

## Mulheres no Facebook: Um olhar sobre a sociabilidade e a exposição feminina em uma conversação em rede<sup>1</sup>

Luciana de Alcantara Roxo<sup>2</sup>  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

### Resumo

Os sites de redes sociais representam na contemporaneidade um fenômeno social e comunicacional. Uma das inovações promovidas por estes sites foi a consolidação da conversação em rede, isto é, da interação social pública, pessoalizada e permanente. Em especial as mulheres se apropriaram das redes sociais como um ambiente comunicacional e de sociabilidade. O presente artigo discute as características e os desdobramentos da apropriação e da sociabilidade feminina no *Facebook* realizada por um grupo de mulheres urbanas, economicamente ativas e na faixa etária dos 30 a 45 anos, e de que forma essa prática comunicacional contribui para a elaboração e/ou manutenção da identidade simbólica da mulher contemporânea.

### Palavras-chave

Internet ; Sociabilidade ; Mulheres ; Facebook ; Exposição.

### Corpo do trabalho

Os sites de redes sociais, liderados pelo *Facebook* - site de rede social mais popular do mundo que atingiu a marca de 1 bilhão de usuários em outubro de 2012, o equivalente a 15% da população mundial -, representam na contemporaneidade um fenômeno social e comunicacional graças a sua popularização e sua incorporação na vida de milhões de pessoas espalhadas pelo mundo. O computador e seus derivados tecnológicos associado ao uso da Internet se tornaram na contemporaneidade muito mais do que uma ferramenta de processamento de dados, de trabalho ou de pesquisa; foram apropriados como ambientes sociais para a prática da comunicação mediada pelo computador<sup>3</sup>(CMC), caracterizada por práticas conversacionais, fundamentais para compreensão da sociabilidade na contemporaneidade.

Através da mediação das tecnologias e devido à apropriação para fins de interação e relacionamento entre seus usuários, os sites de redes sociais se estabeleceram como mais um mecanismo de criação e manutenção das redes sociais - estruturas de agrupamentos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Ciberculturas – DT Multimídia, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda do curso de Comunicação Social da PUC-RJ, email: [luciana\\_roxo@hotmail.com](mailto:luciana_roxo@hotmail.com)

<sup>3</sup> Herring (1996, p. 1) define a Comunicação Mediada pelo Computador (CMC) como “a comunicação que acontece entre seres humanos através da instrumentalidade dos computadores” e salienta a importância do estudo dos aspectos sociais e culturais da CMC, bem como o estudo da linguagem que emerge nessa prática. (apud Recuero, 2012, p. 23).

humanos constituídos pelas interações que constroem os grupos sociais - existentes no mundo *offline*. São milhões de atores interconectados que dividem, negociam e constroem contextos coletivos de interação, trocam e difundem informações, criam laços e estabelecem redes sociais.

Uma das inovações promovidas pelos sites de rede social foi o surgimento da interação social ao mesmo tempo pública, pessoalizada (onde há a identificação real do interlocutor) e permanente no ciberespaço, ou seja, o estabelecimento da conversação em rede (Recuero, 2012). Até então, a prática da interação pessoalizada se dava em ambientes privados como os chats. As conversas eram restritas à visualização e à participação apenas do envolvidos nela, ou seja, o conteúdo não era exibido em nenhum local público da Internet; além disto, as conversas tinham um caráter temporário, o conteúdo não ficava armazenado em nenhum lugar. Já as interações e as conversas que se davam de forma pública e/ou permanente na Internet, como nas salas de bate-papo ou através dos blogs, tinham como característica o anonimato dos seus interlocutores que, em sua grande maioria, se identificam através de apelidos (*nicknames*) ou avatares (identificações fictícias), ou seja, não divulgavam suas informações pessoais.

Como usuária do site de rede social *Facebook* sempre me despertou a curiosidade a predominância do sexo feminino em sua utilização e, portanto, na prática da conversação em rede; percepção esta que tem sido ratificada por inúmeras pesquisas. A empresa de telecomunicações inglesa BT<sup>4</sup>, por exemplo, identificou que mais da metade das mulheres entrevistadas em sua pesquisa utilizavam sites de redes sociais enquanto somente 34% dos homens possuíam este hábito; além disto, 18% das mulheres falaram que o que mais sentiriam falta na internet, caso ela acabasse, seria a utilização dos sites de redes sociais. Outra pesquisa realizada por psicologistas da Universidade de Bath na Grã-Bretanha<sup>5</sup> com 500 estudantes de seis universidades comprovou que as mulheres tendem a se sentir mais atraídas pelos sites de redes sociais do que os homens, que preferem os jogos e os sites de apostas.

A preferência do sexo feminino na utilização dos sites de redes sociais contribuiu para a ruptura com a tradição masculina no mundo digital e no mundo tecnológico, já que, historicamente, a dominação masculina sempre foi uma realidade no ambiente digital. Hugh Muller (apud Braga, 2008, p. 57) em seu artigo sobre a constituição e apresentação de *selves* eletrônicos comenta a dissimetria significativa entre o número largamente superior de homepages pessoais produzidas por homens em relação às produzidas por mulheres. Sherry Turkle (apud Braga, 2008, p. 57), na pesquisa sobre comunidade de usuários de jogos do tipo MUD (Multi-User Domain), descreve o perfil de seus informantes como sendo jovens pertencentes à classe média e de uma maioria quase absoluta do sexo masculino. Como observa Braga (2008, p. 59), cada período histórico traz uma configuração particular da tecnologia para ação sobre o mundo e, juntamente com essa tecnologia, uma distribuição social do poder sobre esse saber tecnológico. Segundo a autora, tanto o movimento feminista como o avanço das telecomunicações fizeram parte de um fenômeno sócio-simbólico-econômico-histórico-cultural mais amplo a que se convencionou chamar de modernidade (Giddens, 1991, apud Braga, 2008, p. 58), ou seja, o avanço das

---

<sup>4</sup> Fonte: Site Youpix ([www.youpix.com.br](http://www.youpix.com.br)). Matéria “Mulheres são mais dependentes das redes sociais do que homens, aponta estudo”, publicada em 31/05/12.

<sup>5</sup> Fonte: Revista Veja online ([www.veja.abril.com.br](http://www.veja.abril.com.br)). Matéria “Redes Sociais atraem mais mulheres do que homens”, publicada em 25/06/12.

telecomunicações seria uma das consequências da modernidade e, em termos simbólicos, a utilização e a familiaridade com tais recursos tecnológicos estariam associadas a uma atitude e estilo de vida “moderna”.

O estar atualizado com o desenvolvimento de tecnologias aplicadas à vida cotidiana passou a representar um valor no campo social, e, em especial para o sexo feminino, a familiaridade com a tecnologia faz parte de todo o processo de transformação e reposicionamento do papel da mulher na sociedade surgido a partir dos movimentos feministas da década de 60. Atualmente é uma realidade entre as mulheres brasileiras urbanas e economicamente ativas, a utilização de tecnologias computacionais tanto em suas atividades profissionais, quanto em suas atividades domésticas, pessoais e sociais. Portanto, a crescente familiaridade do sexo feminino pelas tecnologias computacionais pode ser compreendida como um reflexo da transformação do papel da mulher na sociedade contemporânea; a crescente participação feminina no mercado de trabalho em atividades e funções que até então eram restritas aos homens; o aumento do poder aquisitivo e a conquista da independência financeira; a ampliação do interesse e da participação das mulheres em territórios considerados masculinos durante muitas gerações, como, por exemplo, a política, a economia e a própria tecnologia.

Paralelamente ao reposicionamento da mulher na sociedade, fazendo com que se aproximasse do universo tecnológico, até então restrito ao sexo masculino, a partir do surgimento da Internet e com o desenvolvimento de plataformas computacionais mais amigáveis e voltadas para a prática de atividades interativas, o computador migrou do status de uma ferramenta associada a atividades técnicas - como processamento de dados, planilhas de cálculos e programação - para um dispositivo associado à conexão e ao relacionamento entre as pessoas e, conseqüentemente, na ampliação da sua utilização por indivíduos em busca de emoções, afetos e sociabilidade configurando o ambiente virtual denominado ciberespaço e a existência que nele se dá, de cibercultura. Ao se abrir para um horizonte de relacionamento, afeto e emoção - aspectos ainda presentes na construção simbólica do universo feminino apesar do seu reposicionamento sociocultural -, os computadores e todas suas derivações contribuíram para a motivação das mulheres em sua utilização para fins de relacionamento, lazer e entretenimento. Desta forma, a crescente familiaridade do sexo feminino pelas tecnologias computacionais e a preferência massiva das mulheres pelos sites de redes sociais delineiam o objetivo desta pesquisa que buscou identificar e descrever a apropriação do *Facebook* por parte de um grupo de mulheres selecionado e compreender de que forma esta utilização está relacionada com a construção simbólica do que é ser mulher na contemporaneidade.

### **Grupo de Observação**

O grupo feminino observado na pesquisa, objeto de discussão desse artigo, foi constituído por dez mulheres economicamente ativas na faixa etária de 30 a 45 anos. O perfil das mulheres foi determinado pelo complexo contexto socioeconômico e simbólico-cultural em que as mulheres economicamente ativas na faixa etária de 30 a 45 anos estão inseridas. Fiz uma pré-seleção de mulheres da minha rede de contatos do *Facebook* que fossem usuárias ativas e assíduas do *site* e se encaixavam nos critérios mencionados (faixa etária, perfil socioeconômico e nível de instrução) e, em seguida, foi enviado um convite, através do próprio site, para que elas participassem da pesquisa. A opção por constituir o grupo de observação por mulheres que já faziam parte da minha rede de relacionamentos no *Facebook* se deu pelo fato de eu possuir livre acesso às informações e aos conteúdos

produzidos e publicados por elas no site de rede social. Diferentemente dos blogs e de outros sites pessoais que existem na Internet, onde as informações ficam disponíveis para todo o público presente na rede, nos sites de redes sociais, e em especial no *Facebook*, é preciso ser aceito como “amigo”, ou seja, fazer parte da rede de relacionamento (ou de contatos) do usuário para se ter acesso ao conteúdo publicado. A opção por buscar novas conexões com pessoas desconhecidas foi descartada durante a definição da metodologia da pesquisa já que a conduta mais utilizada para aceitar “novos amigos” no *Facebook* é que haja alguma conexão com a pessoa fora do mundo online. Das mulheres que aceitaram o convite, foram escolhidas as dez integrantes do grupo levando em consideração as que mais possuíam participação mais ativa no *Facebook*, isto é, publicam conteúdo e interagem com seus amigos e conhecidos com frequência através do site para que a observação pudesse ser realizada.

As mulheres observadas utilizavam o *Facebook* há 2 anos e meio (tempo médio) e costumavam acessá-lo em vários momentos durante o dia (o tempo médio de utilização considerando todo o período do dia foi de 02 horas), em diferentes locais (no trânsito, em locais públicos, nos meios de transporte, no trabalho e em casa) O acesso era feito através de diversos dispositivos: smartphones, *tablets (ipad)*, *notebook* e computadores (*desktops*). A maior parte das mulheres afirmou que, no período que está em casa, deixa o computador ligado e conectado à rede social para acompanhar as atualizações e as publicações dos seus contatos. O número de pessoas presentes em suas redes de relacionamento no *Facebook* varia de 205 a 1434 integrantes e dentro deste grupo existem diversos tipos de contatos e/ou amigos com diferentes graus de relacionamento: amigos do trabalho atual e de trabalhos anteriores, amigos de infância, familiares, amigos próximos, conhecidos, colegas, alunos e ex-alunos, amigos de viagem, amigos de faculdade, amigos de amigos com quem tiveram algum contato social (em festas, shows, barzinho, etc), entre outros.

Para manter o anonimato das mulheres e a confidencialidade de conteúdo publicado no *Facebook*, mas, ao mesmo tempo, para que fosse possível uma proximidade e uma compreensão da identidade de cada uma delas – elementos fundamentais para que o objetivo da pesquisa fosse alcançado, foram criados nomes fictícios para as dez participantes que irão acompanhá-las em todos os relatos reproduzidos e em todas as observações feitas por mim. As demais características de cada mulher foram preservadas para que não se perdesse a veracidade da pesquisa e também para que fosse possível compreender o universo e a projeção do eu social de cada uma delas.

### **A Sociabilidade na Rede**

Watzlavick, Beavin e Jackson, citados por Recuero (2005), apontam que a interação representa um processo sempre comunicacional – uma série de mensagens trocadas entre pessoas - e que atua diretamente sobre a definição da natureza das relações entre aqueles envolvidos no sistema interacional. Desta forma, a interação teria sempre um caráter social perene e diretamente relacionado ao processo comunicativo. Para Alfred Schutz (1979) as pessoas agem em função de experiências da vida cotidiana. Mesmo havendo uma multiplicidade de “mundos” e “realidades”, são pessoas que buscam experiências significativamente comuns no envolvimento do “nós”. O envolvimento está sempre como uma possibilidade objetiva, sempre atrelado a um desejo de intersubjetividade. A partir do presente vivido, um indivíduo percebe o seu semelhante, o outro. A interação social pressupõe a existência de uma simultaneidade vivida. Essa simultaneidade abrange tanto a percepção do outro enquanto pessoa, como a percepção de seu pensamento. Desta forma, a

sociabilidade está condicionada a atos comunicativos entre um “eu” que se volta aos outros e os apreende como pessoas. Esse processo se dá a partir da percepção do outro enquanto um corpo no espaço que compartilha comigo um ambiente comunicativo comum. “O ambiente comum de comunicação pressupõe que a mesma coisa que me é dada ‘agora’ (mais precisamente, num ‘agora’ intersubjetivo), com um determinado colorido, pode ser dada a Outro do mesmo modo, ‘depois’, no fluxo do tempo intersubjetivo, e vice-versa” (Schutz, 1979, p. 161-162).

Os depoimentos dados pelas mulheres durante as entrevistas indicaram a utilização do *Facebook* para fins de sociabilidade. Por ser uma ferramenta digital mediada pelo computador que não exige o contato físico e devido à diversidade dos laços sociais presentes na rede de “amigos”, como foi citado pelas próprias mulheres, a sociabilidade se dá tanto com amigos e familiares bem próximos, com quem elas costumam manter contato no mundo *offline*, quanto com pessoas distantes geograficamente ou socialmente (tiveram proximidade em algum período da vida e por circunstâncias, tais como mudança de emprego ou conclusão da faculdade, perderem o contato).

Segundo as próprias entrevistadas, as principais motivações para as publicações no *Facebook* eram, em ordem de preferência, a conexão com os “amigos”, o compartilhamento de informações pessoais (como fotos e locais onde se encontram no momento conhecido como *check-in*) e de mensagens. Em relação ao que elas mais fazem no site de rede social, em primeiro lugar é o acompanhamento das publicações no *Feed* de Notícias, em segundo lugar, publicar conteúdo e, por último, interagir com os amigos. Segundo as mulheres, o *Facebook* proporcionou a aproximação com familiares com pouco ou nenhum contato físico devido à distância geográfica e também com amigos da infância com quem não tinham mais nenhum contato há dezenas de anos. Além disto, todas as mulheres afirmaram que utilizam o *Facebook* para marcar encontros, enviar recados e convites, e bater papo com os amigos.

A sociabilidade feminina que se dá no âmbito do *Facebook* expressa bem o conceito desenvolvido por Simmel (in Moraes Filho, 1983) de que, no convívio social, as pessoas buscam e valorizam muito mais o ato de se sociar, de estar junto, do que o conteúdo envolvido na troca social. Ao observar a existência do grupo de mulheres no *Facebook* e como se dá a interação entre elas e sua rede de “amigos”, pude observar que o estabelecimento do contato, ou seja, a manutenção do relacionamento com os “amigos” é muito mais relevante do que o conteúdo que se troca nesta interação. Na sociabilidade feminina no *Facebook*, a conversa é o propósito em si e estaria de acordo com a realização de uma relação lúdica que só quer ser relação. Para Braga (2011) esta seria uma das características da interação virtual através da Internet, que devido ao relaxamento dos papéis formais desempenhados em outras situações interacionais, os momentos de sociabilidade seriam mais propensos ao fluxo de conteúdos espontâneos, íntimos ou inconscientes.

As mulheres observadas na pesquisa pareciam concordar com Simmel (1908, In Moraes Filho (org.), 1983) ao realizarem a prática da sociabilidade no *Facebook* como uma forma lúdica da sociação, pois nela não há espaço para “atritos com a realidade” e oferece para os envolvidos “uma riqueza de vida simbólica e lúdica que é tanto maior quanto mais perfeita ela é” (pág. 169). Segundo o mesmo, a interação monopoliza a sociabilidade que tem como principal finalidade o sucesso do convívio social em si e a lembrança dele. Para Simmel, para que o sucesso da sociabilidade ocorra é necessária a eliminação tanto do inteiramente



peçoal quanto do inteiramente objetivo (material da sociação) em prol da igualdade e da unidade; além disto, ela só é possível entre membros de classes sociais similares – “a sociabilidade entre membros de classes sociais muito diferentes é amiúde, inconsistente e dolorosa” (pág. 172). Para o autor, a sociabilidade é um “jogo de faz de conta” onde todos se sentem iguais e, ao mesmo tempo, cada um se sente reverenciado em particular. O grau de sucesso da sociabilidade é medido pelo equilíbrio e a reciprocidade do prazer e satisfação entre seus indivíduos; experiência esta que é suprimida de outras formas sociais por imperativos éticos que são descartados na sociabilidade. “A sociabilidade se se quiser, cria um mundo sociológico ideal, no qual o prazer de um indivíduo está intimamente ligado ao prazer dos outros” (pág. 172).

São muitos os fatores que revelam esta preferência pela sociabilidade como prática em si em detrimento ao conteúdo. O primeiro deles é o fato da conversação, que possibilita a interação e a sociabilidade, ocorrer em torno de diversos assuntos e nunca se realizar de uma forma aprofundada e consistente. A Internet é caracterizada por textos curtos. Desde o seu surgimento, instituiu-se que as mensagens enviadas por *email* e as conversas realizadas através das salas de bate-papo ou dos chats deveriam ser curtas, breves e objetivas - inclusive instituindo-se o uso de abreviações de palavras e muitas siglas para facilitar este encurtamento, devido à crença de que os usuários da Internet buscam agilidade e não querem perder tempo com textos longos.

Esta cultura da escrita reduzida e abreviada na Internet se manteve e ganhou ainda mais força na era das publicações e com os sites de redes sociais que, inclusive, costumam ser denominados *microblogs*, como se fossem uma “miniatura” dos sites de blogs. O termo *microblogs* indica que nos sites de redes sociais deve-se “falar” sobre os assuntos de forma resumida, em poucas palavras. O outro motivo para esta denominação é que num site de rede social, como o *Facebook*, as pessoas “falam” sobre diversos assuntos num único lugar, diferentemente dos blogs que possuem um assunto específico. Desta forma, os sites de redes sociais incorporariam diversos “blogs” em miniatura num único lugar, cada post e seus comentários equivaleriam a um *microblog*. Esta característica do *Facebook* já seria uma restrição ou limitação para que houvesse um aprofundamento maior dos temas que ali se desenvolvem. Ou seja, parece que a própria estrutura do site não pretende que ali se dê debates ou discussões aprofundadas e longas sobre qualquer assunto. Outra característica do site que parece estimular essa brevidade, diversidade e superficialidade das conversações é o fluxo de atualização automática das informações no *Feed* de Notícias e a diversidade dos assuntos que são veiculados pela rede de “amigos” que fazem com que as mulheres não consigam se deter mais do que alguns segundos em cada uma das publicações veiculadas. Enquanto se está comentando uma publicação de um “amigo”, dezenas de outras publicações estão sendo geradas e exibidas no *Feed* de Notícias. É preciso agilidade para interagir e acompanhar as publicações.

Outra característica do conceito de sociabilidade definido por Simmel (1983) e que é bem marcante nas interações realizadas pelas mulheres no *Facebook*, é a ausência de atritos com a realidade, isto é, os motivos da sociação implicados na vida prática perdem a importância neste contexto interacional. Portanto, a sociabilidade seria marcada pelo “consenso operacional” enunciado por Goffman (1998) que pode ser explicado como uma espécie de concordância superficial resultante do engajamento comum e voluntário dos participantes envolvidos na interação social que optam por abstrair suas posições sociais em prol de uma definição da situação compartilhada por todos. Segundo Goffman, a manutenção desta concordância superficial é possibilitada pelo fato de cada participante ocultar seus próprios

interesses e pela existência de um acordo real quanto à conveniência de se evitar um conflito aberto de definições da situação. A ausência de atritos com a realidade (Simmel) e o consenso operacional (Goffman) foram constatados na sociabilidade realizada pelas mulheres no *Facebook*. A conversação em rede das mulheres observadas é constituída pela troca de mensagens sempre positivas, marcadas por elogios, declarações de carinho, admiração e amizade. Braga (2011) acrescenta que em ambientes virtuais, como o *Facebook*, existe uma vinculação com as dinâmicas de sociabilidade, de relação entre pares, análogas a uma relação de amizade. Nesses ambientes, é conveniente manter relações amistosas, cordiais, mesmo com estranhos. Falar de modo formal e frio pode ser entendido como arrogância e grosseria, então as relações nessas redes são “pessoalizadas”, mesmo que superficialmente.

A amabilidade presente na conversação em rede entre as mulheres e seus “amigos” no *Facebook* pode ser uma consequência da interação à distância e permanente. A ausência do contato face a face permite que as mulheres se sintam mais à vontade para realizar conversações marcadas pelo sentimentalismo já que não há o constrangimento da presença física e da percepção de sinais emitidos na troca de olhares e nas expressões faciais involuntárias. A interação mediada pelo computador não exige a instantaneidade da conversa face a face; a conversação se dá de uma forma construída, ou seja, as mulheres podem refletir previamente o quê e como irão escrever, podem escolher as melhores palavras e até mesmo editá-las antes de efetuar a publicação.

Todo este contexto positivo de interações amáveis e amistosas existente no *Facebook* reforça a sensação de pertencimento à rede de relacionamento e o sentimento de amizade e sintonia entre as mulheres e seus “amigos”, o que resulta em uma sensação de bem-estar que se torna um estímulo e um atrativo para a utilização frequente e contínua do site de rede social. O sentimento de pertencimento nos remete ao conceito de comunidade que, com a chegada da Internet, deixou de ser estabelecida pelos limites de um espaço físico e passou a ser definida por um grupo de pessoas que se interligam entre si através de uma complexa rede.

Ray Oldenburg, citado por Hamman (1998, online) e Rheingold (1996:61), afirma, em sua obra “*The Great Good Place*”, que as comunidades estariam desaparecendo da vida moderna devido à falta dos lugares que ele chamava “*great good places*”. Segundo ele, haveriam três tipos importantes de lugar em nossa vida cotidiana: o lar, o trabalho e os “terceiros lugares”, referentes àqueles onde os laços sociais fomentadores das comunidades seriam formados, como a igreja, o bar e a praça. Esses lugares seriam mais propícios para a relação social que ele julga necessária para o “sentimento de comunidade”, porque aqueles onde existe o “lazer”, onde as pessoas encontram-se de modo desinteressado para se divertirem (lugares de vida pública “informal” nas palavras do autor). Como esses lugares estariam desaparecendo da vida moderna, devido às atribulações do dia a dia, as pessoas estariam sentindo que o “sentimento de comunidade” estaria em falta. O trabalho de Oldenburg revelou que na maior parte das cidades da América e do Ocidente realmente havia um declínio desses “terceiros lugares”.

Rheingold (1996) aponta para esta ausência do “sentimento de comunidade” como uma das causas do surgimento das comunidades virtuais. Hamman (1998) afirma que a comunidade virtual não seria uma nova forma de socialização, mas simplesmente a comunidade tradicional transposta para um novo suporte para manter os laços sociais. Recuero (2001) aponta que este pensamento se fundamenta no fato de que grande parte das comunidades

virtuais que sobrevive no tempo traz os laços do plano do ciberespaço para o plano concreto, promovendo encontros entre seus membros. No caso do *Facebook* estamos diante do sentido inverso, os laços do plano concreto migraram para o ciberespaço.

Até mesmo quando se trata de uma publicação caracterizada por uma emissão de crítica, protesto ou reclamação de algum fato público ou de uma experiência negativa vivenciada com alguma empresa, a relação de conflito se dá apenas entre a emissora da mensagem e o seu objeto de reclamação. Caso algum “amigo” não concorde com aquela manifestação, a prática que se vê é apenas a de se ausentar, não há comentários contra, somente a favor. Ou seja, somente os “amigos” que compartilham a mesma opinião é que a reforçam através de comentários de apoio.

*Esther* publica uma mensagem de crítica ao aumento do número de pessoas que tem assumido sua opção sexual e defende que tal prática seria um indício do fim do mundo. Mesmo sendo uma opinião bastante polêmica e que, com certeza, existem pessoas em sua rede de “amigos” que discordam do seu radicalismo, não houve nenhuma publicação contrária à opinião de *Esther*. Os comentários feitos foram somente de “apoio” e “concordância” o que reforça o pensamento de que o *Facebook* não é um espaço para atritos.

Apesar de possuir muita similaridade com o conceito de sociabilidade desenvolvido por Simmel (in Moraes Filho, 1983) e por Goffman (1988), a sociabilidade das mulheres no *Facebook* apresenta outras características possibilitadas pelas especificidades do site de rede social; como observa Recuero (2012), as práticas sociais de interação e conversação costumam se adaptar às características e recursos oferecidos pelas novas tecnologias.

A principal diferença entre o comportamento relacional das mulheres no *Facebook* e o conceito de sociabilidade desenvolvido por Simmel é o entendimento do autor alemão de que, ao se tornar sociável, o homem perderia as qualificações particulares de sua personalidade, ou seja, a sociabilidade o afastaria das esferas puramente interiores e inteiramente subjetivas de sua personalidade. Para Simmel, os “limiars superiores” de sociabilidade são transpostos quando os indivíduos interagem motivados por propósitos e conteúdos objetivos e os “limiars inferiores”, quando seus aspectos subjetivos e inteiramente pessoais se fazem sentir. Nestes casos, a sociabilidade deixaria de ser o princípio formativo e central das sociações e se tornaria, no melhor dos casos, uma conexão formalista e superficialmente mediadora. Segundo o autor, a discreção, é a condição primeira da sociabilidade no que diz respeito ao comportamento de uma pessoa em relação a outras, e é igualmente muito exigida com respeito à relação consigo mesmo. Em ambos os casos, sua violação provoca a degenerescência da forma de arte sociológica da sociabilidade num naturalismo sociológico. É evidente que os valores e os padrões sociais de comportamento de 1908 contribuíram para esta definição de Simmel, já que nesta época as pessoas eram extremamente polidas e recatadas em suas interações sociais e preservavam ao máximo seus aspectos pessoais, ou seja, sua vida íntima. Havia uma separação extremamente clara entre a existência no mundo público – reservada, polida e recatada – e a vivência no mundo privado. Mais de cem anos depois, o que é percebido é uma aproximação cada vez maior entre os dois espaços – público e privado -, ou seja, uma unificação entre o “eu” social e o “eu” íntimo dessas mulheres.

No caso do *Facebook*, temos uma modalidade de interação realizado pelas mulheres, que denominei de “serviço”, que parece situada nos “limiars superiores” citados por Simmel.



Trata-se da publicação de um pedido objetivo e direto em relação a um determinado assunto como, por exemplo, dicas de viagem, dicas de programa cultural, indicação de empregada doméstica ou babá, indicação de hotéis, pousadas e restaurantes e qualquer outro tipo de ajuda neste sentido. Denominei de “utilidade pública”, pois é se configura numa interação que possui um objetivo final. Aqui não estamos tratando de uma conversação pelo ato em si.

*Amanda* está programando sua próxima viagem de férias e pede uma indicação de uma hospedagem “bed & breakfast” em Viena. Vale destacar que este tipo de publicação é a que costuma gerar um maior número de “respostas”. Interessante também notar a agilidade com que *Amanda* e os “amigos” interagem. A interação se deu num único dia, num período de 6 horas, sendo que alguns comentários se deram no mesmo segundo ou com intervalo de poucos segundos.

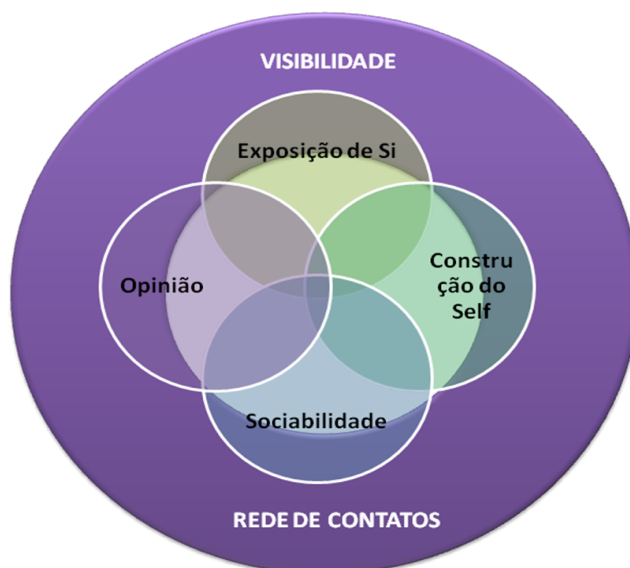
No caso da transposição dos “limiões inferiores”, quando os aspectos subjetivos e inteiramente pessoais dos envolvidos na interação se fazem sentir, entendo que ao ser marcada e estimulada pela visibilidade e pela exposição de si, da vida cotidiana e da emissão de opinião a cerca do que rodeia as mulheres, a sociabilidade feminina no *Facebook* é constituída por elementos subjetivos e pessoais. Por não haver a presença física, o contato face a face, a sociabilidade no *Facebook* tem como ponto de partida uma publicação, seja de texto, vídeo ou foto. E as publicações das mulheres são sempre marcadas pela exposição de si, da vida cotidiana e da emissão de opinião, consequência da visibilidade propiciada pelo site de rede social e valorizada na sociedade contemporânea. Sendo assim, podemos dizer que a sociabilidade feminina no *Facebook* é uma adaptação da prática que se dá no ambiente *offline* e descrito por Simmel. Apesar de haver no site de rede social a prevalência pela busca do contato, do relacionamento, pelo “estar conectado” em detrimento ao conteúdo, foi identificado, que no caso da interação realizada entre as mulheres e sua rede de relacionamento há sim a presença do subjetivo e do pessoal que como já foi relatado se apresenta através da exposição de si e da vida cotidiana.

### Considerações Finais

Ao realizar o estudo da sociabilidade e da exposição de um grupo de mulheres economicamente ativas na faixa etária de 30 a 45 anos no *Facebook* pode ser constatada a existência de uma relação direta entre a visibilidade possibilitada pelo site e a sociabilidade das mulheres. Seja porque a sociabilidade se dá através de uma conversação pública, coletiva e permanente, mas, também, porque é a partir de publicações que buscam a visibilidade, a exposição e a veiculação de opiniões, e consequentemente a construção e reconstrução do “eu social” dessas mulheres, que se dá início à conversação e à sociabilidade. A visibilidade é possibilitada pela estrutura do próprio site do *Facebook*, com seu *Feed* de Notícias, as páginas individuais com fotos e informações pessoais, as notificações e as redes de “amigos” que contemplam conexões de diversos graus de relacionamento (laços forte e laços fracos), e também pela própria cultura de “confiança” e “segurança” incorporada por seus usuários.

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

### Representação das práticas femininas no *Facebook*



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

Uma reflexão que se pode ter em torno desta constatação é sobre qual seria a real motivação da utilização do *Facebook* pelo grupo de mulheres observado. Apesar das próprias mulheres afirmarem que a principal motivação seria o relacionamento com os amigos próximos e distantes, seja pela interação ou pelo acompanhamento dos acontecimentos de suas vidas através de suas publicações, é perceptível a forte sedução que as práticas de exposição de si, de espetacularização da vida cotidiana e de veiculação de opinião, que, por consequência, servem de instrumentos para a construção e reconstrução da identidade exerce sobre as mulheres. Portanto, podemos considerar apesar da prática da sociabilidade ser reconhecida pelas mulheres como a principal motivação para utilização do *Facebook*, ela está diretamente relacionada com outras práticas promovidas pelas mulheres no site.

Outro ponto relevante a ser destacado é que, como pode ser observado, apesar do enorme número de “amigos” que as mulheres possuem em suas redes, a sociabilidade se dá entre um número extremamente reduzido de pessoas que não costuma variar muito. Ou seja, as mulheres costumam se sociabilizar no *Facebook* sempre com o mesmo grupo de pessoas. O interessante é que este grupo que interage entre si (“rede de interação”) é estabelecido e determinado por critérios que nada tem a ver com o grau de relacionamento que as pessoas têm entre si e muito menos com a proximidade que possuem no mundo *offline*.

O critério de formação dos grupos de sociabilidade das mulheres é o grau de intensidade de utilização do *Facebook* – normalmente a sociabilidade se dá entre os usuários que acessam o site diariamente, em diversos momentos do dia - e a afinidade com os assuntos abordados, por exemplo, mães de filhos pequenos. Os “amigos” que interagem com as mulheres são usuários assíduos e permanentes do *Facebook* que, como pude identificar, promovem uma

conversação em rede síncrona, em tempo real, apesar da permanência do conteúdo publicado no site oferecer a possibilidade da modalidade assíncrona de conversação. Desta forma, podemos concluir que a sociabilidade através do *Facebook*, por não exigir a proximidade física e territorial, estabeleceu novos parâmetros de proximidade e amizade. Na conversação em rede mediada pelo computador, os “amigos” mais próximos são os que estão sempre disponíveis e acessíveis para prática da interação. Esta constatação reforça a aproximação da sociabilidade praticada no *Facebook* com o conceito desenvolvido por Simmel, já que o fato da prática da conversação se dar entre as pessoas mais disponíveis para tal comprova que as mulheres e seus “amigos” buscam em primeiro lugar a sociabilidade como prática em si, ficando o conteúdo e o grau de relacionamento e intimidade que se tem no mundo *offline*, no caso do *Facebook*, em segundo plano.

Outra característica bem marcante da sociabilidade e da exposição feminina no *Facebook* é a variedade de temas que são veiculados e tratados pelo grupo de mulheres, o que parece representar ou reproduzir o complexo e diversificado universo em que elas estão inseridas. Esta é uma característica bem específica do grupo observado. Como usuária do *Facebook*, é possível observar, por exemplo, uma apropriação do sexo masculino para discutir futebol – na maior parte dos casos durante a realização dos jogos ou no dia seguinte – e das adolescentes, para exibição do corpo, por exemplo. Já a existência das mulheres economicamente ativas e na faixa etária dos 30 a 45 anos no *Facebook* é constituída pela exposição e pela sociabilidade em torno de temas como filhos, trabalho, política, economia, viagens, cuidados com a beleza, dieta, romance e momentos de lazer.

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

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

Ainda sobre a prática da sociabilidade feminina, foi identificado que a conversação entre as mulheres e seus “amigos” é caracterizada pela amabilidade e pelo consenso operacional (Goffman, 1998), ou seja, não há espaço para críticas ou discordâncias. Parece haver uma exacerbação das emoções e dos afetos facilitada pela comunicação mediada pelo computador. Por não estarem numa interação face a face, as mulheres se sentem mais à vontade para expor suas emoções e afetos. Além disto, devido ao *Facebook* ser

caracterizado por um espaço de visibilidade das redes sociais, é compreensível que as pessoas promovam uma super valorização de suas “amizades” através da troca de elogios e palavras amáveis. Essas características são bem típicas da sociabilidade das mulheres observadas; não aparecem de forma tão significativa nas interações de outros perfis de usuários do *Facebook*. No caso dos adolescentes, por exemplo, é possível identificar a troca de insultos entre eles, relacionados à exposição do corpo através das fotos e aos relacionamentos, através da conversação no site. No caso da presença masculina, é comum os homens discordarem e fazerem gozações entre si sobre futebol. O que se conclui é que este alto índice de amabilidade presente na sociabilidade feminina através do *Facebook* é motivado pela necessidade do sentimento de pertencimento - já que sempre recebem um retorno de concordância, apoio e exaltação, seja através das “curtidas”, dos comentários ou dos compartilhamentos de suas publicações, que podem ser um indício da falta da prática da sociabilidade no mundo *offline*, seja por falta de tempo ou por falta de “locais” para tal.

A sociabilidade através do *Facebook* é uma prática totalmente incorporada às vidas das mulheres observadas nesta pesquisa. A facilidade e agilidade na prática da sociabilidade oferecida pelo *Facebook* parece ter se encaixado como uma luva na vida atarefada das mulheres economicamente ativas que desempenham inúmeros papéis ao longo das 24 horas de seu dia. Graças aos dispositivos móveis e aos seus computadores pessoais do trabalho e de casa, as mulheres interagem com pessoas muito próximas, como maridos, filhos e namorados; mantém suas amizades do mundo *offline*; retomam relacionamentos perdidos ao longo do tempo por imposições da vida, como término da faculdade ou mudança de emprego; e se tornam mais próximas de amigos e familiares distantes geograficamente. Muitos grupos de amigos têm se reencontrado, inclusive promovendo encontros presenciais, graças ao *Facebook*. Retomar a amizade com um colega da escola primária, sem que houvesse a coincidência de um encontro presencial, parecia uma tarefa praticamente impossível antes do surgimento do site de rede social.

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

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

*Amanda*, por exemplo, relatou durante as entrevistas: “Acredito que aqueles que ainda não tenham se afirmado nas ferramentas humanas de comunicação possam se sentir mais seduzidos pelas ferramentas virtuais. No entanto, no momento em que se domina a habilidade de comunicação direta, as virtuais se tornam apenas OUTRAS ferramentas. Importantes e que facilitam a vida, mas OUTRAS, não as principais”. Portanto, o *Facebook* representa na vida destas mulheres - mergulhadas em seu universo conflitado de profissionais, mães, esposas ou namoradas, donas de casa e até mesmo chefes de família -, uma ampliação de sua sociabilidade, até então restrita ao ambiente familiar e ao círculo de pessoas com quem conviviam em seus ambientes sociais, na maior parte, em seus trabalhos. Como bem destacou Mirela, uma das mulheres observadas, as interações mediadas e as face a face não representam, para o grupo observado, formas de comunicação diferentes e ressalta que nem sempre a presença do interlocutor é possível devido às restrições de tempo que temos na sociedade contemporânea. “Encaro os meios digitais como um complemento e não com um substituto das relações presenciais”, destacou nas entrevistas. Portanto, com a utilização do *Facebook*, o horizonte da sociabilidade destas mulheres se ampliou fazendo com que também se amplie o sentimento de pertencimento e de conexão.

## REFERÊNCIAS

BRAGA, Adriana. Sociabilidades digitais e a reconfiguração das relações sociais. *Desigualdade & Diversidade – Revista de Ciência Sociais da PUC-Rio*, no 9, ago/dez, 2011, pp. 95-104

\_\_\_\_\_. Sociabilidade no Livro de Visitas: uma dimensão comunicacional da feminidade contemporânea. In: Braga, A. (org.). *CMC, Identidades e gênero: teoria e método*. Covilhã/Portugal: Universidade da Beira Interior, 2005, p. 25-55.

\_\_\_\_\_. *Personas materno eletrônicas: feminilidade e interação no blog Mothern*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1998.

RECUERO, Raquel. *Linguagem e Expressão no IRC*. XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação – Campo Grande /MS – setembro 2001.

\_\_\_\_\_. *Comunidades Virtuais no IRC: O Caso do #Pelotas: Um estudo sobre a comunicação mediada por computador e a estruturação de comunidades virtuais*. Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Informação. 2002.

\_\_\_\_\_. *Redes Sociais no Ciberespaço: Uma Proposta de Estudo*. Trabalho apresentado ao NP-08 – Núcleo de Estudo de Tecnologias Informacionais da Comunicação do XXVIII INTERCOM, na ECO- UERJ, Rio de Janeiro, em setembro de 2005.



\_\_\_\_\_. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

RHEINGOLD, H. A Comunidade Virtual. Lisboa: Gradiva, 1ª Edição. 1996.

SIMMEL, Georg; MORAES FILHO, Evaristo de. (Org.). Sociologia. São Paulo: Ática, 1983.

TURKLE, Sherry. A vida no Ecrã: a identidade na era da internet. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

\_\_\_\_\_. Alone Together: Why we expect more from technology and less from each other.  
USA: Basic Books, 2011.