

ARTIGOS

Facebook: negociação de identidades e o medo da violência

Gabriel Artur Marra e Rosa^I

Benedito Rodrigues dos Santos^{II}

Facebook: negociação de identidades e o medo da violência

RESUMO

Este artigo analisa os fatores que orientam a composição do perfil dos usuários do *Facebook* e sua participação nessa rede social, processo que denominamos de negociação de identidade. Seu foco é a tensão entre privacidade e publicidade, intimidade e exposição nas redes sociais. A metodologia consistiu em uma pesquisa qualitativa com base em entrevistas com dez jovens usuários do *Facebook*, de ambos os sexos, todos residentes em Brasília-DF. O resultado indica o medo da violência como um dos principais condicionantes dos traços identificadores selecionados na composição dos perfis e em participações na rede. Os entrevistados alegaram não expor suas vidas profissionais e pessoais, preservando-as da violência urbana. Constatamos, assim, que os usuários do *Facebook* sentem insegurança no mundo virtual, sendo essa uma demonstração de que o medo se encontra inscrito nas subjetividades dos indivíduos, o que torna opaca uma suposta barreira entre os mundos real e virtual.

Palavras-chave: *Facebook*; Negociação de identidades; Medo; Violência.

Facebook: negotiation of identities and fear of violence

ABSTRACT

This paper analyzes the factors that guide the composition of the profile of Facebook users and the participation of the subjects in this social network, a process that we are calling negotiation of identity. Its focus is on the tension between privacy and publicity, intimacy and exposure in social networks. The methodology is based on qualitative research methods, and on in-depth interviews with ten young Facebook users, of both sexes, all of them living in Brasilia-DF. The result indicates the fear of violence as one of the main determinants of identifying features in the composition of the selected profiles and network shares. The respondents claimed not to expose their professional and personal lives, for preserving them against the urban violence. We find, therefore, that Facebook users feel insecure in the virtual world, this being a demonstration that fear has entered in the subjectivities of individuals, which becomes opaque the supposed barrier between the real and the virtual worlds.

Keywords: Facebook; Negotiation of identities; Fear; Violence.

Facebook: negociação de identidades y el miedo a la violencia

RESUMEN

Este artículo examina los factores que guían la composición del perfil de los usuarios de Facebook y su participación en esta red social, proceso que llamamos negociación de identidades. Su enfoque es la tensión entre la privacidad y la publicidad, la intimidad y la exposición en redes sociales. La metodología consistió en una investigación cualitativa basada en entrevistas con diez jóvenes usuarios de Facebook, de ambos sexos, todos residentes en Brasilia-DF. El resultado indica el miedo a la violencia como una de las principales condiciones de selección de los rasgos identificadores en la composición de los perfiles y en la participación en la red. Los encuestados afirmaron no exponer sus vidas profesionales y personales para preservarlas de la violencia urbana. Encontramos, por tanto, que los usuarios del Facebook sienten inseguridad en el mundo virtual, siendo esta una demostración de que el miedo está inscripto en las subjetividades de los individuos, lo que torna opaca una supuesta barrera entre el mundo real y el virtual.

Palabras clave: Facebook; Negociación de identidades; Miedo; Violencia.

Introdução

Os *sites* de redes sociais da internet surgiram no final da década de 1990 e se desenvolveram, rapidamente, no mundo inteiro, conectando milhares de usuários procedentes de diferentes países e cidades. A relevância do advento dessas redes sociais é tamanha que alguns estudiosos têm considerado esse fenômeno um dos maiores acontecimentos dos últimos anos, o qual, proveniente da internet, revolucionou a maneira de se conceber a sociedade (Castells, 1999; Lemos & Lévy, 2010). Em meio a essa evolução tecnológica, surgiu o *Facebook*, que, em passo acelerado, conquistou usuários do mundo inteiro e tornou-se a maior rede social de todos os tempos (Kirkpatrick, 2011).

As características dessas interações mediadas por *sites* de redes sociais, como o *Facebook*, têm se tornado tema de intenso debate acadêmico, sobretudo no que diz respeito às implicações dessas ações na sociedade e na subjetividade dos participantes (Carrera, 2012). Zhao, Grasmuck e Martin (2008) salientam que, por ser um *site* de rede social no qual os usuários prezam por expor dados verídicos em relação a suas identidades, o *Facebook* diferencia-se de outros ambientes virtuais como, por exemplo, os *chat rooms* e os chamados MUD¹, nos quais é possível interagir de forma anônima, ou seja, sem se expor na rede. Essa particularidade das interações mediadas pelo *Facebook* traz consigo receio por parte dos usuários, não apenas em relação a uma possível invasão de privacidade ou da exposição da intimidade, como também de possíveis atos de violência contra usuários.

Ao ingressar no *Facebook*, cada indivíduo seleciona o que vai expor sobre si mesmo, de acordo com seus próprios interesses e com as opções que o *site* oferece. Dessa maneira, cada participante tem a possibilidade de interagir com outros adeptos desse

serviço independentemente das fronteiras de tempo e de espaço (Rosa & Santos, 2013). Os dados e as informações relativas à pessoa que se cadastra nesse *site* permanecem expostos, constituindo um perfil público ou semipúblico (Boyd & Ellison, 2007), que não apenas servirá para que essa pessoa seja identificada e interaja com os usuários adicionados, mas que também poderá ser acessado, de forma integral ou parcial, pelos demais usuários desse serviço.

Na pesquisa que deu origem a este artigo, analisamos as estratégias subjacentes aos arranjos identitários dos usuários do *Facebook* e chegamos a três conclusões importantes. A primeira é a de que esses arranjos poderiam ser vistos como circunscrevendo políticas de identidade, tal como na concepção de identidade em movimento ou mutação identitária (Ciampa, 2004). Essa asserção se baseia na ideia de que, ao ingressar no *Facebook*, cada indivíduo seleciona o que vai expor sobre si mesmo com base no critério de como pretende ser visto. Nessa perspectiva, consideramos que cada usuário compõe uma representação (Goffman, 2009) de suas identidades, de forma que se possa dar a conhecer na rede em reciprocidade de ações com os demais participantes. Por conseguinte, essa composição pode variar segundo as opções de privacidade e de exposição que o usuário escolha e segundo as pessoas que ele adicione aos seus contatos. Diante disso, pareceu-nos evidente que está em curso uma geração de políticas de identidades relacionadas às formas de ser, de pensar e de sentir que são expostas nesse ambiente de livre expressão, porém dentro dos limites estabelecidos pelo próprio *site*.

A segunda conclusão a que chegamos foi a de que o movimento de composição dos traços identificadores e a maneira como os usuários ensamblam esses traços são guiados por uma série de táticas e de estratégias relativas a como eles pretendem se representar e se conceber nas redes a que pertencem, processo esse que denominamos de negociação de identidade (Rosa & Santos, 2013). Vale ressaltar que o termo **negociação de identidades** pode parecer demasiado propositado e até mercantil para uma discussão que se baseia em relações interpessoais permeadas por afeto, por gostos e por preferências culturais. No entanto, acreditamos que esse processo ocorre não apenas nesse âmbito, mas também na chamada vida real, e que as táticas agenciadas pelos usuários são empregadas para expor não apenas dados e informações pessoais que os representem, mas que também não os comprometam. Consequentemente, por expor e por omitir dados relativos à suas identidades, pensamos que a relação entre intimidade e privacidade dos usuários está diretamente relacionada a esse processo de negociação de identidades devido à elevada exposição que há na rede.

A terceira conclusão foi a de que o medo de se expor, seja emocionalmente, seja profissionalmente ou até mesmo fisicamente, é um aspecto demasiado relevante na forma como as pessoas exibem dados sobre suas identidades e participam nas interações proporcionadas pelo *site*. Sobre esse aspecto, os entrevistados que participaram da pesquisa que originou este estudo relataram ser cautelosos na exposição de suas vidas íntimas para evitarem possíveis utilizações indevidas de seus dados, para não se exporem emocionalmente, para não se comprometerem em suas vidas profissionais e para não exporem detalhes cotidianos que possam deixá-los vulneráveis, particularmente no que concerne às situações de violência urbana, como roubos, assaltos e sequestros. Essa evidência levou-nos à conclusão de que o medo de se expor é um aspecto relevante na dinâmica interacional do *Facebook*, medo esse que possui elementos subjacentes ainda pouco explorados na literatura acadêmica.

Neste artigo buscamos demonstrar a maneira pela qual o medo de se expor repercute no processo de negociação de identidades e se encontra circunscrito na subjetividade dos usuários das redes sociais, tornando opaca a suposta barreira entre ambiente presencial e virtual.

Métodos

Utilizamos o instrumental técnico-teórico proveniente da metodologia de pesquisa qualitativa com base na abordagem interacionista simbólica. Os dados empíricos foram obtidos por meio de entrevistas semiestruturadas (Groeben, 1990), com 10 jovens usuários do *Facebook*, de idades entre 19 e 30 anos, de ambos os sexos, todos residentes em Brasília-DF e no entorno, os quais foram selecionados a partir dos critérios acima mencionados.

Os principais temas abordados nas entrevistas foram: a maneira como se negociam as identidades na elaboração dos perfis e nas interações procedentes do *Facebook*; as motivações e os tipos de utilização do *site* que cada usuário realiza; o medo de se expor e suas possíveis causas; a correlação entre mundo real e virtual. Esses tópicos constituíram-se em categorias de análise para os sentidos e os significados atribuídos, pelos usuários, às interações mediadas pelo *Facebook* com base na noção de zonas de sentido (González-Rey, 2011).

Vale ressaltar que os nomes utilizados no presente trabalho são fictícios e escolhidos aleatoriamente, de modo a não expor os participantes. A interpretação dos dados foi conduzida sob a perspectiva interdisciplinar, particularmente respaldada em teorias interpretativas oriundas da **psicologia social** (González-Rey, 2011) e da **antropologia sociocultural** (Bourdieu, 1977; De Certeau, 1988).

O medo de se expor no *Facebook*

No transcorrer da pesquisa, evidenciamos que existem diferentes modalidades ou tipos de utilização do *Facebook*, que variam segundo os interesses dos usuários, que, por sua vez, podem lançar mão de diferentes tipos de uso simultaneamente. Consequentemente, a exposição de traços e de características que representam as identidades dos usuários depende da modalidade de utilização do *site*. Por isso, em meio aos recursos que o *Facebook* disponibiliza e às táticas agenciadas pelos usuários, observamos que, além da tradicional interação que também ocorre na chamada vida real por outros meios de comunicação, como, por exemplo, o telefone, predominam quatro tipos de uso dos recursos do Facebook (Rosa & Santos, 2013).

O primeiro, que denominamos interação mediada, manifesta-se pela exposição de gostos e de preferências culturais em postagens, em autodescrições e em comentários, que são repassados, aprovados ou consentidos por meio dos recursos **compartilhar** e **curtir**. O segundo, publicidade pessoal/profissional, dá-se pela divulgação de *links*, de *blogs*, de *sites* e de notícias relacionadas à atividade profissional ou às formas de ser, de se expressar e de se relacionar com os demais. O terceiro, ativismo, caracteriza-se pela difusão de ideais políticos, religiosos, culturais e éticos, além da promoção de debates e de mobilizações sociais pelo *site*. Finalmente, o quarto tipo de uso do Facebook, relacionamentos, tem como principal peculiaridade a utilização da rede social para iniciar ou para manter relacionamentos, para flertar e para buscar parcerias sexuais ou românticas.

Esses quatro tipos de uso ou modalidades de utilização do *Facebook* costumam prover determinadas informações tanto sobre os usuários, tais como seus hábitos, suas preferências e os lugares que frequentam, quanto sobre as pessoas com quem convivem, expondo-os no chamado mundo virtual. De fato, observamos que o *Facebook*, ao contrário de outros ambientes virtuais, possibilita questionamentos, por parte de seus usuários, a respeito da veracidade dos dados expostos, como também assinalaram Young e Quan-Haase (2009). Com efeito, essa tendência de exibir informações verídicas nos levou a formular a proposição de que tal exposição pode causar medo

de se mostrar por parte dos usuários devido às possíveis consequências provenientes do elevado nível de exposição nessa rede.

Ao investigar a opinião dos jovens sobre essa questão, deparamo-nos com o comentário de Mônica, que afirma gostar de “dar uma vasculhadinha” no *Facebook* quando, por exemplo, ela conhece uma pessoa de outra cidade ou em um lugar inusitado para saber “quem ela é”. A entrevistada diz que encontra no *site* dados sobre ocupação e atividades, além de fotos, que, segundo ela, são ótimas fontes para traçar um perfil desse desconhecido, embora considere que os comentários sejam vagos por se remeterem a contextos ignorados. Em resposta à pergunta “você costuma ver o perfil de outros usuários?”, Mônica declarou:

Não, dificilmente, só quando eu quero ‘dar uma vasculhadinha’ em alguma coisa que..., por exemplo, a gente conheceu uma pessoa de outra cidade; daí, eu vou lá no *Facebook* saber quem é ela [...]. O que ela faz e o que ela gosta e fotos. Eu acho que são duas coisas que, quando você vê, são ótimas para traçar um perfil da pessoa. [Vejo] alguns [comentários], porque, na maioria das vezes, fica uma coisa muito vaga. Geralmente, estão falando de um dia que passou ou de alguma situação que você não presenciou, então, não tem por quê (Narrativa de Mônica).

Nessa opinião, evidencia-se a possibilidade de vislumbrarmos dados sobre a identidade e sobre a vida íntima dos usuários, o que é notório entre os adeptos do *Facebook*. Repensando essa questão em relação ao medo, remetemo-nos a Santos (2003), que assinala a possibilidade de analisar o medo em suas diferentes dimensões com base nos sentidos que experiências emocionais adquirem para os indivíduos circunscritos em determinado contexto social, indivíduos esses que transmitem suas experiências por meio da fala. Portanto, na opinião da referida autora, o medo não é apenas a expressão isolada de algo externo que se manifesta no indivíduo, mas sim emoção que passou pelo processo de internalização de experiências, transfigurando-se de acordo com o desenvolvimento da cultura. No caso do *Facebook*, por se tratar de um fenômeno relativamente novo, concluímos que esse medo ainda se encontra em estado incipiente, porém já se manifesta entre seus adeptos e, por meio da mídia, ganha espaço cada vez maior entre os usuários, tal como alega Nicolaci-da-Costa (2002b). Isso ocorre por consequência da novidade que suscita receio entre os participantes e pela disseminação alarmante, na mídia, de casos que geraram atos de violência.

Nosko, Wood e Molema (2010) confirmam a existência de grande quantidade de informação pessoal publicada em *sites* como o *Facebook*, o que torna os usuários vulneráveis aos estigmas sociais devido ao grau de intimidade exposto. Evidenciamos que até mesmo as pessoas que afirmam expor tudo no *Facebook* buscam alguns mecanismos de proteção ou de autodefesa para fazê-lo. Primeiramente, constatamos que os entrevistados utilizam a opção de privacidade **só amigos** (*only friends*) em relação ao que será acessado pelos demais na rede. Nesse ponto, eles afirmaram optar por não permitir que desconhecidos – usuários não cadastrados em suas redes – vejam seus perfis ou suas interações. Excetuam-se aqueles que utilizam o *site* para fazer publicidade pessoal ou profissional. Estes optam por permitir o acesso alheio visando à autopromoção.

West, Lewis e Currie (2009) argumentam que *sites* de redes sociais, como o *Facebook*, criaram uma noção ambígua da antiga dicotomia entre público e privado. Para os referidos autores, o advento desses *sites* gerou uma reestruturação nos domínios da vida privada, que passaram a ser expostos parcialmente e para distintas audiências de acordo com as opções de privacidade escolhidas pelos usuários. Em decorrência dessa exposição parcial ou total no *Facebook*, percebemos que existe medo do usuário em se comprometer pelo que expõe na rede.

Os participantes Ana e Alfredo afirmaram não compartilhar desse medo de se expor. Ana, por exemplo, confidenciou gostar de expor como se sente no dia a dia: “Não

tenho por que esconder nada. Às vezes, coloco algo para que as pessoas saibam como estou. Às vezes, um pensamento, uma opinião, coisas desse tipo" (Narrativa de Ana). Alfredo, por sua vez, disse preferir expor o conteúdo de seu perfil e de suas interações, deixando-os abertos ao público. Para ele, "quem quiser ver lá pode ver, porque eu não tenho nada pra esconder de ninguém" (Narrativa de Alfredo).

Não obstante essa suposta abertura mencionada pelos entrevistados, Alfredo declarou posteriormente que, quando precisar, poderá deletar tudo o que escreveu. Isso deve ocorrer, por exemplo, quando surgir o receio de que as informações que ele tenha postado apresentem riscos para sua vida profissional, caso possa vir a passar em um concurso público. Em que pese a facilidade para apagar informações e para limitar o acesso de usuários não desejados, os entrevistados afirmaram temer a possibilidade de que determinados dados e informações pessoais possam ficar expostos devido a interações com outros usuários. Esse fato acarreta seleção não apenas de dados expostos, mas também do público que terá acesso a esses dados, tal como afirma Max:

Por isso, quando alguém escreve algo desse tipo, eu excludo, bloqueio ou deixo exclusivo para que certas pessoas possam ver, porque, às vezes, é algo engraçado e que diz respeito a certos amigos, não a todos. Por isso, o meu *Facebook* hoje em dia tá muito dividido, tá separado em mil grupos e dividido para que cada pessoa possa ver só aquilo referente àquele grupo. Por exemplo, meus amigos de faculdade veem uma coisa; os do trabalho, outra; e os do bairro, outra. Cada um vai vendo o que diz respeito a cada um (Narrativa de Max).

Essa separação entre os públicos aos quais será concedida uma exposição parcial revela o medo de se expor no *Facebook*. Outro participante da pesquisa, Roberto, parece situar-se em posição extrema e oposta à de Ana e de Alfredo, que afirmaram expor tudo no *Facebook*. Segundo Roberto, para limitar o grau de exposição de dados e de sua vida íntima, ele praticamente recria sua própria identidade:

Limitei a minha exposição. Não vão me conhecer como eu sou, vão conhecer outra pessoa. Veja bem, quando você limita muito a exposição, por exemplo..., eu não tenho muitas fotos, eu só tenho a foto do perfil e uma ou outra foto, só. Não tenho foto de familiares, essas coisas... A partir do momento em que você limita o seu perfil, não é que você cria com o intuito uma identidade, você cria uma identidade que não é você totalmente (Narrativa de Roberto).

O depoimento do Roberto ilustra o que denominamos processo de negociação de identidades. Mais do que a ideia de que ele está manipulando a sua identidade ou criando uma nova identidade, ele reafirma a ideia de não expor o seu todo, selecionando traços e características que referenciam determinadas identidades, sem revelar o que não pretende. Portanto, tal como aponta Ciampa (2004), consideramos que a maneira como as pessoas arranjam ou articulam traços identificadores em uma composição singular varia de acordo com o indivíduo, com as pessoas com quem ele interage e com as situações nas quais há demandas identificadoras. Isso faz com que o processo de apresentação ou de representação se dê de forma peculiar e conforme as políticas de identidade imersas em contextos específicos. No caso do ambiente de redes sociais virtuais, como o *Facebook*, a questão da exposição diante de diversos usuários é o que preocupa os participantes devido à possibilidade de que sua vida privada venha a ser vista por um público não desejado.

Privacidade, intimidade e receio da exposição emocional no *Facebook*

As redes sociais devem oferecer formas de proteção aos seus usuários. O *Facebook* possui vários dispositivos para criar um espaço de privacidade ou mesmo de intimidade para que as pessoas possam interagir com segurança, tais como as opções de

bloquear ou de denunciar determinados participantes. Nesse sentido, para Giddens (1993), a verdadeira intimidade consiste em uma negociação transacional de vínculos pessoais, estabelecida com base na noção de expressão da vida íntima.

Não obstante essa suposta proteção para que se estabeleça um vínculo íntimo na rede, percebemos que a livre expressão e o elevado nível de exposição nesse ambiente têm como consequência o medo, que causa receio e insegurança entre os adeptos em relação à utilização dessa rede. Diante da pergunta sobre o que eles não expõem em seus respectivos perfis, alguns entrevistados, como Francisco e Andressa, disseram não expor "sentimentos muito exagerados, sejam bons ou ruins" ou "assuntos mais pessoais, mais íntimos" (Narrativas de Francisco e Andressa). Com efeito, percebemos que esse medo pode surgir com as interações espontâneas entre pessoas que compartilham ou não a intimidade, como nos relatou Roberto, que também compartilha dessa limitação quando se refere a sua vida sentimental:

Mas, ao mesmo tempo, acontecem algumas limitações na vida sentimental, certa privação de liberdade. Ali é uma exposição muito grande, e, às vezes, você quer trocar uma ideia com a pessoa e pode denotar alguma coisa que não exista. Por exemplo, você conhece uma pessoa, faz uma amizade, mas já está em um relacionamento e, ao conversar com alguém, pode denotar que você está 'xavecando'. [...] É a exposição intensa da vida. Às vezes, as pessoas perdem o sentido original do negócio, que é aproximar mais os amigos, e partem para a exposição da vida, fofocar e essas coisas (Narrativa de Roberto).

Em seu relato, Roberto menciona dois tipos de mal-entendido que podem decorrer de postagens ou de interações relacionadas à expressão de sentimentos. Primeiro, quando uma pessoa já está em um relacionamento e busca conhecer outras pessoas, construir novas amizades. Para Roberto, essas aproximações podem sugerir que a pessoa está flertando. Nesse contexto, a palavra xavecar pode ser entendida como cortesia com finalidades amoroso-sexuais e gerar ciúmes, inveja e até raiva. Segundo, quando as fofocas decorrentes de determinada postagem ou comentário geram conflito e mal-estar entre os participantes. Tal como conclui Roberto, esses mal-entendidos são opostos ao que se pressupõe ser a finalidade da rede como meio para aproximar mais as pessoas. Por conseguinte, essa rede passou a ser temida por ele.

No que diz respeito às consequências desses possíveis mal-entendidos entre usuários, os entrevistados comentaram que é comum, no *Facebook*, o fato de que pessoas casadas ou em relacionamento vasculhem ou chequem perfis e interações das pessoas com quem estão comprometidos afetivamente. Nesse caso, Muise, Christofides e Desmarais (2009) detectaram alta incidência de ciúmes entre participantes que visualizam os perfis e as atividades de seus respectivos parceiros no *site*. Esse fato tornou-se notório, e até jornais e revistas pretendem ensinar como proceder no *Facebook* para evitar esse tipo de situação. A reportagem **Amor nos tempos de redes sociais** (Dale, 2011), publicada no jornal **O Globo**, ressalta que as redes sociais estão transformando a vida amorosa e gerando novos códigos de conduta entre as pessoas. Entre os entrevistados, a postagem de fotos em determinados locais ou em companhia de determinadas pessoas, o apagamento de fotos e de comentários e o bloqueio de determinada pessoa foram relatados como possíveis geradores de sentimentos negativos. Na mesma linha dessa reportagem, Andressa, uma das entrevistadas neste estudo, disse que:

As pessoas se sentem mal quando são excluídas da sua lista de amigos, quando você não aceita um pedido de amizade no *Face* ou quando você apaga um comentário ou uma foto de alguém. Mas quando é namoro, se terminar, as pessoas põem fotos para causar ciúmes no ex e se, durante o namoro, você não der a sua senha do *Facebook* para ele, ele nunca vai confiar em você (Narrativa de Andressa).

Por um lado, o relato de Andressa revela como as pessoas se preocupam com a exposição e com a ocultação das atividades realizadas no *Facebook*, criando uma espécie de código de conduta, como também destacou a citada reportagem no jornal **O Globo**. Por outro lado, percebemos que o exposto no *site* está sujeito a interpretações variadas por parte dos demais adeptos, ocasionando receio de possíveis julgamentos, como relata Mônica:

Eu não gosto dessa exposição que traz e todo o julgamento que essa exposição traz junto. Quando você escreve uma frase, não tem como você explicar, então, ela pode ser interpretada de milhares de formas diferentes, e, geralmente, as pessoas sempre levam para o lado negativo, e até você explicar que não era isso e etc., aí todo mundo já comentou embaixo, todo mundo já falou gracinha com você. [Isso me afeta] porque me incomoda... A exposição, as pessoas comentando, eu não curto isso (Narrativa de Mônica).

Ser alvo de comentários depreciativos e de possíveis fofocas constitui receio expresso por muitos participantes. Embora haja casos em que determinadas postagens e interações sejam expostas com a finalidade de causar impressões e reações em outros usuários – algo comum na modalidade de uso que denominamos relacionamentos –, constatamos que os participantes sabem que comentários depreciativos são disseminados rapidamente, o que desperta receio entre usuários. Portanto, eles dizem que evitam tornar públicas determinadas postagens por medo de possíveis reações adversas entre os contatos de sua rede e que temem, também, a possibilidade de despertar determinados sentimentos e emoções nos demais utilizadores, como corrobora o relato de Andressa: “No meu caso, eu tenho medo de que o que eu coloque possa causar inveja ou ‘olho gordo’. Evito colocar muitas coisas, para as pessoas não terem esse tipo de sentimento sobre a minha pessoa” (Narrativa de Andressa).

Em uma reportagem publicada na revista **Veja**, intitulada **A rede da inveja** (Vilicic, 2013), destacam-se a angústia e a frustração dos usuários que, por terem acesso a informações e a fotos de outros participantes sem haver estado presente no momento em que ocorreram determinados acontecimentos ou por não terem uma vida semelhante à suposta vida exposta por esses usuários, sentem inveja do que veem no *site*. Segundo a reportagem, as pessoas podem sentir aflição ao visualizar fotos, interações e postagens feitas por outros usuários. Neste caso, como mencionamos anteriormente, é notório o fato de que o que é exposto será visualizado e até comentado entre os participantes. Logo, por um lado, os usuários optam por expor ou não o que pretendem por temerem algumas reações e, por outro lado, almejam reações diante de suas postagens e, por isso mesmo, postam determinados conteúdos.

No caso das pessoas que realizam o tipo de uso que denominamos ativismo, frequentemente há provocação, e as reações favoráveis ou contrárias às suas postagens são almeçadas na medida em que, quanto mais se tenha comentários, mais seus ideais serão vistos por outras pessoas. Contudo, quando há um elevado número de comentários avessos a determinada postagem, os entrevistados disseram temer a avaliação negativa por parte dos demais usuários e, por isso, repensaram determinadas opções e até retiraram a postagem que causou um efeito inesperado.

O receio de interferências na vida profissional

O crescente número de pessoas que utilizam o *Facebook* para fins profissionais e de organizações que abriram contas no *Facebook* acarretou mais uma possibilidade de exposição entre os participantes. Neste caso, os entrevistados opinaram que o fato de que funcionários, colegas, superiores e empresas possam visualizar aspectos relacionados à vida pessoal de cada um pelo *Facebook* realmente incomoda.

A identidade profissional é uma das características mais destacadas no que se refere à identidade social (Goffman, 1978), ou seja, a como o indivíduo é reconhecido em seu meio social mais amplo. Quanto a esse aspecto, alguns entrevistados mencionaram que expõem sua atividade profissional no *site* e que costumam adicionar colegas de trabalho, entre os quais, inclusive, chefes e pessoas que ocupam posições hierárquicas superiores. Sendo assim, tanto no tipo de uso interação mediada quanto na modalidade de uso publicidade pessoal/profissional, podem surgir confluências de aspectos relacionados à vida pessoal e profissional dos usuários, tal como expressa Carla:

Olha, no início era só uma diversão, no sentido de buscar amigos e tal. Mas, nos últimos meses, eu já procurei emprego pelo *Facebook*. Tenho uma amiga de faculdade que me manda anúncios de emprego; procurei aulas particulares pelo *Facebook*; quando alguém da minha família ou amigas precisam de uma diarista ou de alguma outra coisa, eu procuro pelo *Facebook*. Virou muito mais que uma diversão; virou um lugar no qual se acha tudo (Narrativa de Carla).

Nesse relato, observamos convergência de modalidades de uso na interação mediada pelo *Facebook*, o que torna esse *site*, como bem explicou Ana, um lugar em que se acha tudo. Por um lado, a participante comentou que utiliza essa rede social para diversão e para procura de amigos. Por outro, ela frisa que utiliza o *Facebook* também para procurar serviços e para ajudar parentes e amigos. Além disso, podemos agregar que esse *site* é utilizado também para a promoção de eventos, de festas e de encontros sociais, o que dificulta a separação entre atividades profissionais e pessoais dos usuários. Isto é, apesar da separação dos amigos virtuais em grupo, informações referentes a trabalho poderão chegar tanto a esse grupo específico quanto ao grupo de amigos pessoais e vice-versa.

Dimicco e Millen (2007) constataram essa dificuldade de separação entre aspectos pessoais e profissionais dos usuários, em que pese a opção de que isso possa ser gerenciado meticulosamente pelo dono do perfil. As marcações e os compartilhamentos de fotos e de postagens podem escapar às restrições de privacidade. Nesse ponto, a despeito da possibilidade de criação de perfis separados e com finalidades específicas, Hewitt e Forte (2006) também evidenciaram a possibilidade de que aspectos omitidos nos perfis e nas interações venham a ser expostos em decorrência de comentários e de postagens alheias ao dono do perfil. Por isso, reiteramos que o medo de que haja uma exposição indesejada existe entre os adeptos do *Facebook*, como menciona Alessandra:

É ruim quando alguém do seu trabalho vê uma foto sua em uma viagem ou em uma festa. Parece que só porque te conhecem no trabalho você não pode ter vida social. O que acontece é que gera uma impressão ruim da pessoa, independentemente de ser conhecida ou não; a gente cria imagem dessa pessoa baseado no que a gente vê em suas fotos e comentários (Narrativa de Alessandra).

O relato de Alessandra demonstra a relevância da impressão que as pessoas têm pelo que veem no *Facebook*. No entanto, outros usuários afirmam utilizar o *Facebook* justamente para divulgar informações relativas aos seus trabalhos, como é o caso de Guilherme: "Publico o *link* do meu *blog* e de *sites* que têm a ver com o meu trabalho para que as pessoas possam entrar, conhecer o meu trabalho e opinar" (Narrativa de Guilherme). Portanto, esse paradoxo entre utilizar essa rede social para expor e para evitar expor determinadas informações concernentes ao trabalho amedronta alguns usuários, contudo, não incomoda outros adeptos desse mesmo serviço.

Vale lembrar que existem redes sociais com fins especificamente trabalhistas, que não coadunam diferentes modalidades de uso como o *Facebook* e que são utilizadas exclusivamente com essa finalidade. A diversidade de possibilidades de utilização do *Facebook*, ao contrário, intimida seus usuários por não separar, claramente, quais

são os objetivos dos utilizadores que se conectam por meio desse *site*. Com efeito, o medo procede de situações em que determinados dados ocultos possam vir a ser expostos sem que o usuário assim o queira.

Medo da violência urbana como limitador da autorrepresentação no Facebook

O entrevistado Francisco, diante da pergunta sobre o que ele não expõe no *Facebook*, disse procurar não expor fotos comprometedoras, como da sua casa, da placa do seu carro, de coisas pessoais. Andressa também compartilha das mesmas restrições que Francisco:

Acho que esse negócio de colocar o endereço, o local de trabalho e aonde você vai pode ser muito perigoso. Primeiro porque, quando alguém quer saber da sua vida, é só entrar lá. Segundo porque tem muita gente má no mundo, para acontecer alguma coisa é rapidinho [...] Usarem os seus dados em compras e também para sequestro -relâmpago, roubos, etc. (Narrativa de Francisco).

Apesar dessa divisão entre os que acreditam que os mecanismos criados pelo *Facebook* protegem-nos de eventuais riscos de suscetibilidade à violência e os que não se incomodam com a exposição, por não crerem que possam se comprometer pelo que é exposto, constatamos que o medo da violência urbana condiciona a maneira como as pessoas se expõem, ou não, nesse *site*. Nesse sentido, os entrevistados mencionaram várias táticas para evitar possíveis situações indesejadas e para se prevenirem da violência urbana, entre elas: a elaboração de um perfil sigiloso ou com o mínimo de informação possível; a interação realizada somente pelo uso de mensagens privadas e do *chat* disponível no *site*; a opção de retirar ou de apagar marcações, comentários e postagens; a elaboração de diferentes perfis para diferentes públicos (Livingstone, 2009).

Essas formas de autoproteção e de preservação da intimidade podem gerar relativa sensação de segurança para a utilização do *Facebook*, mas não garantem que os usuários não possam passar por episódios de invasão de privacidade e de exposição da intimidade. Além disso, não são suficientes para reduzir o medo da violência urbana. A prova está no fato de que a maioria dos usuários, como relataram os entrevistados, evita expor dados pessoais no *site* por medo de violência (assaltos, roubos e sequestros) e da utilização de informações de forma indesejada (fofocas, intrigas e subornos), como disseram Carla e Mônica, respectivamente:

Eu te falo isso porque o que nós vemos no noticiário, tanto da televisão quanto nos jornais, nos meios de comunicação em geral, é que acontecem subornos pelo que o povo descobre através das redes. Além disso, o trabalho dos detetives hoje é muito fácil pelas redes (Narrativa de Carla).

A gente evita colocar dados pessoais porque qualquer coisinha é motivo de comentários, fofquinha e coisa tal (Narrativa de Mônica).

No comentário de Carla, percebe-se que, de certa forma, há como descobrir determinados dados relativos aos usuários do *Facebook* e que isso causa medo entre os participantes, ainda que eles não o declarem de forma explícita. No caso de Mônica, há referência a outro tipo de violência, a qual pode causar incômodo para um usuário: comentários indesejados e fofocas. Ambos os relatos demonstram o medo da violência urbana, seja ela expressa de forma física, seja de forma simbólica ou psicológica. Em síntese, a exposição de dados e de informações na rede passa a ser temida pelos usuários.

Embora percebamos que o termo *bullying* não apareceu no relato dos entrevistados, acreditamos que o medo relativo à violência urbana no *Facebook* é procedente também do receio de que haja *cyberbullying*, que pode ocorrer de maneira direta ou indireta, expondo a pessoa ao desconforto e à humilhação (Lima, 2011). Segundo Rodeghiero (2012), esse tipo de violência dissemina o preconceito em tom de deboche e/ou de humor sarcástico que é provocado pela disseminação de um discurso violento de legitimação das relações de poder e domínio. Logo, como consequência das fofocas, chacotas, exclusões e agressões verbais e simbólicas, a vítima pode se sentir exposta e desmoralizada perante o público da rede. E isso pode acarretar sentimentos de vergonha, tristeza e medo.

A violência praticada em redes sociais como o *Facebook* pode causar danos severos à subjetividade dos usuários, como medo, vergonha e depressão. O caso de Megan Meier, uma adolescente estadunidense, ficou mundialmente famoso. Megan, aos treze anos, cometeu suicídio depois de sofrer *cyberbullying*. Megan Meier foi atormentada pela mãe de uma colega, por essa colega e por uma funcionária. Juntas, elas criaram um perfil *fake* (falso) na rede social *MySpace*, com o nome de Josh Evans e com a finalidade de molestar Megan. Esse perfil foi utilizado para perpetrar o *cyberbullying* contra Meier, obtendo informações sobre ela e, posteriormente, humilhando-a para vingar-se de uma intriga causada por possíveis rumores a respeito da colega de Megan, que supostamente haviam sido tornados públicos por Meier (http://pt.wikipedia.org/wiki/Megan_Meier).

O caso gerou indignação e desencadeou a criação de leis de combate ao *cyberbullying* naquele país. No Brasil, o caso de difusão de fotos íntimas de uma atriz pela internet resultou na criação da Lei nº. 12.737, art. 145-a (Brasil, 2012), que prevê pena para quem invadir dispositivo informático alheio, conectado ou não à rede de computadores, mediante violação indevida de mecanismo de segurança e com o fim de obter, de adulterar ou de destruir dados ou informações sem autorização expressa ou tácita do titular do dispositivo ou de instalar vulnerabilidades para obter vantagem ilícita.

Diante desse risco de violência, o medo de se expor, derivado da violência urbana, influencia fortemente a maneira como os usuários apresentam ou representam suas identidades no *Facebook* em reciprocidade de ações, instituindo assim um verdadeiro processo de negociação de identidades. Esse processo engendra sentidos e significados entre os participantes e constitui-se em nova modalidade de produção subjetiva, que a cada dia cresce no mundo inteiro e ganha prestígio na contemporaneidade.

Considerações finais

Os relatos dos usuários sobre os receios, as preocupações e o medo da exposição no *Facebook* abrem possibilidades para muitas reflexões, principalmente para considerarmos se esses sentimentos são semelhantes ou distintos daqueles vivenciados na chamada vida real. O presente artigo demonstrou que o *Facebook*, tal como um ambiente virtual da internet em que não se preza pelo anonimato, não difere demasiadamente da realidade *offline* do mundo real. Ou seja, os *sites* de redes sociais também contêm as mesmas vicissitudes e inseguranças da vida real, diferenciando-se somente pelo elevado nível de exposição.

Ao longo deste trabalho, constatamos que o medo relativo à utilização do *Facebook* assemelha-se ao medo oriundo da vida na sociedade real, concreta, sobretudo na atualidade. Por conseguinte, esse tema nos remete à correlação entre as interações que se dão no *site* e de forma presencial, na vida real.

Seguindo essa linha de raciocínio e considerando o *Facebook* um produto da sociedade globalizada e interligada pela internet, corroboramos que o medo de se expor está relacionado aos seguintes sentidos e significados que são engendrados pelas interações proporcionadas pelo processo de negociação de identidades no *Facebook*: exposição da intimidade, medo da violência urbana, contradição entre o que se expõe dentro e fora do *site*, comprometimento profissional, sujeição à forma segundo a qual as demais pessoas entenderão e reagirão diante do que é exposto no *site*.

Aqui cabe a pergunta: até que ponto esse temor por parte dos usuários do *Facebook* está sendo influenciado pela cultura do medo disseminada pela mídia? Nicolaci-da-Costa (1998, 2002a, 2002b, 2003) pondera que os meios de comunicação social têm a função de guiar-nos na exploração das novidades e de mostrar-nos a utilização que podemos fazer delas. Entretanto, como salienta a autora, o papel da mídia, nacional e internacional, em relação às novas tecnologias tem provocado um medo exacerbado a respeito do que poderíamos chamar, aqui, de problemas que, desafortunadamente, são inerentes à vida em sociedade (invasões de privacidade, sequestros, roubos, pornografia, comportamentos patológicos, perseguições, prostituição de menores, *bullying*). Por estarmos diante de uma novidade que suscita desconfiança e fascinação, tendemos a pensar que estamos indefesos perante os novos perigos fomentados pela chamada realidade virtual e pela sensação de não possuímos os supostos anteparos existentes na vida real, como os muros, os alarmes, a polícia.

Embora esse medo tenha sido exagerado por muitos, não podemos minimizar os perigos decorrentes da violência nas redes sociais da internet, os quais podem prejudicar a integridade física e o bem-estar psicossocial, causar a perda de bens materiais, assassinatos e até o suicídio. Por isso, não apenas a legislação brasileira deve contemplar a necessidade de proteção dos usuários, como a sociedade, de modo geral, deve conscientizar-se a respeito dos danos da violência urbana disseminada em *sites* de redes sociais como o *Facebook*.

Nesse caminho reflexivo, a principal conclusão deste trabalho é a de que não devemos nos prender à dicotomia entre presencial e virtual ou entre *online* e *offline*, mas sim compreender que as preocupações e o medo de exposição estão circunscritos na subjetividade dos usuários do *Facebook* que convivem em sociedade, o que torna opacas as supostas distinções entre esses dois mundos. Com efeito, é exatamente a repercussão desses medos e do processo de negociação de identidades nas subjetividades desses indivíduos que precisa receber mais atenção dos pesquisadores.

Como vimos, a participação das pessoas na internet pode intensificar o escopo e o alcance da exposição. Embora a sensação de proteção possa vir a ser maior ou menor nas redes, o sentimento de medo da violência urbana, por sua vez, pode ser intensificado pela falta dos supostos anteparos de proteção que temos na vida cotidiana, na vida *offline*, e pelo fato de que os nossos dados permanecem "nas nuvens". Para alguns usuários, os mecanismos do *Facebook* podem funcionar como muros ou alarmes; no entanto, é preciso ponderação, sobretudo no caso de crianças e de adolescentes que, tal como na vida fora das redes, podem ser vulneráveis à violência.

Para finalizar, não gostaríamos de deixar aos leitores a impressão de que nossa ênfase nos medos e nas preocupações derivados da exposição obscurece a importância que atribuímos às tecnologias de informação e de comunicação e às redes sociais. Embora exista ceticismo em relação ao potencial transformador das novas tecnologias digitais, principalmente o da internet, os usuários entrevistados relataram, também, que sentem segurança por terem uma boa parcela de seus contatos armazenada e por poderem manter o contato com os amigos, ainda que a distância. Contudo, a tensão entre privacidade e publicidade, intimidade e exposição é condicionante na utilização do *Facebook* e de outras redes sociais e requer, portanto, maior conscientização por parte de usuários e de estudiosos.

Referências

- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice* (R. Nice, Trad.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social network sites: definition, history and scholarship. *Journal of Computer Mediated communication*, 13(1), 210-230.
- Brasil. (2012). Presidência da República. Lei nº 12.737, de 30 de novembro de 2012. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12737.htm. Acesso em 1º de maio de 2013.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede* (R. V. Majer, Trad.). (Coleção A Era da Informação: economia, sociedade e cultura, Vol. 1). São Paulo: Paz e Terra.
- Carrera, F. (2012). Instagram no Facebook: uma reflexão sobre ethos, consumo e construção de subjetividade em sites de redes sociais. *Animus*, 11(22), 148-165.
- Ciampa, A. C. (2004). Identidade. In S. T. M. Lane & W. Codo (Orgs.), *Psicologia social: o homem em movimento* (pp. 58-75). São Paulo: Brasiliense, 58-75.
- Dale, J. (2011, 27 de julho). Amor nos tempos de redes sociais. *O Globo*, pp. 26-31.
- De Certeau, M. (1988). *The practice of everyday life* (S. Rendall, Trad.). California: University of California Press.
- Dimicco, J. M., & Millen, D. R. (2007). Identity management: multiple presentations of self in Facebook. *IBM T.J. Watson Research*. Disponível em <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.127>. Acesso em 10 de novembro de 2010.
- Giddens, A. (1993). *A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas* (M. Lopes, Trad.). São Paulo: Editora Unesp.
- Goffman, E. (1978). *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada* (2a ed., M. B. de M. L. Nunes, Trad.). Rio de Janeiro: Zahar.
- Goffman, E. (2009). *A representação do eu na vida cotidiana* (17a ed., M. C. S. Raposo, Trad.). Petrópolis: Vozes.
- González-Rey, F. L. (2011). *Pesquisa qualitativa em Psicologia: caminhos e desafios*. São Paulo: Cengage Learning.
- Groeben, N. (1990). Subjective theories and the explanation of human action. In G. R. Semin & K. J. Gergen (Orgs.), *Everyday understanding social and scientific implications* (pp. 19-44). London: Sage.
- Hewitt, A., & Forte, A. (2006). crossing boundaries: identity management and student/ faculty relationships on the Facebook. *GVU Center, Georgia Institute of Technology*. Disponível em <http://andreaforte.net/HewittForteCSCWPoster2006.pdf>. Acesso em 1º de maio de 2013.
- Kirkpatrick, D. (2011). *O efeito Facebook: os bastidores da história da empresa que conecta o mundo* (M. L. de Oliveira, Trad.). Rio de Janeiro: Intrínseca.

Lemos, A. (2002). *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina.

Lemos, A., & Lévy, P. (2010). *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária*. (Coleção Comunicação). São Paulo: Paulus.

Lima, A. M. de A. (2011). *Cyberbullying e outros riscos na internet: despertando a atenção de pais e professores*. Rio de Janeiro: Wak.

Livingstone, S. (2009). *Children and the internet*. Cambridge: Polity Press.

Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2009). More information than you ever wanted: does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy. *CyberPsychology & Behavior*, 12(4), 441-443.

Nicolaci-da-Costa, A. M. (1998) *Na malha da rede: os impactos íntimos da rede*. Rio de Janeiro: Campus.

Nicolaci-da-Costa, A. M. (2002a). Quem disse que é proibido ter prazer on-line? identificando o positivo no quadro de mudanças atual. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 22(2), 12-21.

Nicolaci-da-Costa, A. M. (2002b). Internet: a negatividade do discurso da mídia versus a positividade da experiência pessoal: a qual dar crédito? *Estudos de Psicologia*, 7(1), 25-36.

Nicolaci-da-Costa, A. M. (2003). Ciberespaço: nova realidade, novos perigos, novas formas de defesa. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 23(2), 66-75.

Nosko, A., Wood, E., & Molema, S. (2010). All about me: disclosure in online social networking profiles: the case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 406-408.

Rosa, G. A. M., & Santos, B. R. (2013). *O Facebook e as nossas identidades virtuais*. Brasília: Thesaurus.

Rodeghiero, C. C. (2012). *Violência na internet: um estudo do cyberbullying no Facebook*. Dissertação de mestrado não-publicada, Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Católica de Pelotas, 152pp.

Santos, L. O. (2003). O medo contemporâneo: abordando suas diferentes dimensões. *Psicologia Ciência e Profissão*, 23(2), 48-55.

Vilicic, F. (2013, 30 de janeiro). A rede da inveja. *Revista Veja*, pp. 73-75.

West, A., Lewis, J., & Currie, P. (2009). Student's Facebook "friends": public and private spheres. *Journal of Youth Studies*, 12(6), 615-627.

Young, A. L., & Quan-Haase, A. (2009). *Information revelation and internet privacy concerns on social networks sites: a case study of Facebook*. Disponível em <http://www.iisi.de/fileadmin/IISI/upload/2009/p265.pdf>. Acesso em 10 de abril de 2011.

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: digital empowerment in anchored relationships. *Computer in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.

Submetido em: 05/09/2013

Revisto em: 19/12/2013

Aceito em: 01/02/2014

Endereços para correspondência

Gabriel Artur Marra e Rosa
gabriel_marra@hotmail.com

Benedito Rodrigues dos Santos
beneditos@ucb.br

I. Doutorando. Programa de Pós-graduação em Psicologia. Universidade Católica de Brasília (UCB). Brasília. DF. Brasil.

II. Docente. Programa de Pós-graduação em Psicologia. Universidade Católica de Brasília (UCB). Brasília. DF. Brasil.

1 Os MUD são jogos em rede em que se criam mundos imaginários com base em sistemas nos quais os internautas podem adotar, livremente, formas identitárias (Lemos, 2002).