

Sou curtido, logo existo: Vivendo sob a pressão do ‘curtir’¹

Maria Stella Galvão SANTOS²
Universidade Potiguar, Natal, RN

Resumo

No passado recente, palavras, expressões e gestos podiam expressar concordância às afirmações do interlocutor. Na cultura analógica, anterior ao universo pré-digital massivo, imperavam as relações interpessoais presenciais. Na cultura digital, marcada pelo acúmulo de horas em intensa coexistência com outros internautas, a manifestação mais frequente de aplauso, apoio e alinhamento no plano das ideias e opiniões passou a ser incorporado pelo botão ‘Curtir’, que reina como objeto de desejo na rede social digital Facebook. Curtir virou sinônimo de sintonia, amizade, adesão, e também da inevitável popularidade daquele que emite o post muitas vezes curtido. Neste artigo, examinamos a dimensão e repercussões dessas manifestações online, à luz de teóricos contemporâneos e com base em um levantamento focal de ‘curtidores’, grupo constituído por amigos ‘facebookianos’.

Palavras-chave: Facebook; Cultura; Tecnologias.

A todo instante, pessoas compartilham na internet suas angústias, frustrações, emoções, sucessos e toda sorte de impressões sobre si e o microcosmo que a cerca. Expressar-se nunca foi tão acessível em um espaço virtual, o Facebook³, rede de relacionamento que transfere ao usuário para o poder de “curtir” o sentimento alheio, de *compartilhar* o que lhe parece relevante e de *comentar* sobre uma imagem, opinião ou qualquer forma de expressão do outro. Quando ninguém comenta as postagens de um perfil, o emissor está ‘falando sozinho’.

Segundo dados da própria tecnologia social (FACEBOOK, 2013) 1,2 bilhão de usuários estavam ativos em setembro de 2013. Eles compartilham informações, assistem vídeos, conversam por aplicativo de troca de mensagens instantânea, postam fotos e jogam *games* sociais. Líder global em medições e análises digitais, a comScore Inc divulgou em março/2013 o *Brazil Digital Future in Focus*, que apontou o Facebook como a mídia social mais acessada no Brasil. “Consumidores no Brasil passam mais de 27h por mês online em seus computadores, representando a média mais alta de envolvimento de todos os oito mercados latino-americanos analisados.” (COMSCORE, 2013). Outro dado deste levantamento aponta que a audiência da internet no Brasil continua

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e internet do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Professora dos Cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da ECA-UnP, email: stellagalvao@unp.br

³ Site de relacionamento que surgiu nos Estados Unidos em 2005.

relativamente jovem, com 18% dos usuários com idades entre 18-24 anos e 30% entre 25-34 anos.

Uma das funcionalidades mais utilizadas do Facebook é o botão ‘Curtir’. Com ela o usuário pode recomendar um comentário, imagem, link, vídeo ou qualquer outra postagem de outro usuário disponibilizada no software social. ‘Curtir’ significa dizer à sua rede social virtual (‘amigos’) que o conteúdo é interessante e merecedor de sua indicação. recomendação positiva torna visível, além do conteúdo, outros usuários que compartilham da mesma opinião. O recurso abre possibilidades de interação entre usuários que não se conhecem e estimula a viralização da informação. É fato que os estudos específicos de comportamento entre usuários do e no Facebook são relativamente recentes, mas em geral abordam a necessidade de visibilidade, “a superexposição consumida como entretenimento” e a ficcionalização da vida real (DAL BELLO, 2009) como os aspectos fundantes do fascínio pelas redes sociais.

Alguns termos do Facebook “oficial” (norte-americano) foram traduzidos como: *like* (curtir), *comment* (comentar), *share* (compartilhar), *friends* (amigos), *profiles* (perfis), *fan pages* (páginas de fãs, ou apenas páginas). Outros, entretanto, permaneceram com a nomenclatura original, como a *timeline*, por se constituírem como definições de uso corrente entre alguns usuários no Brasil, embora também exista a tradução “linha do tempo”.

O site (FACEBOOK, 2013) define a funcionalidade como um recurso para o usuário fazer comentários positivos ou criar *links* para páginas que julga relevante. Pode-se vincular um perfil a conteúdos externos ao site por meio de *plug-ins* sociais ou anúncios dentro e fora do Facebook. Portanto, o recurso não se restringe ao ambiente da tecnologia social e é comum ser adicionado à qualquer página da internet. Ao ‘curtir’ o conteúdo de fora o usuário traz para sua rede social articulada no Facebook uma discussão acerca da informação compartilhada.

A manifestação positiva ‘Curtir’ também é bastante utilizada para recomendar as *fan pages*. Trata-se de páginas especiais presentes no site que podem ser criadas para representar uma organização, marca ou grupo social. São utilizadas como extensões de outras ferramentas digitais na internet, por exemplo, o acesso a sites ou blogs. No

contexto do Facebook, o usuário tem como premissa a divulgação e compartilhamento de informações quaisquer, de seu interesse, e que serão visualizadas por outros usuários que terão a possibilidade de interagir através das ações propostas pela interface.

O conceito de Sociedade Líquida desenvolvida por Bauman baseia-se em um cenário marcado pelo desapego nas relações pessoais, instável, individualista, à deriva em meio à sensação de liberdade e, simultaneamente, de insegurança. O mundo virtual cumpriria, assim, a função de amparar essa ambiência de incertezas nas relações pessoais. Segundo Bauman, o temor generalizado leva-nos a evitar, cada vez mais, espaços públicos e o contato com estranhos. No ambiente líquido-moderno, as redes sociais virtuais mitigam as incertezas, perigos e ameaças da vida real, e ajudam a criar redes de colaboração e de comunicação. Um trabalhador ativo, criativo e culturalmente hábil para se deslocar e gerenciar perfis com hábitos, interesses, preferências, gostos e humores.

Se pensarmos na perspectiva da Sociedade do Espetáculo, conceito proposto há décadas por Guy Debord (1997), a mídia social predominante nestes tempos líquidos se encaixa perfeitamente na ideia de reunir muitos amigos virtuais no Facebook. E o espetáculo se completa de acordo com o número de pessoas que curtiram ou compartilharam uma postagem ou uma imagem completando desta forma o perfeito ideal do “aparecer” perante esta sociedade “espetacularmente conectada” a um mundo virtual muito mais interessante e dinâmica do que o mundo real.

Em uma perspectiva dos meios de comunicação, Lúcia Santaella (2003) defende a existência de outra cultura, que seria intermediária, situada entre a cultura das massas e a cibercultura a qual denominou de “Cultura das Mídias”. Para Santaella (2003), essa cultura das mídias possui traços da cultura mais forte anteriormente: a cultura baseada nos meios de comunicação de massa; e também, da cibercultura. Assim, hoje estamos vivendo a “era” da “cultura das mídias” em que convergem as mídias tradicionais e internet.

[...] quaisquer mídias, em função dos processos de comunicação que propiciam, são inseparáveis das formas de socialização e cultura que são capazes de criar, de modo que o advento de cada novo meio de comunicação traz consigo um ciclo cultural que lhe é próprio (SANTAELLA, 2003, p. 25).

Bourdieu (1983) considera como a realidade é reproduzida por nossas práticas. O ambiente em que se cresce transmite valores e crenças, prazeres e desprazeres, criando disposições de pensamento e comportamento que se tornam *habitus* da pessoa. As ações e escolhas são determinadas pelo “*habitus* em nós”. Não se é livre desde que se é produto de fatores externos. Classe social e filiação cultural estão interligadas. Pierre Bourdieu retira a exclusividade dos fatores econômicos do epicentro das análises da sociedade, liberando o conceito de violência simbólica, o qual se traduz em gostos e estilos de vida legitimados pelas classes dominantes, e que gera, pelo consumo, a distinção social.

Perfis, preferências, gostos de consumo nas redes digitais são desprovidos de substância material, o que desfaz a premissa das explicações de base utilitária do comportamento do consumidor, e também das teorias clássicas baseadas em necessidades racionais e de utilidade econômica. São experiências que não são reais, no sentido material, nem imaginárias (no sentido de estarem apenas na mente).

Na conjuntura das mudanças engendradas pela cibercultura, além das reconfigurações das noções de tempo, espaço, território, o fenômeno que corrobora diretamente para enriquecer os estudos da recepção e, com isso, reconfigurar também as concepções de infância, é a possibilidade de, “pela primeira vez, qualquer indivíduo, a priori, emitir e receber informação em tempo real, sob diversos formatos e modulações (escrita, imagética e sonora) para qualquer lugar do planeta” (LEMOS, 2003, p.3), caracterizando a era da Web 2.0.

A internet deixa de ser vista em seu caráter restrito, instrumental, primordialmente usada para tratamento e transmissão de dados, e torna-se uma plataforma que se oferece como ambiente de interação, participação e co-criação de usuários e desenvolvedores. Nesta teia de comunicações generalizadas, a chamada liberação do polo de emissão sem controle de conteúdo promove uma revolução na produção, circulação e recepção de informação e, com isso, inaugura a possibilidade de ressignificar os meios de comunicação de massa.

Compartilhamento, coparticipação, colaboração, coletividade, coautoria conectividade, comunicação mediada por computador. Trata-se da reunião de alguns dos principais fundamentos que caracterizam o novo paradigma que emerge no bojo da cibercultura. A passagem de uma internet instrumental, que se instituía pela colheita e difusão de conteúdos, para uma internet social e caracterizada pela participação dos usuários, possibilitou aos indivíduos o acesso a um conjunto de dispositivos que permitem a troca e a criação de conteúdos integrados e de interesse comum. Assim, estimulando a colaboração e a execução de atividades coletivas, nasceram os primeiros sites de redes sociais em meados da primeira década do século atual. (SANTOS e CYPRIANO, 2011)

Considerar o desejo pelo outro é partir do pressuposto de que a rede só existe numa perspectiva dialógica e alteritária. É indispensável, portanto, recorrer ao filósofo da linguagem Mikhail Bakhtin para analisar este exercício alteritário na existência em rede das crianças partindo de sua premissa de que a vida é dialógica por natureza. (BAKHTIN, 2003) O usuário de um site de rede social deseja estar em rede, deseja o outro e fala para ele – com palavras, sons, imagens e cliques em determinados botões.

Em seu texto “Discurso na Vida. Discurso na Arte”, ao reivindicar um método sociológico para pensar a linguagem como um todo, sobretudo como expressão humana, Bakhtin (s/d) dedica-se a estudar o discurso verbal e o caráter ideológico (no sentido dos valores que carrega) das palavras que embalam as visões de quem fala e de seu interlocutor. Para o autor, qualquer fala se caracteriza pela coautoria de quem pronuncia e de quem ouve. É este um dos pontos mais importantes na análise de qualquer discurso sobre o “eu”: ao falar de si, fala-se do outro e para ele, instaurando-se uma relação dialógica.

Numa análise sobre os processos de sociabilidade nas redes sociais, Santos e Cypriano (2011) apontam que aplicativos como este de ranqueamento de amizades podem ser considerados estimuladores para expor à rede comentários ou queixas sobre uma posição pouco privilegiada, como se confere na imagem acima. Para os autores, trata-se de uma apropriação lúdica desses aplicativos pelos usuários para reafirmarem formas de ação recíproca ou redefini-las em novas formas de constituição de redes sociais

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BOURDIEU, P. **Gostos de classe e estilos de vida**, in ORTIZ, R. (org.) *Pierre Bourdieu*. São Paulo: Ática, 1983.
- DAL BELLO, C. **Cibercultura e subjetividade**: uma investigação sobre a identidade em plataformas virtuais de hiperespetacularização do eu. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Semiótica. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em:
http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/%20arquivo.php?%20codArquivo=9410.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- LEMOS, A. **Cibercultura**: alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, André e CUNHA, Paulo (orgs). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- SANTAELLA, Lucia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n.22, 2003, p. 23-32. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3229/2493>>. Acesso em: 27 fev. 2014.
- SANTOS, Francisco C. & CYPRIANO, Cristina P. **Redes sociais, redes de sociabilidade**. Trabalho apresentado no V Simpósio Nacional ABCiber, 2011. Disponível em
<http://simposio2011.abciber.org/anais/Trabalhos/artigos/Eixo%204/4.E4/113.pdf>. Acesso em 05/06/2012.
- Internet:*
A comScore Lança o Relatório ‘2013 Brazil Digital Future in Focus’
Press release. 7 mar. 2013. Disponível em:
http://www.comscore.com/por/Insights/Press_Releases/2013/3/comScore_Releases_2013_Brazil_Digital_Future_in_Focus_Report. Acesso em: 20 jan. 2014.
- FACEBOOK. **Estatísticas**. Disponível em:
<<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>>. Acesso em: 28 jan. 2014, 11h28.
- FACEBOOK. Central de ajuda. **O que é o botão Curtir?** Disponível em:
<<http://www.facebook.com/help/search/?q=O+que+%C3%A9+o+bot%C3%A3o+Curtir%3F>>. Acesso em: 28 jan. 2014.

ENTREVISTAS REALIZADAS VIA FACEBOOK (Entre 25 e 26 jan.2014)



[Stella Galva](#)

[Em 25/05/2013/](#)

Pesquisei sobre a função CURTIR nesta sala de estar que virou o facebook. Agradeço retorno (por mensagem) de quem puder contar quando, por que e em quais circunstâncias curte. E qual valor atribui às curtidas que recebe. Curtirei cada contribuição! ☺



[Curtir](#) · [Promover](#) · [Compartilhar](#)

[Sandra Donati](#), [Carol Caiana](#), [Luciana Miranda](#) e [outras 10 pessoas](#) curtiram isso.



[Luciana Miranda](#)

Para mim o curtir é um carinho que faço para meus amigos de FB, quando gosto, concordo, aprovo o que postaram. Da mesma maneira, encaro as curtidas que recebo como um carinho.



[Thiago Martins](#)

É uma forma de reconhecimento - boa ou ruim - do que é publicado nesta sala de estar que virou o Facebook. Uma manifestação daquele conteúdo visto pelos amigos e que de alguma maneira se encontra ali - seja na semelhança ou discordância das ideias. Enfim, é uma maneira geral de ir ao encontro do conteúdo publicado.



[Guilherme Meirelles](#)

Eu vejo o ato de Curtir na rede social sob dois aspectos. Do lado de quem curte, é uma

manifestação de identificação e simpatia tanto para com a mensagem em si como pela pessoa que posta a mensagem. Há que considerar também o tipo de postagem - pode ser mais pessoal, como uma foto em uma festa de amigo, contextual (relativa a um determinado assunto) ou estética. Pesa também a meu ver, o grau de relacionamento que o internauta tem na vida real com o autor da postagem. Na outra ponta o autor da postagem que recebe uma curtida tem neste gesto um sinal de prestígio e reconhecimento do impacto que a postagem causou, caracterizando-se como uma forma de poder simbólico na rede social. Na minha ótica, o volume de curtidas tem mais valor do que a quantidade de amigos, que são adicionados voluntariamente, enquanto as curtidas dependem da decisão provocada frente a uma reação causada pela postagem. Espero ter colaborado.



[Jam Nilson](#)

Tento não curtir por curtir. Se curto, comento. Ainda que nem sempre curta o q comento. Quanto ao peso, pesa. Sempre q jogo algo aqui no sofá da sala de estar, retorno pra ver se alguém olhou (curtiu?) ou mexeu (comentou?)



[Jh Junior Santos](#)

No meu ponto de vista, a ferramenta curtir tem por finalidade oferecer ao usuário (a) que lê/vê algo a possibilidade de aprovar algo ou dizer que compartilha a mesma opinião que o autor da publicação, basicamente como em uma conversa quando achamos algo que o outro disse legal, interessante. Como o facebook não permite a expressão verbal deste sentimento, o simples like tem o "poder" de substituí-lo de uma maneira rápida e fácil. Quando vejo algo que acho interessante e não tenho muito tempo de digitar eu vou lá e curto, pois assim a pessoa poderá saber que de alguma forma eu achei a publicação dela legal.



[Ruth Helena Bellinghini](#)

Eu curto quando vejo uma foto muito bonita, uma mensagem que me toca ou que percebo que quem postou precisa de um apoio. Textos eu só clico o curtir depois de ler e alguns posts mais longos tb.



[Flávio Macedo](#)

Em minha opinião, as curtidas no facebook são influenciadas pelas relações que as pessoas possuem com seus contatos (marcas no caso de fanpages) fora da rede social. Acho que muitas vezes as pessoas costumam curtir algo não muito pelo conteúdo, e sim em consideração a quem está postando.



[Henrique Avelino](#)

O curtir ultrapassa a objetividade do gostar e achar bacana uma postagem. Ela é a verdadeira conexão social, aquele ponto onde há convergência dos interesses e pensamentos. É uma manifestação de pertencimento, é a interseção das relações digitais.

Receber uma curtida - ou múltiplas - é a constatação de que outros estão alinhados aos seus pensamentos. É o que quebra o adágio de que estamos aqui numa solidão coletiva/compartilhada.



[Margareth Martins](#)

Curto o que me chama a atenção....



[Ruth Lima](#)

Curto situações engraçadas, interessantes e coisas que acho relevantes.



[Carol Caiana](#)

Eu curto algo que eu concordo ou que me faça pensar a respeito. Também o que ganha minha admiração, acho bacana, sejam atitudes ou ideias. Coisas que eu teria orgulho de reproduzir igualmente aquilo que curti.



[Jose Raul](#)

Curto postagens que julgo interessantes, algo curioso que foge da normalidade. Curto comentários que confirmam, negam ou criticam minha opinião, que fazem repensar o meu ponto de vista. Curto imagens de paisagens lindas, fotos de amigos, situações engraçadas.

Eventos, festas que poderei comparecer. Curto atitudes éticas e morais. Curto coisas engraçadas, as vezes um comentário tosco, algo que me faça rir.



[Andreia Mendes](#)

Eu geralmente curto fotos familiares, fotos de natureza e alguns aforismos clássicos ou de personalidades bem conhecidas. Gosto quando as pessoas curtem o que posto, mas noto que quanto mais intelectual ou engajada politicamente for minha postagem, menos curtidas recebo.



[Alexandre Gomes](#) curto como culto e gosto do visual e de declarações interessantes que me chamem atenção por boa autoria. Claro que dentro da rede a curtida se igualaria a um elogio ou reconhecimento de valorização e respaldo.



[Stella Galva](#) Ótimas contribuições. Agradeço muitíssimo, incluindo aos q responderam na sala íntima (inbox). ☺