



## **Redes sociais na Internet e novas formas de sociabilidade: Um estudo do *Facebook*<sup>1</sup>**

Beatriz Pozzobon ARAUJO<sup>2</sup>  
Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

### **Resumo:**

As redes sociais na Internet estão em incessante evolução, sempre produzindo surpreendentes efeitos. Interferem diretamente na comunicação e na sociabilidade entre seus membros. Este artigo analisa se essas redes constroem a coletividade, ou apenas proporcionam a conectividade entre seus usuários. O Facebook é o objeto central. Essa rede social foi escolhida por apresentar rápido crescimento, tanto no número de usuários, como no imaginário coletivo dos brasileiros. Dessa forma, podem-se evidenciar as principais características da rede social em questão, na nova configuração que trazem para as relações entre os indivíduos.

**Palavras-chave:** Redes Sociais; Comunicação; Coletividade; Conectividade; Facebook.

### **Introdução**

Entre as redes sociais na Internet, o Facebook ganha destaque nos últimos anos no Brasil, sendo que no ano passado registrou mais de 35 milhões de usuários. Usuários esses que passam usar a plataforma para os mais variados fins, sociais, culturais ou até mesmo políticos, o que possibilita novas formas de sociabilidade e comunicação entre os indivíduos. Se o surgimento da comunicação em massa possibilitou a difusão de mensagens de um centro para um amplo público, agora este fluxo comunicativo se altera. As tecnologias digitais trazem novas possibilidades no que se refere ao acesso, produção, difusão e troca de informações. O paradigma unidirecional de transmissão de informação dá lugar ao modelo de rede.

É difícil classificar as pessoas como receptoras ou produtoras de informação. As novas tecnologias, impulsionadas pelas redes sociais, tornaram esse processo muito mais dinâmico e incompreensível pelos paradigmas comunicativos tradicionais. Este artigo estuda as novas formas de sociabilidade adquiridas nas redes sociais, a partir de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 5 – Comunicação Multimídia do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012. O artigo é fruto de trabalho realizado para a disciplina de Novas Tecnologias em Comunicação e Informação, ministrada pela professora Juliana dos Santos Barbosa, da Universidade Estadual de Londrina (UEL)

<sup>2</sup> Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo/Matutino, e-mail: [biaapozzobon@hotmail.com](mailto:biaapozzobon@hotmail.com). A autora agradece pelas contribuições recebidas das estudantes Amanda de Oliveira Abranches, Isabella Verri Sanches e Mayara Sonchini Ferreira, não inscritas.



uma análise do Facebook. O estudo levanta uma série de contrapontos entre as vantagens e desvantagens da utilização desta rede, além de abordar suas características e os números mais relevantes.

O estudado é respaldado na teoria do filósofo americano Eugene Thacker (apud COSTA, 2011), que levanta o seguinte questionamento: “Estamos conectados porque somos um coletivo, ou somos um coletivo porque estamos conectados?”. Ele defende que é preciso mais do que estar conectado à rede para criar uma coletividade, ou seja, uma conexão real. É preciso que haja interesses em comum entre os usuários. São utilizadas também as teorias de Ciro Marcondes Filho (2002), Juan Bordenave (2005) e Vilém Flusser (2007), que analisam a comunicação como necessidade humana. As novas formas de sociabilidade, no contexto da cibercultura, estão descritas segundo os estudos de Massimo Di Felice (2008) e Pierre Lévy (1999).

### **Redes Sociais e Comunicação**

O homem tem necessidade de se comunicar, e é a partir da comunicação que ele se inseriu em uma sociedade. O enigma da comunicação é tão complexo que é estudado por vários estudiosos da área. Para Ciro Marcondes Filho (2002), basta estar vivo para se comunicar. Ele conceitua comunicação como “o ato de transmitir e trocar signos e mensagens, referindo-se mais além à circulação de bens e pessoas” (MARCONDES FILHO, 2002, p.11). O autor relaciona diretamente o termo comunicação com ‘comum’ e ‘comunhão’. A ideia de comunhão aliada ao conceito de comunicação é estudada também por Juan Bordenave (2005). Bordenave defende que a comunicação é utilizada para as pessoas se relacionarem e transformarem a realidade que as rodeia:

Sem a comunicação cada pessoa seria um mundo fechado em si mesmo. Pela comunicação as pessoas compartilham experiências, idéias e sentimentos. Ao se relacionarem como seres interdependentes, influenciam-se mutuamente e, juntas, modificam a realidade onde estão inseridas. (BORDENAVE, 2005, p.36).

Vilém Flusser (2007, p. 70) fala da comunicação como um artifício, cujo objetivo é nos fazer esquecer a “brutal falta de sentido de uma vida condenada à morte”. Ele explica que o homem é, antes de tudo, um animal político, não pelo fato de ser um animal social, mas porque é incapaz de viver na solidão.



O ato comunicacional é realizado com dois agentes: o produtor e o receptor, que se relacionam para entender uma mensagem. Esta primeira relação, inicialmente entendida como simples, passou a trilhar novas dimensões, a criar novos laços e a ligar novas culturas, com o desenvolvimento dos meios de comunicação, em especial a implantação das tecnologias digitais. Ao mesmo tempo em que os meios de comunicação contribuíram de forma a facilitar a comunicação entre os indivíduos, também alteraram as formas como as pessoas se relacionam, criando, dessa forma, novas formas de sociabilidade.

A emergência da cultura de massa, com o desenvolvimento do rádio, e, principalmente, da televisão, no século passado, contribuiu de forma ampla com a difusão e mudança da comunicação. Porém, com o surgimento da Internet, no fim do mesmo século, esse processo foi alterado efetivamente e acelerado em proporções nunca antes vistas. As tecnologias digitais trazem novas possibilidades no que se refere ao acesso, produção, difusão e troca de informações.

Massimo Di Felice (2008) defende que a introdução de um novo meio de comunicação e uma nova tecnologia comunicativa contribui para alterar a percepção da realidade:

Pela primeira vez na história da humanidade, a comunicação se torna um processo de fluxo em que as velhas distinções entre emissor, meio e receptor se confundem e se trocam até estabelecer outras formas e outras dinâmicas de interação, impossíveis de serem representadas segundo os modelos dos paradigmas comunicativos tradicionais. (DI FELICE, 2008, p. 23).

O autor aponta que a passagem das tecnologias analógicas para as digitais altera o processo de repasse das informações o que, por consequência, muda a direção do fluxo comunicativo e a identidade dos sujeitos integrantes. Ele afirma que “a forma analógica se exprime pelo repasse das informações procedentes de um emissor em direção a um receptor através da emissão de um fluxo unilateral distribuídos por canais e com as intervenções de ruídos”. (DI FELICE, 2008, p. 44). Por outro lado, a comunicação digital é caracterizada como um processo comunicativo em rede e interativo. A distinção entre emissor e receptor é extinta, e substituída por uma interação de fluxos informativos entre o internauta e as redes.

A introdução de novas tecnologias no processo de comunicação humana também é objeto de estudo de Pierre Lévy (1999). Lévy afirma que o processo de virtualização



da comunicação foi iniciado há muito tempo pelas técnicas mais antigas, como a escrita, a gravação de som e imagem, o rádio, a televisão e o telefone. Mas que o ciberespaço<sup>3</sup> proporcionou particularidades no processo comunicacional, antes não vistas, mesmo com o advento do telefone e do correio:

[...] Contudo, apenas as particularidades técnicas do ciberespaço permitem que os membros de um grupo humano (que podem ser tantos quantos se quiser) se coordenem, cooperem, alimentem e consultem uma memória comum, e isto quase em tempo real, apesar da distribuição geográfica e da diferença de horários. O que nos conduz diretamente à virtualização das organizações que, com a ajuda das ferramentas da cibercultura, tornam-se cada vez menos dependentes de lugares determinados, de horários de trabalho fixos e de planejamentos a longo prazo. [...] (LÉVY, 1999, p. 49).

O autor distingue três grandes categorias de dispositivos comunicacionais: um-todos, um-um e todos-todos. Mídias como a imprensa, o rádio, e a televisão são caracterizadas como o princípio de um-todos. Ou seja, “um centro emissor envia suas mensagens a um grande número de receptores passivos e dispersos”. (LÉVY, 1999, p. 63). O correio e o telefone se inserem no princípio um-um, por se tratar de relações recíprocas entre os interlocutores, mas apenas de indivíduo para indivíduo, ou ponto a ponto. O dispositivo todos-todos se torna possível com o ciberespaço, pois permite que as comunidades construam um contexto comum, de forma progressiva e de maneira cooperativa. Lévy (1999, p. 63) exemplifica dizendo que “em uma conferência eletrônica, por exemplo, os participantes enviam mensagens que podem ser lidas por todos os outros membros da comunidade, e às quais cada um pode responder”.

O fenômeno atual que mais colabora para as novas formas de sociabilidade e de comunicação são as redes sociais. As redes sociais na Internet nasceram no século XXI e conquistaram rapidamente um lugar privilegiado na rede. No Brasil, a primeira rede social a fazer grande sucesso foi o Orkut, em 2004. De lá para cá, milhões de pessoas passaram a utilizar-se das redes sociais, que evoluíram e se diversificaram. Hoje, os brasileiros têm acesso ao Orkut, Facebook, Twitter, Myspace, entre outras com menos visibilidade.

O que é importante ressaltar é que as redes sociais não surgiram com a tecnologia. Os seres humanos estão permanentemente se comunicando entre si e, dessa

---

<sup>3</sup> O conceito de ciberespaço é definido por Pierre Lévy, em sua obra *Cibercultura* (1999) como: “um espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”.



forma, estabelecem redes sociais. Pode-se citar como exemplo redes de amigos, nos coletivos de trabalho, de parentesco, do bairro, entre outras. Redes sociais essas que ganharam forças com os aparatos tecnológicos, e que são formadas pela interação entre os indivíduos, tanto no mundo concreto, como no virtual.

Pierre Lévy atenta ao fato de que, no uso corrente, a palavra virtual é muitas vezes empregada para significar a irrealidade. “Em geral, acredita-se que uma coisa pode ser real ou virtual, que ela não pode, portanto, possuir as duas qualidades ao mesmo tempo”. (LÉVY, 1999, p. 47). O autor explica, entretanto, que o virtual não se opõe ao real, mas ao atual. Sendo, dessa forma, virtualidade e atualidade apenas dois modos diferentes da realidade.

As redes sociais na Internet não podem ser confundidas com a ferramenta que as suporta. São, por si, expressões de grupos sociais, de pessoas e instituições que estão permanentemente interconectadas pelas novas tecnologias de comunicação e informação. Elas expressam e tornam complexas as relações sociais já existentes, são utilizadas para integrar membros com interesses e ideologias ligados pela relevância de um determinado assunto e para proporcionar integração e interatividade através de comunicação e compartilhamento de conteúdo.

Pierre Lévy lembra que as comunidades virtuais são constituídas sobre as afinidades de interesses e projetos mútuos. Mas, diferente das comunidades tradicionais, as virtuais não dependem das proximidades geográficas e das filiações institucionais para existirem:

A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre as relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração. O apetite para as comunidades virtuais encontra um ideal de relação humana desterritorializada, transversal, livre. As comunidades virtuais são os motores, os atores, a vida diversa e surpreendente do universal por contato. (LÉVY, 1999, p. 130).

### **As redes sociais na Internet**

As redes sociais na Internet são caracterizadas pela exposição pública de um indivíduo e pela construção de representações das pessoas ali envolvidas. O que permite que o indivíduo construa um perfil online, muito diferente do que a pessoa é “offline”.



O que quer dizer que as redes sociais não são um reflexo da realidade, apesar da aparência.

A jornalista Raquel Recuero no texto “Cinco pontos sobre as redes sociais na Internet” (2009) sistematiza, como o próprio nome diz, cinco aspectos sobre este fenômeno. O primeiro diz respeito à característica de que as redes sociais expressam uma “divisão” da sociedade por grupos sociais, ressaltando o valor de sociabilidade e lazer das redes, além da possibilidade de amplificar o alcance dos contatos.

O segundo ponto é de que as redes sociais não são utilizadas do mesmo modo, o que Recuero chamou de “apropriação”. Ela explica que as redes sociais são usadas de formas diferentes, por grupos diferentes, e, com base na criatividade, ultrapassam o objetivo da ferramenta. O Twitter ([www.twitter.com](http://www.twitter.com)), por exemplo, criado para que os internautas respondessem: “O que você está pensando agora?”, se transformou em uma poderosa ferramenta de divulgação, quase que instantânea, de informação jornalística.

O terceiro tópico levantado por Recuero diz respeito ao uso das redes sociais para circulação da informação, para um número cada vez maior de pessoas. Sendo que, dentro das redes, os atores filtram as informações que têm interesse. Como destacado pela autora, as redes sociais na Internet potencializam, dessa forma, a capacidade de fazer com que informações diversas cheguem a indivíduos potencialmente distantes dos fatos.

As redes sociais são espaços de discussão e conversação, defende Recuero no quarto tópico. Esse aspecto define a forma pela qual as pessoas se comunicam hoje, e explica também as alterações que o processo comunicacional sofreu com o desenvolvimento das redes. As tecnologias proporcionam que as pessoas mantenham contato, estabeleçam canais alternativos de comunicação e possam discutir fatos que influenciam as suas vidas, ou não.

Se antes a comunicação se dava através de um emissor e um receptor que partilhavam uma mensagem e um mesmo espaço físico, com as redes sociais esse processo está cada vez mais complexo. Hoje, elas possibilitam que pessoas de locais diferentes do mundo se conectem e dialoguem. Ao mesmo tempo, elas distanciam aqueles que teriam possibilidade de estabelecer contato pessoal, já que pela comodidade e facilidade conquistadas, os indivíduos optam por “resolverem seus problemas” online.

O último ponto abordado por Recuero é de que as redes sociais propiciam espaços de mobilização social. Várias das ações surgidas nas redes já tiveram repercussão na mídia e em vários setores da sociedade. Nas redes sociais, portanto, está



um potencial mobilizador decorrente da possibilidade de encontrar pessoas com interesses comuns e pensamentos semelhantes.

Em vista disso, pode-se dizer que até o modo de pensar e de viver foram modificados com o surgimento das redes. Isso porque muitas pessoas passaram a se relacionar, agir, e até sentir conforme o que é mais repercutido na Internet. Fotos são tiradas, por exemplo, pensando na repercussão que terão com a postagem nas redes sociais. O que mostra que a pessoa, de certa forma, viveu aquele momento em função de uma futura promoção na Internet, atitude que é cada vez mais normal e difundida.

As redes sociais na Internet invadiram também o local de trabalho do indivíduo. O que faz com que ele tenha que dividir seu tempo entre o trabalho propriamente dito e o tempo despendido para acessar suas redes sociais. Essa é mais uma característica que modifica as formas de sociabilidade. As redes sociais na Internet adentraram a vida dos indivíduos, que já não conseguem viver na ausência delas. Além disso, “tomam” tempo da vida deles e modificam toda a sua forma de se relacionar, entender e perceber o mundo que os rodeia.

### **Coletividade e Conectividade**

Rogério da Costa no artigo intitulado “Os afetos de Rede: Individualismo conectado ou interconexão do coletivo?” (2011) defende que estar inserido em uma rede social pode significar uma nova forma de relacionamento entre os indivíduos, mas não garante. É preciso mais do que estar conectado à rede para criar uma coletividade, ou seja, uma conexão real. É preciso que haja interesses em comum.

O filósofo americano Eugene Thacker (apud COSTA, 2011) no estudo “Redes, Enxames e Multidão”, afirma que o que dá sentido a um coletivo são os propósitos que os une e orientam, e não um padrão de comportamento. Adotar determinado comportamento coletivo não significa compreender o benefício para o todo, mas, muitas vezes, o benefício e a segurança para si mesmo. Com base nesses pensamentos, Thacker levantou o seguinte questionamento: “Estamos conectados porque somos um coletivo, ou somos um coletivo porque estamos conectados?”

Isso quer dizer que a conexão em si não implica no resultado coletivo. Ou seja, não se forma um coletivo apenas pelo fato dos indivíduos estarem conectados. A formação de um coletivo é aqui relacionada com intencionalidade, ações e propósitos em comum, o que significa que há uma conexão em algum nível.



Mais adiante Thacker (apud COSTA, 2011) distingue a conectividade e a existência de padrões que emergem das redes, da coletividade e a construção coletiva de propósitos que a asseguram. Para ele, a atual conectividade em rede se alimenta de uma “utopia tecnológica” que possui limites políticos. Mesmo a Internet sendo um espaço descentralizado, isso não garante que os princípios democráticos sejam inerentes a ela. Muitas vezes até impede mudanças políticas por meio do “clique, não pense”.

Assim, mesmo o ativismo cibernético, muito utilizado pelas gerações atuais para se afirmar e como forma de posicionamento político, deve ser analisado com cuidado. De qualquer forma, as redes sociais têm alimentado expectativas de manifestações. A Internet, por meio das redes sociais, teve papel fundamental, por exemplo, para a renúncia do ditador Hosni Mubarak, em fevereiro de 2012, no Egito. Os internautas utilizaram as redes sociais para se comunicar e protestar contra o governo, contabilizando milhares de postagens no Twitter e no Facebook, que possibilitaram a reunião de mais de 100 mil pessoas na Praça Tahir, centro do Cairo. Thacker (apud COSTA, 2011) atenta, porém, para o fato de que as novas tecnologias tornam possível esse tipo de manifestação, mas para que elas ocorram é necessário um propósito comum e uma mobilização social da coletividade.

Os autores tentam dissipar a confusão que se faz ao imaginar que a conectividade por si só gera coletividade, e que coletividade significa emergência política. Em resumo, a conectividade é um pré-requisito para a coletividade, o ativismo e suas possibilidades, mas puramente estar inserido nas novas tecnologias não garante necessariamente um coletivo.

### **A Rede Social de Zuckerberg**

O Facebook ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)) é uma rede social criada em 2004 por estudantes da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos. Seu principal criador é Mark Zuckerberg conhecido pela incrível quantia em dinheiro que o Facebook lhe rendeu. Inicialmente, somente alunos de Harvard podiam fazer parte da rede, que tinha como objetivo facilitar a vida social no campus. A rede social em questão se estendeu depois para outras universidades e instituições de ensino, até culminar na utilização mundial.

Em 2010, a história do jovem milionário e de seus amigos visionários foi transformada no filme “A Rede Social”, dirigido por David Fincher, com atuação de Jesse Eisenberg e Andrew Garfield, entre outros. O longa traz detalhes do surgimento





do Facebook e principalmente da batalha jurídica travada por aqueles que estiveram, de alguma forma, envolvidos no processo de criação e que almejavam sua fração dos lucros. O filme não procura necessariamente trazer à tona a índole dos envolvidos, embora tenha exposto de maneira romântica os conflitos dos criadores. Em nenhum momento a rede social torna-se o sujeito da história propriamente, sempre aparecendo como o objeto.

“A Rede Social” foi aclamado pela crítica e indicado a oito *Oscar*, vencendo três. O principal ponto romantizado pela versão do roteirista Aaron Sorkin é o relacionamento de Mark com a então namorada Erica Albright. Depois que Mark a inferioriza por sua formação acadêmica, logo no início do filme, o relacionamento termina. Ele, então, resolve atacá-la pessoalmente em seu blog.

Enquanto fazia isso, Mark Zuckerberg tem a ideia de criar um site para medir a beleza das estudantes de Harvard, cuja criação envolveu *hackear* o banco de dados da universidade. O grande sucesso desse site, o *Facemash*, originou a ideia de criar o *Thefacebook*, onde todos os estudantes de Harvard estariam conectados.

Erica reaparece no final do filme, quando o conflito judicial é desenrolado e Mark Zuckerberg decide perder alguns milhões para não perder o Facebook. Mark aparece adicionando Erica e atualizando a sua página no Facebook, ao apertar a tecla F5 várias vezes. O que leva a entender que ela foi a razão de tudo ter acontecido, embora Mark Zuckerberg tenha negado a existência dessa namorada.

### **O Facebook e as novas formas de sociabilidade: contrapontos**

De acordo com dados divulgados no site da revista *Veja* e no portal *G1*, o Brasil foi o país líder em crescimento no Facebook, em 2011. Os dados são de um relatório assinado por Nick Burcher, chefe de redes sociais e inovação digital na *ZenithOptimedia*, multinacional inglesa que presta serviços de mídia. Os dados revelam que o número de brasileiros na rede saltou de 8,8 milhões, em 2010, para 35,1 milhões, em 2011, um crescimento de 298%. Dessa forma, o país fica na quarta colocação em número de usuários da rede social, atrás apenas dos Estados Unidos, que possui 157 milhões de internautas, Indonésia, com 41,7 milhões, e Índia, com 41,3 milhões. Abaixo do Brasil ficaram México (30,98 milhões), Turquia (30,96 milhões), Reino Unido (30,4 milhões) e Filipinas (27 milhões). No total, o Facebook possui mais de 800 milhões de usuários.



Para analisar a penetração do Facebook na população brasileira foi considerado o número total de habitantes do país, segundo dados divulgados em 2010, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O estudo revela que, em 2010, o Brasil totalizou 190.732.694 habitantes. Supondo que o número total de brasileiros seja de 190 milhões, e o número desses conectados ao Facebook seja de 35 milhões, chega-se a porcentagem de cerca de 18% de abrangência da rede social em questão no Brasil. A porcentagem pode parecer pequena, mas, como ressaltado, o país foi líder em crescimento de usuários no Facebook, no ano passado.

A própria página do Facebook divulgou em 2011 um infográfico que revela dados importantes sobre a rede social no Brasil. Os números mostram que aproximadamente metade dos usuários acessa o Facebook todos os dias. Outro dado revelador diz respeito à distribuição etária. Os jovens dominam a rede social. A maior fatia corresponde aos usuários de 18 a 24 anos, responsável por 33% dos usuários. Já os membros de 25 a 34 anos representam 29% do total. Ou seja, mais de 60% dos usuários do Facebook, em 2011, têm entre 18 a 34 anos. O que evidencia claramente que o espaço é ainda mais utilizado pelos jovens, apesar das gerações anteriores estarem começando a aderir à ferramenta. 7% dos usuários, por exemplo, são pessoas de 45 a 54 anos. Os membros entre 13 a 17 anos representam 13% do total, e os com mais de 55 anos são responsáveis por 4% da fatia.

A larga utilização do Facebook pelos membros brasileiros pode ser comprovada pelo número das postagens mensais registradas em 2011. Foram contabilizados, por exemplo, 160 milhões de mensagens nos murais, 339 milhões de atualização de *status*, 1,6 bilhão de comentários, 1,6 milhões de “curtir”, 715 milhões de mensagens enviadas entre os usuários e 460 milhões de novas fotos postadas na rede.

E quais são as explicações para milhões de brasileiros estarem conectados ao Facebook? Uma delas diz respeito ao fato do *site* propiciar a comunicação com um alto número de pessoas, de forma facilitada e instantânea. O *site* disponibiliza um chat online para que o usuário saiba e possa ver quem de seus amigos está disponível para conversar. Essa rotina alterou de forma “agressiva” o processo comunicacional e de sociabilização. A rede aproxima pessoas que estão distantes, e pode-se dizer que afasta as que estão próximas. Isso quer dizer que, o Facebook permite o contato com pessoas de todas as partes do planeta, que tenham acesso à Internet, a um baixo custo, de forma instantânea, rápida e direta.



Por outro lado, a rede instaurou um comodismo generalizado nos usuários. Afetos e encontros pessoais são trocados por conversas virtuais e ferramentas que simulam o contato pessoal, como a conhecida “cutucada”. O usuário pode “cutucar” outro internauta, por meio dessa ferramenta. Ou seja, o real é trocado pelo momentâneo virtual.

A rede social “rouba” as horas livres de grande parte da população, sendo que os jovens são os mais atingidos. A ferramenta “curtir” resume os aspectos do que é considerado afeto. Com a facilidade de um clique, a ferramenta passa a resumir todo um contexto histórico-social de sociabilização que antes envolvia o contato e o conhecimento da essência da outra pessoa.

Rogério da Costa (2011) em artigo denominado “Os afetos de rede: individualismo conectado ou interconexão do coletivo” resume bem esse efeito narcotizante da busca do “curtir”:

[...] os indivíduos modificam-se a si mesmos e modificam suas próprias relações. Se o que orienta um coletivo são seus propósitos comuns, isso não pode estar inscrito em uma representação, pelo simples motivo de que cada indivíduo deve se relacionar com esse propósito de uma forma diferente, deve ser afetado por ele de modo distinto, exatamente porque deve fazer um esforço singular no sentido de ajustar, no tempo, suas próprias ações ao propósito de todos. Esse ajuste, esse arranjo do coletivo, significa o constante esforço de negociação de preferências individuais, de tal forma que os propósitos individuais possam ser atendidos, ao menos em parte, em função do propósito do coletivo. (DA COSTA, 2011, p. 18).

Neste sentido, o efeito do “curtir” poderia ser classificado como *ciberbullying*, em função do constrangimento causado pela falta da resposta do coletivo social que o indivíduo está inserido. Por exemplo, a falta do reforço psicológico (aprovação) pode ocasionar a mudança de gostos da pessoa. As adesões a uma causa, os *hits* da internet e todos os “curtir” que ligam as pessoas conectadas às redes, ao serem modificados pela ordem mutável natural do ser humano, causam, quando expostos na Internet, um maior desconforto do que causariam no mundo “desconectado”. Isso porque se torna muito mais visível mapear as mudanças e por sua vez julgá-las.

Ao perceber que os seus interesses não são partilhados pelo grupo, esse indivíduo, que já busca aceitação na vida pessoal, instituição educacional ou trabalho, buscará se adaptar também nas redes sociais, mudando talvez até sua personalidade para



que se pareça com seus intitulados amigos e assim ganhe visibilidade. Visibilidade essa constantemente traduzida em felicidade, neste século.

Por outro lado, o Facebook pode atuar como ferramenta de auxílio às mobilizações de cunho político e social. Por meio da ferramenta, já foram divulgados eventos nacionais para despertar o interesse dos usuários a diversas causas, além da participação efetiva no movimento. A plataforma atua de maneira ainda mais efetiva na divulgação de eventos locais, sejam eles de cunho cultural, social, político, ou de mero entretenimento.

A ferramenta estimula as discussões sobre os mais variados assuntos, em vista que qualquer ponto de vista postado na rede é acompanhado por um grande número de usuários. Dessa forma, como o ser humano possui diferentes ideologias inerentes a ele, é possível que um ponto de vista compartilhado, seja aceito ou criticado pelos outros usuários. De uma forma ou de outra, o Facebook possibilita a ampliação dos espaços de discussão e a maior visualidade desses, entretanto, há mais casos de mobilizações pela Internet que não surtem efeito nenhum, ou pelo menos, não chegam ao efeito desejado.

### **Considerações Finais**

Cerca de 35 milhões de brasileiros estão conectados ao Facebook. Estar conectado à rede, no entanto, pode não significar a formação de um coletivo. Isso porque o que dá sentido a um coletivo são os propósitos que unem e orientam os indivíduos. O usuário conectado ao Facebook pode se comunicar com diversos indivíduos, mas isso não quer dizer que eles formem um coletivo, por não terem motivos ou intenções em comum. Ou seja, o membro da rede social em questão tem a possibilidade de comunicação com milhões de brasileiros, além de usuários de todo o mundo, mas pode estar somente praticando ações individuais e isoladas.

As redes sociais na Internet mudaram a forma como os indivíduos se relacionam. Afetos e encontros pessoais são trocados por conversas virtuais e ferramentas que simulam o contato pessoal. Mobilizações sociais e políticas ganham espaço nas redes sociais. No entanto, para que essas mobilizações atinjam seus objetivos é necessário que os usuários estejam mais que conectados. Para que exista mudança, é preciso que os indivíduos tenham interesses em comum e formem um coletivo. Um coletivo conectado.



## Referências Bibliográficas

BORDENAVE, Juan E. Díaz. O ato de comunicar. In: \_\_\_\_\_. **O Que é Comunicação**. Brasiliense, 2005. p. 35-45.

DI FELICE, Massimo. Das tecnologias da democracia para as tecnologias da colaboração. In: \_\_\_\_\_. **Do Público Para as Redes**. Difusão Editora, 2008. p. 17-61.

FLUSSER, Vilém. O que é comunicação? In: \_\_\_\_\_. **O Mundo Codificado**. Cosac Naify, 2007. p. 89-100

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 1.ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARCONDES FILHO, Ciro. O Enigma da Comunicação. In: \_\_\_\_\_. **O Espelho e a Máscara**. Discurso Editorial, 2002. p. 09-14

## Páginas de Internet com autor

COSTA, Rogério da. Os afetos de rede: individualismo conectado ou interconexão do coletivo? **IARA - Revista de Moda, Cultura e Arte**. v.4, n.1/2011. Disponível em: <http://www.iararevista.sp.senac.br/arquivos/noticias/arquivos/178/anexos/PDF.pdf>. Acesso em: 25 de outubro de 2011.

RECUERO, Raquel. **Cinco pontos sobre redes sociais na Internet**. Disponível em: <http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudo=3964>. Acesso em: 24 outubro 2011.

## Páginas de Internet sem autor

Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/numero-de-brasileiros-no-facebook-cresceu-298-em-2011>. Acesso em: 07 de abril de 2012.

Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/01/numero-de-usuarios-brasileiros-no-facebook-cresce-298-em-2011.html>. Acesso em: 06 de abril de 2012

Disponível em: <http://midiassociaisblog.com.br/index.php/facebookultrappassaorkut.html>. Acesso em: 07 de abril de 2012.