



Sítios de Redes Sociais na Internet e a Publicização do Privado¹

João Baptista Soares de Faria Lago²

Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio de Itu e Salto, SP

RESUMO

Vivemos num momento histórico no qual, após o enfraquecimento do Patriarcado, novos modos de subjetivação vieram à tona e o paradigma da separação entre público e privado, enfraqueceu-se. Na Internet, em seus sítios de redes sociais (SRS), este processo também parece estar ocorrendo, através da publicização, por parte de seus usuários, de muitos conteúdos que outrora, pelo antigo paradigma, seriam considerados como pertencentes à esfera não apenas privada mas, muitas vezes, íntima. Este trabalho objetiva fornecer alguns elementos para uma reflexão sobre este processo no contexto dos sítios de redes sociais na Internet (SRS), assim como sobre suas eventuais consequências.

PALAVRAS-CHAVE: internet; sítios de redes sociais; público; privado.

1. INTRODUÇÃO

Até um passado não tão distante, havia uma separação acentuada que estabelecia, aos sujeitos, quais aspectos de suas próprias personalidades e de suas vivências pessoais, poderiam ser expostos publicamente, de um lado; e, de outro lado, quais conteúdos e informações pessoais, deveriam permanecer restritos às dimensões privadas e íntimas de suas existências. Atualmente, no entanto, as fronteiras entre o que há não muito tempo atrás seria considerado público e o que seria considerado privado, no que diz respeito à expressão da própria subjetividade, dão mostras de estarem socialmente bastante diluídas. Na *Internet*, que espelha a própria sociedade, a exposição pública e ostensiva de aspectos da vida privada e íntima também encontra-se presente e, mais que isso, talvez com uma intensidade maior que em qualquer outro lugar.

A finalidade deste ensaio consiste em fornecer elementos para uma reflexão acerca de um fenômeno que, apesar de ainda encontrar-se em seus momentos iniciais, dá mostras de que poderá ocupar um espaço maior, doravante: a publicização de conteúdos considerados até pouco tempo atrás como pertencentes às esferas privada e

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura, no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Psicólogo, Doutor em Psicologia Clínica pela PUC-SP e docente no CEUNSP. Email: jbfarialago@gmail.com



íntima, através dos sítios de redes sociais (SRS). Para tanto veremos de uma forma sucinta, num primeiro movimento, como a noção de uma separação intensa entre o público e o privado, foi tomando corpo nas sociedades ocidentais, a partir da Era Moderna; bem como, ao longo do século XX e em decorrência direta da dissolução do modelo patriarcal de constituição de subjetividades, tal separação foi perdendo força. Num segundo movimento veremos como a Internet e seus SRS atuaram como meios bastante significativos de subjetivação e, finalmente, o papel dos SRS enquanto lugar privilegiado, para a expressão intensa de vivências, fantasias, desejos e outros conteúdos tanto conscientes quanto inconscientes, outrora restritos à dimensão íntima de nossas existências. Como se daria a evolução futura e quais poderiam ser as conseqüências de tais processos, no âmbito dos SRS? Qual o papel desempenhado por estes últimos no tocante a um novo paradigma de relações pessoais e constituição de subjetividades, pautado por uma transparência inédita em relação à exposição pública da própria individualidade, paradigma tão recente que sequer encontra-se ainda nitidamente delineado? São estas questões e interrogações, o objeto deste trabalho.

2. O PATRIARCADO E A SEPARAÇÃO ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO

A ascensão da burguesia após a Idade-Média, não implicou apenas em transformações urbanas, políticas, científicas e econômicas, dentre outras. Implicou também no fortalecimento e intensificação do modo patriarcal de subjetivação e, em decorrência deste último fator, na constelação de um novo modelo de estruturação psicológica coletiva, com características bastante claras. Nesse sentido este modelo de estruturação mental, no qual a racionalidade teve primazia sobre outras dimensões psíquicas, foi marcado por uma capacidade intensa de discriminação, divisão e separação das coisas, dentre elas a conhecida separação entre o público e o privado. Esta última, por seu turno, passou a se fazer presente com intensidade crescente tanto no que diz respeito a uma separação nítida entre áreas públicas e áreas privadas do espaço coletivo urbano, quanto no que se refere a uma separação de conteúdos do mundo mental e da vida das pessoas: determinadas vivências, conteúdos mentais e outras formas de expressão de si, como as emoções e a sexualidade, deveriam permanecer restritos à esfera privada e íntima. Ao passo que outras vivências, como a por exemplo a expressão da racionalidade ou de uma *persona* pública respeitável, poderiam ser publicizadas. Tal separação coletivo-existencial entre conteúdos vivenciais públicos e



conteúdos vivenciais privados, em acréscimo, aprofundou uma outra divisão, operando em escala individual: aquela entre de um lado conteúdos conscientes da própria personalidade individual e, de outro lado, conteúdos da dimensão inconsciente do próprio indivíduo, aos quais ele mesmo não tinha acesso.

Este modo coletivo de estruturação de personalidades, que no Ocidente parece haver atingido seu ponto culminante no século XIX, era edificado, no processo de socialização primária (família), graças a um modelo familiar no qual o pai ocupava o centro da família e a mulher, era desvalorizada na esfera pública; a repressão não apenas sexual mas inclusive em relação à expressão das emoções, sentimentos e impulsos do corpo, era intensa. E, no processo de socialização secundária (esfera pública), reforçado e re-atualizado pelas instituições escolares e profissionais, sobretudo; um modelo hegemônico de gênero também fazia parte de tal ordem com a cultura atribuindo, a cada um dos sexos, masculino e feminino, quais deveriam ser as características de suas personalidades.

Contudo, ao longo do século XX e devido a diversos fatores, este modo patriarcal de subjetivação, com todas as suas restrições à expressão dos desejos e sua racionalidade acentuada, que valorizava e estruturava psicologicamente uma elevada capacidade de discriminação / separação intensa entre as coisas, iniciaria um movimento de declínio, lento a partir dos primeiros anos daquele século e em ritmo veloz, a partir de sua segunda metade. Assim, em decorrência de fatores como a participação crescente das mulheres no mundo do trabalho fora do lar, invenções como a pílula anti-concepcional e as conseqüências que esta trouxe a partir da desvinculação do prazer sexual da reprodução, os movimentos juvenis que sacudiram o mundo na década de 60 e outros mais, aquela modalidade de modo patriarcal de subjetivação passou a perder força progressivamente, até os dias de hoje.

3. SÍTIOS DE REDES SOCIAIS (SRS) E SUBJETIVAÇÃO

3.1 O confessorário do prazer

É significativa a influência dos SRS em nossos modos de subjetivação: fornecem referências psicológicas e quotidianas fundamentais aos usuários, como aquelas de tempo e lugar, rotinas diárias que estruturam seu tempo e direcionam suas energias, além de uma ampla variedade de possibilidades existenciais e desejanças (Lago, 2009).



Já a dimensão da exposição e captura de conteúdos de natureza mais privada e íntima, que através da *Internet* passaram a transbordar para a esfera do conhecimento público, seria tão grande quanto a importância e influência que a *Internet* passou a exercer nas vidas dos usuários; e, no mais das vezes, legitimada por estes últimos na medida que eles próprios atuavam ativamente em tal processo por estarem eles mesmos disponibilizando, *online*, informações (escritas ou, ainda, através de imagens, vídeos e links postados) sobre suas vidas pessoais, verdadeiras ou fantasiosas (mas nem por isso irreais, enquanto expressão legítima de desejos verdadeiros). Deste modo a *Internet*, particularmente através de seus SRS, parece haver cumprido para com os seus desígnios, com grande eficácia: a grande rede foi concebida exatamente para favorecer as comunicações ao passo que os SRS, criados para justamente servirem de instrumento de relacionamento entre pessoas; processos que por sua própria natureza implicam na supressão de obstáculos e barreiras entre os entes e, por extensão, em redução da privacidade: se as exigências desta última fossem estritamente seguidas, os SRS não teriam razão para existir (Recuero, 2010) - e, mesmo que existissem sob tais restrições, seriam quando muito *sites* informacionais dedicados, quase que exclusivamente, à divulgação de informações impessoais sobre a realidade objetiva.

Contudo, longe do cenário de uma *Internet* restrita a sítios apenas informacionais, tão gelada quanto um planeta glacial habitado apenas por robôs trabalhadores e situado a milhões de anos-luz da Terra, os SRS, ao aproximarem as pessoas na medida que iam corroendo os pilares da privacidade, fizeram de nossas existências conectadas um caloroso e vibrátil espaço *pulsional*: os SRS assumiram assim as cores de um vasto campo desejante de expressão de nossas identidades, desejos, fantasias, necessidades de relacionamento e tantas outras mais. E, na mesma proporção, parecem haver esvaziado e destituído substancialmente de sentido, para muitos, a assim chamada dimensão presencial ao atrair e concentrar, para si e em si, muito da *libido* que até então era investida maciçamente pelos entes sociais, na dimensão *offline*. Este movimento, caracterizado por uma diminuição do *download* de conteúdos do Ciberespaço para uma atitude de *upload* (Lemos, 2008), ao promover a invasão de conteúdos do presencial na dimensão virtual (Antoun, 2008), teria transportado consigo para a dimensão *online* certas mazelas do presencial, já que tudo trouxe para o virtual: a beleza e a feiúra, o amor e o ódio, a plenitude e o vazio, o sublime e o abjeto, a riqueza e a pobreza interiores, as relações de dominação e tantos outros aspectos mais de nosso tão humano, modo de ser. E, no que concerne aos



objetivos deste ensaio, trouxe, além do voyeurismo, também a prática da confissão. Sob este último aspecto, convém não esquecer: embora ambas entidades, presencial e virtual, sejam as duas faces de uma mesma moeda (aquela do campo do real) e que o virtual seja um reflexo do presencial, a dimensão *online* possuiria especificidades que lhe são próprias e, ao refletir o mundo *offline*, o faria com certas diferenças - da mesma forma que certos espelhos côncavos ou ondulados de parques de diversões refletem distorcidamente nossas mesmas imagens, nos mostrando bem mais altos ou bem mais baixos que somos.

A prática da confissão no ambiente *online* não se coaduna com suas representações mais recorrentes, armazenadas em nossos imaginários: não veremos, diante dos monitores, o terror impotente dos torturados face a seus carrascos. Também não nos depararemos com os onipresentes e foucaultianos panopticos das instituições totais; ao passo que as danças sensuais desajeitadas de adolescentes semi-desnudas, postadas por elas mesmas em SRS de vídeos, em nada nos lembrarão *pulp-fictions* dos anos 50, nos quais seres interplanetários abduziriam nossos pensamentos para conquistar a Terra. A prática da confissão na *Internet* também não nos remete ao choro das criancinhas ajoelhadas sobre grãos de milho após terem revelado os seus pecados à madre superiora e nem, tampouco, a consultórios psicoterápicos com pacientes adultos inundados pela trinca angústia/culpa/vergonha, de paralisar suas vozes diante do analista - após terem balbuciado, pela metade, o fragmento de uma antiga fantasia incestuosa do *complexo de Édipo*. Nada disso: nas confissões da dimensão *online*, nas quais Édipos masculinos e femininos dão mostras de terem - *huiahiauhiuau!* - triunfado alegremente sobre a *castração*, não veremos, nem mesmo, nada que possa ser associado à orwelliana e intimidadora *teletela*, de onde o Grande Irmão tudo diz e tudo ouve. Veremos quando muito, no máximo, o olhinho sutil da *webcam* de nossos *laptops*, nos fitando convidativamente para nossa próxima e prazerosa sessão de videochat - onde riremos diante de desconhecidos que poderão, através de aplicativos de captura de vídeo, guardar (e eventualmente, postar sem nos consultar) uma lembrancinha nossa para a eternidade, da *persistência* de coisas que postamos e, por anos a fio, continuarão gravitando pelo Ciberespaço como restos de satélites já desativados.

Assim, em nossos *sites*, não presentamos os *bots* de buscadores e indexadores que vasculham as páginas da *Internet* à cata de dados com informações sobre os nossos pequenos segredos, porque tenhamos sido coagidos: mas porque, ao contrário, muitos dentre nós sentirão prazer em se confessar. Ou ainda, devido a uma estruturação mental



pós-patriarcal conhecida por suas dificuldades em estabelecer coletivamente a internalização individual de mecanismos eficientes de auto-contenção dos próprios impulsos, muitos não conseguirão fazer frente à pressão de conteúdos provenientes do inconsciente. E, para não se angustiarem com sua presença, obterão alívio ao despejá-los no espaço virtual, através de seus SRS preferidos. Deste modo, se de um lado o ambiente virtual nos possibilita a troca de conteúdos relacionados ao prazer, ao lúdico, ao acolhimento afetivo, à reafirmação perante o olhar do Outro que nos vê, de nossas próprias belezas e valores enquanto seres humanos, por outro lado, para outros, a dimensão *online* parece ser uma lata de lixo eficaz, utilizada para o despejo e descarte de suas próprias misérias existenciais, das quais não têm consciência por serem, justamente, inconscientes; mas que se expressam e se traduzem pelo ato de postá-las compulsivamente, de forma simbólica, nos SRS.

3.2 *Webmarketing*, captura e prática da confissão

Os SRS são atraentes, também, por oferecerem possibilidades prazenteiras para a expressão de si e das redes sociais às quais pertencemos e/ou porque gostamos de nos relacionar, por serem uma ferramenta eficaz em nossa busca diária por informações, dentre outros fatores que nos motivam a freqüentá-los. Permeando todos estes fatores favoráveis à sua utilização, contudo, há algo que exerceria não somente uma influência bastante considerável no que os SRS possuem de atraente e agradável como, além disso, no sentido de nos induzir a nos expor publicamente, ao máximo: a presença intensa e onipresente do Marketing, em todos os nossos passos, ações, expressões e atos de comunicação. Isso porque o Marketing, no contexto dos SRS, é mais que algo que [n]os permeia. É o motivo principal de suas existências, já que suas receitas advêm das verbas publicitárias que recebem não apenas por anunciarem produtos e serviços mas, também, pela venda de informações sobre seus usuários (Lago: 2009, 2010), fornecidas por eles próprios. Assim, computando os links nos quais vão clicando ou postando com seus *mouses*, as descrições sobre si que preenchem em suas *bios*, suas mais variadas preferências, *games* preferidos e o modo como os jogam, dentre outros, os SRS acumulam dados sobre os seus usuários que, vendidos, orientarão as agências de Marketing sobre o posicionamento de produtos e marcas no mercado, processos de *branding*, novas demandas e tendências de consumo. É preciso portanto que os usuários se expressem e forneçam, a partir de seus atos nas plataformas dos SRS a



maior quantidade possível de informações sobre si, razão pela qual, justamente, o seu uso nos é oferecido gratuitamente. E razão pela qual não apenas procuram ser o mais sedutores e agradáveis o tanto quanto possível mas, também, concebidos de modo a serem portadores de determinadas características em suas funcionalidades, para que seus usuários neles revelem, o máximo, sobre si. A presença do Marketing nos SRS, assim, exerceria um movimento para que os usuários, por si só já predispostos a expor publicamente sua dimensão privada, a expusessem num grau ainda maior.

Além da necessidade destas informações para o monitoramento daquilo que é relacionado ao consumo, o Marketing também exerce uma ação no sentido de divulgar e promover marcas, produtos e tendências. As estratégias que desenvolve atualmente para tanto, nesse sentido, aprimoraram-se de forma a ostentar diferenças consideráveis, em comparação às suas estratégias tradicionais. Sob este aspecto, uma das novas estratégias que vêm sobressaindo-se, parece se pautar por uma relação mais próxima e até íntima com o público-alvo - como no caso das *lovemarks* (Galli Natal, 2009), dentre outras estratégias. Processo no qual beneficia-se de seu já tradicional, e exaustivamente discutido, papel enquanto agente subjetivador; porém, agora, com uma sutileza e grau de intimidade / pervasividade em sua relação com o consumidor, inimagináveis há não muito tempo atrás. O Marketing, assim, não parece mais permanecer limitado ao desempenho de um mero papel de difusão de ideais identitários mais exteriores, enquanto fornecedor de *personas* (máscaras sociais) formadas por bens de consumo e dá mostras de avançar, a passos largos, em direção aos mais longínquos e sutis grotões dos arquétipos do inconsciente coletivo e do imaginário dos consumidores. Assim, aperfeiçoando a antiga estratégia apontada por muitos estudiosos sobretudo nos anos 60 e 70 de *capturar* a dimensão desejante e criativa de seu público alvo ao antecipar-se ao próprio desejo dos consumidores, o Marketing parece estar indo além ao criar, por assim dizer, “próteses identitárias” contendo tanto aspectos conscientes (valores, atitudes, estilos de vida), quanto inconscientes.

Deste modo o *Webmarketing*, atuando nos SRS, parece comprovar a sua eficácia no processo de fazer com que os usuários tornem públicas, as suas dimensões privadas - o que se verifica pelo próprio êxito, no âmbito destas plataformas, de um de seus novos paradigmas: fazer com que o próprio usuário dos SRS seja, ao mesmo tempo que consumidor (ou simplesmente, admirador desta ou daquela marca), divulgador ativo dos produtos e marcas que consome ou deseja adquirir. Processo para o qual é imprescindível, como já mencionado aqui, que exponha a sua dimensão privada - o que



fará ao *tuitar* que estaria insatisfeito com sua namorada e que não hesitaria em trocá-la por um *iPad*, ou que dorme sempre tarde da madrugada e consome litros de *Nescafé*, ou então postando uma foto mostrando a intimidade de seu quarto repleto de objetos de consumo cujas marcas podem ser identificadas, ou, ainda, ao vangloriar-se publicamente de suas proezas sexuais afirmando que [sem necessidade] consome *Viagra*, que sente prazer ao dirigir seu *Volkswagen* ou que daria sua vida por uma *Heineken* naquele instante, dentre outros milhões e milhões de exemplos, expressados de forma explícita não apenas no que é digitado em *microblogs*; mas, também, comunicado de forma indireta e simbólica através de SRS de compartilhamento de imagens, vídeos, músicas, *games*, *gifts*.

Nos SRS, por conseguinte, aparentemente duas modalidades de conteúdos relativos à dimensão privada e freqüentemente, também, íntima de seus usuários, estariam se constelando para a esfera pública: aquelas, de um lado, alusivas a determinadas vivências, modos subjetivos de percepção de si e do mundo e características pessoais, relativa ou completamente desvinculadas dos bens materiais ou imateriais, de consumo. E, de outro lado, aquela dimensão privada e mesmo íntima, que seria na verdade uma publicização da "prótese identitária", implantada pelo Marketing e pela Publicidade. Mais freqüentemente, contudo, uma simbiose entre ambas, complexamente entrelaçadas no campo desejante dos SRS, nos quais o Marketing atuaria como uma espécie de agente mediador entre os desejos e necessidades - e também, potencializador destes - dos usuários, de um lado, marcas e bens de consumo materiais e imateriais, de outro.

3.3 Especularização e privacidade

As referências identitárias obtidas através das relações que ocorrem na plataforma dos SRS implicariam em movimentos de diferenciação de si, bem como de reafirmação da própria identidade. Os movimentos de diferenciação ocorreriam porque o conteúdo do que é postado ou compartilhado nos SRS pelo usuário, o inscreve num conjunto de referências simbólicas, cognoscíveis por ele e por outras pessoas com as quais convive, *online* e/ou presencialmente. Desta maneira, postar e compartilhar conteúdos na *Internet* implicaria num ato de diferenciação, contextualizando o usuário e sinalizando o seu pertencimento, a uma determinada rede e/ou a uma determinada modalidade de *capital social* e, não, a outras. Já a reafirmação ocorreria porque o



usuário, para reconhecer-se identitariamente seja perante ele mesmo seja perante o Outro, necessita do olhar deste último, lhe confirmando: *és quem és, porque te reconheço como tal*. Portanto esse Outro reafirmador faria, da tela ou monitor do usuário, um espelho para o qual ele olhasse e cuja imagem refletisse, de modo satisfatório, aquilo que desejasse e necessitasse enxergar, em relação a si próprio (Lago, 2009).

Contudo, há muitos espelhos e é preciso distingüir, no que diz respeito a imagens especulares da vida privada, entre de um lado aquelas que não sómente possuem conteúdos que gravitam ao redor dos códigos coletivos do âmbito da Cultura e podem ser compartilhadas no quadro de uma comunicação eu-Outro e, de outro lado, aquelas de conteúdo narcísico, muitas vezes alheias aos códigos culturais e refletindo-se, apenas, numa "relação" Eu-Eu - e em que a "comunicação" especular estabelecida com o Outro visa, apenas e tão sómente, que este último confirme a própria grandiosidade do usuário narcísico. Aqui, entretanto, um pequeno esclarecimento teórico se faz necessário: ao falarmos de personalidades narcísicas nos referimos a pessoas que, em sua tenra infância, não teriam internalizado de modo suficiente e/ou adequado, limites e proibições, a partir de “nãos” proferidos – verbalmente ou de outras maneiras – por seus pais, de modo a restringir sua onipotência (*sou o máximo, tenho o direito de fazer o que bem entender e de ignorar completamente o Outro em suas necessidades*) e, ao mesmo tempo, tirá-las de seu lugar ensimesmado de “centro do Universo”. Renunciar a esse lugar grandioso é necessário não apenas para que a criancinha deixe de lado seu auto-centramento excessivo mas inclusive para que, nesse mesmo movimento, passe a adotar os códigos e outros referenciais de convivência social e pública, estabelecidos pela Cultura. Isso auxilia a compreensão do fato de, atualmente, estarmos sob um modelo de constituição de subjetividades que tanto favorece, o predomínio do privado sobre o público: o atual modo de subjetivação, tremendamente desfavorável ao exercício da *função paterna* (exercida sobre a criança seja pelo pai e/ou pela mãe biológicos, seja por quem quer que esteja ocupando este lugar), estrutura psiquicamente multidões inteiras de pessoas centradas excessivamente sobre si mesmas e sobre suas próprias onipotências e, na mesma proporção, com falhas consideráveis no que se refere à internalização de padrões e códigos da esfera pública.

Atravessamos, assim, um momento histórico que privilegia personalidades narcísicas e, dentre todas as categorias de imagens especulares que refletem a dimensão privada, estas seriam o ponto mais intenso do processo de publicização do privado e



íntimo, já que nada há de mais privado e íntimo possível, que uma subjetividade narcísica - que assim o é, justamente, por não haver sido satisfatoriamente afetada, em sua constituição psicológica, pelos códigos públicos social e culturalmente compartilhados.

A intensidade e as modalidades do narcisismo que, nos SRS, favorecerá a postagem de conteúdos orientados para a dimensão pessoal e privada do usuário (e muito pouco, no tocante a conteúdos de interesse público), poderá variar conforme cada um. Poderão ser, muitas vezes, usuários de um narcisismo mais tranqüilo e que apenas se limitariam, em seus desejos, a serem seguidos por outros usuários, que teriam tão somente a finalidade de confirmar suas existências no mundo - atestadas pela postagem de fotos com suas próprias imagens sem vida, troféus de "mayors" da pequena farmácia do bairro em sites de geolocalização como *Foursquare*, *tuitadas* nas quais repetirão exaustivamente, no mais das vezes, *apenas e somente* detalhes milimétricos de seus quotidianos, como as meias que estão arrumando no armário ou o fato de estarem cansados ou com dor de cabeça. Por outro lado, em se tratando de perfis narcísicos mais ativos e ávidos por uma atestação de sua grandiosidade, muito freqüentemente as postagens mostrarão detalhes de suas vidas privadas, associadas a aspectos como *status*: fotos, *tuitadas* e vídeos relacionados à aquisição de produtos de *griffes* caras no caso de usuários de perfil consumista, descrições diárias de seus corpos e de suas atividades de *malhação* no caso de cultuadores do corpo, de suas supostas proezas sexuais nas quais parceiros(as) encontram-se invariavelmente na posição de objetos a serviço de suas fantasias - dentre incontáveis outros exemplos e possibilidades, sempre ávidos por um *reply*, um *scrap*, um *comment* especularmente confirmatórios. Já um grau bastante elevado de narcisismo ativo, talvez encontre sua melhor tradução no perfil do *troller*: longe de ignorar os códigos públicos, parece atuar para obter a confirmação de sua própria auto-exclusão da Cultura e suas normas de convivência, agredindo-as com uma virulência pouco freqüente, em comparação ao conjunto dos demais usuários. O *troller*, apesar de não aparecer o tempo inteiro em nossos monitores quando nos encontramos conectados às interfaces gráficas das plataformas sociais (já que costuma ser bloqueado, rapidamente, por integrantes das redes sociais nas quais penetra), quando surge parece ser o protagonista dos piores riscos a que estaremos expostos, caso, em nossos SRS, não tenhamos adequadamente ajustado nossas configurações de privacidade.

Contudo, a maior parte das imagens especulares que vemos em nossas telas, são imagens que parecem confirmar relativamente, a partir de seu (nosso) reconhecimento



pelo Outro, no mais das vezes, não apenas o fato de estarmos no mundo. Mas, também, nossas identidades tanto públicas quanto privadas e até íntimas, nossas possibilidades tanto concretizadas quanto aquelas que jamais havíamos suspeitado existirem em nós, nosso prazer de viver e sermos quem somos. Nos confessamos e permanecemos tanto tempo conectados nos SRS, por conseguinte, porque isso nos proporciona reconhecimento social, afeto, segurança, possibilidades de desenvolvimento interior e outras possibilidades de ser, que nos são sugeridas através do olhar do Outro - em última análise, porque nos proporciona prazer.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos principais elementos diferenciadores dos hominídeos em relação a outras espécies, residiria no fato de sermos seres tecnológicos, desde os mais longínquos primórdios de nosso processo evolutivo: não fosse a evolução desde o uso das primeiras ferramentas em pedra lascada até o atual estágio de desenvolvimento tecnológico, não seríamos seres humanos (Rifiotis, 2009). Se o homem modifica e desenvolve continuamente a tecnologia, esta também nos modifica, interferindo em nossos modos e processos de subjetivação: foi o que ocorreu na Revolução Industrial quando as máquinas das fábricas, ao mudarem radicalmente o modo de se trabalhar, impuseram coletivamente, na dimensão corporal, os princípios racionalistas que, até então, encontravam-se restritos às obras dos filósofos da ainda recente Era Moderna.

Já no século XX e velozmente sobretudo a partir da década de 60, se a dissolução progressiva do antigo modelo familiar da Era Moderna implicou na emergência de um novo modelo de construção de subjetividades (graças ao qual nos tornamos mais "soltos"), as mudanças tecnológicas também desempenharam, aí, um papel importante: o espaço orbital terrestre recebeu muitos satélites de comunicação, *mainframes* grandalhões encolheram até atingir o tamanho dos atuais *notebooks*; a então denominada *telemática*, junção das tecnologias de telefonia com aquelas da informática e outrora uma restritíssima rede de uso militar, banalizou-se entre nós a ponto de estar presente até nas mensagens em *sms* trocadas entre crianças do ensino fundamental através de seus celulares, substituindo os tradicionais bilhetinhos de outrora; mudanças tecnológicas que ocasionaram mudanças profundas também no universo do trabalho, que historicamente sempre exerceu fortes influências em nosso modo de ser (Leontiev, 1978).



A tecnologia, enquanto um produto cultural que reflete nosso modo de ser, é um reflexo, em última análise, de nosso próprio psiquismo, socialmente falando. As atuais características da *Internet* e de seus SRS, por conseguinte, refletiriam as peculiaridades de nossos atuais modos de subjetivação, que neste presente momento estariam privilegiando (ao menos, na cultura ocidental) o individual em detrimento do coletivo e o privado, em detrimento do público – o que implica conseqüentemente em SRS com funcionalidades concebidas para, justamente, promover e facilitar a publicização da dimensão privada. Em acréscimo, o enfraquecimento do atualmente combatido modo patriarcal de subjetivação e a emergência de um novo paradigma através do qual teríamos passado a fluir sem os entraves de um modo de ser compartimentalizado devido ao excesso de discriminações e diferenciações, teriam favorecido os processos de comunicação. Conseqüentemente, a convergência entre, de um lado, um coletivo modo de ser *mais solto* e valorizador da dimensão subjetiva e, de outro lado, uma grande valorização das ferramentas e possibilidades de comunicação, estariam por trás da aceitação e êxito dos sítios de redes sociais na *Internet*, bem como pelo fato de tantos estarem expondo, nestes, muito de sua dimensão privada.

Seria, esta hiper-exposição pública de nossas subjetividades, algo positivo ou negativo? Cabe ao tempo e seria necessário talvez um distanciamento histórico maior dos dias de hoje, para que fosse possível responder a esta questão. Enquanto isso, ao passo que uns relacionam-se em seus SRS de um modo mais discreto e outros seguem por um caminho inverso, expondo-se até o último fio de cabelo, provisoriamente pontuaria que, se em muitos casos esta hiper-exposição pública do privado estaria se revelando benéfica, em muitos outros casos estaria acarretando prejuízos aos usuários. E, se por um lado há aqueles que parecem beneficiar-se da publicização de sua dimensão privada e subjetiva devido a inúmeros fatores, como por exemplo o fato de assim poderem encontrar outros usuários com os quais possuam afinidades significativas em comum (quer se trate, a título de ilustração, de pessoas que casaram-se em moldes tradicionais depois de haverem se conhecido através dos SRS ou, na direção inversa, de pessoas de valores e comportamentos em nada convencionais nem hegemônicos), sentindo-se aceitas, valorizadas e amparadas (Calligaris, 2009). Por outro lado tal hiperexposição também parece provocar as suas baixas fatais, o que pode ser verificado pela quantidade já significativa de pessoas que, devido ao seu excesso de transparência em SRS, foram demitidas de seus empregos, viram sua vida conjugal desmoronar, sua reputação na comunidade cair por terra ou então transformaram-se em



alvo preferencial de assaltantes, por haverem ostentado publicamente os seus bens materiais.

Mas a questão da privacidade nos SRS ainda é algo demasiadamente recente, assim como os próprios SRS ainda são um fenômeno recente. Ao passo que muitos expõe sua dimensão privada, muitos outros mantêm-se cautelosos. E, recentemente, dois episódios demonstraram a indisposição por parte de milhões de usuários em todo o mundo, em relação a uma redução ainda maior dos níveis de privacidade, nos SRS: a rejeição maciça ao *Google Buzz*, pelo fato de haver sido concebido de modo a que os conteúdos de seus usuários fossem publicizados, automática e simultaneamente, em diversas redes sociais (Recuero, 2010); e a tentativa do *Facebook* de tornar praticamente nulas as suas configurações de privacidade - fato que não apenas gerou muitos protestos mas também fez com que este SRS chegasse a ser alvo de investigações, pela primeira vez, por parte tanto do Senado norte-americano quanto do Conselho Europeu.

Finalmente, convém não nos esquecermos: a mentira, tanto quanto a omissão da verdade, historicamente sempre foram necessárias para o funcionamento das instituições humanas, quer se trate de uma grande multinacional, de uma câmara de deputados ou de uma pequena unidade familiar. Por conseguinte, quais poderiam ser os efeitos de um excesso de transparência, no que diz respeito tanto ao modo de funcionamento das inúmeras instituições sociais, quanto ao que concerne a detalhes da vida privada de seus membros e gestores? E, no patamar da dimensão individual dos entes, o que um excesso de transparência no que diz respeito às suas subjetividades, poderia acarretar? Quais novos modos coletivos de subjetivação e estruturação psíquica, tal fenômeno poderia proporcionar? Tal transparência poderia nos tornar mais singulares ou, pelo contrário, permitir uma captura jamais vista anteriormente, por parte de forças que, historicamente, sempre atuavam no sentido de nos oprimir? Enquanto isso, o desenvolvimento tecnológico no que diz respeito à *Internet* prossegue e, num futuro bastante próximo, estaremos nos comunicando *online* através de instrumentos bem mais sofisticados que os atuais, e de forma massificada. Em tal quadro, como poderia estar colocada a questão das dimensões pública e privada, quando estivermos nos relacionando através de tecnologias de realidade virtual nas quais será possível sentirmos e compartilharmos, com outras pessoas, elementos como nosso fluxo corporal ou as especificidades subjetivas de nosso modo sensorial de ser no mundo? São dúvidas sinceras de minha parte, com as quais encerro o presente ensaio.



5. BIBLIOGRAFIA

ANTOUN, Henrique. Conexões perigosas: o social nas teias da cibercultura. In: Simpósio ABCiber, II., 2008, São Paulo. **Resumos eletrônicos**. São Paulo: Cencib, 2008. Disponível em: < <http://www.cencib.org/simposioabciber/conferencias.htm> > Acesso em: 05 de julho de 2009

BRAGA, Jacy Ferreira. **O Merchandising no Ciberespaço: transformando o consumidor em mídia e produto, ao fundir o espaço da expressão e o espaço publicitário no novo templo de endeuamento do consumo**. In: III.o Simpósio Nacional ABCiber. ESPM/SP, 16-18 de novembro de 2009. Anais.

CALLIGARIS, Contardo. Não há distinção entre real e virtual. In: **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 04 de mai. 2009. Link, L8.

CAPRA, Fritjof. **O Ponto de Mutação**. São Paulo: Cultrix, 1989.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Capitalisme et Schizophrénie**: Mille Plateaux. Paris: Les Éditions de Minuit, 1980. 648p. (Critique)

FREITAS LOPES, Maria Madalena. **Conceito de Amor em Psicanálise**. São Paulo: Hacker / Cespuc / Fapesp, 1997.

GALLI NATAL, Georgia Miroslau. **O amor e o capital emocional no processo de construção e consumo de uma marca na internet: A lovemark Mary Jane**. In: X Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sul, X., 2009, Blumenau. Anais. Blumenau: FURB / Intercom Sul, 2009.

LACAN, J. "Le Stade du Miroir Comme Constitutif de la Fonction du Je". In: **Écrits**. Paris: Seuil, 1968

LAGO, J.B.S.F. **O Marketing e os Jogos nos Sítios de Redes Sociais**. In: XI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sul, XI., 2010, Novo Hamburgo. Anais. Novo Hamburgo: FEEVALE / Intercom Sul, 2010.

_____. **Sítios de Redes Sociais e Subjetivação**. In: Simpósio ABCiber, III, 2009, São Paulo. Anais. São Paulo: ESPM / ABCiber, 2009.

_____. **Sítios de Redes Sociais na Internet e Possibilidades de Singularização**. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXII, 2009, Curitiba. Anais. Curitiba: Intercom / Universidade Positivo, 2009.

_____. **O Capital Cultural e o Poder dos Aplicativos Sociais: o Plurk Como Estudo de Caso**. In: X Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sul, X., 2009, Blumenau. Anais. Blumenau: FURB / Intercom Sul, 2009.

_____. **O Twitter e sua Função Especular**. In: Espelho Digital (21/03/2009). Disponível em: <<http://espelhodigital.wordpress.com/2009/03/21/o-twitter-como-instrumento-de-afirmação-identitária/>> Acesso em: 11 de julho de 2010.

LEMOS, André. Comunicação móvel e os novos sentidos dos lugares: crítica da espacialização na cibercultura. In: Simpósio ABCiber, II., 2008, São Paulo. **Resumos eletrônicos**. São Paulo:



Cencib, 2008. Disponível em: <<http://www.cencib.org/simposioabciber/conferencias.htm> >
Acesso em: 05/07/2009

LEONTIEV, Alexei Nikolaevich. **Actividad, Consciencia y Personalidad**. Buenos Aires: Ciencias Del Hombre, 1978

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Cibercultura).

_____. **Comunicação, Cultura e Juventude** (mesa redonda). In: XI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sul, X., 2009. Anais. Novo Hamburgo: FEEVALE / Intercom Sul, 2010.

_____. **Redes Sociais e o Google Buzz**. In: Social Media (17/02/2010). Disponível em: <http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/redes_sociais_e_o_google_buzz.html>
Acesso em: 18 de fevereiro 2010.

RIFIOTIS, Theophilos. Perspectivas metodológicas em pesquisas no "ciberespaço": redes sociais, identidades e sociabilidade (mesa redonda). In: III.o Simpósio Nacional ABCiber. ESPM/SP, 16-18 de novembro de 2009. Anais.

ROUDINESCO, Elisabeth; PLON, Michel. **Dicionário de Psicanálise**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

SPRANDEL, Michelle. **A Comunicação e o Marketing na Cibercultura**. In: X Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sul, X., 2009, Blumenau. Anais. Blumenau: FURB / Intercom Sul, 2009.