – o eu sendo outro (LACAN, 1998).

A sociedade de consumo tem como base de suas alegações a promessa de satisfazer os desejos humanos em um grau que nenhuma sociedade do passado pôde alcançar, ou mesmo sonhar, mas a promessa de satisfação só permanece sedutora enquanto o desejo continua *insatisfeito*; mais importante ainda, quando o cliente não está “*plenamente satisfeito*” – ou seja, enquanto não se acredita que os desejos que motivaram e colocaram em movimento a busca da satisfação e estimularam

experimentos consumistas tenham sido verdadeira e totalmente realizados (Bauman, 2008, p. 63).

O consumo, ou uma estética consumista, parece ser um dos mecanismos interativos utilizados pelos controladores de redes sociais digitais, que podem transformar os usuários em atores. A sociedade de controle/vigilância partindo da ideia da comunicação interativa da Internet parece tender a estimular a natureza consumista de seus usuários.

Etimologicamente falando, comunicação remete à comunhão com outro, no sentido de passar adiante alguma informação via linguagem e, por isso, uma ação eminentemente social (SAPIR, 1973). A imagem, enquanto fotos de um perfil em uma rede social digital, carrega consigo uma linguagem, uma simbologia que expressa elementos comunicativos que são absorvidos por outros usuários.

(...) um determinado tipo de comportamento ou um símbolo linguístico não têm, de nenhuma maneira, a mesma significação comunicativa no interior do círculo familiar, ou entre os membros de um grupo econômico, ou no âmbito de uma nação. De um modo geral, quanto menor o círculo e maior a complexidade de compreensão alcançada dentro dele, mais conciso pode o ato de comunicação chegar a ser (Sapir, 1973, p. 164).

Compartilhar uma imagem, ou uma foto se tornou uma das formas de comunicação mais utilizadas nas redes sociais, a linguagem da sociedade informacional é a exposição de si, não por outro motivo, a exposição de opiniões pessoais e as imagens de si mesmo aparecem como elementos centrais na interação social promovida pela Internet.

Uma única palavra trocada entre os membros de um grupo íntimo, apesar de seu aparente aspecto ambíguo e vago, pode constituir uma comunicação muito mais exata do que muitos volumes de correspondência, cuidadosamente preparada, trocadas entre dois governos (Sapir, 1973, p. 164).

No entendimento de Sapir, as palavras como atos comunicativos aparecem como elementos fundantes da comunicação, mas, tal compreensão deu-se em um momento no qual a internet era algo impensável nos termos como a concebemos hoje. Dizemos isto, pois com o advento das redes sociais virtuais, para além de palavras, o uso de imagens adquiri importância similar no processo de comunicação. O que se testemunha é o desenvolvimento de uma percepção de pertença social nessas redes sociais, na qual, os grupos íntimos, isto é,

círculos de amigades e seguidores, por elas são absorvidos ou até mesmo potencializados para além da dimensão local propriamente física e presencial.

A tendência a uma fuga da realidade social não virtual, que pode emergir dessa percepção de pertença a um mundo digital ampliado, é o que confere poder de sedução às redes sociais, uma vez que, possibilita a oportunidade “de ver e ser visto”, de sair do anonimato do cotidiano por meio da produção e do consumo de imagens. Esse tipo de relação, voltada a exposição acaba por produzir um ator social típico da sociedade digital, que podemos chamar de *homo panopticus*⁶, ou simplesmente de atores/usuários online de perfis em redes sociais virtuais.

O “*Homo Panopticus*”, no qual aqui esboçamos é um indivíduo que visa consumir ao mesmo tempo que se torna um expositor de imagens, ou seja, objetiva a troca de imagens direta e indiretamente com outros, como em um processo sociativo (SIMMEL, 1983). Essa ação precisaria de certas ferramentas para chamar atenção, o que pode ser perfeitamente desempenhado pelo status e pelo prestígio de sua imagem (aparência).

2.2 Existe uma sociedade digital ou estamos vivendo sob a égide de um panóptico tecnológico?

Com o advento da sociedade digital, mais especificamente com o surgimento da Internet e das redes sociais, os corpos passaram a fazer parte da vida social de outras formas, uma delas, pela massificação da exposição pública de certos padrões de beleza, em função principalmente de um consumo de “padrões de beleza” que as mídias de massa estabeleceram e reforçaram ao longo do século XX.

A sociedade do presente parece ter sido profundamente alterada por novas formas de interação promovidas por dispositivos digitais e um estudo sociológico visando a compreensão desse consumo de beleza nas redes sociais

⁶ *Homo panopticus*, faz referência ao monstro mitológico *Argos Panoptes* que possuía mais de cem olhos em sua face, o que o impossibilitaria de descansar, dessa forma estaria sempre olhando algo, sempre vigiando. A analogia ao monstro mitológico pode ser encarada como ideal para uma sociedade que consome a vigilância e a exposição, desenvolvendo inúmeras ferramentas e dispositivos que tornem essas ações ainda mais refinadas, como as redes sociais virtuais que aqui pesquisamos.

virtuais precisa voltar-se para a compreensão do funcionamento destes dispositivos. Como afirma Miskolci:

A sociedade digital convida a sociologia a rearticular suas teorias e conceitos sobre o social, os quais passam a ser repensados a partir de um contexto sobre em que as relações passam a ser cada vez mais mediadas e moldadas pela exposição intensificada às mídias (Miskolci, 2016, p.277).

Aqui, não podemos deixar de desconsiderar que a Internet promove formas de controle mais sofisticadas e menos visíveis de vigilância, assim como dissemina meios de exposição de privacidade sem precedentes. Nesse sentido, nosso esforço sociológico aqui almeja compreender o impacto destas questões promovidas pelo “mundo digital” sobre a vida dos indivíduos.

Antes do advento das sociedades capitalistas modernas, os atos de vigiar e punir socialmente, eram prerrogativas do poder do soberano. Como indicado por Michel Foucault (FOUCAULT, 2006; 2010), a passagem do poder soberano para o poder disciplinar teve como símbolo o panóptico de Jeremy Bentham, jurista e filósofo político utilitarista britânico. O panóptico foi pensado e desenvolvido como projeto de recuperação de presos no final do século XVIII, pois, em decorrência das transformações sociais e econômicas aceleradas que as revoluções industriais e urbanas geravam, o que se viu inicialmente à época foi uma sociedade mergulhada em um caos estrutural. Dessa maneira, houve naquele momento uma preocupação com a recuperação social de indivíduos considerados desajustados.

O panóptico era uma construção arquitetônica baseada em uma torre central dentro de uma edificação circular, na qual os vigilantes poderiam vigiar constantemente os apenados, sem serem notados, conferindo uma invisibilidade da vigilância que agiria sobre o corpo e a mente do indivíduo preso. No período em que Bentham viveu a ideia foi considerada cara e megalômana, tendo sido então relegada, entretanto, seu princípio de máquina de vigilância apresenta-se até os dias atuais como fonte de inspiração para estratégias disciplinares.

Ao considerarmos as sociedades europeias do final do século XVIII, podemos perceber que o ato de vigiar, quer dizer, de disciplinar as ações e os corpos individuais (FOUCAULT, 2010), tinha no panóptico um aparato que ao mesmo tempo que visava punir eventuais desvios, também visava expô-los a uma vigilância disciplinar como um meio de “curar” os sujeitos criminosos e

doentes e, conseqüentemente, atuaria no sentido de produzir corpos dóceis e úteis para a sociedade.

O dispositivo do panóptico de Jeremy Bentham tinha a pretensão de promover uma forma de manifestação de poder que fosse onisciente na sua vigilância sobre os corpos individuais. A vigilância sobre a sociedade seria o meio de controle. O que podemos perceber nos dias atuais em muitas das ruas das grandes cidades com suas câmeras e sensores de movimento que em qualquer lugar podem ser percebidos por meios digitais, sejam em centrais de monitoramento ou no sofá de casa.

Como percebeu Miller acerca deste olhar “quase divino”:

Que o olho veja, sem ser visto – aí está o maior ardil do Panóptico. Se posso discernir o olhar que me espia, domino a vigilância, eu a espio também, aprendo suas intermitências, seus deslizos, estudo suas regularidades, posso despistá-la. Se o Olho está escondido, ele me olha, ainda que não esteja me vendo. Ao se esconder na sombra, o Olho intensifica todos os seus poderes – e a economia ainda ganha com isso, pois o número dos que suportam a função de vigilância pode ser reduzido na medida dessa intensificação (Miller, 2008, p.91).

As redes sociais virtuais firmam-se como dispositivos que promovem uma forma de interação mediante determinados padrões de beleza, através da exposição de imagens e vídeos pessoais. O indivíduo imerso nessa lógica de ser visto e consumido acaba por assentir a exposição de sua intimidade pela, abdicando muitas vezes de sua privacidade e submetendo-se ao escrutínio alheio pela mediação dessas redes sociais.

A vigilância na Internet – ou a ideia de uma sociedade de vigilância (BALL, LYON, WOOD, NORRIS e RAAB, 2006), apresenta-se de forma potencializada pela via das redes sociais digitais, atuando como dispositivo de um poder sem um fulcro central que provém e irradia-se de todos os lugares possíveis e atua no sentido de produzir um tipo de sujeito que precisa adaptar-se a ela, seja por meio da exposição de partes de sua vida privada.

As ferramentas tecnológicas de vigilância aliadas a uma ideia de consumo rápido tornaram possível um tipo de usuário de redes sociais dependente do ato de se expor – de ver e ser visto – uma vez que acinte a uma exposição

alimentada o por um desejo de ser reconhecido/identificado, o que na linguagem do mundo da Internet, “curtido” e “seguido”⁷.

Mark Zuckerberg, principal fundador do *Facebook*, em suas palestras ao redor do mundo prega que, por meio dos mecanismos de interação que constantemente os seus desenvolvedores procuram aprimorar, visa fomentar a emergência de uma comunidade global. Entretanto, de um ponto de vista sociológico, ao mesmo tempo que o *Facebook*, enquanto rede social de alcance global, permite a aproximação de pessoas oriundas dos mais distintos lugares, também se apresenta como um meio através do qual as pessoas ficam expostas, com isso, acaba ficando claro a ideia do controle/vigilância que se “camufla” na ideia da necessidade de interagir e aproximar pessoas.

O grupo que administra a rede social *Facebook* é o mesmo que controla outras duas redes sociais de caráter global: *Instagram* e *WhatsApp*, e somadas, todas alcançam mais de dois bilhões de usuários. A amplitude do campo de influência desse faz com que um imenso contingente de usuários dependa de informações filtradas por essas redes, nas mais diversas localidades, inclusive, nas mais afastadas dos grandes centros ocidentais, onde muitas vezes, milhões de usuários imaginam que o *Facebook* em si é a Internet, não conhecendo outra forma de acesso se não via rede social.

No que concerne à sua política de dados, o *Facebook* veicula o seguinte: “*Concedemos a você o poder de compartilhar como parte da nossa missão de tornar o mundo mais aberto e conectado. Esta política descreve quais informações coletamos a como as utilizamos e compartilhamos*”⁸. Assim, o *Facebook* procura demonstrar que exerce controle de todas ações online. Para tal, divide em tópicos e itens as formas de administrar essa vigilância, apresentados da seguinte maneira e na seguinte ordem: Quais as informações coletamos?; como usamos essas informações?; como estas informações são compartilhadas?; como faço para gerenciar ou excluir informações sobre mim?; como respondemos a solicitações judiciais ou evitamos danos?; como os nossos

⁷ Fazendo referência aos mecanismos interativos do *Facebook* (curtir) e do *Instagram* (seguir).

⁸ Informações visíveis aos usuários do *Facebook*.

Disponível em: <http://www.facebook.com/privacy/explanation>

serviços globais operam?; como você será notificado sobre mudanças nesta política?; como entrar em contato com o *Facebook* em caso de dúvidas?⁹

O indivíduo imerso em redes sociais acaba por naturalizar a dimensão de controle fluidificado pelos comandos eletrônicos do algoritmo da sociedade digital, manifesta através da exposição da privacidade e da vigilância dos em ambientes virtuais, assim, o ato de expor-se em sua privacidade não seria um problema, mas, sim, uma necessidade socialmente construída e alimentada na interação dos usuários. Dito de outro modo, o indivíduo usuário dessas redes sociais, deseja ser observado, ser consumido por meio da disponibilização de imagens, quer ser “curtido” e “seguido”, deseja obter visibilidade mesmo em troca do seu direito de escolher¹⁰.

Apenas expor-se parece não bastar, a dinâmica da interação nas redes sociais parece estimular uma propensão intensificada para consumir o que é disponibilizado, ao mesmo tempo que é fomentada uma necessidade de pertença social. Nesse sentido, pode-se dizer que o *Catfish* é fruto dessa lógica de consumo virtual. Não à toa, o uso da beleza de “corpos belos” virtuais (ou não reais) é uma das estratégias do *Catfish*.

Para entendermos os atuais usuários, devemos recuar um pouco no tempo, ao início dos anos 2000, período do surgimento dos *blogs*, antecessores das redes sociais no que concerne à exposição de pensamentos, ideias e imagens. O *blog* disponibilizava ao seu responsável uma interface de interação em que sua vida pudesse ser exposta. O responsável pelo *blog* também poderia se articular e criticar a sociedade, aqui cabe uma referência a Pierre Lévy (LÉVY, 2011), quando este percebeu que na transparência dentro do ambiente virtual formas de resistência aos poderes instituídos poderiam emergir.

Na rede social *Youtube* – sendo diferente de *Facebook* e *Instagram* em sua forma de interação, que seria a disponibilização de vídeos curtos, médios ou outros, além de outras formas, como a exposição de opiniões, conteúdos didáticos, venda de produtos, etc. – temos o caso dos usuários que se tornaram ricos, e acabaram por serem chamados de “*digital influencer*”.

⁹Também disponível em: <http://www.facebook.com/privacy/explanation>

¹⁰A ideia dos algoritmos é justamente “manipular” os gostos online e direcionar os usuários ao consumo, etc.

Um influenciador digital seria um produtor de conteúdos em redes sociais digitais, fazendo uso de mecanismos de interação, como humor exagerado, beleza e polemicas como forma de atrair público (seguidores). Esse tipo de ator social, nos últimos anos, cresceu vertiginosamente, acabando por ser copiados por seus seguidores, tendo em vista que esses “influenciadores” se tornaram indivíduos ricos. A visualização de seus conteúdos são precificados, ou seja, quanto mais vistos, mais dinheiro os mesmos adquirem¹¹.

A Internet encurta as distâncias, estimulando as pessoas a promoverem aproximações entre si, nela as distâncias físicas tornam-se irrelevantes para os usuários, qualquer lugar pode ser potencialmente alcançado. A massificação do um modelo de Internet chamada de 2.0, surgida em 2004, na qual comunidades, serviços e Web passaram a ter uma plataforma que possibilitou uma nova forma de navegação, mais fácil, ágil e tecnológica. Essa segunda geração de Internet abriu caminho para os *blogs*, as redes sociais e as outras tantas formas de tecnologia informacional que vemos presentes em nossa sociedade atual, como por exemplo, os aplicativos de *smartphones*. Como percebeu Miskolci:

A chamada Internet 2.0 tornou possível o sucesso de plataformas que conhecemos como redes sociais, como o antigo Orkut¹² e o atual Facebook. Além dessas melhorias na rede, na qualidade e velocidade, no barateamento de equipamentos, dois outros fatores articulados e indissociáveis permitiriam que a rede alcançasse a maior parte da população brasileira em 2014: o crescimento econômico baseado na inserção das classes populares no universo do consumo, o que disseminou a telefonia celular com acesso à rede entre os mais pobres (Miskolci, 2016, p.281).

Nessa nova onda de desenvolvimento tecnológico informacional, trazida pela Internet 2.0, é que podemos inserir o problema dos agenciadores de desejos em redes sociais virtuais e mais especificamente o *Catfish*. A palavra *Catfish* ficou popular nos meios digitais a partir do lançamento do documentário de mesmo nome em 2010¹³, dirigido por Henry Joost e Ariel Schulman, que filmaram

¹¹ Ver: <https://blog.hotmart.com/pt-br/como-se-tornar-um-digital-influencer/>

¹² Rede social norte americana lançada em 2004, tendo sucesso principalmente em países populosos como Índia e Brasil. Deve seu nome ao engenheiro de computação do *Google*, o turco Orkut Büyükkökten, tendo sido extinta em 2014 devido ao sucesso absoluto do *Facebook* como rede social.

¹³ Tendo depois do sucesso do documentário se tornado uma série da MTV norte americana em 2012 (também exibido pela MTV Brasil no mesmo ano), onde Nev Schulman e Max Joseph procuram desvendar casos reais de pessoas enganadas pelos *Catfish*.

a trajetória de Nev Schulman (irmão do diretor) em busca de uma pessoa que conheceu no *Facebook*. No documentário são mostradas as artimanhas por trás da enganação, como principalmente os meios de atrair “vítimas”, seja com trocas de músicas que a pessoa gosta ou com fotos, prática aqui a ser analisada.

Nas redes sociais de alcance global¹⁴ uma das formas de interação gestada foi a da busca por amizades, o que acaba promovendo uma ressignificação desse tipo de relação afetiva, pois a proximidade física não se faz necessária, já que uma pessoa pode ser “amiga” de uma outra em qualquer lugar do mundo. E como tudo é tão rápido na sociedade digital, essa forma de produzir amizades parece ter se tornado insuficiente, emerge fortemente a busca pela produção e satisfação de desejos.

As redes sociais, dessa forma, produzem deslocamentos e ressignificações acerca do que seria “amizade”, ou seja, não havendo mais a necessidade de proximidade, “fazer amigos” acabaria por levar em conta não mais esse ato de estar próximo, e sim, uma identificação, seja por gostos, opiniões, atração física e desejos. Quando se “posta” algo é em função de se querer mostrar algo, e disso, gerar ou não uma ligação, seja com o outro gostando ou não.

O ato de produzir desejos requer a utilização de “dispositivos desejantes”, e no caso, poderiam ser as redes sociais virtuais, para atrair atenção de possíveis novos amigos, percebemos a utilização da beleza como mecanismo de interação social. Desse modo, a imagem junto da ideia de produção de amizades, constitui-se da mesma forma como um “objeto desejado” para ser consumido, a partir da interação e de suas formas. Fazendo uma analogia ao pensamento do filósofo francês Deleuze (DELEUZE, 1994) que delimitou, que a ideia de um “agenciamento” de desejos marca que esse desejo produzido jamais é uma determinação “natural”, nem “espontânea”, a esse respeito, ele diz:

De minha parte, diria que o desejo circula nesse agenciamento de heterogêneos, nessa espécie de “simbiose”: o desejo une-se a um agenciamento determinado: a um co-funcionamento. Seguramente, um agenciamento de desejo comportará

¹⁴Existem redes sociais virtuais que se restringem a localidades específicas, devido a mecanismos de censura, como na Rússia com a *VK*, *Vkontakte*, tendo como slogan, ser uma forma universal de procurar pessoas, já na China com *Sina Weibo*, que seria uma fusão de *Facebook* e *Twitter*, percebemos que esses dois exemplos se mostram relevantes devido ao potencial populacional desses dois países que comportam, ou seja, em torno de 25% da humanidade.

dispositivos de poder (...), mas será preciso situá-lo entre os diferentes componentes do agenciamento (Deleuze, 1994).

Nas redes sociais percebemos no *Catfish* uma necessidade de criar desejos, com bastante frequência, lançando mão de imagens que evocam os padrões vigentes. O *Catfish*, entre outras coisas, visa obter atenção e afeto através do agenciamento do apelo estético. Desse modo, os agenciamentos de desejo não precisam de repressão (DELEUZE, 1994), apenas existem e são produzidos a todo momento. Dito de outro modo:

O desejo não comporta qualquer falta. Ele não é um dado natural. Está constantemente unido a um agenciamento que funciona. Em vez de ser estrutura ou gênese, ele é, contrariamente, processo. Em vez de ser sentimento, ele é, contrariamente, afeto (Deleuze, 1994).

Por sua vez, para Lacan (LACAN,1998), o desejo representa um significante que designa a falta do outro. Como percebe Nunes (NUNES, 2015), Lacan postula um desejo tão heterogêneo às necessidades do corpo quanto diverso em sua demanda. Como efeito da submissão do corpo vivo à linguagem, o universo humano se institui em torno de um desejo que se revela ser o desejo de reconhecimento. Jacques-Alain Miller esclarece essa definição de Lacan: “um desejo evanescente, cujo único objeto e única satisfação é ser reconhecido pelo outro. Sem nenhuma substância, o que o dominaria, o enquadraria, o habitaria, seria o desejo de reconhecimento” |(Miller, 1999, p 40). E com Lacan:

Em parte alguma evidencia-se mais claramente que o desejo do homem encontra seu sentido no desejo de outro, não tanto porque o outro detenha as chaves do objeto desejado, mas porque seu primeiro objeto é ser reconhecido pelo outro (Lacan, 1953/1998, p. 268).

O usuário de redes sociais ao buscar a visibilidade nas redes, acabaria por deixar uma porta aberta, que corresponde ao papel que sua imagem representa para os outros, a sua pretensa beleza enquanto simulacro da realidade. Assim, como um viciado na narrativa que constrói sobre de si mesmo, envolve-se e aceita a produção de desejos sobre a sua imagem e a imagem dos outros. Ele busca reconhecimento, uma fuga do anonimato do cotidiano, seja com a verdade ou com a mentira, seja com a sua imagem ou a de outra pessoa. Dessa forma, as redes sociais, possuem uma analogia com o teatro, onde ocorrem encenações, porém, nas redes sociais, o público, isto é, os demais

usuários são induzidos a perceber a encenação como verdade, uma vez que podem não se dar conta de que o que se vê trata-se de manipulação, a fim de agenciar desejos.

A necessidade de atualização contínua do perfil denota uma necessidade de ressignificação de tempo, de seu dia a dia, trabalho, estudo, etc, que acabam por torná-lo cada vez mais dependente de sua própria imagem e da forma que os outros usuários o veem. Como no mito de Narciso, que a partir do reconhecimento de sua beleza ao contemplar seu rosto pela primeira vez em um reflexo de um lago, e com isso, não consegue prestar atenção em nada mais que o cerca, o usuário acabaria “perdido” na exposição de si, deixando de lado certos aspectos e dando ênfase a outros, como a utilização de seu tempo na “contemplação de sua imagem no lago das redes sociais virtuais”.

Existe também uma outra lacuna nessa interação dependente, que podemos observar nos chamados *Stalkers*¹⁵, indivíduos que perseguem, intimidam, chantageiam e acoossam através de uma constante vigilância de determinadas pessoas, sejam celebridades, artistas ou pessoas comuns. No Brasil, para esse tipo de indivíduo/usuário foi criada lei a Lei 12.237/2012¹⁶, também conhecida como “Lei Carolina Dieckman”, uma vez que remete ao caso que ficou da atriz de televisão Carolina Dieckman, que teve fotos e vídeos íntimos extraídos ilegalmente de seu telefone celular por um *stalker*, vindo a sofrer uma tentativa de chantagem por parte desse perseguidor.

Esse tipo de ação, a perseguição de pessoas em contextos online, nos últimos anos ganhou notoriedade nos Estados Unidos, como no caso da Apple versus o Congresso norte-americano, em que o acesso ao conteúdo privado de contas de seus usuários foi reclamado através da justiça norte-americana, e esse acesso acabou negado pela *Apple*¹⁷.

A partir dessa e de outras leis que visam punir ações que passam a ser consideradas moralmente reprováveis, podemos perceber que a Internet também se apresenta como um ambiente propício para práticas delituosas de todos os tipos. No entanto, é difícil rastrear as ações desses criminosos na

¹⁵ *Stalking* ou *cyberstalking*, termos em inglês para perseguidor ou espreitar, expressão que surgiu na década de 1980 em função de indivíduos que perseguiam celebridades, hoje em dia acabou por ser correntemente usada para descrever perseguidores em mecanismos virtuais.

¹⁶ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12737.htm

¹⁷ <http://www.ihu.unisinos.br/noticias/552022-apple-versus-fbi-o-impasse-do-estado-ilegitimo>

Internet, visto sua potencialidade de ser um não-lugar (ou seja, algo fora da realidade). Como vivemos em uma sociedade que prega a exposição como forma de interação, esses *stalkers* acabam tendo alguma facilidade em se esconder, vivendo dessa forma a margem de leis, tendo possibilidades múltiplas de ação, muitas vezes não rastreáveis.

A sociedade do século XXI é moderna de um jeito diferente, não havendo limites para o que o homem pode fazer e desfazer (BAUMAN, 1999), assim, podemos perceber a eterna busca por algo, que pode ser tanto dinheiro como relações pessoais. Nas redes sociais virtuais, com sua proposta de meio de comunicação de alcance global, capaz de permitir formar amizades independentemente das distâncias, temos o desenvolvimento de relacionamentos fragilizados, que podem esconder intenções não perceptíveis à primeira vista.

Ainda sobre a possibilidade de não sabermos “quem de fato é quem” nas redes sociais, temos o célebre *cartoon* de autoria de Peter Steiner, lançado no dia 5 de julho de 1993, na revista norte-americana *The New Yorker*, no qual um cachorro sentado em uma cadeira em frente a um computador, com as patas dianteiras sobre o teclado (como se estivesse usando-o) fala para um outro cachorro: “*Na Internet ninguém sabe que você é um cachorro*”¹⁸.



¹⁸No original, *On the Internet, nobody knows you're a dog*, lançada na *The New Yorker* de 5 de julho de 1993, tendo sido desenhada por Peter Steiner.

On the Internet, nobody knows you're a dog. Fonte da imagem:
https://en.wikipedia.org/wiki/On_the_Internet,_nobody_knows_you%27re_a_dog

O *cartoon* acima nos evidencia que há vinte e cinco anos atrás, mesmo nos primórdios da disseminação da Internet para um público mais abrangente, para além dos campos de potencialidades positivas em aberto, já se podia também vislumbrar o potencial das redes sociais como um lugar no qual não se pode saber exatamente com se está conversando e trocando informações. Em outras palavras, como um lugar no qual, com certa facilidade, é possível de passar por outra pessoa, apresentando-se, assim, como uma possibilidade clara e capaz de gerar situações nas quais pessoas mal-intencionadas podem tirar proveito.

2.3 A Web 2.0, as “novas” redes sociais e a lógica do 24/7

A reconfiguração das redes informáticas no início do século XXI tornou possível a utilização de plataformas interativas mais leves, a ampliação das redes de banda larga e o aumento da qualidade de conexão via dispositivos móveis, propiciando, assim, uma massificação do acesso à Internet. Nesse contexto, viu-se a emergência da chamada Web 2.0¹⁹. O diferencial dessa nova plataforma online, que substituiu a anterior Web 1.0 – como a Internet dos anos 1990 acabou conhecida, sendo lenta, estática e de conteúdo pobre – se deu na popularização das chamadas redes sociais virtuais ou digitais, dependendo do local.

As redes sociais podem ser divididas em dois tipos, dependendo de seu uso (RECUERO, 2014):

- a) As redes sociais emergentes, que são expressas a partir das interações sociais e, cujas conexões entre os nós emergem através das trocas sociais realizadas pela interação social e pela conversação através da mediação do computador (2014, p. 94).
- b) Nas redes de filiação ou redes de associação, há apenas um conjunto de atores, no entanto, são redes de dois modos, visto serem observados os atores-indivíduos e os eventos (RECUERO, p. 97).

Com isso, percebemos as conexões por pertencimento, que serão o aspecto mais atualizados nas redes sociais em relação a produção de amizades, ou a formação de listas de amigos.

A primeira rede social, nesses novos parâmetros interativos da Web 2.0, a se tornar conhecida no Brasil foi o *Orkut*²⁰.

O Orkut combinava diversas características de sites de redes sociais anteriores (como a criação de perfis focados no interesse, a criação de comunidades e, mesmo, a mostra dos membros da rede social de cada ator (Recuero, 2014, p. 178).

Além disso:

O Orkut funciona basicamente através de perfis e comunidades. Os perfis são criados pelas pessoas ao se cadastrar, que indicam também quem são seus amigos (onde aparece a rede social conectada ao ator). As comunidades são criadas pelos indivíduos e podem agregar grupos, funcionando como fóruns, com tópicos (nova pasta de assunto) e mensagens (que ficam dentro da pasta do assunto). (Recuero, 2014, p. 179).

Após a afirmação do *Orkut*, temos a abertura para uma outra rede social interativa, que marcou presença nos contextos brasileiros, o *Facebook*, vindo a ser depois o motivo do desaparecimento do *Orkut*, substituído pelo *Google +*, ou *Plus*. A “causa da morte” do *Orkut*, no Brasil e em outras localidades, foi a forma de interação nova que o *Facebook*, através de uma plataforma de ação mais leve e descomplicada, além de ser mais voltada a produção de amizades, e em seu início, o flerte da exposição da imagem.

Manuel Castells, analisando as mudanças estruturais pelas quais passaram as sociedades capitalistas nas últimas décadas do século XX, entende que se pode falar da emergência de uma nova economia, de base informacional:

É *informacional* porque a produtividade e a competitividade de unidades ou agentes nessa economia (sejam empresas, regiões ou nações) dependem basicamente de sua capacidade de gerar, processar, e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimentos (Castells, 2006, p. 119).

E ao analisar o modo como as relações sociais passam a ser organizadas tanto nessa economia informacional, ele entende que as formas reticulares de estruturação lhes conferem suporte, uma vez que: “... nas novas condições

²⁰ Criado em 2001 por Orkut Buyukkokten, sendo depois adquirido pelo Google, em 2004, o que contribuiu para sua popularização.

históricas, a produtividade é gerada, e a concorrência é feita em uma rede global de interação entre redes empresariais” (CASTELLS, 2006, p. 119).

Uma nova estrutura informacional, na qual a Internet acabou inserida (ou sendo a promotora?), se deslocou aos usuários como uma forma de necessidade, e de rearticulação das formas de consumo e de aspectos centrais da vida – como o tempo e seu uso.

Jonathan Crary, crítico de arte e ensaísta estadunidense, em seu livro “24/7, *Capitalismo tardio e os fins do sono*”, faz um diagnóstico de que a disponibilidade para consumir, trabalhar, compartilhar e responder 24 horas por dia, 7 dias por semana, passa a ser a tônica da época atual, sendo que o sono apresentar-se-ia como o “último inimigo” do capitalismo, e como ao mesmo tempo com a ajuda da tecnologia – informacional – essa barreira aos poucos está sendo conquistada – via Internet como geradora de dependência (CRARY, 2014).

De certo modo, a Internet é percebida por muitos como uma espécie de “terra de ninguém”, onde os indivíduos/usuários, enquanto atores sociais, podem sentir-se à vontade para ludibriarem outras pessoas, criando perfis falsos com as mais diversas finalidades. Nesse sentido, as redes se transformam em uma espécie de não-lugar pós-moderno onde um lar e uma personalidade precisam ser criadas, para se legitimar, produzir simpatia e atração.

Os lugares principais das nas sociedades modernas, antes referiam-se às grandes cidades, nos tempos atuais corresponde a uma grande rede virtual e global, onde a ação de exposição de si pode ancorar-se em estratégias obscuras, como o ato de “transformar-se em outra pessoa”, mediante manipulação de imagens.

A vigilância e a exposição promovidas pela Internet, com a adesão espontânea e não plenamente consciente²¹ (em muitos casos) dos usuários às implicações envolvidas, promove todo um aparato que coleta e organiza um conjunto de informações sobre aquilo que os indivíduos acessam nas sociais virtuais.

²¹ Podemos trazer, novamente, como exemplo a questão envolvendo os chamados algoritmos, que seriam tarefas, direcionamentos ou desvios desenvolvidos pelos computadores, em particular, produzindo “caminhos” para o consumo e para a exposição. Ver: <https://dicasdeprogramacao.com.br/o-que-e-algoritmo/>

O que parece interessar, acima de tudo, é como cada um se movimenta no espaço informacional. Isso parece dizer tanto ou mais sobre as pessoas do que seus movimentos físicos ou o conteúdo de suas mensagens. A vigilância controlada sobre trilhas que os indivíduos deixam na *web*, por exemplo, tornou-se objeto de inúmeras discussões e especulações. (Costa, 2004).

O observador ou o indivíduo sinóptico (MATHIESEN, 1997; 1998) interage com os outros mediante redes sociais virtuais, com frequência, não se sentindo obrigado a prestar contas a nenhuma forma de regulação pública, com isso, sente-se à vontade para desenvolver perfis falsos que teriam como objetivo ludibriar. Para enganar alguém surge a necessidade de criação de uma forma de atração, desse modo, entra em jogo, entre outras estratégias, o agenciamento da beleza e de seus usos. As formas de interação que as redes sociais virtuais propõem pautam-se pela exposição e o desenvolvimento de mecanismos que mantenham uma lógica de exposição pessoal. Assim, nesse universo, o que é belo é buscado e destacado, influenciando os usuários a aderirem a certos, como por exemplo, ser *fit* ou *fitness*²².

A sociedade, então, com o avanço dessa configuração das relações sociais, pode ser vista como uma “sociedade digital”, uma vez que, a massificação e a assimilação das tecnologias informacionais como mediadoras da interação social tornam mais oportunizam a ampliação de contatos sociais. A esse respeito, Crary, faz o seguinte comentário sobre a era digital:

É claro que ninguém pode fazer compras, jogar games, trabalhar, escrever em seu blog, fazer downloads ou enviar mensagens de texto 24/7. No entanto, uma vez que não existe momento, lugar ou situação no qual não podemos fazer compras, consumir ou explorar recursos em rede, o não tempo de 24/7 se insinua incessantemente em todos os aspectos da vida social e pessoal. Já não existem, por exemplo, circunstâncias que não podem ser gravadas ou arquivadas na forma de imagens ou informações digitais (Crary, 2014, p.40).

A dinâmica acelerada e ininterrupta da lógica do 24/7, segundo Crary, acabou promovendo o *FOMO* ou *Fear of missing out*, termo cunhado recentemente²³, aludindo ao medo de deixar passar imagens e assuntos divulgados em plataformas online de informação e em redes sociais virtuais. O

²²É uma constante certas pessoas com aparência fora de “padrões de beleza” terem seus perfis censurados em grandes redes sociais, como *Facebook* e *Instagram*.

²³Ver: http://i-d.vice.com/en_us/article/researchers-have-discovered-which-social-media-platform-is-the-worst-for-your-mental-health

que Crary traz a respeito do tempo, do sono e como nossa sociedade, seria a possibilidade de uma resignificação do dia a dia através do uso acelerado dos dispositivos informáticos, através das redes sociais digitais na Internet. Com isso, o *FOMO* produziria uma espécie de vício por informação, não importando a natureza ou a veracidade dos fatos disponibilizados.

Assim como o relógio assumiu um papel regulador nas sociedades modernas, temos na simbologia que antes era delegada às horas uma troca por segundos, sendo a rapidez uma maneira de tornar as relações mais atraentes.

O sociólogo alemão Max Weber em sua seminal obra, “A ética protestante e o espírito do capitalismo” - na qual tratou, entre outras coisas, com a cultura do trabalho nas sociedades modernas, principalmente a partir da revolução promovida pela religião protestante de Martinho Lutero, no século XVI – apresenta um olhar sobre o tempo, fazendo uma curiosa referência a Benjamin Franklin: *Time is Money* (WEBER, 1999).

A ideia de “tempo é dinheiro”, como discutida por Weber, seria uma crítica ao ócio, ou seja, como não devemos perder nosso tempo, propondo um incentivo ao acúmulo de bens, etc (WEBER, 1999). Nesse sentido, na esteira de Weber, ainda, o tempo nas redes sociais teria como analogia não o acúmulo de bens, e sim de contatos, amizades, etc.

Na sociedade digital, os indivíduos/usuários reconfiguraram o tempo de seu dia a partir de uma nova percepção/uso desse mesmo tempo e de seu espaço, seja online ou fora dele. Ao pensarmos em um “medo” de estar fora de algo, de “não sabermos do que os outros estão falando”, acabamos por participar e partilhar a ideia da sociedade de vigilância, que presa o controle. Com isso, podemos pensar novamente no sinóptico de Mathiesen, no qual “os muitos tendem a consumir/ver os poucos” (MATHIESEN, 1997; 1998).

A regulação de nosso dia a dia por dispositivos informacionais, sejam aplicativos ou simplesmente o consumo dos outros via redes sociais digitais, podem possibilitar ações de caráter problemáticos, como o uso da imagem de pessoas sem o devido consentimento, gerando, dessa forma, os perfis falsos. Esses perfis seriam voltados ao consumo de imagem, usando a curiosidade, a carência, a busca de afetos dos usuários como elemento de troca, isso dentro da chamada necessidade dos atores de sempre se manterem conectados.

Os usuários, em muitos sentidos, parecem condicionados a uma lógica de exposição, ou do medo de perder alguma novidade, algum tópico, alguma fofoca, alguma imagem, etc., dessa forma, a exposição e seus mecanismos, que as redes sociais digitais fazem uso de maneira perfeita, tendem a tornar os indivíduos em atores “viciados” na conexão, ou em uma vida online.

2.4 A Internet no Brasil: desafios e problemas

Nesta pesquisa, optamos por fazer uso das duas redes sociais mais usadas atualmente no Brasil, e podemos dizer no mundo²⁴. O *Facebook* e o *Instagram*, que respectivamente contam com 120 milhões de usuários (*Facebook*), e cerca de 60 milhões (*Instagram*). É importante percebermos que o Brasil é o terceiro maior usuário da rede social *Facebook*, ficando atrás apenas dos Estados Unidos e da Índia²⁵.

Devemos ainda mencionar as redes sociais, *Whats App*, *YouTube*, *Twitter* e *Google +*, também possuem números expressivos de usuários, no entanto, como pesquisamos o uso de imagens e de perfis falsos, preferimos dar ênfase a *Facebook* e *Instagram*. Outro aspecto importante a ser analisado é que apesar do *Facebook* ser disparada a rede social mais utilizada, é o *Instagram* que é tido como a rede social mais acionada no que se refere ao uso de imagens, uma vez que a interação se dá pela exposição de imagens.

Segundo pesquisa da *Social Media Trends*, executada em 2018:

²⁴ Segundo: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>

²⁵ Ver: <https://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>

REDE SOCIAL PREFERIDA

No resultado geral, o Instagram foi citado como rede preferida por 47,1% dos respondentes. O Facebook ficou em segundo lugar, com 29,6% de preferência.

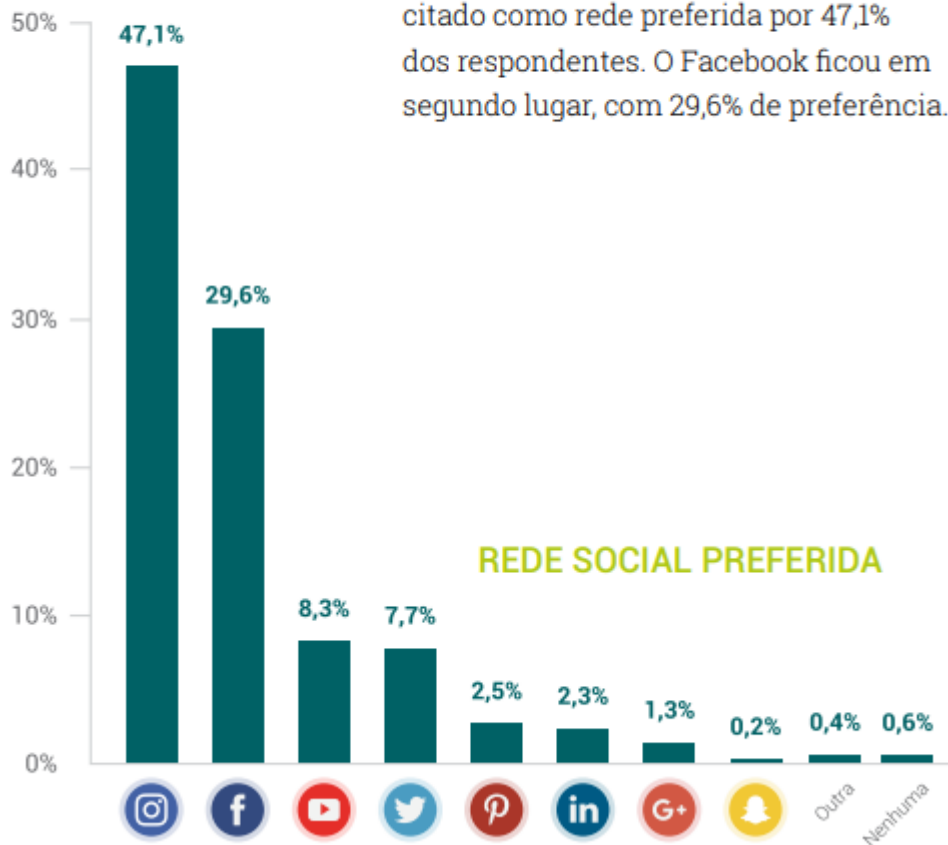


Gráfico disponível em: <https://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/> Acesso em abril de 2018.

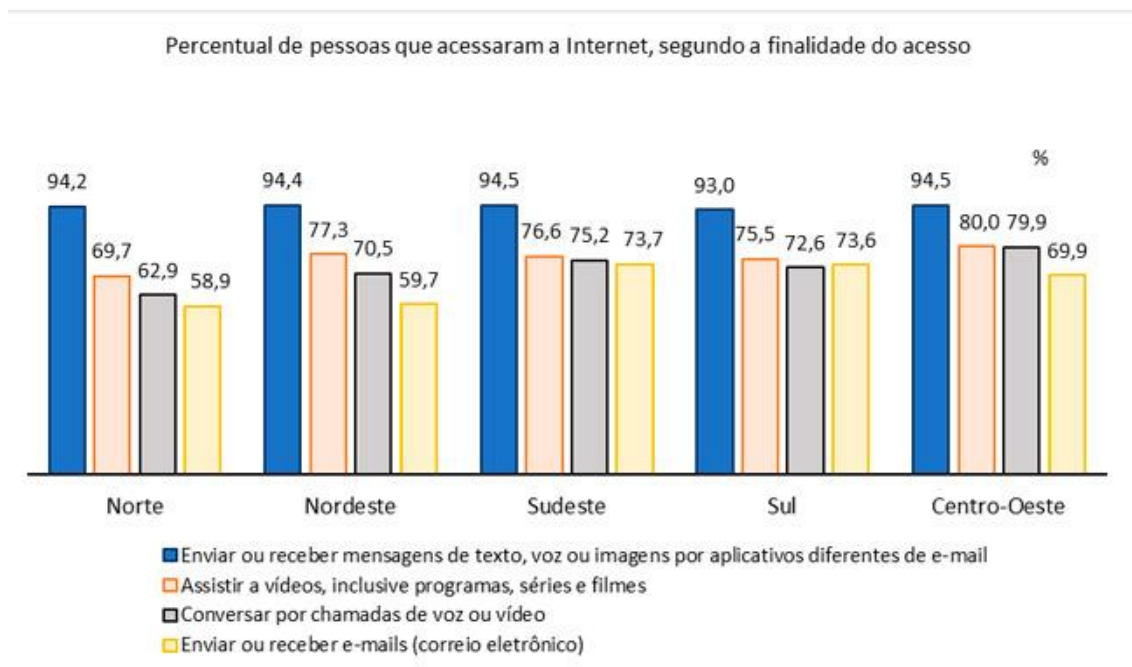
Além desses dados sobre o uso dessas redes sociais no Brasil, cumpre levarmos em conta questões relacionadas ao perfil de renda e de classe social dos usuários dos dispositivos de acessibilidade.

Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em uma amostragem executada no ano de 2016, temos os seguintes dados:

- Os celulares (*smartphones*) está presente em 92,3% dos 69,3 % dos domicílios brasileiros que fizeram uso da Internet em 2016;
- Em 48,1 milhões de residências havia a utilização da Internet, que representavam 69,3% dos domicílios pesquisados;
- Em 97,2% dos domicílios em que havia acesso à Internet, o celular (*smartphone*) foi usado para esse fim;

d) Em 38,6% das residências, o *smartphone* foi o único aparelho usado para o acesso à Internet. Em segundo vinha o computador, que foi o único meio de acesso em 2,3% das residências, embora estivesse presente em 57,8% desses mesmos lares²⁶.

Considerando os dados coletados pelo IBGE sobre os usos da Internet móvel no Brasil, surgem algumas questões referentes à acessibilidade e aos custos deste acesso para os usuários, que pode ser medido na divisão entre o acesso móvel (3G e 4G) e a chamada banda larga, e questões acerca da localidade, que podem influenciar o acesso. Abaixo temos um gráfico que nos permite visualizar isto de maneira mais clara.



Fonte: IBGE, disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/20073-pnad-continua-tic-2016-94-2-das-pessoas-que-utilizaram-a-internet-o-fizeram-para-trocar-mensagens.html>

Além do Brasil, nos países do sul da Ásia, principalmente, o *Facebook* é visto como a Internet em si, não havendo uma distinção do que seria a grande rede (*web*) daquela rede social norte-americana. Nesse caso, podemos perceber um problema e uma benefício, primeiro para os usuários e depois para os

²⁶<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/20073-pnad-continua-tic-2016-94-2-das-pessoas-que-utilizaram-a-internet-o-fizeram-para-trocar-mensagens.html>

desenvolvedores, os primeiros seriam restringidos e controlados e os segundos manteriam obteriam margens de lucro maiores.

A experiência do *Facebook* enquanto rede social virtual mais utilizada ao redor do globo, traz consigo a ideia do acesso universal à informação, manifesta fundamentalmente em um tipo de interação baseado em uma lógica de produção e consumo de imagens, que seriam aceitas por seus usuários e passariam despercebidas. Nesse sentido, temos o exemplo brasileiro do anteprojeto da Lei de Proteção aos Dados Pessoais²⁷, que visou a proteção da privacidade dos cidadãos brasileiros, no que dizia respeito ao uso dos meios informáticos, seja de sua inviolabilidade íntima ou do uso de sua imagem, entre inúmeros outros pontos.

A Lei do Marco Civil da Internet²⁸, ou Lei N° 12.965/14, teve como objetivo regulamentar o uso da Internet em território brasileiro, para evitar crimes e abusos *online*, como uso de imagens de forma indevida. O debate sobre a privacidade em contextos online e sobre a necessidade de uma regulação, nos faz pensar em uma dicotomia entre mundo privado e uma sociedade de exposição, que é o grande *leitmotiv* desta pesquisa, principalmente sobre os problemas que podem ser gerados dessa situação.

O surgimento e a fixação interativa das redes sociais virtuais, tanto como as possibilidades de aproximar pessoas e regiões, fez com que o crescimento do acesso e o uso dessas ferramentas interativas, ao mesmo tempo que, apresentam-se como facilitadoras de comunicação e de acesso à informação, trazem consigo alguns perigos inerentes, como vimos na ideia por trás da Lei do Marco Civil. A exposição da vida privada e os usos da imagem de outrem como mecanismos de interação são exemplos desse problema.

O acesso mais democrático à Internet, isto é, a sua maior acessibilidade aos mais diferentes públicos, ao mesmo tempo que permite a potencialização do exercício de liberdades individuais e uma maior integração social, também traz problemas que não podem ser simplesmente desconsiderados, como por exemplo, invasão de privacidade e criação de perfis falsos para os mais diversos fins moralmente reprováveis ou até mesmo criminosos. Ou seja, além das

²⁷ <http://www.justica.gov.br/news/mj-apresenta-nova-versao-do-anteprojeto-de-lei-de-protecao-de-dados-pessoais/apl.pdf>

²⁸ Ver http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm

potencialidades e dos benefícios, não podemos simplesmente fazer vista grossa para a inexistência de usos questionáveis das plataformas interativas.

2.5 A sociedade da Informação e a Governança da Internet: os problemas e os debates para uma nova sociedade

Na segunda Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (CMSI/WSIS) da ONU, realizada em Túnis, na Tunísia, em 2005, tivemos a apresentação dos problemas enfrentados mundialmente em decorrência dessa nova reconfiguração social e econômica promovida pela Internet, que entre outras coisas discutiu a segurança dos indivíduos a partir da Web 2.0.

Como percebido por Wolfgang Kleinwächter, Professor de Regulamentação e Políticas Internacionais do Departamento de Mídia e Ciências da Informação da Universidade de Arrhus, na Dinamarca, e membro do ICANN²⁹:

Em 2004, o ex-Secretário Geral da ONU Kofi Annan disse ao Grupo de Trabalho sobre a Governança da Internet (GTGI/WGIG) que é necessário inovar não só na tecnologia como também nas políticas. “Ao gerirmos, promovermos e protegermos a presença (da Internet) nas nossas vidas, precisamos ser talvez mais criativos do que aqueles que a inventaram”, disse Kofi Annan, e acrescentou: “É claro que precisamos de governança, mas isso não quer dizer que ela precise ser feita da maneira tradicional, para algo que é diferente” (Kleinwächter, 2014, p. 28).

Considerando as questões aqui abordadas, necessário se faz uma breve exposição de alguns dados sobre a evolução e os problemas enfrentados por aqueles que pretenderam tornar a Internet um local mais seguro. Assim temos que deixar claro que a quantidade de usuários da Internet triplicou mundialmente desde 2005, de 1,2 bilhões para quase 4 bilhões, e a maioria desses usuários vivem em países em desenvolvimento³⁰.

É importante frisar que em 2005, as questões de políticas ligadas às redes sociais ou aos mecanismos de busca não tiveram peso na elaboração da Agenda de Túnis³¹. Já hoje teriam uma importância central, que cresceu com o uso massivo de dispositivos móveis, como os smartphones, o uso das chamadas “Nuvens de Dados” e a Internet das Coisas (*Internet of Things*).

²⁹ Acrônimo em inglês para Corporação da Internet para Atribuição de Nomes e Números, sendo que ICANN é uma entidade sem fins lucrativos, subordinada ao Governo dos Estados Unidos.

³⁰ Segundo: www.politics.org.br

³¹ Ver: <http://www.itu.int/net/wsis/docs2/tunis/off/6rev1.html>

Além do mais, ainda em 2005, tivemos um renascimento das empresas baseadas na Internet que sofreram com a explosão das conexões “.com”, isso desde o final da década de 1990, em decorrência da ampliação do uso da Internet ao redor do globo. Em 2015, esses atores do setor privado aumentaram os investimentos em seus negócios online em muitos bilhões de dólares, o que lhes proporcionaram o domínio dos mercados globais.

Também é importante frisar o crescimento da participação desses atores econômicos, na sua maioria empresas norte-americanas, entre os quais, *Google, Facebook, Yahoo, Amazon, Apple, Microsoft, AT&T, Verizon, Cisco*, entre outras, e chinesas, como, *Baidu, Alibaba, Sina, Weibo, Lenovo, China Mobile, Huawei*, e outras³².

Algumas regiões carentes do mundo, como o sudoeste asiático, a África subsaariana, o mundo árabe ou as ilhas do Pacífico tiveram um amplo aumento das conexões de Internet, principalmente relacionadas ao uso de novas tecnologias móveis, como *smartphones* e *laptops* de última geração, uma vez que nos últimos dez anos tiveram uma baixa significativa de seus preços de mercado, com isso, propiciando um maior acesso às populações de baixa renda.

O crescimento da Internet, como vimos, pode ser melhor explicada a partir dos dados abaixo:

- População global em 2017: 7.476 bilhões de pessoas, sendo que 3.773 bilhões são usuários ativos da Internet;
- Usuários de redes sociais teriam o número aproximado de 2.789 bilhões, devemos ponderar que 4.917 usam dispositivos móveis como forma de eventual acesso à Internet e 2.549 bilhões usam *smartphones* como única forma de acesso às redes sociais³³.

Desde 2006, o número de usuários de Internet no mundo cresceu em média 10%³⁴ e o uso de redes sociais digitais, a partir de 2016 cresceu 21% por ano. A amplitude das redes e a massificação de uma cultura de estar conectado, puderam tornar possível esse crescimento vertiginoso. As redes sociais com

³² Para um melhor entendimento ver revista *polITICs* nº 18, agosto/2014. Disponível em: www.politics.org.br

³³ <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>

³⁴ <https://hootsuite.com/pt/>

seus mecanismos de interação, segundo os dados, vieram para ficar e tendem cada vez mais a crescer, quase se tornam a única forma de interação aceita.

Nos próximos capítulos, quando abordaremos mais especificamente as questões relacionadas aos chamados perfis *fake* ou *Catfish*, exploraremos essa relação que parece estar em estreita conexão com fatores econômicos que influenciam a configuração das relações sociais nos ambientes online das redes sociais. Também, analisaremos melhor essas mesmas interações, lançando luz sobre os meios de exposição que as redes sociais virtuais promovem e que se convertem em facilitadores de criação de perfis falsos.

CAPÍTULO 3

A VIDA ONLINE: THIAGO, PAULO, MAURÍCIO E RAFAEL, E SUAS EXPERIÊNCIAS NO MUNDO DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS

De um ponto de vista do senso comum, a intensa exposição da vida privada em redes sociais pode ser vista como uma atitude de quem “só quer aparecer”. Mas, em termos sociológicos, tal juízo de valor não ajuda a compreender efetivamente os fatores motivadores das ações dos indivíduos em suas redes sociais. Nossa intenção, é tentar compreender os pontos de vista dos atores sociais sobre as questões relacionadas ao uso de imagens e perfis falsos com objetivo de atrair a atenção de outras pessoas.

O surgimento dos chamados “perfis fakes”, que discutiremos mais adiante, seriam ou não fruto dessa lógica de exposição ou do ato de ver e ser visto nessas redes sociais, que incluem, ao mesmo tempo em que tendem a excluir, uma vez que remetem a padronizações, enquadramentos e normalizações que se impõem aos indivíduos.

A sociologia oferece alternativas teóricas para analisarmos as relações emergentes entre os indivíduos que interagem nesse universo online das redes sociais. Quando anteriormente falamos em “aparecer”, poderíamos pensar, por exemplo, no conceito de distinção de Georg Simmel (SIMMEL, 1998; 2008), que nos parece ser útil na tarefa de compreender os anseios sociais dos indivíduos no contexto das sociedades modernas, já que estamos procurando discutir o ato da exposição, através de um prisma sociológico, e com Simmel, um teórico da modernidade preocupado com as relações sociativas que tinham nos aspectos distintivos, sejam eles, aparência, dinheiro e até na forma como os indivíduos interagem através de seus rostos (REMY, 2012), uma forma de promoção de si.

O ato de expor-se em sua vida pessoal em redes sociais virtuais, de certo, possui as mais diversas motivações e estímulos, mas, sejam eles, econômicos, sociais ou culturais, traz consigo uma separação entre o que seria um “mundo real” e um “mundo virtual”, este último entendido em sua possibilidade de simulação. Em outras palavras, temos a possibilidade mais intensificada ainda que no “mundo real” de uma confusão entre o falso/verdadeiro. Ao tratarmos de algo “falso”, seja uma imagem ou um perfil online, estamos preocupados em

problematizar a natureza por trás dos usos, e não a criminalização dos autores e a vitimização dos usuários que tiveram suas imagens utilizadas. A Internet, a web e as redes sociais virtuais tornam difíceis o rastreamento de certas condutas e ações, pois, torna possível para os indivíduos esconderem-se em perfis falsos, isto é, na possibilidade de passarem-se por outras pessoas.

Tendo sido pontuadas acima alguns dos pontos nos quais se baseiam esta pesquisa, cumpre adentrarmos as experiências relatadas pelos informantes de nossa pesquisa, Thiago, Paulo, Maurício e Rafael, sejam essas, enquanto perfis *fakes/Catfishes* ou como indivíduos/atores que tiveram sua imagem utilizada por terceiros. Assim, começaremos a partir daqui a abordar de modo mais empírico nossa problemática, qual seja, se as redes sociais virtuais induziriam a uma lógica de exposição constante dos indivíduos, e se a utilização de perfis falsos como forma de interação social não tornaria isto mais fácil?

3.1 O ver e o ser visto: exposição e vigilância como formas de interação social

As redes sociais virtuais com a sua lógica de exposição do privado enquanto mecanismo de interação, parecem produzir um tipo de dependência, que podemos dividi-las em comunicacional, voltadas para a interação e econômica, voltadas para uma cultura do consumo. O consumo, dentro do capitalismo reconfigurado a partir da metade do século passado, seria ao mesmo tempo produção, gerando assim, o que autores como Toffler, nos anos 1970 chamam de *prosumer* (TOFFLER, 1980; FONTENELLE, 2015). No caso das redes sociais virtuais, estamos falando de um produtor e consumidor de imagens.

O usuário de redes sociais estaria sujeito a uma prática que mencionamos acima, ou seja, a lógica da exposição, e com isso, surgem os perfis *fakes* (falsos), assim como, uma de suas manifestações mais problemáticas, o *Catfish*, que atua no sentido de passar uma imagem e/ou uma informação falsa a fim de obter algum tipo de vantagem, material ou não material. Os perfis falsos são presença constante nas redes sociais virtuais, principalmente *Facebook* e *Instagram*. Entre 2014 e 2016, o *Facebook* reportou a criação de 60 milhões de perfis falsos,

já no *Instagram* foram 48 milhões³⁵. Um sinal de suspeita para a percepção de um perfil falso nessas duas redes sociais seria a quantidade de *likes*³⁶ nas fotos e nas postagens, já que apenas 0.5% das contas (perfis) mais populares teriam *curtidas* na casa dos milhares.

O ato de curtir uma postagem requer uma produção de empatia pela pessoa/usuário que a posta para com seus amigos/seguidores. Pode-se postar uma foto, vídeo etc. nas redes sociais e que automaticamente será visto pelo círculo de amizades vinculada a esse perfil, sendo que os amigos/seguidores podem ver, interagir ou não. No entanto, um perfil *fake* não teria amigos “reais”, não produzindo empatia, e com isso, a interação seria mínima, nisso surge a necessidade de simulação de curtidas.

A exposição de imagens nas redes sociais virtuais que remetem ao cotidiano da vida privada de usuários, dá vazão a pequenos espetáculos que submetem seus autores a uma espécie de escrutínio público online diário. Algo que remete a uma fusão entre os *Readymades* de Marcel Duchamp com *Nickel-Odeons*³⁷ do início do século XX. As motivações por trás do ato da exposição podem ser as mais diversas possíveis. Nesses espetáculos, as atrações não seriam os grandes acontecimentos, mas, sim, o que cada indivíduo pode produzir de interessante a partir do seu dia a dia, tornando suas atividades corriqueiras em algo que possa vir a ser “comentado” e/ou “curtido”, produzindo expressões de agrado da parte dos demais usuários, como por exemplo: *hahah*, *amei*, *triste* etc³⁸.

³⁵Ver:https://socialcatfish.com/blog/where-do-fake-social-media-profiles-come-from/?utm_source=Blog+and+Footer+Signup&utm_campaign=c8505892ff-Fake+Social+Media+Infographic&utm_medium=email&utm_term=0_51cbf6253f-c8505892ff-111283157

³⁶ Opção interativa criada para demonstrar agrado sobre as postagens de usuários das redes sociais.

³⁷ *Ready-mades* foram formas radicais de expressão artística criadas pelo poeta e artista plástico francês Marcel Duchamp (1887-1968), que consistiam na representação do banal, do odiado, do desprezado e do instantâneo em arte. *Nickel-Odeons* eram as formas primitivas de cinema no início do século XX, em que curiosidades, na maioria das vezes de cunho bizarro ou sexual, em apresentadas a baixo preço.

³⁸ Em relação ao *Facebook*.



As novas “reações”, indo muito além do botão “curtir”. Imagem divulgada pelo próprio *Facebook* em 2016.

A possibilidade de produzir seu próprio espetáculo, de tornar-se uma atração para seus amigos online, promovendo, por exemplo, uma imagem de pessoa bem-sucedida e bem relacionada, é uma das motivações mais nítidas nas redes sociais, um dos meios mais eficazes de se obter uma rápida popularização. Os atores/usuários dessas redes ao se deparar com uma imagem desse tipo poderiam interagir curtindo, amando, sorrindo, se embasbacando, ficando triste e com raiva (como vimos acima).

A criação de um perfil, seja este verdadeiro, no qual se pode manipular a própria imagem para parecer mais atraente – por meio de aplicativos ou filtros – ou a criação de um perfil falso, no qual usa-se a imagem de outra pessoa, sem o devido consentimento desta, conferem a possibilidade de querer ser uma coisa e poder nela se transformar, mesmo que apenas virtualmente. Esta é uma capacidade que nitidamente às redes sociais conferem.

Thiago, nosso primeiro informante, que se encontra na faixa dos 20 anos, relatou que em seu dia a dia, em sua pequena cidade do interior do Rio Grande do Sul, as coisas pareciam que não passavam, nada tinha graça e ele não conseguia obter a atenção que desejava para as suas postagens. As suas relações de amizade, desde a infância, sempre estiveram restritas ao âmbito de

sua escola, e eram poucas. Quando soube de uma rede social voltada a promoção de amizades, sentiu que “as coisas” poderiam mudar.

Em suas palavras, disse que durante a infância e a adolescência era um garoto tímido, por conta de sua homossexualidade e que não sentia-se confortável em falar sobre sua sexualidade para as pessoas que não o conhecem, por receio de escárnio e de outras formas de violência. Disse que, a despeito de ser socialmente visto como gay, por suas “atitudes” e pelo “jeito” como fala e anda, considera esses “rótulos muito fechados”, preferindo não aprofundar esse ponto³⁹.

A questão por trás da rotulação evoca o trabalho de Howard Becker sobre o desvio (BECKER, 2008), em que regras sociais acabam enquadrando os indivíduos em padrões preconceituosos e até violentos, como a questão da homofobia, como sentida por Thiago em muitos momentos de sua infância e adolescência. Como dito por Becker, as regras sociais definem situações e tipos de comportamentos a elas apropriados, criando o certo e o errado (BECKER, 2008).

O social, e suas regras, é um aspecto chave na percepção de mundo de Thiago, que oriundo de uma família pobre do interior do Rio Grande do Sul, teve uma sociabilidade diferente de usuários de redes sociais virtuais de cidades maiores como Pelotas, Porto Alegre, Santa Maria ou Caxias do Sul⁴⁰, como no caso, de outros de nossos informantes. Ele sempre se viu como um “colono”, ou seja, alguém de origem interiorana, ou do campo, que não conhece a cidade, e esse tipo de perspectiva é vista, por ele, como problemática em suas tentativas de relacionamento, uma vez que ele atualmente também faz uso dos aplicativos de relacionamentos, como *Grindr*⁴¹, entre outros e nas conversas com outros usuários às vezes se sente inferiorizado, por não saber o que os usuários desses aplicativos falam, ou se propõem a fazer, visto essas pessoas não terem a sua vivência no “campo”.

Sua ideia de ser um “colono” perante outros, atrelada a sua orientação sexual o colocaram em uma situação “abaixo” dos outros, segundo suas

³⁹ Nossa análise está focada nas relações de um criador de perfis *fakes* e não em sua sexualidade, ainda que, não excluimos essa esfera de pesquisa e abordagem teórica, só que aqui não caberia a discussão a partir de teorias e de movimentos.

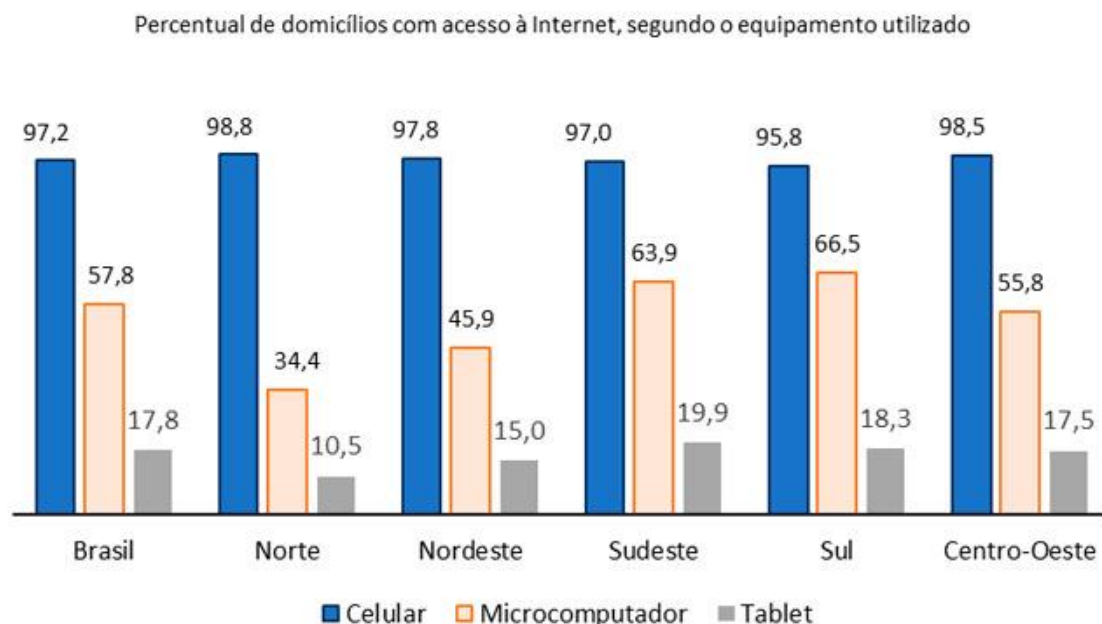
⁴⁰ Só citando exemplos gaúchos.

⁴¹ Rede geossocial de contato entre o público homossexual.

palavras, ele sempre teve medo de ter um relacionamento a fundo, já que eventualmente essa mesma pessoa na qual poderia interagir, teria que conhecer sua vida e seus hábitos de pobre, ou seja, “uma vida sem graça”. Por isso, preferia uma vida “socialmente solitária”, e ativa nas redes sociais.

As formas de interação utilizadas, sejam via dispositivos móveis, como as redes geossociais, ou aplicativos, ou as redes sociais como *Facebook* e *Instagram*, puderam modificar positivamente esse quadro de exclusão.

O uso dos dispositivos moveis como *smartphones* são os mais usados pelas pessoas de baixa renda como meio de interação, seja para efetuar ligações ou utilização de Internet. A questão da portabilidade aparece como uma vantagem, quando se considera o tamanho, em relação a um *laptop* ou um *tablet*, por exemplo, ou a falta de mobilidade de um microcomputador *desktop* residencial.



Fonte: IBGE.

Como percebemos no gráfico acima, o uso de celulares (*smartphones*) é majoritário em todo o Brasil como dispositivo de acesso à Internet, em detrimento a outros dispositivos tecnológicos – *tablets* e computadores pessoais. A esse respeito, Thiago, em seus perfis *fakes* e *Catfish*, nos relatou que conseguia interagir melhor via dispositivos móveis, visto a rapidez comunicativa ao

responder mensagens e por não ter uma rede de Internet de banda larga rápida em sua casa.

Para Thiago, além da portabilidade, a mídia teve uma influência determinante na criação de seu primeiro perfil *fake*. Um dia na casa de um colega de escola acabou por ver uma dessas revistas que relatam o dia a dia de celebridades, e leu como os atores jovens tinham crescido em números de fãs e de seguidores por causa de suas redes sociais, e esses mesmos atores seriam todos “bonitos”, tendo um padrão de beleza aceito. Isso lhe deu a ideia de fazer um perfil *fake* de um desses atores que estavam na revista, que era pouco conhecido, mas mesmo assim era tido como um homem de boa aparência.

No caso de Thiago, a produção de um perfil falso levou em conta aspectos referentes à beleza. O caso dele remete a uma das motivações bastante recorrentes para a criação desses tipos de perfis, problemas com a aparência, uma percepção negativa sobre seus atributos físicos. Como um paralelo a essa narrativa, nos últimos anos surgiu uma prática de manipulação e criação de perfis falsos, conhecida como *Bot* ou *Botting*, termos em inglês derivados da palavra *Robot*⁴² (robô).

Um *bot* ou *botting*, se caracteriza por um tipo rudimentar de inteligência artificial que através de cálculos sobre os dados e padrões de interação disponibilizados pelos usuários das redes sociais, consegue desenvolver perfis falsos. Devemos frisar que os perfis *fakes* e *Catfish* criados por Thiago, foram deletados há alguns meses, sendo que ele se mostra arrependido por ter tido esse tipo de comportamento online. Os perfis criados por ele não seriam como os *bots*, já que esse tipo de prática visa obter mais seguidores e não uma interação direta, isto é, baseada em uma conversa.

A motivação de Thiago ao produzir um perfil *fake* seria a interação oportunizada pela imagem de alguém considerado bonito, uma vez que, os perfis mais atrativos para a interação nas redes sociais seriam aqueles que remetem a certos padrões de beleza que estão disseminados ou são impostos no imaginário social. O uso da imagem de atores, modelos e jogadores de futebol, no caso dos perfis masculinos, era uma prática comum na época em que Thiago manteve seus perfis *fake* e *Catfish*, ou seja, entre 2015-2017.

⁴² Palavra derivada do eslavo *Robota*, que significa escravo, tendo ficado popular a partir da obra do escritor de ficção científica de origem checa Karel Capek (1890-1938).

No caso do *botting*, não haveria o uso da imagem de alguém atraente como forma exclusiva de interação, como foi o caso de Thiago, os *bots* no *Facebook* geralmente utilizam imagens de objetos ou celebridades, tendo quase nenhum amigo ou então milhares, e seus posts são quase sempre frases. Ao recebermos uma solicitação de amizade desse tipo de perfil *fake*, devemos nos atentar a esses detalhes, tendo em vista que a quantidade de amigos e pouco interação online denotam um caráter falso. No *Instagram*, o *botting* é caracterizado por contas novas que instantaneamente já teriam milhares de seguidores, e esses seguidores também seriam *bots*, perceptíveis pelo pouco engajamento online. Outra forma de perceber esta atividade falsa é que os *bots* “seguem” mais do que tem seguidores.

Uma prática que ficou conhecida nos últimos anos é a chamada “*Fazenda de Likes*”, que nada mais é que um local onde ficam alinhados milhares de *smartphones* em uma parede. Por meio desses aparelhos alguém segue contas do *Instagram*, conforme a demanda de clientes⁴³. Ou seja, se um usuário quiser seguidores para tornar sua rede social popular, isso pode ser feito mediante uma quantia, conforme o número de seguidores buscados. Essa prática foge do que seriam os *bots*, os *fakes* e os *Catfishes*, no entanto, acabaria por influenciar a confiança e aumentar o *status* dos usuários das redes sociais.

Em suma, o *botting* seria um tanto diverso dos perfis *fake* e *Catfish*, pelo pouco engajamento, já que estamos falando de uma espécie de “robô”. No caso dos *fakes* e *Catfish* ocorre o oposto, por se tratarem de interações desenvolvidas por seres reais. Nesse caso, havendo uma grande necessidade de interação para sempre “provar” que se trata de um perfil real. Thiago nos disse que chegava a passar mais de 12 horas conectado conversando com outros usuários através de seus *fakes*, e isso nos traz a ideia do tempo online como fator legitimador de “realidade”.

Quando recebia uma mensagem, ou enviava, sempre procurava passar um ar de despreocupação com o tempo, dando a entender que sua relação interativa era verdadeira, já que para ele, ao responder uma mensagem o mais rápido possível, a outra pessoa pensaria que ele era real.

⁴³ Ver: <http://www.hypeness.com.br/2017/05/as-sinistras-fazendas-chinasas-onde-se-cultivam-likes-e-cliques/>

A realidade buscada por Thiago em seus *fakes* e *Catfishes* pode ser percebida como uma necessidade de se tornar visível, de se expor como mecanismo legitimador, o que pensadores como Benedikt chamaram de *Princípio de Visibilidade Pessoal*, ou seja, usuários do ciberespaço devem ser vistos, em um nível mínimo, inicialmente, por outros usuários para depois através da interação, passar um caráter de realidade (BENEDIKT, 1991 apud BELL, 2007). No caso dos perfis enganadores há sempre o fator de correr atrás do legítimo como forma de existir nas redes sociais.

Além de Thiago que produzia perfis enganadores, temos caso de Paulo, que também produzia esse tipo de ferramenta online, só que voltado aos usuários heterossexuais. Paulo criou ao longo de anos, que não sabe ao certo quanto, inúmeros perfis *fake* e *Catfish* usando imagens de mulheres bonitas e atraentes, como o mesmo chamava “gostasas” e “10/10”⁴⁴.

A história de Paulo com as redes sociais é bem mais antiga que a de Thiago, por ser mais velho e por pertencer a uma casa mais abastada, o que lhe possibilitou o uso de Internet desde o início dos anos 2000 – quando já criava perfis falsos para xingamentos e deboches em salas de bate-papo e outras plataformas. Ele não sofreu das mazelas pelas quais nosso primeiro informante passou, ou seja, não é homossexual nem pobre.

Com as redes sociais virtuais, a partir da Web 2.0, Paulo viu a possibilidade de interagir deslocado do que ele de fato seria, como o mesmo nos conta: sempre gostei de tirar sarro, e a Internet dá essa oportunidade todos os dias”. Como isso, ele se chama de “*Troll*” (ou trol, dependendo da grafia), que é um indivíduo que visa desestabilizar as discussões, os conteúdos postados, etc. por outros usuários, isso dentro de fóruns, perfis e outras plataformas interativas online⁴⁵.

Troller, *trolador* ou *trolar*, acabou virando um novo termo de Internet, a partir da aceitação desse tipo de comportamento, que tende a provocar irritação ou gargalhadas. Atualmente muito dos chamados *digital influencers*, via *YouTube*, ajudaram a fortalecer essa ideia de pregar peças em terceiros como

⁴⁴ Classificações pautadas pelos atributos físicos.

⁴⁵ Termo surgido a partir da expressão: “*trolling for suckers*”. Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Trol_\(internet\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Trol_(internet))

forma de entretenimento⁴⁶. Há uma diferença entre um *troll* e um comediante de pegadinhas, que também propõem pegadinhas como forma de entretenimento, sendo que o *troll* se dispõe a praticar diversas formas de violências, como perpetuações de preconceitos contra minorias, e os comediantes são mais contidos.

Paulo então, segundo o mesmo, criou perfis para “tirar sarro de caras que não conseguem pegar mulher, que se escondem, de *nerds* e de otários...”. Podemos perceber nisso um tipo de comportamento sádico, voltado a manipular outros usuários através de um comportamento que seria favorecido nas redes sociais. Para ele, isso não é um problema: “o que esses caras querem se não a masturbação?...”.

Em nossas conversas lhe perguntei se não achava meio sádico essa forma de interação, que enganava e agenciava desejos, ao que ele me respondeu que os homens que adicionavam essas gurias eram todos “escravocetas” e “frouxos” que se levavam pela aparência, e mereceriam ser enganados dessa forma.

Um tipo de foto usada nos mencionados perfis *Catfish* de Paulo:

⁴⁶ Devemos olhar os canais de *YouTube* com mais seguidores no Brasil, por exemplo.



Perfil *Catfish* de Paulo de uma suposta jovem de 19 anos chamada Yasmim. Imagem cedida pelo mesmo.

Os enganados de Paulo, ou seja, os agenciados pelo perfil *Catfish* Yasmim criado pelo mesmo, teciam elogios respondendo a indagação da mesma: *Alguém*. E o que seria isso de “*Alguém*”???? Poderia ser uma pergunta/indagação retórica apelando para o conteúdo fortemente sexual da imagem, uma jovem atraente mostrando seu corpo, ou um tipo de chamamento aos seus amigos e seguidores: *alguém quer interagir comigo?*

Paulo sabia que isso aconteceria, ou seja, o grande número de interações, seria alcançada. Nesse perfil, que estourou a marca de cinco mil amigos (limite estipulado pelo *Facebook*), haviam em média setenta mensagens diárias desses mesmos homens, e até algumas mulheres, dos quais Paulo procurava responder “os mais desesperados”, como o mesmo nos contou. Ser “desesperado” é elogiar bastante, convidar para sair, etc. o que para ele seriam aspectos dos indivíduos “fracos” que gostava de *trollar*.

Mensagens como: “*vamos nos conhecer*”, “*quer sair*”, “*nossa como tu é linda*”, etc. seriam essas consideradas mais desesperadas por Paulo. Havia outras mensagens de cunho mais sexual e incisivo, como o envio de fotos íntimas por parte desses amigos e seguidores de Yasmim. Paulo retornava essas mensagens com fotos de mulheres nuas, que seriam parecidas com Yasmim, ou seja, mantendo o laço de agenciamento sempre firme.

Ao analisarmos a imagem, percebemos o número alto de curtidas, mais de mil e quinhentas, e também devemos nos ater no número de comentários: mais de duzentos. Na imagem acima, mostramos só os comentários iniciais, por apresentarem um teor menos ofensivo (na medida do possível!). Nesse perfil, Paulo postava diariamente fotos com essa intenção, ou seja, através de uma foto de corpo, em um ambiente descontraído (como uma praia), produzir uma espécie de “hipnose”, já que, segundo o mesmo, “os homens não pensam com a cabeça de cima”.

A partir da imagem desse perfil, como de outros criados por Paulo que a seguir mostraremos, surgiu uma indagação, que estendemos a ele: se esses indivíduos (homens/mulheres) que eram supostamente enganados, não seriam também perfis *fakes*. E ele nos respondeu: “eu sei que sim, mas no fundo seriam homens frustrados, que precisam se esconder, para tentar encontrar uma guria...”.

Podemos pensar, nas colocações de Thiago e de Paulo, que as questões acerca dos agenciamentos que são buscados, ou como surgem, que a complexidade envolvendo a criação desses tipos de perfis é algo complexo, aberto e diríamos, ilimitado em toda a sua problemática. A seguir, tentaremos aprofundar mais essas complexidades sobre os mesmos.

3.2. A criação de *fakes* e *Catfishes* por Thiago e Paulo, suas motivações, e a questão da interação virtual

Como vimos com Thiago e Paulo, a interação mediada por dispositivos informacionais e por redes sociais pode ser uma forma problemática de ação social. A tecnologia, e seus dispositivos, pôde dar aos indivíduos formas de existir deslocadas da realidade, dando uma possibilidade de brincar e de enganar outras pessoas mediante usos indevidos e ressignificações de certas ideias de existência, ou seja, o existir online, que passa a ser uma não-existência.

O cientista da computação Andrew Lippman (LIPPMAN,1990) entende que o conceito de interatividade corresponde a uma atividade mútua e simultânea da parte de ambos participantes, normalmente trabalhando em prol de um objetivo, mas não necessariamente. Para um sistema pode ser chamado de interativo quando as seguintes características estão presentes: interruptibilidade, granularidade, degradação graciosa, previsão limitada e não-default.

O conceito *lippmaniano* de interruptibilidade nos ajuda a compreender a questão da quebra ou rompimento de um processo de interação, o que parece ser o caso da criação e manutenção de um perfil falso. Como não seria algo “real”, a qualquer momento poderia ser interrompido. A interruptibilidade no caso de redes sociais virtuais corresponde à “exclusão de um perfil” online, isto é, simplesmente tirar a imagem de alguém do ar. Thiago manteve seus perfis por dois anos, e depois se arrependeu de sua conduta, ou como mesmo nos conta: “ se emancipou”, já Paulo se diz cansado dessas práticas, mas não se mostra arrependido nem envergonhado.

Como percebido por Primo, nas formas de interação mediadas por computadores, cada participante deve ter a possibilidade de atuar quando bem entender. Nesse sentido, corresponderia por exemplo, mais a uma conversa do que a uma palestra. Porém, a interruptibilidade deve ser mais inteligente do que simplesmente trancar o fluxo de uma troca de informações (PRIMO, 2008, p. 31).

Cada um dos quatro informantes que aqui utilizamos, sendo o primeiro Thiago e o segundo, Paulo, prezavam, em seus antigos perfis enganadores, por uma constante interação online como mecanismo de legitimidade. Como Thiago

nos conta, quando mantinha perfis *fake* ativos, ao receber uma mensagem achava que estavam falando com ele, não com a imagem da pessoa que usava como *fake*, e com isso em mente, procurava responder à mensagem o mais rápido possível, para não deixar o enganado “no vácuo”.

Paulo, em muitos casos, fazia o oposto de Thiago, quando algum de “seus enganados” mandava mensagens para as “suas gurias”, procurava demorar a responder, visto que, segundo ele, “as gostosas sempre devem se fazer de difíceis, para os caras correr atrás, e ficar com mais vontade de ser enganados”. Quando “os caras enganados” mandavam muitas mensagens para “suas gurias”, Paulo se via “obrigado”, segundo suas palavras, a cancelar esses perfis.

Um indivíduo conectado online, participante ou usuário ativo de uma rede social, como o *Facebook* e o *Instagram*, tem a sua disposição a possibilidade de excluir perfis que não lhe agradem, podendo esta ser temporária ou definitiva, cabendo ao mesmo administrá-la sem grandes constrangimentos e tensões, diferentemente de um rompimento em uma relação face a face. Assim, a facilidade de poder excluir um perfil acaba funcionando como um fator motivador de criação e de constante aperfeiçoamento dos perfis *fakes* ou *Catfish*.

Thiago relatou que na primeira semana usando o seu perfil pessoal (não *fake* ou *Catfish*) conseguiu poucos amigos, na maioria, pessoas de sua cidade, o que não era o seu objetivo almejado, com isso, acabou cancelando seu perfil pessoal por um tempo determinado. A ideia dele seria ampliar contatos com as pessoas de outras cidades, principalmente Pelotas, o local que iria estudar, o que acabou não acontecendo.

Thiago via que deveria ter um perfil pessoal que fosse atraente de alguma forma, se não fosse pela beleza, deveria ser por “outra coisa”. Percebeu que poderia “abandonar” essa ideia de “se esconder nos outros”, como o mesmo declarou, quando ingressou na Universidade Federal de Pelotas para cursar Biologia, no ano de 2017. A partir dos primeiros meses como ingresso nesse curso, pode desfrutar de uma nova forma de interação, com pessoas com “a mente mais aberta e menos preconceituosas”, que o receberam, na medida do possível, com braços abertos.

Ao nos contar sobre esse perfil – seu perfil real – e como foi aceito, Thiago aprofunda a questão problemática de se passar por outra pessoa, e se envergonha, nos conta: “receber uma mensagem perguntando sobre uma aula

e saber que estão falando realmente comigo, e minha imagem, não se importando se sou feio, bonito etc. não tem coisa melhor”. E continua: “me envergonho de ter que fazer uso de uma imagem, de um padrão que não era eu, e isso é tão escroto (...)”.

Além disso, o fato de ter mudado de cidade, de respirar novos ares, longe dos seus conhecidos de infância, pessoas que o humilhavam fez muito para essa mudança de ideia a respeito de si, e principalmente, de sua orientação sexual – na sua percepção, Pelotas, por ser uma cidade maior do que a sua, uma das quatro maiores do estado do Rio Grande do Sul, com população estimada em mais de 340.000 habitantes, seria uma cidade “mais aberta” em relação a jovens homoafetivos, uma vez que, o ambiente universitário ajudaria nisto.

Voltando ao nosso problema, e ainda com Thiago que percebeu além da revista de celebridades, a possibilidade de produzir um perfil *fake* através de um filme, que não lembra o nome, uma comédia romântica na qual um personagem “feio” se passa por outra pessoa. Ele relata que ao decidir fazer o perfil *fake*, buscou como forma de tornar mais atrativo o perfil, fotos de homens bonitos, que “fossem jovens, parecessem bem-sucedidos e fossem sexy”. De início, de volta ao *Catfish*, o ator que teve a imagem usada foi Brenno Leone, da série adolescente *Malhação*⁴⁷ da Rede Globo, exibida no ano de 2015. Naquela época, Leone ainda era desconhecido do grande público e, por isso, a sua escolha. Ademais, o referido ator possui o tipo de beleza na qual Thiago queria se “espelhar”.



Brenno Leone em 2015 (foto de João Cotta/Rede Globo).

⁴⁷ Criada por Andréa Maltaroli e Emanuel Jacobina, tendo sido veiculada pela primeira vez em 1995, essa série exibida diariamente na faixa da tarde, é conhecida principalmente por seus temas adolescentes, além de revelar anualmente atores jovens.

Thiago ao produzir esse perfil *fake*, o fez motivado pelo estereótipo do jovem rico, branco e popular, que “chamava a atenção” por sua beleza. A esse respeito, nosso informante se percebe como não sendo bonito e impopular desde os tempos de escola. Desde criança, como um garoto criado no Rio Grande do Sul, um estado com uma forte imposição de padrões culturais e estéticos de descendentes de europeus, as suas características fenotípicas que remetem a uma miscigenação com elementos indígenas, lhe renderam nos tempos de escola o apelido de cunho bastante discriminatório de “*bichinha bugre*”.

Além da questão acerca do “rótulo” de colono, por viver mais no campo do que na cidade, sua sexualidade e os apelidos ofensivos acerca da mesma, o deprimiam e ao mesmo tempo, o fizeram buscar uma fuga dessa “vergonha”, segundo suas palavras, seria o motivo ou a moral desse perfil *fake*. Bugre⁴⁸, ou *bugra*, é um termo pejorativo aplicado aos indivíduos com ascendência indígena, e Thiago tem “sangue” indígena por parte de mãe, sendo sua avó materna chamada de velha bruxa por parte dos habitantes de sua cidade.

Norbert Elias (1993), ao se referir ao processo civilizador e à racionalização da vida social, percebeu a dramaticidade de situações que podem se fazer presentes na dinâmica das relações sociais, quais sejam, os sentimentos de vergonha, de repugnância e de embaraço (ELIAS, 1993). Nesse sentido, a beleza considerada enquanto padrão socialmente celebrado, tanto quanto o dinheiro, tenderiam a mitigar tais dramas na interação social entre os indivíduos. Afinal, o sentimento de vergonha, por exemplo, só faz sentido na presença de outras pessoas. O indivíduo sentir-se-ia “envergonhado” por razões que vão da aparência física às questões financeiras, em uma espécie de medo físico, que com o avanço da modernidade e do processo civilizador tenderiam a diminuir, uma vez que, os indivíduos passaram a ver-se com mais regularidade.

Quando consideramos o advento da Internet e a disseminação das redes sociais virtuais, entendemos ser possível dizer que estas ajudam na mitigação desse sentimento de vergonha, desse medo, digamos assim, de “não aceitação”

⁴⁸ Advém da palavra de origem francesa, *Bougre*, tendo suas raízes no modo medieval no qual eram chamados os heréticos ou não-cristãos. Tendo sido usada pelos colonizadores portugueses, na América do Sul, como denominação da qualquer índio não-cristão ou batizado, com isso, ao longo dos tempos acabou se tornando um termo pejorativo. Fonte: Wikipédia.

pelos outros. Quando Thiago nos conta da vergonha por ter interagido sendo outra pessoa, devemos pensar na gravidade de certos aspectos sociais das redes sociais, como a perpetuação dos rótulos que socialmente são vistos como desvios. O desviante é alguém que quebra uma regra (BECKER, 2008), e ter feito um perfil *fake* em um ambiente que presa por legitimidade pode ser visto como uma quebra, já que há regras, há indivíduos que a quebram, e acabam sendo rotulados (BECKER, 2008). E Thiago muitas vezes ainda sente esse “rótulo”.

Dizemos isto, pois ao mesmo tempo em que ampliam o campo de possibilidades de construir relações sociais para além da localidade física na qual os indivíduos estão inseridos, aproximando-os, por outro lado, tal aproximação por não necessariamente ocorrer baseada no “face a face”, permite que se manipule as imagens e impressões que se quer passar. Com a chamada “*Bedroom Culture*”, nos anos 1970 (BOYD, 2014), ou seja, no início desse modelo de sociedade informatizada, temos uma ideia acerca da criação, dos jovens, de um espaço que fosse desvinculado do restante da casa, ou seja, seu quarto (com isso, uma “Cultura de Quarto”). A separação, do resto da casa, não seria apenas espacial, demandaria toda uma noção deslocada de uma sociedade conservadora, na figura dos pais, que obrigariam os jovens a participarem de uma rotina opressora (BOYD, 2014).

Nossos informantes, até aqui, Thiago e Paulo, cada um tendo uma noção dessa “Cultura de Quarto”, nos apresentaram particularidades, que envolveram o deslocamento de realidade, a questão de sentirem-se seguros, ou simplesmente “tirar sarro”, a partir do momento no qual se sentiram confortáveis e sem uma “vergonha de agir”. A manipulação da beleza pode ser vista como um fator para isso ocorrer.

A figuração da beleza por meio da posse da imagem de outrem com o objetivo de enganar, agenciar ou manipular os desejos de indivíduos nas redes sociais online, pressupõe a absorção dos padrões criados no “*off line*”, no caso em questão, dos padrões de beleza socialmente celebrados. Um perfil falso tem mais chances de chamar atenção se ancorar-se em padrões de beleza e em opiniões que estejam em consonância com certos padrões médios capazes de atrair outros usuários.

Thiago entende que as características de beleza por ele buscada online são juventude, desprendimento e naturalidade passada pela beleza. Ele relata que, ao observar perfis femininos de garotas de sua cidade, em sua opinião, “elas não *seriam nada demais*”, mas que nas redes sociais teriam milhares de seguidores por passarem a imagem de beleza, leveza e naturalidade. Nesse sentido, através da percepção de outros usuários ele pôde formular certas noções do que seria “certo ou errado” no mundo virtual.

Paulo via na interação online uma maneira de pertencer a um mundo, não importando suas consequências e seus preços. Por se denominar heterossexual, e confortável com isso, se via como “livre” para agir e “tirar sarro”, as consequências não seriam problema para ele, que via a Internet e as redes sociais como espaço “irreal”

O relato de Thiago indica uma certa cisão entre o real e o virtual, pois, as “gurias” de sua cidade, como ele próprio, são pessoas simples, sem muitos atrativos, porém, nas redes sociais, apresentam-se como outras pessoas, mais “descoladas” e eventualmente mais “bonitas”, por conta da manipulação das imagens. Já com Paulo, as “gurias” seriam “instrumentos” para enganar e *trollar* outros perfis, para satisfazer uma ideia, diríamos, sádica.

Ao produzir um perfil *fake* e um *Catfish* de uma pessoa distanciada do seu cotidiano, no caso, o já referido jovem ator, Thiago não ponderou se a sua ação poderia prejudicar a pessoa que teve a imagem “roubada”. No caso em questão não houve consequências nesse sentido, porém, poderia ter ocorrido, pode-se processar alguém por difamação nos ambientes online, no entanto, isso ainda é algo raro⁴⁹, em função da dificuldade em como as provas podem ser coletadas, testemunhos, etc, já que o pretense infrator, que cria e manipula um *fake* ou *Catfish*, pode a qualquer momento deletar o perfil enganador.

A relação entre a necessidade de exposição e a utilização de imagens de outras pessoas para servirem de chamariz a fim de se obter determinados tipos de retorno, pode parecer inocente para o agente que lança mão desse recurso, mas, é uma situação, para dizer o mínimo, de um ponto de vista ético. A capacidade de rápida disseminação e de alcance de públicos maiores oportunizadas pela Internet, potencializa a dramaticidade desse tipo de ação.

⁴⁹ Ver: <https://www.conjur.com.br/2015-out-07/stj-lanca-estudo-reune-65-julgamentos-crimes-internet>

Thiago, no final das contas, não é uma pessoa fora da curva, uma vez que hoje em dia, um número crescente de pessoas organiza suas vidas em função das redes sociais, veiculando imagens de suas vidas pessoais. Em casos semelhantes aos aqui por nós estudado, há uma preocupação em veicular imagens, manipuladas ou não, que consigam passar a sensação de “beleza” e “popularidade”, o que acaba estimulando a criação desses perfis *fake*.

Thiago, com o perfil de Leone, conseguiu marcar encontros com outros homens, na maioria mais velhos, muitas vezes de forma rápida. Nos contatos iniciais ele não falava que era homossexual, apenas deixava claro isto quando das conversas privadas. As conversas giravam sempre em torno do flerte, já que o “falso Leone” era um homem que chamava atenção pela beleza. Desse modo, a ação de Thiago enquadra-se na de um *Catfish*, por tentar agenciar desejos através da imagem de alguém “bonito”. Entretanto, ele relatou nunca ter tido um encontro físico com seus parceiros online, preferindo manter as “coisas misteriosas”, e também havia o problema de sua cidade que, por ser pequena, impossibilitaria a discrição, ou o anonimato.

Paulo nos diz que seu perfil Yasmim foi criado justamente para não haver contato, ou seja, como um troll, ele acabaria por apenas “jogar uma isca e sair correndo”, e por mais que seus agenciados tentassem de todas as formas os encontros, seria impossível. Para melhor elucidar certos aspectos, como os apresentados por Thiago e Paulo, nesta pesquisa procuramos problematizar três formas de interação online nas redes sociais *Facebook* e *Instagram*, que seriam as seguintes:

O perfil falso, que não visa necessariamente enganar alguém de forma deliberada, podendo ser um perfil de usuário de jogos online, *alter-egos*, páginas de animais, etc. Neste tipo de situação, o que normalmente se almeja é interagir nas redes sociais com a imagem de outras pessoas, personagens e objetos em seu perfil, não visando práticas enganadoras. Dessa forma, podemos pensar nos antigos *avatares*⁵⁰, ou os perfis criados exclusivamente para jogos.

⁵⁰ Em computação gráfica, *avatar* é um alter-ego ou personagem que o usuário de Internet como representação em jogos ou plataformas online. O conceito faz alusão aos *avatares* da religião hinduísta, que seriam as formas corpóreas assumidas pelos deuses para poder caminhar e agir entre os seres mortais.

Por sua vez, perfis *fakes* (falsos), seriam mais problemáticos por não ser possível mensurar seus objetivos. Além disso, o perfil *fake* seria mais problemático por essas inúmeras motivações, que oscilam entre o negativo e o positivo, nos quais temos os exemplos, podendo ser caráter afetivo, ser um ato de vingança, na qual alguém utiliza a imagem de alguém como forma difamatória, ou até mesmo como forma de se esconder, em função da aparência, idade, peso, ser engraçado, etc. esse tipo de perfil não seria exclusivamente negativo.

O *Catfish*: é um tipo de perfil que iria além do *fake*, que tem como objetivo justamente enganar, tirar proveito de vulnerabilidades de outros usuários das redes sociais, seja através de formas de atração, ou da manipulação de desejos, ou simplesmente com artifícios múltiplos, voltados sempre ao engodo. Em suma, agenciar desejos em função da aparência de outras pessoas.

Dessa forma, percebemos que Thiago, que começou fazendo uso de um perfil *fake*, portando relações mediadas através da utilização da imagem do ator Brenno Leone, passou a ser um *Catfish* devido ao agenciamento de desejos que esse perfil criado havia possibilitado, isto é, devido a legitimação para enganar outros homens nas redes sociais através da imagem de alguém que seria visto como bonito e atraente. O ato de produzir desejos em outros, através da beleza ou uma ideia de indivíduo atraente, acaba “fiscando” usuários, que podem ser indivíduos tão carentes e com problemas de auto estima quanto Thiago. Devemos pensar nos dois lados dessa relação mediada: Thiago e o seu “fiscado”, o primeiro com seus problemas, e o (s) segundo (s) que também teriam problemas, aqui não se trata de infrator e vítimas, apenas mensuramos o problema desse tipo de relação virtual.

Quando um usuário de redes sociais procura “ser amigo” de alguém que nunca teve contato pessoalmente, ou seguiu-lo, essa procura de amizades, ou afetos, portaria um significado, ou melhor, uma busca por significado para a sua própria condição de usuário, já que o mundo online das redes sociais cobraria interação, ou melhor, contatos, amizades, flertes, etc.

Os agenciadores de desejos sabem como “jogar” com as buscas dos usuários online, sejam elas amizades, afetividade, amor, atenção, e casos sexuais. A beleza seria o condicionante para todas essas buscas, mas não

exclusivamente, haveria a necessidade de “ostentar” uma vida diferente dos outros, ou seja, “uma vida de rico”, como Paulo nos disse.

Paulo ao produzir um perfil *Catfish* ou *fake*, para ele tanto faz, sua forma de legitimação muitas vezes é centrada no local, na profissão e nas fotos disponibilizadas, que sempre remetem a um estilo de vida despojado e de constante “beleza”. “Os trouxas e os otários *escravocetas* sempre caem nesses perfis”, ele nos conta. Nesse sentido, para ilustrarmos o que Paulo nos contou, trouxemos outro exemplo desses perfis, e do modo como outros usuários interagem:



Imagem disponibilidade por Paulo

Podemos perceber na imagem do perfil acima, claros elementos do que Paulo nos conta, a questão de “ostentar” uma vida de lazer, de bem-estar e beleza também seria uma forma de agenciar desejos, fazendo com que outros usuários sejam “fisgados” e interajam ainda mais. Novamente nos atemos aos comentários para essa foto.

Tendo apresentado os casos dos informantes, Thiago e Paulo, com suas particularidades envolvendo a produção de perfis *fake* e *Catfish*, daremos seguimento a nossa exposição com os outros dois informantes de nossa pesquisa, ou seja, Maurício e Rafael, que seriam diferentes dos anteriores por não produzirem perfis fraudulentos.

3.3. O território da Internet e o aprendizado na vida online: os casos de Mauricio e Rafael

A característica de um não-lugar online que a Internet assume com as redes sociais virtuais, devemos frisar, não seria como os “Não-lugares” percebidos pelo antropólogo Marc Augé (AUGÉ, 2008), diferentes de um lar, uma casa ou um espaço personalizado, esse *não-lugar augeano* seriam os lugares de rápida circulação, como aeroportos, estações de metrô, etc (AUGÉ, 2008). Então, o não-lugar virtual, das redes sociais, deve ser percebido a partir de um espaço não-físico, como o ciberespaço *gibsoniano* e não como um local de passagem.

Esse não-lugar virtual potencializa formas de ação e manutenção de perfis para qualquer usuário, visto ser caráter não físico ajudar a uma manipulação de si *ad aeternum*, ou seja, os mesmos usuários poderiam ter *upgrades*⁵¹ que a realidade não permitiria. A Internet, enquanto local de deslocamento de realidade, desde o início tenta trazer a representação social para dentro dos seus limites e as imagens, dessa forma, tornam-se um instrumento de comunicação bastante eficaz.

A criação de um perfil online é simples, requer estar inserido em uma rede social virtual, que pode ser entre tantas, *Instagram*, *VK*⁵² e *Facebook*, sendo que essa última tem sido a mais usada nos dias de hoje, exatamente por sua suposta confiabilidade, adquirida devido aos seus mecanismos interativos, promoção de amizades reais, e também por ser legitimada pela mídia, seja através de seu impacto social, cultural e econômico – todas as grandes marcas mantem perfis no *Facebook*!. Nas redes sociais, os usuários ao depositarem suas informações pessoais, sejam elas quais forem, acabam expondo-as a uma possível apropriação da parte de empresas que tenham interesse em algum tipo de propaganda de produto ou serviço, ou até mesmo, da parte de outros usuários.

Entre os nossos informantes, por exemplo, Maurício e Rafael tiveram experiências interativas nas redes sociais diferentes das de Thiago e Paulo, uma vez que, suas imagens corporais foram usadas por *Catfishes*, devido a

⁵¹ Atualização ou melhoria de componentes de computadores, muitas vezes *hardwares* e *softwares*.

⁵² *VKontakte*, ou simplesmente *VK*, é uma rede social de origem russa fundada em 2006, sendo similar ao *Facebook*. Tendo como ferramenta interativa mais utilizada os fóruns, que seriam mais “livres” do que os grupos do *Facebook*.

disponibilização das mesmas online, o que para eles foi visto como um problema de se manter “conectado”, mas aceitam o “preço cobrado” por essa forma de exposição. Ambos malham e procuram apresentar a imagem do “corpo perfeito”, sendo que Rafael compete como fisiculturista em campeonatos amadores.

Rafael mantém páginas online nas quais veicula imagens de seu corpo, no entanto, como forma de trabalho. Mauricio disponibiliza imagens de seu corpo com o objetivo “de chamar atenção de mulheres”, segundo suas palavras.

Aqui, quando estamos falando em atores conectados, devemos pontuar os seus papéis enquanto usuários de um ambiente online, ou de um ciberespaço em franca expansão, no qual podemos estar conectados em todos os lugares. A Internet, como extensa e invisível rede planetária, tecida para ser o elo global de comunicação, um elemento de conexão entre aqueles que estão distantes, pode ser entendida como uma ideia utópica ou seria “*pantópica*”, como questionou-se o filósofo francês Michel Serres (SERRES, 1994).

Para Serres, as redes de comunicação, o cerne da ideia da Internet/Web, ligaria todos os lugares entre si, não se constituindo, desse modo, mais como uma visão utópica, mas, sim, como uma realidade que nos conduz a um tipo de futuro. No caso dos nossos informantes, essa vida online se mostra inseparável de suas realidades, tendo em vista “a cobrança” que temos para aderirmos a uma vida interativa, seja ao comprarmos, ao sacar dinheiro, ao vermos televisão, etc. A “disponibilização” de seus corpos para “serem apreciados”, seja como trabalho ou buscas sexuais, poderiam ser um exemplo, por parte de nossos informantes, sobre essa dita cobrança.

Ainda considerando a perspectiva analítica proposta por Serres, pode-se dizer que a Internet e as redes sociais virtuais nela contidas, tornam possível um “deslocamento de realidades”, ou seja, o mundo da virtualidade. Produzir um perfil agenciador de desejos que seja capaz de atrair ou enganar mediante o uso da beleza seria esse uma manifestação disto, dessa possibilidade de deslocamento. No entanto, é preciso ter em vista que, para um número crescente de pessoas, a vida online, isto é, o estar conectado, pode apresentar-se que uma forma de transformação do seu mundo. A ideia de aproximar indivíduos, de promoção de contatos, além do mais, a possibilidade de comprar artigos ao redor do mundo. Não esquecendo as novas formas de entretenimento, são aspectos mencionados por nossos informantes ao longo desta pesquisa, ou seja, para

eles a Internet, a web e as redes sociais não seriam demonstração de um “mal”, e sim, uma forma de agir e de ser, que poderia ser manipulada por ser usuários.

Maurício, nos disse que não consegue sair de casa sem seu *Iphone*⁵³, e como é “fantástico e encantador poder ver o que todo mundo faz”, mas que ao mesmo tempo, ele acha “estranho sabermos que todos podem estar nos olhando”.

Maurício se diz um usuário de aplicativos de relacionamentos, o que mantém boa parte do dia conectado às suas redes sociais no *Facebook* e *Instagram*, chegando até a usar como a *VK*, que servem, ao mesmo tempo, como legitimadores de sua imagem e uma forma de interação, quase que compulsória, com o perfil de outros usuários. Ele tem o hábito de participar de fóruns de discussão, um tipo de interação que era comum no início das redes sociais no Brasil, como no caso do Orkut, desativado em 2014.

Nas discussões online, dentro dos fóruns, é possível interagir por meio da manifestação de opiniões e do estabelecimento de contatos por similitudes – gostos particulares, como música, filmes, etc – que transcenderiam o simples uso de imagens, havendo mediação e ao mesmo tempo conflitos de opiniões, e através disso pode surgir uma afirmação de um eu, seja inteligente, ou execrado pelos outros. Nesse sentido, pode se dizer que as redes sociais são um espaço democrático de manifestação de opiniões, e ao mesmo tempo, podem ser excludentes, ou seja, como territórios virtuais pouco regulados e garantidores de certos níveis de anonimato, elas também tornam possível ações depreciativas e com finalidades escusas em relação ao outro, nesta pesquisa, os perfis *fakes* e *Catfishes* são um exemplo disto.

Nos dias de hoje, pessoas como o Maurício passam boa parte do dia conectados à Internet. A esse respeito, ele nos disse o seguinte: “a Internet é meu território”, já que o mesmo a coloca como um espaço, uma esfera de ação que pertence a ele, por saber usá-la e manipulá-la desde o início dos anos 2000. Por ter vivido a ideia dos *millennials*⁵⁴ e sua “necessidade” de interação pelos meios cibernéticos, acabou aderindo a web como ferramenta, ou melhor, caixa

⁵³ Icônico modelo de *smartphone* da gigante norte-americana Apple, que teve sua primeira versão lançada em 29 de junho de 2007.

⁵⁴ Como ficou conhecida a geração nascida na metade dos anos 1990, que pode crescer junto com o nascimento da Internet, dessa forma, sendo influenciada diretamente por uma cultura web.

de ferramentas, já que o mesmo nos afirma: “na Internet eu consigo fazer tudo, e conseguir tudo (...)”.

Dito de outro modo, a Internet corresponde a um espaço virtual no qual as suas relações sociais, a busca por informação e os seus atos de consumo e financeiros se realizam. Para autores como Weissberg (WEISSBERG, 2011), o virtual seria uma dimensão diversa do real, porém, não se opondo a ela, uma vez que, torna-se parte constitutiva do que hoje se entende por realidade. Dessa forma, o objeto virtual, no caso aqui pesquisado, mais especificamente os perfis em redes sociais virtuais e as imagens neles contidas apresentam-se como manifestações que compõem este espaço virtual da realidade vivenciada daquelas pessoas que cada vez mais vivem conectadas.

O ato de deslocar uma vida para o mundo online, ou criar uma nova vida para isso (os *fakes*) seriam manifestações de um tipo, a dependência dessa mesma vida – não como perfis agenciadores – como no caso de Maurício, seria de outra, e ambas amparadas pelo mundo virtual:

O virtual no lugar do real corresponde a uma dicotomia visivelmente exportada das categorias da representação, como por exemplo, imagem no lugar do objeto, máquinas no lugar do homem etc. (Weissberg, 2011, p. 119).

A noção de território de Maurício, comporta ao mesmo tempo o real e o virtual, seja em função de sua noção de posse de sua imagem ou através do deslocamento dessa noção de posse, ao “disponibilizar” sua imagem, por exemplo. O virtual, o ato deslocado da realidade, com o potencial de vir a ser algo, não seria assim tão deslocado, mas uma resignificação dos atores a partir de suas ações recíprocas nas redes sociais, mutuamente influenciando-se e configurando a própria interação da qual ela decorre.

Um espaço de gestão da própria imagem, um território no qual podemos escapar de padrões ao mesmo tempo que se mergulha em outros. Maurício é um jovem, que segundo suas próprias palavras, “respira a Internet”, não conseguindo acordar sem pensar em suas redes sociais virtuais. Nos conta, “no meio da noite, não importando as horas, ao ver a luz de notificação do smartphone piscando em vermelho, tenho que ‘abrir’ a tela e ver o que é”, nisso, acaba já olhando o *Facebook*, o *Instagram*, os aplicativos de relacionamentos, etc. Sendo que essa ação, muitas vezes na alta madrugada, acaba se arrastando por horas, e prejudica seu sono.

Paulo as vezes, acaba por olhar alguma coisa compartilhada nessas redes sociais, isso ainda na madrugada, e vai procura-la em sites de buscas, e acaba vendo coisas, em suas palavras, “pesadas, como pornografia, filmes de terror, e outras coisas piores, que ficam em minha mente, sei lá, e acabo até sonhando (...)”. Ele sabe que a Internet é um amplo território de possibilidades e de saídas, um processo demarcado por limites, de certo e errado, no qual o virtual não é deduzido do real pela elevação, mas, extraído dele por continuidade e tornando-se, assim, uma inscrição ou uma marca, em segmentos já traçados (WEISSBERG, 2011).

A Internet seria como um grande oceano, e não apenas um território visível, dessa forma, nesse oceano, qual temos contato apenas com sua superfície, temos apenas uma ínfima parte de sua “fauna” é visível, sendo fácil nos escondermos e agirmos de variadas formas.

Alguns exemplos desse grande “fundo oceânico” são a Deep Web e a sua variação Dark Web:

- a) *Deep Web* é uma parte da grande rede que muitos consideram como uma lenda urbana, no entanto, é real, sendo apenas não exposta pelos meios usuais de buscas *online*. A “rede profunda” é um território sem as leis e até mesmo alguns parâmetros morais que a rede “normal” propõe. Afinal, na *Deep Web*, encontram-se disponíveis conteúdos tais como: pornografia infantil, pornografia extrema, roubo de *Bitcoins* etc;
- b) *Dark Web* é um sinônimo para a *Deep Web*, sendo apenas uma variação nominal dessa rede, mas o prefixo “*dark*” nos remeteria mais as possibilidades criminais dessa forma de redes, nas quais podemos dar de cara com páginas falsas feitas por *crackers*, que induzem os usuários a usar seus cartões de credito e dessa forma ter seu dinheiro roubado, possibilidade de download de conteúdo sexual proibido envolvendo menores etc⁵⁵.

Na “*dark Web*” ou “*DarkNet*”, segundo o *Trend Micro Deep Web Analyzer*, pode-se conseguir, por exemplo, um passaporte falso dos EUA por US\$ 5.900,

⁵⁵Ver: https://socialcatfish.com/blog/deep-web-scam-sites/?utm_source=Blog+and+Footer+Signup&utm_campaign=c2dcb97481-EMAIL_CAMPAIGN_2018_03_15&utm_medium=email&utm_term=0_51cbf6253f-c2dcb97481-111283157

ou cem contas roubadas do *PayPal* ou *eBay* por US\$100, ou ainda pode-se contratar o assassinato de político por US\$180 mil (Kurbalija, 2016).

Todo mundo que utiliza a Internet há pelo menos dez anos já ouviu falar dos produtos e vídeos oferecidos nessas redes. Esses exemplos servem para ilustrarmos o quão vasto e perigoso pode ser esse território que seria a internet. Mesmo que usuários como Mauricio possam nunca ter incursionado para além dos limites das fronteiras, digamos assim, da “Internet regular”, a internet expande-se muito além desses limites, e, para além desses limites, ela extrapola todos os parâmetros legais e morais socialmente compartilhados.

A exposição, dentro do território da Internet, seria uma consequência de uma sociedade informacional na qual a vida dos indivíduos acaba imbricando-se com a Internet. Para Maurício esta situação é absolutamente verdadeira, visto estar afetando seu descanso, lhe causando pesadelos.

O ato de expor-se, ou a exposição em si, é um produto de uma sociedade capitalista voltada ao consumo. A Internet, enquanto ambiente que potencializa a sociabilidade capitalista, ambiente, apresenta-se como o território no qual os indivíduos circulam todas as vezes que a utilizam, desse modo, deixam “rastros” que podem ser percebidos. Em contrapartida, os indivíduos usuários acabam, muitas vezes, aceitando as condições que configuram as relações em ambiente online, inclusive no que diz respeito ao uso de imagens.

Maurício relatou que aceita que usem a imagem dele em redes sociais, mas, acha estranho que existam pessoas que apenas consigam navegar na rede usando perfis falsos. A ideia de se esconder, para ele é problemática, tendo em vista que já teve sua imagem usada como perfil por outra pessoa. No começo havia achado engraçado, depois começou a pensar nos motivos para isso.

Em 2016, então já com dois anos de namoro, “mas dando uma puladinhas de cerca”, como o mesmo relata, descobriu a partir de uma colega de trabalho que havia um *fake* que usava sua foto como imagem de perfil, e era uma foto tirada por sua namorada, na época. O nome desse *fake* era André, e relatava na descrição, desse mesmo perfil, moram numa outra cidade. Ao descobrir isso, Maurício não levou a sério, até “gostou”. Ainda no mesmo ano, ao chegar em casa, sua namorada o interpela perguntando quem seria essa André, e se Maurício não seria esse André. “Ela não acreditou que não era eu ali, ela estava braba com tudo e acabou descontando naquele perfil, estávamos brigando muito

naquela época, e o perfil ajudou a terminei o nosso relacionamento, bem, eu acho (...).”

Maurício acha que alguém que conhecia havia criado aquele perfil *fake*, com o objetivo de lhe prejudicar de alguma forma, segundo o mesmo: “talvez fosse alguma das mulheres que ficava na época, eu li depois que é fácil fazer um perfil *fake*, seria só pegar alguma imagem minha online e usar, essa é a vida (...).”

Como vimos, os perfis *fakes* poderiam ter inúmeras finalidades, como o que Maurício suspeitou que “*seu fake*” teria feito, sendo que é muito difícil conseguir entrar em contato com usuários que fazem uso desse tipo de artifício para lhe perguntar quais seriam suas motivações. Controlar certos tipos de ações na Internet, como ter sua imagem usada, é algo complicado para seus usuários, devido à natureza desses atos e da possível incidência de regulação civil ou até mesmo penal. Uma vez privatizada, desde então, a Internet não conta com nenhuma autoridade supervisora. Diversas instituições e mecanismos foram improvisados, e criados durante todo o seu desenvolvimento, assumindo, assim, alguma responsabilidade informal pela coordenação das configurações técnicas e de contratos de atribuição de endereços da Internet (CASTELLS, 2005, p. 83).

A regulação da Internet ainda é um assunto um tanto nebuloso e que para seus usuários parece não ter muita importância. Quando indagamos a Maurício sobre como o mesmo via as redes sociais e o controle por trás dessas ferramentas, ele não soube formular uma resposta, apenas “se contenta com isso”, não demonstrando preocupar-se com tais questões, uma vez que o que importa para ele é apenas poder interagir e navegar online.

Podemos trazer o exemplo da China, o país mais populoso do mundo, que contava em 2014 com mais de 600 milhões de indivíduos conectados à Internet, 1,2 bilhões de *smartphones* e mais de 20 milhões de mensagens postadas por dia, além disso, o volume de transações de comércio eletrônico excedeu a cifra de 1,7 trilhão de dólares, o que foi responsável por mais de 10% de seu crescimento econômico⁵⁶. O caso chinês ilustra bem a importância do chamado ciberespaço nas relações tanto sociais quanto econômicas, pois,

⁵⁶ Segundo ICANN, Corporação de Internet para a Designação de Nomes e Números. Ver <https://www.icann.org>

fazem da Internet um ambiente cada vez mais vital na vida dos indivíduos, das empresas e dos governos.

No caso de Rafael, nosso terceiro informante, a vida online é uma forma de trabalho, uma vez que sua atividade profissional demanda o uso do corpo, no caso, ele é um fisiculturista amador. Suas ações na Internet envolvem claramente a exposição, o que o faz ter uma percepção distinta da de Mauricio. Para ele, a Internet é uma necessidade social, em suas palavras hoje em dia: “é impossível viver, trabalhar e conhecer pessoas sem o uso de redes sociais”. Na internet, ele vende a imagem do próprio corpo, seja para agencias ou para concursos de musculação e isso acaba gerando algumas consequências, como o uso dessas imagens por outros usuários desenvolvedores de perfis *fake* ou *Catfish*. Aqui, temos mais um indicativo de como territórios online pode transcender o controle dos usuários que disponibilizam dados na Internet.

A esse respeito, em 1992, em uma iniciativa da *National Science Foundation*, foi outorgada à *Internet Society*, instituição sem fins lucrativos, a responsabilidade sobre as organizações coordenadas já existentes, a *Internet Activities Board* e a *Internet Engineering Task Force*. Internacionalmente, a função principal de coordenação continuam sendo os acordos multilaterais de atribuição de endereços de domínios no mundo inteiro, assunto bastante polêmico, uma vez que era focava na atuação de grandes empresas e como as mesmas almejavam o controle e o monopólio sobre as ações online. A Internet incontrolável, com a qual se alinha e insere Rafael, advoga outros preceitos, como a “obrigação da interação” por parte dos usuários, que dessa forma, acabam à mercê de ações moralmente questionáveis ou até mesmo criminosas.

Nesse esforço de criar mecanismos de regulação, em 1998, foi criado o *ICANN*, órgão regulador com sede nos EUA. Até 1999 não existia nenhuma autoridade clara e indiscutível sobre a Internet, tanto nos EUA quanto no resto do mundo – sinal das características anarquistas do novo meio de comunicação, tanto tecnológica quanto culturalmente (CASTELLS, 2005, p. 84). Tais “características anarquistas”, presentes na falta de agências ou autoridades reguladoras na Internet, da qual já falava Castells perduraram até o nascimento da Web 2.0 nos anos 2000. Desde então, algumas formas de controle regulatório surgiram e mudaram a natureza mais “livre” das redes sociais virtuais – a possibilidade de denunciar um comportamento indevido, bloquear e reportar

outros usuários aos administradores das mesmas redes sociais, seriam um exemplo.

Nosso último informante, Rafael, hoje com 28 anos, é usuário de redes sociais na Internet desde o início dos anos 2000 – MSN, Orkut, entre outras – isto é, a maior parte de sua vida, mesmo antes da adolescência, ele aprendeu a ver as redes sociais virtuais como forma de interação necessária, inclusive para o trabalho. Hoje, mais do que isso, entende-as como uma ferramenta importante de exposição do seu trabalho, segundo ele, “o corpo, os músculos, mas nada de prostituição”, nos conta brincando. Rafael disponibiliza suas fotos em poses atléticas para sites de fisiculturismo amador, e também em suas redes sociais.

As grandes empresas de Internet, como *Google*, *Facebook*, *Twitter* e outras, têm hoje um papel chave na sociedade brasileira, com mais de 100 milhões de usuários fazendo uso constante desses serviços, que embora privados, têm características notavelmente públicas (ALMEIDA, 2014, p. 03).

A “obrigação” de estarmos online, seja precipuamente para interagir, como no caso de Thiago, conhecer pessoas, como no caso de Maurício ou para trabalhar, como no caso de, parece cada vez mais incorporada na vida das pessoas e começando cada vez mais cedo – é só vermos os comerciais das grandes empresas de telefonia brasileira, que tem usado crianças como propaganda de serviços ligados ao uso da Internet, como a gigante Vivo, por exemplo, que parece estimular desde cedo uma dependência online, visto que isso lhe garantiria mais clientes.

Nos atenhamos neste momento ao caso de Mauricio, que nos afirmou ser a Internet o seu “território”, sendo isso, uma forma de personalizar um ambiente pago, visto que a Internet, seja via banda larga, via rádio, ou em outras formas de acesso, é um serviço pago. A Internet brasileira, e o seus acessos, são casos particulares, vista como a mais cara do mundo⁵⁷, isso tenderia a produzir restrições, trocas e formas de burlar esse território restrito a quem pode pagar, ou seja, acessada com qualidade por poucos.

“Uma vida online”, poderia ser uma descrição a ser tirada das inserções de nossos informantes acima, seja Maurício, que poderia pensar que perdeu uma namorada por causa de um perfil *fake* ou Rafael que precisa utilizar a

⁵⁷ Ver: <https://www.tecmundo.com.br/celular/76263-brasil-tem-tarifa-celular-cara-america-latina.htm>

exposição de seu corpo como um trabalho, temos na Internet um leme social. Com isso, na próxima parte, entraremos melhor na relação de Rafael com as redes sociais virtuais.

3.4. Entre o falso e o verdadeiro: o uso das imagens online

O que significa existir nas redes sociais virtuais? A relação entre usuários da internet, aqui entendidos como atores sociais interagindo, como até aqui temos trazido, é uma relação pautada muitas vezes por imagens e o uso destas enquanto como ferramenta interativa. Nesse sentido, nas redes sociais, “ser alguém” envolveria questões nas quais a imagem ocupa um papel central. Existir nas redes sociais é uma forma de ser um tanto quanto deslocada da realidade, uma vez que, por mais que tudo seja real, não podemos desconsiderar os usos e apropriações que surgem enquanto representações imagéticas das imagens disponibilizadas nas redes sociais virtuais.

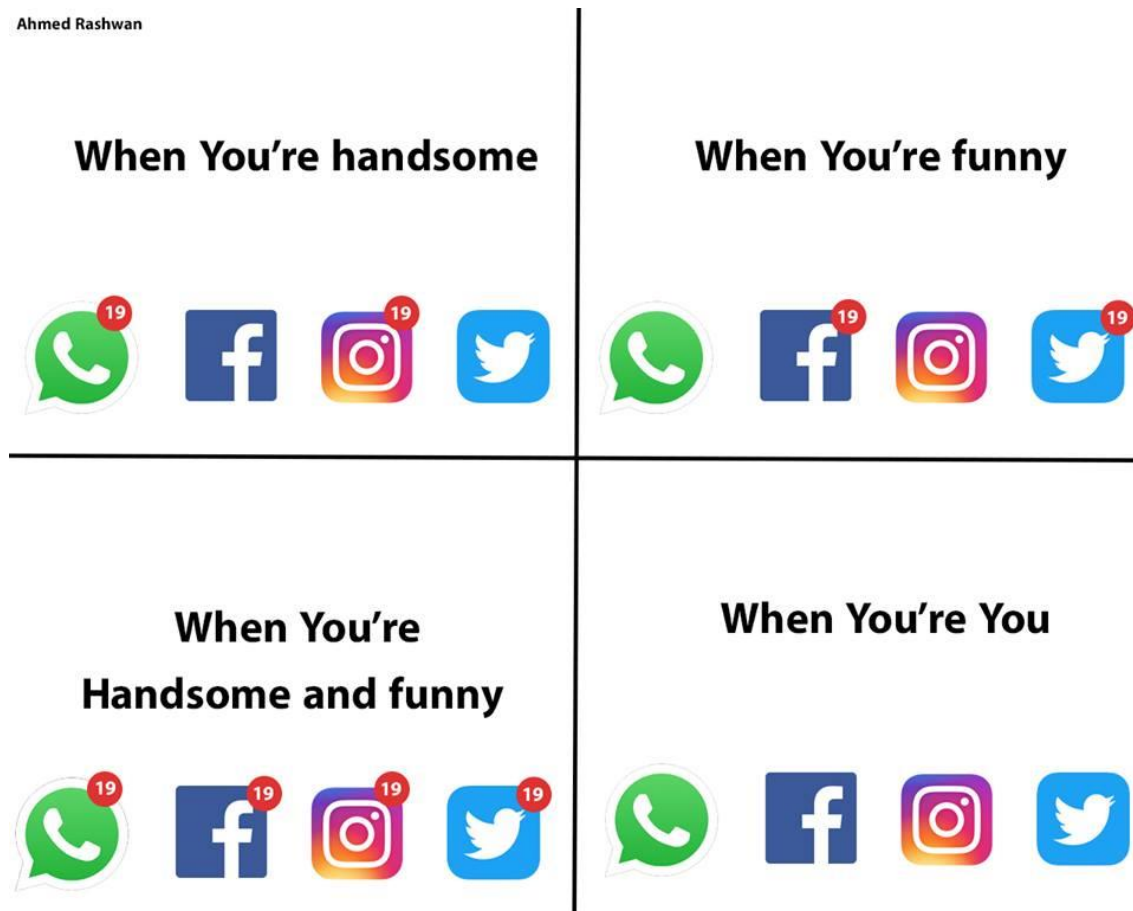
O corpo e sua representação tem suas bases em nossa percepção do belo e do feio. Ao longo dos séculos, filósofos e artistas sempre elaboraram definições sobre o belo e, no que se refere ao feio não se encontram tratados (ECO, 2014). Ser belo é socialmente entendido como ser atraente e ser feio como ser repulsivo, e dentro de uma sociedade que consome imagens, não é difícil imaginar qual dos dois polos tende sabemos a gerar mais adeptos nas redes sociais virtuais.

O feio, ou alguém não atraente, seja nas artes visuais ou nas representações da realidade, como fotografias e filmes, ao longo da modernidade sempre esteve atrelado ao mal, ao contrário da virtude, e isso acabou se tornando para um padrão, mesmo que absolutamente insuficiente enquanto expressão do real e variável de acordo com pontos de vistas culturais. Ninguém quer ser visto como feio, e a produção de perfis falsos, sejam *fake* ou *Catfish* expõem claramente isso.

Então basta ser bonito nas redes sociais para interagir? De certo isto “ajuda”, afinal, estamos tratando da assimilação de determinados padrões pelos atores sociais. Nesse sentido, não é de se estranhar que a beleza acabou disseminando-se no ambiente online como uma forma que configura a interação social, como decorrência, não é à toa que hajam inúmeros perfis que procurem

passar por belos. A partir disso, surgiu a necessidade de ir além, trazendo dessa forma, características específicas que fariam com que os atores – dentro dos perfis – melhor interagissem.

Vejam a imagem abaixo:



Fonte: <https://me.me/i/hmed-rashwan-when-youre-handsome-when-youre-funny-19-19-21697899> Acesso em maio de 2018

No *meme*⁵⁸ acima temos a divisão entre as quatro principais redes sociais do mundo: *Whats App*, *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, e cada qual portaria uma particularidade interativa:

- Quando se é bonito, irão te chamar no *Whats App* e interagir contigo no *Instagram*;
- Se o indivíduo é engraçado a interação é via *Facebook* e *Twitter*;
- Se se é bonito e engraçado, interage-se nas quatro redes sociais.

⁵⁸ Palavra oriunda da obra de Richard Dawkins, *The Selfish Gene*, escrita em 1976. Acabou sendo usada como referência para qualquer imagem, vídeos ou *gifs* engraçados disponibilizados via Internet.

E a imagem acima termina de forma irônica: se tu és apenas tu, ninguém interagirá contigo!

Mauricio, entre os nossos informantes, é o que mais se encaixa na lógica que acima apresentamos, pois, ele interage constantemente, posta imagens de si, seja malhando ou cozinhando, além de *memes* engraçadas, comentários políticos, etc. Desse modo, ele atua de forma a apresentar-se como sendo bonito, procurando parecer engraçado e inteligente aos seus amigos e seguidores.

Exatamente porque nem todo mundo é socialmente considerado “bonito, engraçado, inteligente, etc.”, foi que surgiram os perfis *fake* e *Catfish*. Ou seja, a exposição nas redes sociais acaba por agenciar usuários, enquadrando-os em modelos, normalizando suas ações em função do ato de expor – o panóptico far-se-ia fortemente presente em suas potencialidades.

Thiago e a construção de um perfil *Catfish* baseado no uso da imagem do ator Brenno Leone, pôde interagir com usuários de outras esferas de sociabilidade, diferentes das de seu dia a dia, tudo por conta da capacidade de chamar atenção de imagem que não era a sua.

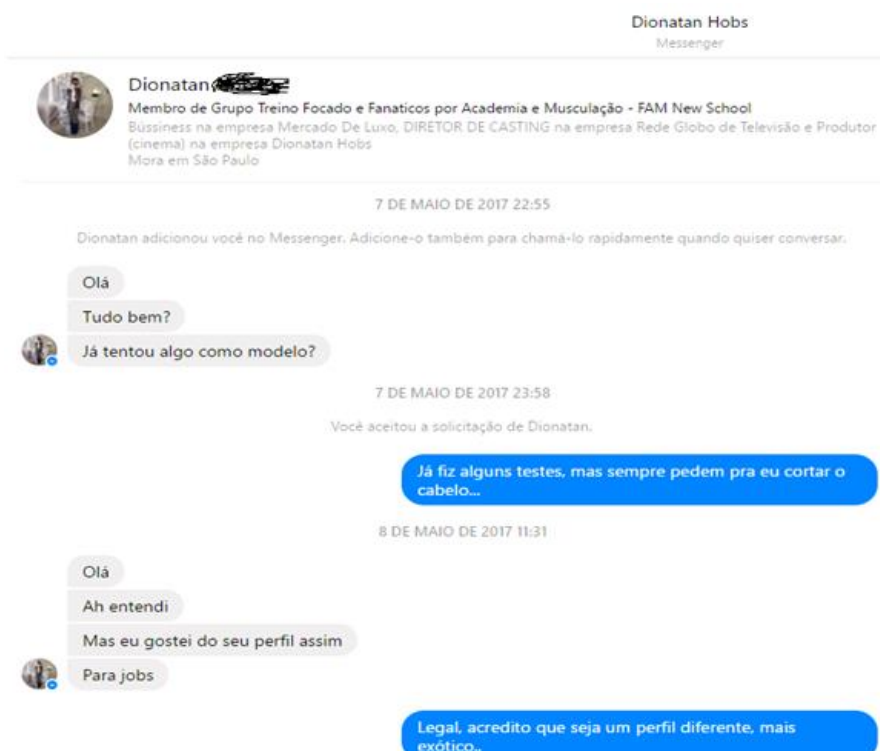
Rafael, que como vimos, disse trabalhar com a imagem de seu corpo, uma vez que é fisiculturista amador, já teve imagens de seu corpo utilizadas algumas vezes na construção de inúmeros *fakes* e *Catfishes*. Abaixo segue um exemplo dessas apropriações indevidas:

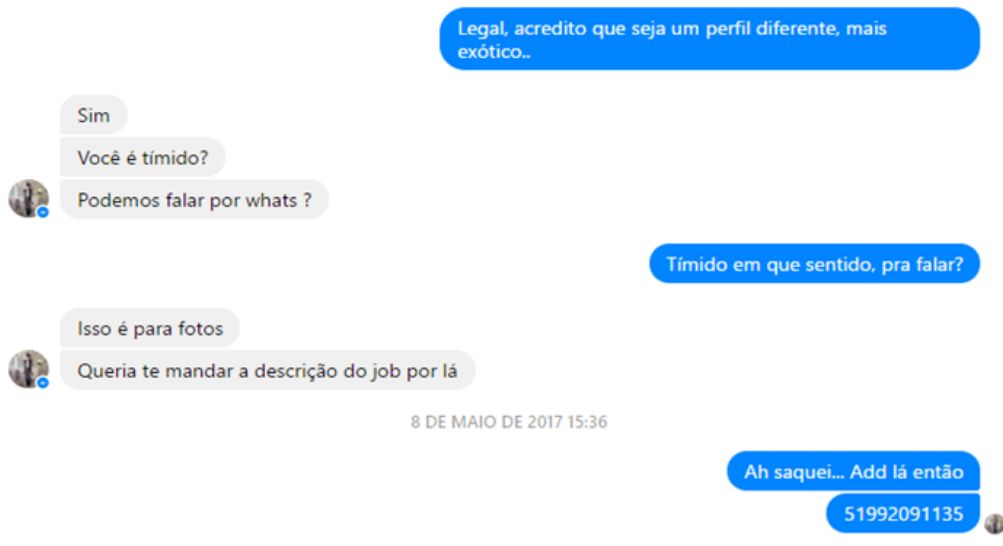


Imagem de Rafael, utilizada como foto de perfil no *Facebook*, durante o ano de 2016, por um *fake* chamado George Martins (perfil atualmente deletado). Imagem cedida pelo próprio Rafael.

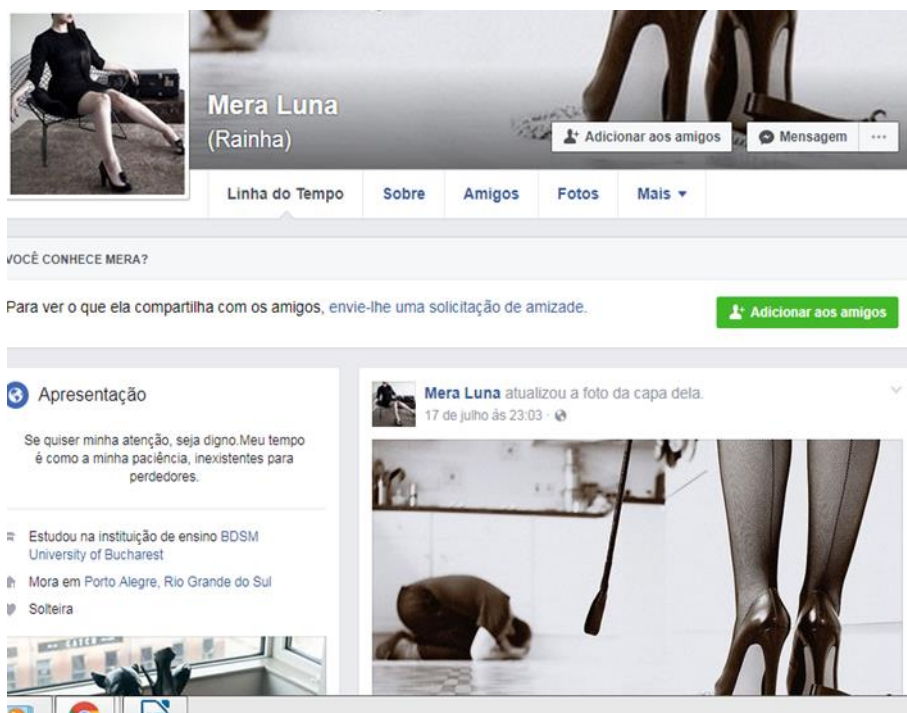
Além disso, Rafael acabou interagindo, inúmeras vezes, com outros tipos de *fakes* e *Catfishes*, que não faziam uso de sua imagem, mas, sim, de outras pessoas. Em alguns momentos esses perfis usavam artifícios, como uma chamada para trabalho, em outros usavam imagens de mulheres atraentes, para assim tentar atrair Rafael, a fim de que o mesmo disponibilizasse imagens suas de roupas íntimas, de sunga ou até mesmo nu.

Seguem abaixo dois exemplos de conversas extraídas de uma de suas redes sociais que ele nos disponibilizou:





Nas imagens acima, retiradas de conversas no *Facebook*, um usuário que por meio de um desses perfis *Catfish*, lançava mão de imagens de mulheres, fingindo propor ofertas de emprego de modelo para Rafael, uma vez que o mesmo utiliza suas redes sociais como uma ferramenta de exposição de si. Esse usuário o perseguiu durante meses, sendo que hoje em dia Rafael se mostra cético quando percebe que pode ser o mesmo “perseguidor” de outras vezes. Abaixo temos um desses perfis femininos:



Imagens cedidas por Rafael.

O usuário que utilizava esses perfis femininos, acabava interagindo com Rafael a partir do conhecimento dos trabalhos do mesmo, que além de fisiculturista amador, também trabalha ocasionalmente como *personal trainer* em academias de ginástica na região metropolitana de Porto Alegre. As abordagens online desses perfis *fakes* teriam como intuito agenciamento de desejos a partir de trocas de imagens, os chamados *nudes*⁵⁹.

O que podemos constatar é que devido a utilização de suas imagens online, que envolvem a exposição de seu corpo em redes sociais, entendida por ele, como uma forma de trabalho, funciona como forma de agenciamento para atuação de perfis *fakes* e *Catfishes*, que sabendo disso, procurariam atraí-lo com “ofertas de emprego”, tão somente para obter fotos íntimas suas.

O uso de imagens, seja como forma de interação, ou como forma de enganar outrem são práticas comuns nos ambientes online. A profundidade do oceano Internet torna possível a ação de usuários que representam papéis problemáticos, que visam induzir outros ao engano.

Uma imagem deslocada, como uma máscara, é a forma como chamaremos aqui as fotos utilizadas nos perfis *fakes* e *Catfishes*. Nesse sentido, podemos perceber que há um estímulo a disponibilização e ao consumo de imagens, uma vez que redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e o menos popular *VK*, promovem esse tipo de possibilidade como forma de interação entre os seus usuários.

Após a exposição de como se construir um *Catfish*, segundo Thiago, podemos perceber um tipo mais específico de *fake*, que ficou conhecido como *FINSTA (Fake + Instagram)*⁶⁰, uma variação do *Catfish*, que iria além da interação via *Facebook*. O *FINSTA* apenas quer seguidores por ser bonito, quer agenciar desejos sem o contato, a interação mais direta, como era o caso de Thiago e de seu *Catfish* com a imagem do ator Leone.

⁵⁹ Como ficou conhecida a prática envolvendo a troca de vídeos e fotos íntimas entre usuários de redes sociais digitais e aplicativos de relacionamento. O termo correto seria *Sexting*, neologismo em inglês para mensagens sexuais (*sex+texting*).

⁶⁰ Para um melhor entendimento olhar o infográfico: https://socialcatfish.com/blog/where-do-fake-social-media-profiles-come-from/?utm_source=Blog+and+Footer+Signup&utm_campaign=c8505892ff-Fake_Social_Media_Infographic&utm_medium=email&utm_term=0_51cbf6253f-c8505892ff-111283157

O problema da imagem deslocada da realidade, que encontra-se na base dos *fakes* e os seus usos, que vimos nos casos de Thiago, Paulo Maurício e Rafael, dão ensejo a um tipo de ação interativa nas redes sociais virtuais que tende a maximizar a imagem de si, ou se preferirmos do Eu, ou de um tipo de “eu” deslocado. O desempenho do usuário de uma dessas redes sociais seria como uma representação artística de um ator no palco (as redes sociais), com a plateia interagindo com a visualização, o aplauso seria o *like*, e a não interação como um apupo. E as ações online desses usuários jamais seriam voltadas às vaías. Algumas dessas impressões advindas das interações online, podem ser ao mesmo tempo construídas e percebidas por eles (GOFFMAN, 1975).

O usuário das redes sociais virtuais, enquanto um ator, um indivíduo que interage através de uma representação parece deslocar uma perspectiva do que é ser nesses ambientes, tornando ilimitado o que deve ser visto, dessa forma, se expondo como uma forma de ação, com isso, surgindo a maximização do eu.

3.5. A maximização do Eu: corpo e identidade

As identidades que interagem nos ambientes das redes sociais virtuais, *Facebook* e *Instagram*, podem ser vistas como fragmentadas e ao mesmo tempo deslocadas de um contexto social real, pois, os usuários, agindo enquanto atores, atuam no sentido de uma busca por palcos e plateias. Essa forma de percepção do real é fruto de uma dualidade normativa: a valorização do indivíduo, em nome de uma filosofia liberal/moderna e a valorização de uma maioria, através da luta em favor da igualdade (WOLTON, 2012). A representação de uma imagem bonita serviria como forma de interação, de conquista de um território, dentro das redes sociais, combinariam esses dois valores, subjetivamente.

A imagem e seu uso acabam evocando um “Ser Eu” ou ser “Outro”, que deixam margens sempre abertas, tendo em vista que o usuário de um perfil *fake*, enquanto um ator social, produz um “show” voltado para um outro, do qual este mesmo outro participa e ajuda a configurar quando fisgado em sua busca. Podemos perceber, nessas margens, múltiplas identidades associadas à pessoa, como identidade corporal, caráter, etc. ou grupos, papéis e *status*

(WOLTON, 2012). Produzir um *fake* ou um *Catfish* a partir de um padrão social de beleza seria um exemplo desta situação, dessa margem.

A possibilidade de deletar ou desativar uma conta no *Facebook* ou *Instagram*, como uma forma de fuga de um chamado mundo predatório⁶¹ - no qual um perfil deveria ser mais visto, curtido, admirado ou “devorado” pelos outros – muitas vezes é encarada como difícil, já que em nosso dia a dia, são cobradas nossas vidas online, a realidade de estar conectado como uma obrigação de interação. Esse ato de deletar, seria ao mesmo tempo uma fuga e um retorno, visto que necessitamos estar conectados por mecanismos que transcendem nossa própria necessidade de interação, desse modo, pode-se dizer que certos usuários se sentem “obrigados a interagir”. Podemos imaginar que perdemos o controle de nosso corpo e de nossa imagem nas redes sociais, e isso acaba muitas vezes acontecendo, como vimos no caso de Rafael.

A imagem, o corpo, a presença, a representação e a interação social são amalgamadas nas redes sociais, e isso tornou-se um padrão social de convívio, para alguns, arbitrário. Estar conectado em redes sociais é partilhar vivências de outros indivíduos (atores), sabendo o que eles fazem, o que comem, o que vestem, para onde viajam e, dessa forma, demonstrando nosso agrado ou nosso desagrado. Afinal, os *likes* e *dislikes* o que seriam, se não uma evidência disto?

A identidade seria um conceito, nas redes sociais e fora dela, que permite a definição das atividades que constituem um eu (WOLTON, 2012). A identidade é uma síntese do eu submetida a diferentes aspirações e temporalidades, a diferentes estratégias e relações sociais (WOLTON, 2012, p. 216). A relação que os usuários têm com a própria imagem/identidade nas redes sociais é algo que muda constantemente, a esse respeito podemos enxergar determinados os padrões, como podemos constatar no caso de Thiago, quando da criação de um perfil *Catfish*.

Ao jogarmos com a chave da beleza em redes sociais, devemos dividir e situar a questão em moldes sociais. O real e o virtual ao mesmo tempo que convergem nas redes sociais virtuais, também se dispersam mutuamente. Em outras palavras, os padrões ideais de beleza são construídos socialmente e, isto, acaba gestando relações problemáticas entre indivíduos, uma vez que, a

⁶¹Ver: https://motherboard.vice.com/en_us/article/a3yz9k/how-to-delete-your-facebook-permanently?utm_source=dmfb

coletividade, a fim de fortalecer-se enquanto tal, impõe representações sociais como ser bem-sucedido, ser bonito, ser agradável e engraçado, etc. Tais cobranças potencializam-se na vida online, uma vida que, com bastante frequência, volta-se para busca de anuência do outro.

Jacques Lacan em sua premissa de que “*O eu sou um outro*”, nos coloca frente ao espelho social (LACAN, 1998), ou seja, com a ideia do *Looking Glass Self* de Cooley, na qual a sociedade é um reflexo de nós mesmos, nossa ação é ao mesmo tempo uma forma de nos expormos aos outros (COOLEY, 1902; 2007). Nossas ações ao serem voltadas a outrem, como um mecanismo interativo, no caso das redes sociais virtuais, acabam criando espaço para as práticas aqui analisadas, as manipulações da imagem de outros por perfis falsos e de suas buscas.

É possível pensar o que se é ou que se tenta ser em função das redes sociais? Isso começa a ser respondido através das próprias ações nas redes sociais, e o daquilo que nelas se busca. Pode-se buscar afetos, flertes, contatos com familiares, amigos, colegas de trabalho, no entanto, devemos ter uma imagem para esse contato acontecer, no caso, um perfil. Muitos usuários não conseguem lidar com essa forma de interação usando sua própria imagem e, por diversos fatores, sendo necessário se fazer passar por outro, usando sua imagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta pesquisa, ao apresentarmos momentos narrativos acerca da vida online de quatro usuários de redes sociais, que chamamos de virtual, optamos por um diálogo sobre os usos dessas mesmas formas interativas, ou seja, as redes (web). Nossa proposta foi tecer uma espécie de origem de um indivíduo (que teria surgido) na modernidade, que ao longo dos anos acabaria (ou não?) por ter uma vida determinada pela tecnologia, que aqui, colocamos a Internet/web enquanto modelo de análise.

Thiago, Paulo, Maurício e Rafael, cada qual com suas particularidades, nos mostraram através das conversas, em alguns momentos informais, e em outras entrevistas, suas vivências online, na qual a Internet, a web e as redes sociais se fundem como um espaço de ação (e interação) mediada pela atração física da aparência e dos padrões. Em alguns momentos podemos perceber uma vida em comum entre os quatro e em outros uma separação, devido a buscas de cada um, seja com seus perfis pessoais ou com os perfis *fakes*.

Nas redes sociais virtuais, usando de uma maneira panorâmica, é um tanto impossível classificarmos os perfis falsos, sejam eles *fakes* e *Catfishes* tanto por suas buscas e formas de interação, dessa forma, procuramos apenas apresentar um recorte a partir de quatro informantes que tinham na imagem e seus usos nas redes sociais virtuais como sua forma interação em um mundo que há séculos acabou tendo na tecnologia um leme social. Nossos informantes são atores sociais, ao mesmo tempo que usuários conectados a uma outra ideia de sociabilidade, que ao seu modo convivem com a Internet, com a web, e com suas particularidades de vida e espaço social.

A ideia de uma ação voltado ao outro é inerente nas relações humanas, sejam elas em quais meios, mas aqui trouxemos a ação em ambientes mais deslocados da realidade, que ao mesmo tempo, são reais para seus usuários. A ideia de usarmos o conceito “redes sociais virtuais” ao invés de “digitais”, ao longo da pesquisa, foi uma forma que optamos para demarcar uma cisão ou um rompimento que pôde ser sentida em alguns momentos em nosso trabalho aqui demonstrado. O outro usuário sendo visto, e vendo, a dualidade da exposição que alimenta as redes sociais ficou perceptível nos quatro informantes, que,

como dissemos, representam simples usuários da Internet, como nós na maioria o somos.

Todos somos outros para alguém, todos podem nos ver em nossas vivências sociativas, sejam na Internet/web ou em nossa rotina diária, mas a relação potencialidade pelos perfis *fakes* tendem a esconder problemas, um deles seria a lógica da exposição, e o outro seria as redes sociais em si, que poderiam favorecer uma necessidade de ver e ser visto como um mecanismo de consumo, que muitas vezes acaba passando despercebido. Nossos informantes, nos nossos diálogos, tenderiam a necessitar da exposição como forma de interação, isso fica claro em inúmeros momentos de nosso contato.

As redes sociais virtuais que pesquisamos aqui são frutos de um processo, que iniciado nos anos 1990 com os *chats* e os *blogs*, transformaram a interatividade em algo constante e necessário em todas as esferas sociais, seja nas atividades rotineiras, como ver o extrato do banco ou pedir uma refeição. As redes sociais permeiam quase todas as nossas ações sociais nos últimos dez anos.

Em nossa sociedade, que pode ser tanto informatizada quanto controlada, não haveria mais um olhar *blasé*, para usarmos um termo simmeliano, ou seja, o olhar enfastiado, haveria o olhar do curioso, que vimos como o *prosumer* da imagem dos outros, o que acaba por deixar rastros, dependências diariamente alimentadas e reforçadas por mecanismos de redes sociais. Queremos saber de tudo o mais rápido possível (*FOMO*), queremos dominar o tempo, ir além do limite imposto por nosso corpo, nossa imagem e nosso papel. Podemos ser o que quisermos nas redes sociais virtuais.

Os usuários de redes sociais, enquanto atores sociais, parecem comportarem-se como uma espécie de *homo panopticus*, uma vez que parecem aceitar exporem suas vidas e um possível controle que outros usuários possam passar a ter sobre elas, devido a possibilidade de também consumirem e controlarem a exposição de outros, o ato de ver e ser visto torna-se então um ato de superação do panóptico vertical. A horizontalidade das redes sociais é o que produziria o indivíduo que vê ao mesmo tempo que é visto, não havendo mais uma imposição, e sim uma espécie de anuência.

Nossos informantes parecem aceitar a exposição como algo natural, como o fazem muitos outros usuários, toda ação nas redes sociais remete a

possibilidade da vigilância, do controle, que depois é ressignificada como necessidade de interação. Nesse sentido, podemos perceber as relações sociais transformadas em produtos e, conseqüentemente, passaram a perpassar as vidas dos usuários das redes sociais, convertendo-os em consumidores de imagens a partir de determinados padrões sociais.

Thiago, Paulo, Maurício e Rafael são indivíduos ao mesmo tempo que são usuários tornados atores, já que as redes sociais cobram formas performáticas de interação, já que se apresenta, entre outras coisas, como uma ferramenta para “chamar atenção”. Todos eles se percebem como atuantes ou receptores de informação disponibilizada pelas redes sociais diariamente. Essas informações, acabam recebidas por cada um de maneira distinta e em muitos pontos, problemática.

Obter atenção, não no sentido negativo do termo, para os quatro seria uma ação buscada e ao mesmo tempo propagada. Desse modo, ter um perfil, seja real ou não, seria uma “quebra” da rotina da vida social real, surgindo assim, um deslocamento de percepção para uma rotina virtualizada. Ser um *fake* acabou sendo um problema para Thiago, já para Paulo não pareceu ser, com Mauricio e Rafael acabou gerando inúmeros problemas em seus relacionamentos e trabalho. Dessa forma, a ação de “buscar atenção” seria apenas mais um dos dispositivos presente em uma sociedade de controle, mitigada pela promoção de interação e aproximação.

Devemos ponderar que as redes sociais virtuais não obrigaram nossos informantes a nada, já que a todo momento poderia haver uma fuga, uma quebra, seja com o não uso dessas redes e também com seu uso moderado. O alcance global da Internet, a questão acerca do consumo a uma “imposição” a uma vida conectada poderia ser vista como uma “culpada” para o surgimento das interações enganosas dos *fakes* e *Catfishes*. Como vimos nos gráficos, poderia haver um “caminho obrigatório” que guia os usuários das redes sociais, que seria a interação, ou seja, a participação constante dentro do mundo online.

A facilitação do acesso à Internet – com os *smartphones* – a necessidade de inclusão online e os problemas relacionados aos padrões sociais de beleza e bem-estar foram amalgamados nos relatos de nossos informantes. Suas buscas a partir disso foi o que nos guiou até a demonstração de suas particularidades interativas. Com isso, procuramos tecer, da melhor maneira possível, um

desencadeamento concatenado, desde os primeiros momentos da pesquisa, que nos guiou ao terceiro e quarto momentos, que incluíram os relatos de Thiago, Paulo, Maurício e Rafael.

Nossa pesquisa tentou apresentar um trabalho sociológico de uma maneira um tanto diversa do que se estuda atualmente nessa disciplina, isso no Brasil, já que a sociologia que estuda a Internet é muitas vezes chamada de “digital”, como se esse termo fosse uma pedra de toque para as pesquisas no mundo online. O digital envolve mais uma questão numérica e simbólica, envolvendo bits e bytes, etc., algo que não se aplica ao contexto “mais humanos” dos quais tentamos nos apropriar neste estudo. As redes sociais não foram nos últimos anos olhadas de uma maneira que não fosse essa “digital”, e nós, procuramos nos afastar um pouco dessa nomenclatura ao utilizarmos o conceito “virtual”. O virtual seria um espelho da realidade, um simulacro do real, e para os nossos informantes, Thiago, Paulo, Maurício e Rafael, as redes sociais seriam como um deslocamento de suas vidas, de seus relacionamentos, de seus trabalhos e de suas relações interativas com outras pessoas/usuários.

Como forma de encerrar nossa discussão neste trabalho, devemos ponderar que as redes sociais virtuais, representada nas relações interativas dos informantes aqui mostradas não possuem caráter determinista, ou seja, nossa visão sociológica sempre procurar apresentar de uma forma crítica o que cada um dos quatro nos relataram da maneira mais fidedigna possível e não como meio de banalizar os usos da Internet/web.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Virgílio A. F. **Marco Civil, NETmundial e a modernidade do Brasil na Internet.** Revista poliTICs nº18. Uma publicação do Instituto Nupef. Agosto/2014. www.politics.org.br

ALVES, JED. **Quarta revolução industrial ou estagnação secular?** Ecodebate, RJ, 17/02/2016

<http://www.ecodebate.com.br/2016/02/17/quarta-revolucao-industrial-ou-estagnacao-secular-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/>

ALVES, JED. **A crise do capital no século XXI: choque ambiental e choque marxista.** Salvador, Revista Dialética Edição 7, vol 6, ano 5, junho de 2015 <http://revistadialetica.com.br/wp-content/uploads/2016/04/005-a-crise-do-capital-no-seculo-xxi.pdf>

AMARAL, Adriana. **Visões Perigosas. Uma arque-genealogia do Cyberpunk.** Porto Alegre: Sulina, 2006.

ARAÚJO, Inês Lacerda. **Foucault e a crítica do sujeito.** Curitiba/PR: Editora da UFPR, 2006.

ARRIGHI, Giovanni. **O longo século XX.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação.** Lisboa: Relógio D'água, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade.** Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo. A transformação das pessoas em mercadoria.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BECK, Ulrich. **A sociedade de risco. Rumo a uma outra modernidade.** São Paulo: Ed. 34, 2010.

BECKER, Howard. **Para hablar de la sociedad la sociología no basta.** Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2015.

BECKER, Howard. **Outsiders: estudos de sociologia do desvio.** Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2008.

BELLAGAMBA, Ugo. PICHOLE, Eric. **O Herético.** IN: HEINLEIN, Robert. Estranho numa terra estranha. São Paulo: Aleph, 2017.

BELL, Daniel. **O advento da sociedade pós-industrial.** São Paulo: Cultrix, 1974.

BELL, David. **Cyberculture Theorists. Manuel Castells and Donna Haraway.** New York: Routledge, 2007.

BENEDIKT, M. (ed.) (1991a) **Cyberspace: First Steps.** Cambridge MA: MIT Press.

BENEDIKT, M. (1991b) **'Cyberspace: some proposals'**. in M. Benedikt (ed.) **Cyberspace: First Steps**, Cambridge MA: MIT Press.
Benedikt, M. (1991c) 'Introduction', in M. Benedikt (ed.) **Cyberspace: First Steps**, Cambridge MA: MIT Press

BENTHAM, Jeremy. **O Panóptico.** Belo Horizonte/MG: Editora Autêntica, 2008.

BENJAMIN, Walter. **Baudelaire e a Modernidade.** Belo Horizonte/MG: Autêntica, 2015.

BOYD, Danah. **It's Complicated. The social lives of networked teens.** YALE. Un. Press, 2014.

CARDOSO, Fernando H. IANNI, Octavio. **Homem e Sociedade: leituras básicas em sociologia.** São Paulo: Editora Companhia Nacional, 1973.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura. Volume 1.** São Paulo: Paz e Terra, 2005.

CASTELLS, Manuel. **Inovação, Liberdade, e Poder na Era da Informação.** IN: MORAES, Dênis de. **Sociedade Mídiaizada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

CRARY, Jonathan. **24/7. Capitalismo e os fins do sono.** São Paulo: Cosac Naify, 2014.

COOLEY, Charles H. **Human nature and the social order.** New York, Chicago, Boston: Charles Scribner's Sons, 1902. Digitalizado por Internet Archive em 2007. Disponível em: <https://archive.org/details/humannaturesocia00cooluoft>

COSTA, Rogério da. **Sociedade de Controle.** São Paulo em Perspectiva, 18(1): 161-167, 2004.

DESCARTES, René. **O discurso do método.** São Paulo: Martins Fontes, 1996.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, Gilles. **Désir e plaisir.** *Magazine Littéraire.* Paris, n. 325, oct, 1994, pp. 57-65. (Desejo e Prazer). Disponível em: espaço michel foucault – www.filoesco.unb.br/foucault

DELEUZE, Gilles. **Post-Scriptum sobre a sociedade de controle.** IN: Conversações 1970-1992. São Paulo: Ed. 34, 1992, pp. 219-226.

DELEUZE, G. **O abecedário de Gilles Deleuze.** 1989. Disponível em: <http://stoa.usp.br/prodsubjeduc/files/262/1015/Abecedario+G.+Deleuze.pdf>. Acesso em maio de 2018.

DELEUZE, Gilles. GUATTARI, Félix. **O Anti-Édipo: Capitalismo e Esquizofrenia.** São Paulo: Ed. 34, 2010.

DRUETTA, Delia Covi. **Internet: a aposta na diversidade**. IN: Internet na América Latina. São Leopoldo: Ed. Unisinos, Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

DURKHEIM, Emile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

DURKHEIM, Emile. **Da Divisão Social do Trabalho**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ECO, Umberto. **A história da feiura**. Rio de Janeiro: Record, 2014.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

ESTEVES, João Pessara. **A ética da comunicação e os mídias modernos**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

FONTENELLE, Isleide A. **Prosumption: as novas articulações entre trabalho e consumo na reorganização do capital**. Ciências Sociais Unisinos, São Leopoldo, Vol. 51, N. 1, p. 83-91, jan/abr 2015.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir: O nascimento da prisão**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2006.

GIBSON, William. **Neuromancer**. São Paulo: Aleph, 2016.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

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

GOFFMAN, Erving. **A representação do Eu na vida cotidiana**. Petrópolis/RJ: Editora Vozes, 1975.

HARTLEY, Eugene L. HARTLEY, Ruth E. **“Status” social e papel social**. IN: CARDOSO, F.H. IANNI, O. Homem e Sociedade: leituras básicas em sociologia. São Paulo: Editora Companhia Nacional, 1973.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Dados coletados em: <https://www.ibge.gov.br/>

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

KITTLER, Friedrich. **As mídias ópticas**. São Paulo: Contraponto: 2016.

KLEINWÄCHTER, Wolfgang. **NETmundial: divisor de águas na regulamentação da Internet**. Revista poliTICs nº18. Uma publicação do Instituto Nupef. Agosto/2014. www.politics.org.br

KOSELLECK, Reinhart. **Crítica e crise**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.

KURBALIJA, Jovan. **Uma introdução à Governança da Internet**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI), 2016.

LACAN, Jacques. **Escritos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

LANDOWSKI, Eric. **Presenças do Outro**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

LANIER, Jaron. **Gadget. Você não é um aplicativo! Um manifesto sobre como a tecnologia interage com nossa cultura**. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

LEARY, Timothy. **The interpersonal, interactive, interdimensional interface**. IN: LAUREL, B. (Ed.) The art of human-computer design. Reading: Addison Wesley, 1990. P.229-233.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed.34, 2011.

LIPPMAN, Andrew. **O arquiteto do futuro**. Meio & Mensagem, n.792. p. 26. Jan. 1998. Entrevista.

MACHADO, Roberto. **Por uma genealogia do poder**. IN: FOUCAULT, Michel. Microfísica do poder. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

MARX, Karl. **O Capital: crítica da economia política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012 [1867].

MATHIESEN, Thomas. **A sociedade espectadora: o “panóptico” de Michel Foucault revisitado**. Margem, São Paulo, n.8, p.77-95, dez.1998.

MATHIESEN, Thomas. **The viewer society: Michel Foucault “Panopticon” revisited**. IN: Theoretical criminology: an international journal 1(2) pp. 215-232, London: Sage, 1997.

MILLER, Jacques-Alain. **A máquina panóptica de Jeremy Bentham**. IN: BENTHAM, Jeremy. O panóptico. Belo Horizonte/MG: Editora Autêntica, 2008.

MILLER, Jacques-Alain. **Lacan elucidado: palestras no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. **Anteprojeto de proteção a dados pessoais**. Disponível em: http://culturadigital.br/dadospessoais/files/2011/03/PL-Protecao-de-Dados_.pdf

MISKOLCI, Richard. **Desejos Digitais**. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

MISCOLCI, Richard. **Sociologia Digital: notas sobre pesquisa na era da conectividade**. Contemporânea – Revista de Sociologia da UFScar. V.6, n.2 p. 275-297. Jul-dez. 2016.

MOCELLIN, Alan. **Simmel e Bauman: modernidade e individualização**. Em Tese, Vol.4 n.1 (1), agosto-dezembro/2007, p.101-118 ISSN 1806-5023.

MORAES, Dênis de. **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MUSSO, Pierre. Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica. IN: MORAES, Dênis de. **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

NUNES, Tiago Ribeiro. **Lacan e a negatividade do desejo**. Revista de Psicologia da USP 2015, volume 26, número 3, pp. 423-429.

OLIVEIRA, M. C. S. L. (2006). **Identidade, narrativa e desenvolvimento na adolescência: Uma revisão crítica**. Psicologia em Estudo, 11(2), 427-436. doi:10.1590/ S1413-73722006000200022

PARSONS, Talcott. Shill, Edward A. **A interação social**. IN: CARDOSO, F.H. IANNI, O. Homem e Sociedade: leituras básicas em sociologia. São Paulo: Editora Companhia Nacional, 1973.

POGREBINSCHI, Thamy. **Foucault, para além do poder disciplinar e do biopoder**. Lua Nova N.63, 2004.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura e cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

QUÉAU, Philippe. **O Tempo do Virtual**. IN: PARENTE, André (org.) Imagem-Máquina. Rio de Janeiro: Editora 34, 2011. pp. 91-100.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

REMY, Jean. **Gran ciudad y pequeña ciudad: tensiones entre sociabilidad y estética en Simmel**. IN: MARQUÉZ, Francisca (ed.) Las ciudades de Georg Simmel. Santiago do Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado, 2012.

RESENDE, Pedro A. D. de. **Como entender as denúncias de vigilantismo global**. Revista poliTICs nº16. Uma publicação do Instituto Nusef. Outubro/2013. www.politics.org.br

RITZER, George. **Prosumption: Evolution, revolution, or eternal return of the same?** Journal of Consumer Culture, 14(1):3-24. 2013. <http://dx.doi.org/10.1177/1469540513509641>

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da Cibercultura. Perspectivas, questões e autores**. Porto Alegre: Sulina, 2016.

SAPIR, Edward. **Comunicação e contacto social**. IN: IN: CARDOSO, F.H. IANNI, O. Homem e Sociedade: leituras básicas em sociologia. São Paulo: Editora Companhia Nacional, 1973.

SERRES, Michel. **La légende des anges**. Paris: Flammarion, 1994.

SIBILIA, Paula. **O homem pós-orgânico. A alquimia dos corpos e das almas à luz das tecnologias digitais.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.

SIMMEL, Georg. **O dinheiro na cultura moderna.** IN: SOUZA, Jessé e ÖELZE, Berthold. *Simmel e a modernidade.* Brasília: UnB. 1998. p.109-117.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos.** Lisboa: Textografia, 2008.

SIMMEL, Georg. **O indivíduo e a díade.** IN: CARDOSO, F.H. IANNI, O. *Homem e Sociedade: leituras básicas em sociologia.* São Paulo: Editora Companhia Nacional, 1973.

SIMMEL, Georg. **A Sociologia de Georg Simmel.** Evaristo de Moraes Filho (org.). São Paulo: Ática, 1983.

TEDESCO, João Carlos. **Georg Simmel e as sociabilidades do moderno: uma introdução.** Passo Fundo/RS: Editora UPF, 2006.

TILLY, Charles. **Coercion, capital, and european states, A.D. 900-1992.** Cambridge: Blackwell, 1990.

TOFFLER, Alvin. **A Terceira Onda.** Rio de Janeiro: Record, 1980.

VIRILIO, Paul. **Estética da desapareição.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

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

WALLERSTEIN, Immanuel. **O sistema mundial moderno. Vol.1: a agricultura capitalista e as origens da economia mundo europeia no século XVI.** Porto: Editora Afrontamentos, 1974.

WEBER, Max. **A ética protestante e o “espírito” do capitalismo.** São Paulo: Pioneira, 1999.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade: Fundamentos da Sociologia Compreensiva. Volume I.** Brasília, Editora da UNB, 1998.

WEISSBERG. Jean-Louis. **Real e Virtual.** IN: PARENTE, André (org.) *Imagem-Máquina.* Rio de Janeiro: Editora 34, 2011. pp.117-127.

WIENER, Norbert. **Cibernética e Sociedade**. São Paulo: Cultrix, 1976.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Porto Alegre: Sulina, 2012.

WOLTON, Dominique. **Pensar a Comunicação**. Brasília: UNB, 2004.

WOLTON, Dominique. **Sobrevivir a Internet. Conversaciones con Olivier Jay**. Gedisa: España, 2000.

ZABLUDOVSKY K. Gina. **El concepto de individualización en la sociología clásica y contemporánea**. Política y Cultura, núm. 39, 2013, pp. 229-248. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco. DF, México.