

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

O Processo de *Lifestreaming* em Serviços da *Web 2.0* no Contexto da Pós-modernidade: um estudo no agregador friendfeed

Sandra Bordini Mazzocato

Porto Alegre, 2009

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

O Processo de *Lifestreaming* em Serviços da *Web 2.0* no Contexto da Pós-modernidade: um estudo no agregador friendfeed

Sandra Bordini Mazzocato

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof^o Dr. Alex Primo

Porto Alegre, 2009

Sumário

LISTA DE FIGURAS	5
LISTA DE TABELAS	7
RESUMO.....	8
ABSTRACT	9
INTRODUÇÃO.....	10
1. CONSTITUIÇÃO DO SUJEITO PÓS-MODERNO.....	15
1.1 O INDIVÍDUO MODERNO E A TRAGÉDIA DA CULTURA	16
1.2 ERVIN GOFFMAN E OS JOGOS DE LINGUAGEM	20
1.2.1 <i>O sujeito e a representação de papéis</i>	21
1.3 O SUJEITO FRAGMENTADO PÓS-MODERNO	25
1.3.1 <i>Socialidade e ética da estética</i>	27
1.3.2 <i>Multiplicidade na pós-modernidade</i>	30
1.4 O SUJEITO NA SOCIEDADE EM REDE	32
2. EXPRESSÃO E INTERAÇÃO DO SUJEITO FRAGMENTADO NA WEB.....	37
2.1 <i>WEB 2.0</i> COMO PLATAFORMA DE SERVIÇOS.....	38
2.1.1 <i>O que é Web 2.0?</i>	39
2.2 EXPRESSÃO NA SOCIEDADE ORGANIZADA EM REDE.....	41
2.2.1 <i>Formatos de expressão pessoal na web</i>	54
2.2.1.1 <i>Homepages</i> pessoais.....	54
2.2.1.2 Blogs	56
2.2.1.3 <i>Lifecasting</i>	58
2.2.1.4 Perfis em <i>sites</i> de redes sociais	61
2.2.1.5 <i>Microblogs</i>	65
2.3 PROLIFERAÇÃO DE SERVIÇOS	68
3. LIFESTREAMING COMO UM PROCESSO	76
3.1 EXEMPLOS DE <i>LIFESTREAMING</i>	79
3.2 DESCRIÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA.....	86
3.2.1 <i>O friendfeed</i>	88
3.2.2.1 Funcionamento e interface gráfica do friendfeed	108
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	112
4.1 O INSTRUMENTO DE PESQUISA	112
4.3 SOBRE A OBSERVAÇÃO PESSOAL E SEMANAL	115

5. O FRIENDFEED COMO AGREGADOR DE LIFESTREAMING	116
5.1 RELATOS DOS PARTICIPANTES	116
5.2 DADOS DA OBSERVAÇÃO SEMANAL	123
5.3 DADOS DAS RESPOSTAS DOS QUESTIONÁRIOS	128
5.3.1 <i>Compartilhamento de informações no friendfeed</i>	131
5.3.2 <i>A multiplicidade do sujeito pós-moderno no friendfeed</i>	139
5.3.3 <i>Representação do eu social no friendfeed</i>	141
CONCLUSÃO	144
REFERÊNCIAS	147
APÊNDICES	151

Lista de Figuras

FIGURA 1: MAPA DA <i>WEB 2.0</i> DE O`REILLY.....	40
FIGURA 2: EXEMPLO DE CONSTRUÇÃO DE GOSTOS NO ORKUT.....	45
FIGURA 3: EXEMPLO DE <i>HOMEPAGE</i> PESSOAL.....	55
FIGURA 4: EXEMPLO DE PERFIL EM <i>SITE</i> DE REDES SOCIAIS.....	64
FIGURA 5: EXEMPLO DE <i>TIMELINE</i> PESSOAL NO TWITTER UTILIZADA PARA <i>LIFESTREAMING</i>	66
FIGURA 6: ESPAÇO PESSOAL NO ME ADICIONA COM NOMES DE USUÁRIO ACRESCENTADOS.....	71
FIGURA 7: EXEMPLO DE BLOG EM QUE AO INVÉS DE <i>POSTS</i> ESCRITOS DIRETAMENTE VISUALIZA-SE <i>FEEDS</i> DE OUTROS SERVIÇOS.....	81
FIGURA 8: TELA INICIAL DO FRIENDFEED.....	88
FIGURA 9: REPRESENTAÇÃO DOS PAPÉIS QUE O SUJEITO TEM NO FRIENDFEED.....	89
FIGURA 10: <i>FEEDS</i> PESSOAIS: SUJEITO COMO PRODUTOR DE CONTEÚDO. PAPEL DE OBSERVADO.....	90
FIGURA 11: <i>FEEDS</i> DE COMPARTILHAMENTO: SUJEITO COMO COMPARTILHADOR DE CONTEÚDO. PAPEL DE OBSERVADO.....	90
FIGURA 12: <i>FEEDS</i> DE CONTATO: SUJEITO COMO LEITOR DE CONTEÚDO. PAPEL DE OBSERVADOR.....	91
FIGURA 13: ESTA FIGURA MOSTRA UM SITE SENDO “FAVORITADO” NO DELICIOUS E DEPOIS APARECENDO COMO ATUALIZAÇÃO NO FRIENDFEED.....	92
FIGURA 14: OPÇÕES DE SERVIÇOS QUE PODEM SER CADASTRADOS NO FRIENDFEED.....	94
FIGURA 15: TELA DE EDIÇÃO DA CONTA DO USUÁRIO.....	95
FIGURA 16: ESPAÇO “ <i>ME</i> ” COM <i>FEEDS</i> PESSOAIS E OPÇÕES DE CONFIGURAÇÃO.....	96
FIGURA 17: CONTATOS LISTADOS NA CAIXA DA TELA “ <i>ME</i> ”.....	98
FIGURA 18: ABA “NOME DE USUÁRIO + <i>FRIENDS</i> ”.....	99
FIGURA 19: DESTAQUE DO MENU <i>FRIENDS</i> NO TOPO DA TELA.....	99
FIGURA 20: CONFIGURAÇÕES DOS AMIGOS ASSINADOS.....	100
FIGURA 21: ABA AMIGO IMAGINÁRIO.....	101
FIGURA 22: ABA <i>STATS</i>	102
FIGURA 23: ORGANIZANDO AMIGOS EM LISTAS.....	103
FIGURA 24: LISTA “ <i>FAVORITES</i> ”.....	103
FIGURA 25: <i>ROOM SOCIAL MEDIA CLUB</i>	104
FIGURA 26: LINHA DO TEMPO DOS <i>FEEDS</i>	105
FIGURA 27: DETALHE DE ÍCONES E NOMES DE ONDE PROVÉM OS <i>FEEDS</i>	106
FIGURA 28: DETALHE DE ÍCONES DE COMENTÁRIOS E FAVORITO.....	106
FIGURA 29: JANELA QUE SE ABRE QUANDO O USUÁRIO CLICA NA OPÇÃO <i>HIDE</i> EXISTENTE EM CADA ATUALIZAÇÃO.	107
FIGURA 30: EXEMPLO DO PARTICIPANTE DA PESQUISA <i>BB</i> , QUE ENVIA MUITAS IMAGENS COMO ATUALIZAÇÕES DO FRIENDFEED.....	133
FIGURA 31: EXEMPLO DO PARTICIPANTE DA PESQUISA <i>AF</i> , QUE ENVIA MUITOS DADOS SOBRE MÍDIAS SOCIAIS COMO ATUALIZAÇÕES DO FRIENDFEED.....	134

FIGURA 32: EXEMPLO DO PARTICIPANTE DA PESQUISA AL, EM QUE O CONTEÚDO DAS MENSAGENS ENVIADAS COMO ATUALIZAÇÕES AO FRIENDFEED É BASTANTE VARIADO.	135
FIGURA 33: EXEMPLO DO PARTICIPANTE DA PESQUISA CC, EM QUE O CONTEÚDO DAS MENSAGENS ENVIADAS COMO ATUALIZAÇÕES AO FRIENDFEED É BASTANTE VARIADO.	136
FIGURA 34: MOMENTO EM QUE O FEED APARECE COMO ATUALIZAÇÃO NO FRIENDFEED SENDO POSICIONADO NO TOPO DA TELA.	137
FIGURA 35: MOMENTO EM QUE O FEED É SUBSTITUÍDO POR OUTRO MAIS RECENTE NO TOPO DA TELA DO FRIENDFEED.	138

Lista de Tabelas

TABELA 1: CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE <i>LIFESTREAMING</i> – COM EXEMPLOS DE PROCESSOS GENÉRICOS.	84
TABELA 2: CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE <i>LIFESTREAMING</i> – COM EXEMPLOS DE PROCESSOS ESPECÍFICOS.	85
TABELA 3: LISTAGEM DE SERVIÇOS E AS QUANTIDADES DE VEZES QUE ESTES SÃO ASSINADOS.	124
TABELA 4: LISTAGEM DE SERVIÇOS E AS QUANTIDADES ATUALIZAÇÕES PROVENIENTES DELES PARA TODOS OS USUÁRIOS.	125
TABELA 5: PADRÕES DE UTILIZAÇÃO DO FRIENDFEED.	130

Resumo

A presente pesquisa analisa a interação e expressão do sujeito pós-moderno no processo de *lifestreaming*. Ocorre na pós-modernidade um descentramento da noção de identidade do sujeito (HALL, 2000). Neste período os radicalismos dão lugar à multiplicidade de papéis e interesses. Com a sociedade em rede e o desenvolvimento da internet, a informação passa a ser compartilhada livremente (CASTELLS, 1999a).

Com a *Web 2.0* a participação social, bem como os meios de expressão, aumenta em número e complexidade. Nesta nova fase, observa-se um crescimento acelerado de serviços de redes sociais no ciberespaço. Em muitos casos, pessoas tendem a participar de muitos deles, passando a experimentar uma dispersão pessoal na *web*. Além disso, atualmente os interagentes na internet estão em constante contato com informações variadas e excessivas. O *lifestreaming* surge como uma dinâmica típica deste contexto. Nesse processo o sujeito compartilha ações pessoais na *web* a uma rede de contatos, periodicamente. Estas ações referem-se a interações em diferentes serviços de redes sociais como conversações, postagens de fotos, entre outros. No *lifestreaming* forma-se um espaço em que a expressão do sujeito refere-se às suas próprias ações pessoais.

Neste trabalho analisa-se as formas de uso de um agregador *lifestreaming*, o friendfeed de 20 pessoas entrevistadas. A partir disso percebe-se principalmente a multiplicidade do sujeito nesse processo, influenciando fatores como a representação do eu social e o compartilhamento de informações.

Com o *lifestreaming* não ocorre uma centralização das atividades das pessoas na *web*. Os ambientes de *lifestreaming* não substituem todos os outros, mas são utilizados como mais um espaço de interação (não necessariamente conversação) no ciberespaço. O sujeito que interage na *web* é múltiplo e fragmentado, assim seus interesses não poderiam ser resumidos em um único formato interativo, em uma única rede de contatos. O *lifestreaming* não acaba com a dispersão na *web*, ou com a incoerência do sujeito pós-moderno. Tão pouco estabelece isso como objetivo.

Abstract

This research analyses the interaction and expression of the postmodern subject in the process of *lifestreaming*. In post-modernity, there is a decentering on the notion of subject identity (HALL, 2000). The radical approaches of this period give place to the multiplicity of roles and interests. Due to our network society and the development of internet, information comes to be freely shared (CASTELLS, 1999a).

With *Web 2.0*, social participation and the means of expression grow in number and complexity. In this new stage, an increasing growth of social network services in cyberspace is perceived. In many cases, people tend to participate in many of them, experiencing a personal dispersion in the web. Besides, the interactors are in frequent contact with excessive and varied information nowadays. *Lifestreaming* arises as a typical feature in this context.

It is a process in which the subject shares personal actions with a network of contacts periodically in the web. These actions refer to interactions in different social network services such as conversation, photo posting, among others.

In this paper are analyzed the forms of usage of a *lifestreaming* aggregator, the friendfeed, out of the statements of twenty people interviewed. From that is perceived mainly the multiplicity of the subject in this process, influencing factors as the representation of the social “self” and the sharing of information.

In *lifestreaming*, there is no centralization of the activities of people in the web. The environments of *lifestreaming* do not substitute every other, but are taken as one more space for interaction in cyberspace, not necessarily conversation. The subject that interacts in the web is multiple and fragmented, as his or her interests could not be resumed in one only interactive format, in a single network of contacts. *Lifestreaming* does not *end* dispersion in the web or the incoherence of the post-modern subject. Neither establishes that as an objective.

Introdução

Os acontecimentos que levaram a um declínio do sentimento moderno geraram uma nova configuração social a partir da qual se passou a reinterpretar a vida, a sociedade, as instituições e o sujeito. O fim da legitimidade dos metarrelatos (LYOTARD, 1986), e inovações nas teorias sociais opostas às anteriores colocam o sujeito e a identidade em um movimento de descentramento e deslocamento (HALL, 2000). O sujeito pós-moderno é fragmentado, hedonista e efêmero (MAFFESOLI, 2005a), possuindo interesses dispersos e muitas vezes contraditórios. Esse sujeito passa a não possuir mais uma identidade única e homogênea como era defendido na modernidade. Para Maffesoli (2005a) o sujeito contemporâneo possui identificações efêmeras que variam de acordo com o contexto. De acordo com Hall (2000), as identidades do sujeito pós-moderno são continuamente formadas e transformadas de acordo com as influências culturais.

O presente trabalho insere-se no contexto da cibercultura enfocando as repercussões sociais da *Web 2.0*. Esse é o nome dado à segunda fase da *web*, que opõe-se à chamada *Web 1.0* principalmente por seu caráter de plataforma, com serviços disponíveis *online*, em que a arquitetura da participação permite a alteração de documentos por qualquer usuário (O'REILLY, 2005). Na *Web 2.0*, potencializam-se os processos de interação que possibilitam um meio acessível para expressão a uma parte maior da população do que possibilitam os meios de massa.

A liberdade de expressão na rede aumenta com os avanços sucessivos de novos aplicativos voltados à participação social. Esses aplicativos permitem a formação de espaços de opinião pessoal, bem como a participação em discussões acerca de um tema com opiniões diversas. Mesmo que as novas gerações, acostumadas a conviver com a *web* desde a infância, identifiquem-se com mais facilidade às inovações da rede (VOSSEN, HAGEMANN, 2007), pessoas de todas as faixas etárias comunicam-se e interagem nesse contexto. É certo que espaços de interação e conversação já existiam na época da *Web 1.0*. Porém, com a ajuda de novas linguagens de programação, nessa nova fase da *web*, esses espaços passam a ter mais possibilidades de participação, e as formas de agregação social tornam-se mais complexas, variadas e numerosas.

Recentemente, com os avanços tecnológicos da *Web 2.0* ocorre um desenvolvimento acelerado de serviços voltados à formação de redes sociais. Com a grande quantidade de serviços disponíveis, há uma tendência, entre algumas pessoas, de se cadastrar em muitos deles gerando uma dispersão de dados relativos a si mesmo na *web*. Essa dispersão gera uma

necessidade ou vontade dos sujeitos de combinarem esses dados, não somente para obterem um maior controle sobre eles, mas também para divulgá-los a uma rede de contatos.

O *lifestreaming* aparece nesse contexto. É um processo de interação recente, em que ocorre combinação e compartilhamento de ações pessoais periódicas na *web* em um espaço onde estas ações são visualizadas em ordem cronológica, estando a mais recente sempre no topo da tela. Essas ações são referentes a participações em diferentes redes sociais como discussões, postagens de fotos, escolha de um vídeo como favorito, entre outros. Esse processo parte da necessidade ou vontade da pessoa de divulgar ações pessoais na *web* em um espaço de redes sociais, independente da tecnologia ou serviço utilizado.

A relação que o sujeito fragmentado pós-moderno estabelece com o processo de *lifestreaming*, em um contexto de grande proliferação de informações, é um tema pertinente para uma pesquisa em novas tecnologias da informação e comunicação. O *lifestreaming* é um processo que mostra a uma audiência as atividades do sujeito. Contudo, o que é mostrado nesse processo nem sempre é um conteúdo produzido pelo sujeito. Muitas vezes, são descrições de algo feito pela pessoa, de um sentimento que ela possui sobre alguma coisa, de uma foto publicada por ela, de um vídeo gravado, de um local em que esteve, de algo que viu e gostou na internet. Ainda assim, classificar esse processo como a criação de um diário íntimo seria muito precipitado. O conteúdo daquilo que é mostrado no *lifestreaming* depende da possível existência de uma preocupação com a manutenção de uma imagem pessoal em um grupo, ou da ausência dessa preocupação. A pessoa pode postar conteúdos íntimos, relativos a sua casa, família, atividades pessoais, assimilando a sentimentos ou não, com ou sem detalhes. Mas pode também postar conteúdos sobre sua vida profissional, acadêmica ou outras atividades pessoais que não envolvem necessariamente seu universo íntimo, como participação em uma ONG, partido político, etc.

Não se está propondo que a dispersão de informações de uma pessoa tenha uma relação de causa ou consequência com as identificações fragmentadas do sujeito pós-moderno. Acredita-se, aqui, que em muitos casos os dados dispersos sobre um sujeito podem ser fragmentados e contraditórios, no entanto não se toma isso como regra. Pode ocorrer que algum sujeito tenha dados dispersos em diferentes ambientes na rede sem que sejam muito diferentes uns dos outros. Além disso, todos os dados que uma pessoa disponibiliza na rede podem representar apenas uma pequena parcela de sua vida, e nunca será sua vida como um todo. Porém, em outros casos é possível que um sujeito interaja de formas diversificadas dependendo do grupo. Enfatiza-se também que este trabalho não interpreta o sujeito

fragmentado pós-moderno como um problema psicossocial que deva ser sanado. Nem se está tentando propor um sistema de autogerenciamento de imagem pessoal no ciberespaço através do *lifestreaming* como resolução. Interpreta-se as formas de expressão do sujeito fragmentado na *web* como um tema rico para o fomento de pesquisas.

Assim, lida-se com uma questão social, que ocorre no ciberespaço envolvendo dois lados. No primeiro observa-se o sujeito múltiplo e fragmentado interagindo em um contexto de redes sociais *online*, em que o que rege a busca pela informação é o próprio interesse. Nessa realidade, o sujeito constrói uma marca no ciberespaço, absorvendo informação e produzindo expressão em meios e formatos diversos. Por outro lado, há a representação social e a preocupação das pessoas com a própria imagem, especialmente em contextos sociais voltados para áreas profissionais. Assim, procura-se investigar o ator social pós-moderno neste processo. Se nessas relações o sujeito continua fragmentado ou se perde a multiplicidade por conta de preocupações com a coerência, busca-se saber se este sujeito tem consciência da persona que transparece nas redes que participa, e se realiza algum tipo de planejamento estratégico com fins bem traçados. Além disso, qual a relação das informações compartilhadas com as trocas sociais e o que elas dizem sobre os sujeitos. Com essas reflexões, forma-se a questão de pesquisa: como o sujeito pós-moderno se expressa e interage nos serviços para *lifestreaming* na *Web 2.0*?

Com base nessa pergunta, desenvolve-se o objetivo geral da pesquisa de investigar como o sujeito pós-moderno expressa-se e interage nos serviços para *lifestreaming* na *Web 2.0*. e os objetivos específicos:

- a) Descrever as características da *Web 2.0* no processo de expressão e interação dos sujeitos;
- b) Verificar como as características do sujeito pós-moderno aparecem na representação do eu social no ciberespaço;
- c) Investigar como os dados dispersos, ou seja, informações provenientes de diferentes serviços, são reunidos nos serviços de *lifestreaming*;
- d) Acompanhar empiricamente a expressão e interação de 20 sujeitos contemporâneos no processo de *lifestreaming*.

Atualmente, os estudos voltados aos processos colaborativos na *web* se tornam bastante difundidos na cibercultura. No entanto, esses costumam voltar o seu foco para análise dos processos de interação, sob o ponto de vista da interação. Esta pesquisa visará à análise de uma dinâmica interativa sob o ponto de vista do sujeito interagente. A preocupação,

neste trabalho, volta-se às maneiras de interação e expressão pessoal em contextos coletivos no ciberespaço. Busca-se investigar quais as relações entre o sujeito de identidade fragmentada apresentado por teorias pós-modernas e as formas de representação pessoal nas redes sociais da internet.

Inclusive, o quadro atual da *Web 2.0* que se apresenta com um grande contingente de investimentos para novos desenvolvimentos, que faz com que haja um crescimento contínuo de espaços disponíveis para participação social na rede. Ou seja, o crescimento de espaços faz com que mais pessoas os utilizem, aumentando as formas de interação social. E o aumento das participações sociais elevam a demanda por novos serviços ou novas funcionalidades em serviços já existentes. Esta dinâmica torna a relação do social com a tecnologia cada vez mais intrigante para o trabalho investigativo. O *lifestreaming* é um processo que revela e exalta esta relação. Pois ele, traz para seus interagentes questões ligadas com suas formas de interação em diferentes serviços. Ele estimula as pessoas a se perguntem: o que compartilhar no *lifestreaming*? Como compartilhar as minhas informações no *lifestreaming*? E o mais importante: por que compartilhar minhas informações no *lifestreaming*? Considera-se esse um fator de grande relevância no momento, pois ele influencia e é influenciado pelos processos sociais que tomam parte na grande rede. Assim, o presente objeto de estudo, o friendfeed, um agregador de *lifestreaming*, insere-se no contexto de uma sociedade que vive um excedente de informações cada vez maior, e passa a perceber as conseqüências disso.

O meu interesse pessoal por uma pesquisa sobre as formas de expressão e interação no ciberespaço surge pela própria participação nesse contexto, pela utilização das ferramentas e reflexão sobre qual o melhor uso para elas. Minha formação publicitária e trabalho com *webdesign* forma o interesse em uma pesquisa em relação à formação de identidades através de conteúdo *online*. Nesse universo, quando se começa a pesquisar sobre as tecnologias de informação e comunicação, dificilmente não se passa a pesquisar também, suas apropriações de uso. Aliás, as apropriações de uso de um ambiente, na maioria dos casos gera seu aprimoramento. Outro ponto que leva ao meu interesse pessoal nesta pesquisa são as representações gráficas dos processos de interação na *web*. A maioria das relações sociais e os formatos de expressão que estas envolvem são representadas graficamente. Ao passo que as imagens propriamente ditas influenciam nos processos interativos.

Contudo, os processos de compartilhamento de informações e interação entre sujeitos vão muito além do que meras imagens, tornando o ciberespaço um local rico para observação empírica. Nesses processos estão subentendidas as intenções dos participantes, seus interesses

múltiplos e suas identificações com certos conteúdos. Além desses, a própria existência ou ausência de preocupação com o que se quer transmitir, como também outros fatores, como o conhecimento da tecnologia e de suas possibilidades, ou a própria vontade de participar.

O *lifestreaming* é um meio de expressão que traz inovações na representação gráfica. Mas essa representação, significa todo um novo processo de relação com o social e com as informações.

1. Constituição do sujeito pós-moderno

A trajetória da formação do sujeito do pós-moderno é marcada por um processo de ruptura cultural, de mercado e de organização social. Desde a segunda metade do século XX surgiram transformações que figuram como respostas a processos sociais provenientes desde a revolução industrial e que deram novas interpretações ao sujeito.

Lyotard (1986) fala do pós-moderno ao estudar a posição do saber nesse novo momento da sociedade, considerando o estado da cultura após certas transformações na ciência, na literatura e nas artes a partir do final do século XIX. Essas transformações são o que ele chama de crise dos relatos ou metarrelatos, ou metanarrativas. Os metarrelatos funcionavam para legitimar os grandes discursos característicos da modernidade. Esse processo funcionava como uma regra de consenso sobre o valor de um enunciado entre o remetente e destinatário. Se o enunciado fosse racionalmente possível deveria ser verdade. Essa foi a dinâmica de funcionamento do relato Iluminista em que o herói do saber luta por uma boa finalidade ética e política, pela paz universal e pelo progresso. A pós-modernidade é o período em que ocorre a falta de credulidade aos metarrelatos.

Anderson (1999) aponta que o pós-modernismo surgiu na literatura e ganhou fama como estilo arquitetônico, apesar de, muito antes de receber um nome, observava-se todos os seus aspectos aflorarem na pintura. Discutindo principalmente sobre tendências artísticas aponta que na época as declarações de identidades eram delimitadas, como em movimentos estéticos de vanguarda. O artista poderia ser futurista, expressionista, surrealista, mas nunca combinar mais de um estilo. A arte é um bom exemplo para fazer este contraponto, uma vez que, na atualidade, os artistas são marcados por seus hibridismos de estéticas combinadas. Lemos (2004) vê a arte pós-moderna como um protesto às obras modernas consideradas legítimas pelos grandes museus e galerias, e essa atinge um estágio de diversidade máxima.

Além disso, os próprios centros urbanos passam a ter uma interpretação nova. Harvey (1996) declara que o processo urbano se torna algo incontrollável, anárquico e caótico. O autor saúda a diversidade encarando o pós-modernismo como uma influência positiva no que diz respeito à preocupação com a diferença, a complexidade de interesses, as culturas, os lugares, entre outros. Para ele, no pós-modernismo há uma total aceitação do efêmero, do fragmentário e do descontínuo. Para este autor, se existem verdades eternas ou universais, elas não podem ser especificadas.

Para Lemos (2004), o desgaste da modernidade teve na sociedade de consumo e nos meios de comunicação de massa uma força motriz determinante. Segundo o autor esses foram os principais fatores da crise das ideologias modernas e de conceitos centrais como história, razão e progresso. A pós-modernidade é, para o autor, uma consciência de mudança social e cultural, uma nova fase econômica vigente da década de 40 a 60. As várias instâncias da vida cotidiana sofrem uma modificação radical, como na economia, na política, na ciência, na arte, entre outros, sendo a economia globalizada, a política pulverizada agindo nas minorias e a ciência heterogênea e paradoxal.

Todas essas transformações levaram a novas formas de interpretação do sujeito que desafiam o conceito de identidade e a relação do indivíduo com o seu contexto, além da legitimidade das referências clássicas para modelos de comportamento, como religião, estado ou instituições de ensino. A crise de valores absolutos propiciou a formação de inúmeros valores, embora significativos para poucas pessoas. O pós-moderno emerge como uma era em que é permitido (ou até recomendado) ser diferente, combinar variações de tendências e criar seu próprio rol de gostos e tendências. Nesse novo período, o sujeito não precisa seguir um padrão de comportamento esperado de acordo com seu papel na sociedade ou identidade. Ele pode exercer vários papéis e pode escolhê-los. Todavia, isso não significa que o sujeito passa a ser desprovido de identidade. Conforme Hall (2000), as mudanças da contemporaneidade deslocam o indivíduo do centro da visão de mundo ocidental, ocorrendo um “descentramento da identidade” (HALL, 2000). Aliás, a maioria dos autores defendem a noção de identidades múltiplas, nas quais vários aspectos podem ser expressivos os suficiente para identificar o sujeito.

As teorias sobre sujeito pós-moderno são vastas e, em certos casos, controversas. No entanto, todas elas apostam em uma noção de multiplicidade em que prevalecem as misturas de gostos e escolhas, ao invés das polaridades que marcam o período moderno. Porém, elas variam ao interpretar os graus de individualismo do sujeito e a importância do meio para sua formação. Esta pesquisa buscará compreender as diferentes interpretações do sujeito e sua cultura na transição de modernidade para pós-modernidade.

1.1 O indivíduo moderno e a tragédia da cultura

Na modernidade, os valores máximos eram aqueles herdados do Iluminismo, de individualismo, coerência, honra, integridade e absolutismo. O indivíduo moderno seguia um modelo de comportamento em que cada um possuía um papel específico na sociedade. Em

Simmel (1997) o conceito de indivíduo relaciona-se intimamente com o conceito de cultura. E por sua vez, a cultura depende da atitude intelectual específica que a mente filosófica dedica ao mundo e à vida em geral. Sua dicotomia entre forma e conteúdo explica o processo em que o ser humano cria o significado dos conteúdos que o cercam no mundo de acordo com inteligência, vontade, criatividade e movimentos afetivos. Ao levar em conta seus objetivos e necessidades, o homem dá a esses materiais determinadas formas, e utiliza esses materiais de acordo com elas (SIMMEL, 2006). O autor coloca que a filosofia se baseia na forma, e não no conteúdo, uma vez que as assertivas filosóficas se assemelham na forma. Segundo Simmel (1997) a cultura não se forma por alguém desenvolver uma habilidade, ou formar um conhecimento individual, mas sim quando essas aquisições servem para desenvolver uma centralidade psicológica que se relaciona com as formas de pensamento. Assim, as atividades cognitivas são mais importantes em sua forma do que em seu conteúdo.

Simmel (1997) refere-se ao indivíduo moderno porque sua definição de cultura é o desenvolvimento máximo do potencial de uma pessoa desde seu estado natural, tomando como base a direção autêntica e intrínseca de sua personalidade em particular, tendo a intervenção necessária de poderes espirituais superiores para guiar as energias. Mas esse desenvolvimento da alma subjetiva deve se dar com relação a objetos exteriores ao homem. Para Simmel (1997), a verdadeira cultura é a subjetiva, é aquela que, movida pela alma, busca a perfeição, mesmo que para isso dependa da interação com objetos, pois o que valoriza o processo é o envolvimento do indivíduo que proporciona mudança no intelecto. Porém, apesar do subjetivo não fornecer cultura sem a relação com o objetivo, o objeto pode constituir uma cultura própria sem a influência da reflexão individual. O paradoxo da cultura, apresentado pelo autor, é que a vida subjetiva, em fluxo contínuo à perfeição, não pode atingi-la sem passar pelas estruturas cristalizadas do objetivo, que são bastante estranhas ao próprio subjetivo.

O conceito de indivíduo é bastante valorizado para Simmel (1997), uma vez que aponta a cultura subjetiva como superior, e a subjetividade está justamente no indivíduo. Seu caráter moderno está ao apontar que a cultura filosófica relaciona-se com a capacidade de interpretar o mundo de acordo com uma concepção absoluta que exclua todas as outras. Para ele, esta concepção deve permitir que o indivíduo aja de uma forma intelectual consistente com relação a toda existência, mas essa deve ser formada com a influência de todas as correntes filosóficas possíveis. Ou seja, Simmel (1997), apesar de levar em conta uma avaliação contextual em seu conceito de cultura, enquadra seus pensamentos nas filosofias

relativas ao comportamento coerente do indivíduo moderno, cuja capacidade subjetiva é superior a qualquer coletividade.

O indivíduo moderno, de acordo com essa revisão, é um sujeito coerente de identidade definida cuja cultura subjetiva é superior à objetiva. Esse indivíduo sofre intervenções do meio, mas essas não devem alterar sua essência, que apesar de ser usada para refletir sobre o externo, já está formada desde seu nascimento.

O próprio Simmel (1997) denuncia a decadência da subjetividade em um processo que ele chama de “Tragédia da Cultura”. Aponta que no século XIX a idéia de sociedade foi proclamada como verdadeira realidade da humanidade, ocorrendo uma transferência da ênfase no indivíduo para a sociedade. O indivíduo foi reduzido a um ponto de intersecção de vários eventos sociais. A “Tragédia da Cultura” seria, então, o resultado do deslocamento do foco do indivíduo para a sociedade.

De acordo com Simmel (1997), havia um processo infindável de mudança na forma da cultura, que se movimenta entre os pólos de morte e de renascimento. Ele interpreta esse processo como o sinal ou resultado da infinita fertilidade da vida e da profunda oposição de sua evolução interna. Porém, com a modernidade, Simmel (1997) aponta que as formas deixam de se sobrepor e são depostas totalmente.

In the past, old forms have always been destroyed by a desire for new forms. But today the ultimate impulse underlying developments in this sphere can be identified as opposition to the principle of form as such, even where consciousness is actually or apparently advancing towards new forms. The fact that for at least several decades we have no longer been living by any sort of shared idea, nor indeed, to a large extent, by any idea at all, is perhaps – to anticipate a later point – only another manifestation of the negative aspect (as regards its identifiable phenomena) of this intellectual current (SIMMEL, 1997, p. 80)¹.

O autor coloca que no passado as formas antigas eram depostas por desejo de novas formas. No entanto, em sua época, a força que impulsiona desenvolvimentos é oposta ao princípio da forma. Ele completa apontando que nesse quadro, a metafísica perde força, de forma que não há mais uma busca pelo ser e o sujeito passa a ser definido por sua função.

But today, if one were to ask educated people what idea actually governs their lives, most of them would give a specialized answer relating to their

¹ Tradução da autora: “No passado, antigas formas têm sido sempre destruídas devido a desejos de novas formas. Porém, hoje o impulso derradeiro que serve de base para desenvolvimentos nesta esfera pode ser identificado como uma oposição ao próprio princípio da forma, mesmo onde a consciência esteja realmente, ou aparentemente avançando em direção a novas formas. O fato de que por ao menos várias décadas nós não mais temos vivido sob nenhuma forma de idéia compartilhada, nem tão pouco, em larga escala, por nenhuma idéia sequer, é talvez para antecipar um ponto a ser tratado posteriormente - apenas outra manifestação do aspecto negativo (como o seu fenômeno identificável) de sua atualidade intelectual” (SIMMEL, 1997, p. 80).

occupation. One would not hear much of any cultural idea governing them as whole men and guiding all their specialized activities (ibidem, p. 80)².

Segundo Simmel (1997), todo o movimento com a intenção de desenvolver a cultura é movido por uma dinâmica de meios e de fins. Para o autor os meios que servem aos fins tem se tornado cada vez mais intensos e extensos. Surge, portanto, um novo fenômeno em que os meios passam a valer por eles mesmos, e se tornam não só os meios, mas também os fins. Os indivíduos não possuem energia e coragem para terem seu próprio objetivo individual.

Acrescido a isso, ocorre a mercantilização dos formatos de conhecimento. Para Simmel (1997), há um crescimento de materiais de conhecimento disponíveis como produtos para venda, sem que o indivíduo precise passar pelo processo intelectual para compreendê-lo de fato. Da mesma forma, a vida cotidiana está cada vez mais cercada de objetos e não se pode perceber quanto esforço intelectual foi feito para concebê-los. Esses processos fazem com que a comunicação mental e social seja permeada por termos simbólicos em que há uma intelectualidade compreensível acumulada, mas que não têm utilidade para a mente individual (SIMMEL, 1997). O autor conclui que no século XIX houve uma sobreposição da cultura subjetiva pela cultura objetiva. O que se deu, principalmente, pela substituição do ideal pedagógico de formação do homem com valor interno e pessoal, no século XVIII, pelo conceito de educação como um acúmulo de conhecimento objetivo e padrões comportamentais, emergente no século XIX.

The vast intensive and extensive growth of our technology – which is much more than just material technology – entangles us in a *web* of means, and means towards means, more and more intermediate stages, causing us to lose sight of our real ultimate ends. This is the extreme inner danger which threatens all highly developed cultures, that is to say, all eras in which the whole of life is overlaid with a maximum of multi-stratified means. To treat some means as ends may make the situation psychologically tolerable, but it actually makes life increasingly futile (SIMMEL, 1997, p. 81)³.

Analisando Simmel, Rüdiger (2002) aponta que a cultura entra em crise no momento em que as criações que delas se originam passam a dificultar ou impedir o desenvolvimento

² Tradução da autora: “Porém hoje, se alguém perguntar a pessoas estudadas qual idéia de fato governa suas vidas, a maioria delas daria uma resposta especializada relativa à sua ocupação. Esse inquisidor não ouviria muito a respeito de idéias culturais governando os entrevistados como homens completos ou guiando todas as suas atividades especializadas” (ibidem, p. 80).

³ Tradução da autora: “O vasto crescimento intensivo e extensivo de nossa tecnologia – que é muito mais do que apenas tecnologia material – envolve-nos em uma rede de meios, e meios para meios, mais e mais estágios intermediados, nos fazendo perder o foco em nossos fins definitivos e reais. Esse é o extremo perigo interior que ameaça todas as culturas altamente desenvolvidas, ou seja, todas as eras em que a vida como um todo possui camadas com o máximo de meios multi-estratificados. Tratar alguns meios como fins pode tornar a situação psicologicamente tolerável, mas na verdade torna a vida crescentemente fútil” (SIMMEL, 1997, p. 81).

interior do indivíduo. Para esse autor, o mundo passa a ser baseado no objeto e não no sujeito. Não existe mais indivíduo, somente o sujeito em sociedade, o “eu penso” perde lugar ao “eu sou pensado”. Ele coloca que esse tipo de reflexão é suprimido porque não pode ser bem expressado em sociedade. Atualmente, o progresso individual está transformado em um esquematismo em que o indivíduo é incapaz de tirar das coisas que o cercam o crescimento de sua subjetividade. A subjetividade torna-se suporte de uma cultura de massa, superficial e fragmentada que simula refinamentos. Isso se dá porque a cultura moderna opta pelo progresso técnico em detrimento da educação dos indivíduos (RÜDIGER, 2002).

Contudo, Maffesoli (2005a, 2005b) faz uma leitura diferenciada de Simmel (1997). Para ele o mundo objetual serve para tirar o foco do sujeito e a vida passa a ser interpretada pelo ponto de vista da sociedade, do estar-junto (MAFFESOLI, 2005a). Harvey (1996), como se aprofundará adiante, possui uma visão diferente apostando que o individualismo continua forte na pós-modernidade. Antes de discorrer sobre o sujeito pós-moderno apresenta-se considerações de Goffman sobre a representação do *eu* no cotidiano.

1.2 Ervin Goffman e os jogos de linguagem

Para tratar da apresentação pessoal na *web*, considera-se os estudos de Goffman (2007) sobre a representação do *eu* em processos interativos uma boa referência. Naturalmente, o sociólogo, falecido em 1982, não teria contemplado em suas pesquisas situações de interação mediada por computador. Seus estudos são todos voltados para encontros face-a-face. No entanto, servem de base para analisar conceitos como apresentação pessoal e preocupação com a audiência, ou seja, os observadores em uma interação. Aliás, como se verá no capítulo 2, muitos pesquisadores do ciberespaço partem de princípios desse autor. Neste trabalho, Goffman (2007) encontra-se na seção sobre indivíduo moderno, por seus escritos remeterem mais a um sujeito preocupado em ser coerente do que a um sujeito múltiplo, como o pós-moderno. De fato, em suas pesquisas, encontra-se conceitos da era moderna, como modelos de comportamento atrelados a papéis bem definidos na sociedade. Naturalmente não se pode analisar a representação *online* (dos dias de hoje) sob a ótica de valores unitários e comportamentos rígidos. Contudo, muitos conceitos podem ser aplicados. Apesar de não haverem papéis definidos no ciberespaço, eles existem. Se as fachadas e cenários não são tradicionais, ou de acordo com o esperado, não significa que não estão lá. Além disso, as dinâmicas de popularidade e reputação tão presentes hoje nas redes sociais *online*, como a blogosfera, mostram que o sujeito pós-moderno, mesmo fragmentado, ainda

tem a preocupação em agradar. Porém, essa análise será aprofundada nos capítulos seguintes, passando agora para os conceitos de Goffman (2007) propriamente ditos.

Goffman (2007) foi um dos primeiros sociólogos com um estudo sobre os fenômenos banais do dia a dia. Watson (2004) observa que as tentativas em esconder esses fenômenos dificilmente são problematizados, sendo o trabalho de Goffman (2007) uma contribuição original à sociologia. De acordo com Watson (2004), Goffman (2007) utiliza, em sua análise, analogias com termos derivados de uma variedade de jogos de linguagem, como teatro, jogos de equipe, vigarices, espionagem, etc. Watson (2004) aponta a importância da influência lingüística, especialmente no que diz respeito ao uso de metáforas na obra do sociólogo.

Meu argumento aqui é que a análise estilística da obra de Goffman deve se fundar em um exame do uso lingüístico, nomeadamente a consideração dos recursos ou procedimentos lingüísticos que ele emprega em sua obra. Este argumento se aplica a *fortiori* ao uso do símile e da metáfora, e a seção seguinte deste capítulo assinada um (e apenas um) dos caminhos pelos quais a virada lingüística pode nos conduzir (WATSON, 2004, p. 85).

Apesar disso, Gastaldo (2004) mostra que em suas últimas obras, Goffman “teria se libertado” das analogias dramáticas costumeiras em seus trabalhos mais conhecidos⁴. Esse autor, aponta que, nessas obras, as metáforas são substituídas pela noção de *frame* (em português, enquadre, ou enquadramento). Esse termo na obra de Goffman refere-se aos princípios básicos de experiência de uma situação social e que esses princípios regulam definições dessas situações sociais e o envolvimento dos atores nelas. O autor completa: “em outros termos, as premissas que sustentam a definição social de uma atividade tanto na própria atividade quanto no alinhamento mental dos participantes” (GASTALDO, 2004, p. 111). Alguns exemplos de “enquadramento” citados pelo autor são uma cerimônia de casamento, uma sessão de cinema, uma convenção casual ou uma peça de teatro. Assim, o que ele chama de “parênteses” sociais separam as atividades de “dentro do quadro” das atividades de “fora do quadro”, definindo como cada participante deve agir.

1.2.1 O sujeito e a representação de papéis

Para entender a representação social do indivíduo moderno, Goffman (2007) realiza uma análise quanto à representação do eu em sociedade. O eu social de Goffman (2007) é

⁴ Mais conhecidos especialmente em países de língua portuguesa, pelo fato de haver somente três livros de Goffman traduzidos de um total de onze: “A Representação do Eu na Vida Cotidiana”, pela Editora Vozes; “Manicômios, Prisões e Conventos”, pela editora Perspectiva e “Estigma” pela Zahar Editores (GASTALDO, 2004).

preocupado em manter a fachada necessária para conquistar a atenção e confiança de seus observadores. De acordo com Goffman (2007), o “*eu social*” é formado com artifícios que auxiliam a pessoa a representar um papel que o faça ser levado a sério pela sua platéia. O autor utiliza metáforas da dramaturgia para conceituar um indivíduo preocupado com sua imagem a ponto de formar uma *persona* para a manter e convencer aqueles que o cercam. Segundo ele, essa *persona* forma-se em sociedade, constituída de filtros baseados nos costumes de seu meio e de sua época. O *eu social* constitui-se através da interação social, pois observando o comportamento aceito em uma sociedade o sujeito aprende quais são os artifícios utilizáveis. A representação do *eu social*, portanto, exige uma construção e uma manutenção controlada e reavaliada, a cada processo interativo em que haja participação (GOFFMAN, 2007).

O observador e o observado são as duas partes que estão em um processo de interação social chamado por Goffman (2007) de relação, podendo esses papéis serem trocados à medida em que a relação avança. Essa distinção é feita visando uma melhor explicação dos processos psicossociais que tomam parte em cada um. Sua reflexão compreende principalmente a relação do olhar avaliativo do observador com as ações cautelosas do observado. Esses agentes não são tratados por Goffman (2007) como pólos que nunca se encontram, pelo contrário, são partes que se cruzam e se tornam interdependentes em uma troca social. O observado é a pessoa que representa um papel em frente a uma platéia, essa pessoa solicita indiretamente a quem assiste (os observadores) que tenha uma crença nesse papel que lhes é apresentado. Aquele que está se apresentando espera que seu *eu social* seja levado a sério, adquirindo não apenas respeito a suas ações, mas também uma aceitação quanto à veracidade e coerência da informação que ele passa. Na maioria dos casos, esse processo não é imediato. Normalmente, no processo inicial da apresentação de um sujeito a uma platéia que não o conhece, ocorrem inferências feitas por ela. Essas inferências são induções de pensamento quanto o observado, errôneas ou não, e podem variar de acordo com determinados fatores, como a quantidade de informações já adquirida sobre quem fala, ou sua maneira de se apresentar, ou ainda estereótipos formados em determinados campos. O observado, por sua vez, utiliza seus artifícios para passar a imagem que deseja, independente destas inferências. Se a representação será capaz de dissolver as inferências dependerá da competência com que o sujeito executa os artifícios.

A representação do sujeito envolve dois fluxos de comunicação, o fluxo da expressão que se transmite e o que se emite. A expressão que se transmite são os próprios símbolos

verbais e substitutos, como movimentos gestuais calculados. Esse fluxo se trata daquilo que o ator social está querendo passar explicitamente. Naturalmente, que mesmo neste lado da expressão, existe a possibilidade de se cometer gafes, ou por alguma razão não transmitir a mensagem que se deseja por mal entendidos. Já a expressão que se emite são “ações sintomáticas do ser social” (GOFFMAN, 2007). Realizam-se por razões diferentes da razão que faz a informação ser transmitida. O comportamento expressivo é o principal exemplo deste fluxo, sendo um aspecto menos controlável em uma interação. Muitas vezes, expressões indesejadas podem desmentir um ator a uma platéia bem como a informação que quer passar, sobre si mesmo ou sobre qualquer assunto. O fluxo da emissão pode ser usado pelos observadores para testar a veracidade da informação, calculando a coerência com o fluxo da transmissão. Esse fator demonstra uma assimetria no processo de comunicação já que o indivíduo só possui consciência de um dos fluxos. Assim, os aspectos menos controláveis do comportamento são utilizados para avaliar os aspectos mais controláveis. Um exemplo de uma situação em que se observa muito os dois fluxos é um jogo de pôquer em que é costumeiro os participantes blefarem quanto às cartas que possuem. Se um jogador realiza uma aposta alta, poderia dizer-se que está declarando que possui cartas muito boas, porém algumas deixas comportamentais, em muitos casos compulsivas, podem demonstrar sua inveracidade, como suor no rosto ou mexer com algum objeto na mesa, que podem indicar nervosismo. Naturalmente, a observação do fluxo da emissão e as suposições que se faz a respeito dele não trarão sempre resultados exatos, pois cada pessoa possui costumes, tanto de transmissão quanto de emissão particulares. Goffman (2007) acrescenta que um ator social com muita destreza pode vir a explorar o lado da emissão, utilizando as deixas comportamentais para reforçar o que transmite, restabelecendo o equilíbrio e formando um jogo de informação que é um ciclo infinito de encobrimento, descobrimento, revelações falsas e redescobertas.

Em uma relação, segundo Goffman (2007), a maioria das definições de situações projetadas pelos diferentes participantes são harmoniosas. Não no sentido de não haver discordâncias quanto ao conteúdo da interação, mas no sentido de que um participante considera a necessidade de uma transmissão de uma visão da situação, que julga ser aceitável aos outros, mais importante que a necessidade de transmissão de seus reais sentimentos e desejos. Isso é feito através de afirmações concordantes com certos valores coletivos que invocam o próximo a agir da mesma forma. “Os participantes em conjunto contribuem para uma única definição geral da situação” (GOFFMAN, 2007, p. 18). Goffman chama esse

processo de “*Modus vivendi interacional*” (GOFFMAN, 2007). De forma arbitrária, é buscado o “consenso operacional” (GOFFMAN, 2007) e se evita um conflito quanto às definições da situação. Para uma pessoa é mais fácil escolher a linha de tratamento que vai dar a outrem e esperar em troca no começo da relação do que fazer alterações posteriores, com o percurso já iniciado. Mesmo assim, o autor considera que pode haver o que ele chama de “rupturas definicionais” (GOFFMAN, 2007), ou seja, quebras na forma como é realizada uma interação social. Mesmo assim aponta que são raras e indica uma série de medidas que segundo ele são tomadas para evitá-las, como práticas preventivas, para evitar que algo seja feito fora do padrão, mesmo que por outros participantes e práticas corretivas, para solucionar acontecimentos constrangedores.

Ainda em sua análise, Goffman (2007) discorre quanto à sinceridade de um ator social, baseando-se na crença que alguém deposita em suas próprias representações. Segundo o autor, num dos extremos está o ator sincero, convencido de que a impressão que transmite é a realidade. No outro extremo, está o ator cínico cuja crença em si mesmo é parcial ou inexistente. Porém, nem sempre o cínico age de má fé, ele poderá buscar a crença de alguém não só para lucro pessoal, mas também por acreditar que o melhor para o ouvinte é não conhecer a verdade. O autor cita exemplos de algumas profissões que colocam pessoas em posições em que o ideal não é agir de total honestidade, como médicos ao pouparem pacientes enfermos. Por outro lado, pessoas que agem de formas não totalmente verossímeis com sua vontade em determinadas situações, tendem a passar a acreditar na forma que agem. Ou seja, alguém que cria o costume de ser cínico por necessidade da situação, tem grandes chances de passar a acreditar na sua própria simulação. Isso fortalece o caráter moderno de Goffman (2007) ao colocar que o indivíduo está disposto a não ser sincero para manter sua imagem coerente em sociedade. Para ele, o *eu* social procura sempre representar o melhor papel, aquele considerado ideal, o que gostaria de possuir na situação em que estiver.

O fator chave para compreender a análise de Goffman (2007) sobre relações é o conceito de papel que cada indivíduo representa. O papel está relacionado com a relação observador, observado, com as inferências que o primeiro faz sobre o segundo, com a veracidade ou não da informação passada e também com o conceito de fachada. Fachada é o equipamento expressivo padronizado que os indivíduos desenvolvem, seja intencional ou inconscientemente, para se apresentar. A fachada de um sujeito é constituída de um cenário e de uma fachada pessoal. O cenário seria o ambiente no qual o orador representa um papel e tudo que o envolve como a mobília, a decoração, a disposição física dos elementos e os outros

objetos que possam ser considerados componentes de fundo. O cenário pode auxiliar mais o indivíduo quando já é conhecido por ele. A fachada pessoal é outro item de equipamento expressivo, ou seja, aquele que não faz parte do cenário e é mais intimamente relacionado com o ator, como os distintivos da função ou categoria: vestuário, sexo, idade, raça, altura e aparência, atitude, padrões de linguagem, expressões faciais, gestos corporais. Alguns desses elementos são fixos sem se modificarem conforme o tempo ou situação, outros são variáveis dependendo da situação. Dentre os variáveis, o autor aponta aparência e maneira. Aparência revela o status social do ator e o caráter formal ou não da situação, bem como se a situação está ligada com uma função específica como a sua profissão. Maneira relaciona-se com o papel que o ator espera desempenhar na interação, como por exemplo, se o ator for arrogante, pode significar que ele espera controlar o processo.

Poucas fachadas servem para muitas representações em diferentes interações sociais. Goffman (2007) aponta que um sujeito pode interagir de formas extensamente diversificadas sem necessariamente possuir um número extenso de fachadas. Algumas fachadas sociais podem tornar-se institucionalizadas e dar origem a estereótipos. Ocorre o que Goffman chama de transformação da fachada em “representação coletiva”. Um determinado comportamento passa a ser esperado dos sujeitos que representam esse estereótipo. Ele faz relação entre fachada e função que o sujeito desempenha na sociedade. O sujeito quando adquire uma função, não basta exercê-la, é preciso que este incorpore a fachada esperada para a função. Em alguns casos, há mais de uma fachada para escolher, porém, deve-se escolher entre uma das que já existem. O autor cita o exemplo de um advogado que pode atender clientes somente em seu escritório (cenário), mas deverá se portar de acordo com seu posto de advogado em qualquer evento social, bem como integrar vestimentas apropriadas. Naturalmente, na pós-modernidade, essa rigidez perde força. Em muitos casos, comportamentos formais e adequados a eventos sociais são esperados, em outros casos, não. Um advogado que trabalhe de terno e gravata pode passear em uma praça, ou ir a um supermercado de bermudas e tênis em seu tempo de folga, sem a desenvoltura formal que teria no foro. Claro que isso varia de uma sociedade para a outra ou de uma pessoa para a outra.

1.3 O sujeito fragmentado pós-moderno

Hall (2000) traça a evolução do conceito de sujeito a partir da época moderna apresentando três etapas: o sujeito do iluminismo, o sujeito social e o sujeito pós-moderno. Para esse autor, o sujeito do iluminismo é o indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado

de razão e de consciência de ação. O mais importante do indivíduo moderno é a noção de um centro, ou um núcleo interior presente com ele desde seu nascimento e imutável ao longo de sua existência. Assim, a identidade do sujeito era individualista, constituída por si mesma, sem ser influenciada por fatores externos. O segundo conceito, o sujeito sociológico, reflete a complexidade do mundo moderno e traz a consciência de que o núcleo interior do sujeito não é uma unidade autônoma ou auto-suficiente, e sim formado na relação de um sujeito com pessoas importantes para ele, que medeiam a ele valores, sentidos e símbolos. Ou seja, traduzem tudo aquilo que está no mundo habitável e que pode ser interpretado como cultura (HALL, 2000). Assim, a identidade era formada na relação do indivíduo com a sociedade. O papel da identidade seria costurar o indivíduo na estrutura, estabilizando as pessoas e os mundos habitados. A terceira concepção de sujeito de Hall (2000) é o sujeito pós-moderno. Segundo ele, no contemporâneo, as identidades são formadas e transformadas continuamente com influência nas formas que entram em contato com o indivíduo proveniente de sistemas culturais. Ela é definida historicamente e não biologicamente.

Hall (2000) contextualiza o sentimento pós-moderno apresentando cinco avanços na teoria social e nas ciências humanas da modernidade tardia (segunda metade do século XX) que ocasionaram o descentramento do sujeito cartesiano. A tradição do pensamento marxista, a descoberta do inconsciente por Freud, o trabalho lingüista de Ferdinand Saussure, a obra de Foucault e os movimentos de contracultura, principalmente o feminismo, são fatores que para ele modificaram a estrutura social e a própria noção de identidade.

Hall (2000) aponta que o trabalho de Marx foi redescoberto e reinterpretado na década de 60 principalmente pela afirmação “homens fazem a história, mas apenas sob as condições que lhe são dadas”. O que destituiu o indivíduo como agente ou autor da história e o coloca somente como alguém que age com base em suas condições sócio-culturais. Para o autor, essa noção desloca dois conceitos básicos da modernidade, o de que há uma essência universal do homem e que ela está singularmente em cada indivíduo. As teorias de Freud destroem o conceito de sujeito racional de identidade fixa e unificada, pois, conforme indica Hall (2000), elas apontam que as identidades, a sexualidade e a estrutura dos desejos são formadas com base em processos psíquicos e simbólicos do inconsciente, que funcionam com uma lógica diferente daquela da razão. O terceiro avanço apresentado pelo autor é na ciência lingüística de Saussure. Hall (2000) aponta que, para Saussure os indivíduos não são autores das afirmações que fazem em nenhum sentido, ou dos significados que expressam na língua, que pré-existe em relação às pessoas. Elas somente utilizam a língua para produzir significados

posicionando-se nas regras da língua e nos sistemas de significado de sua cultura. Além disso, os significados não são fixos, mas surgem nas relações de similaridade e diferença que as palavras têm com outras palavras. Neste ponto, Hall (2000) faz uma analogia entre língua e identidade, pois um sujeito sabe quem é em relação ao outro, que ele não é. “O significado é inerentemente instável: ele procura o fechamento (a identidade), mas é constantemente perturbado (pela diferença)” (HALL, 2000, p. 41). O conceito de “poder disciplinar” de Foucault é outro fator apresentado por Hall que conclui que: “quanto mais coletiva a natureza das instituições da modernidade tardia, maior o isolamento, a vigilância e a individualização do sujeito” (ibidem, p. 43). O quinto e último progresso na teoria social de Hall (2000) é o feminismo que funciona como uma crítica teórica e um movimento social. Com esse, Hall (2000) refere-se a todos os movimentos dos anos 60 que considera o marco da modernidade tardia. O autor apresenta vários pontos nos quais o feminismo contribuiu para o descentramento. Dentre eles, o fato de que levou à contestação política assuntos da vida privada (família, sexualidade, entre outros), e o questionamento levantado quanto à noção anterior de que mulheres e homens faziam parte da mesma identidade, ou seja a “Humanidade”, colocando-os em um contexto de diferenças sexuais. Logo, para Hall (2000) a chamada “crise de identidade” é parte de um processo de mudanças mais amplo que desloca estruturas e processos centrais da modernidade e desestabiliza quadros de referência que mantinham os indivíduos ancorados na sociedade.

O conceito de identidade é bastante complexo, como aponta Hall (2000), tendo sido pouco desenvolvido ou compreendido na ciência social contemporânea, de forma que é difícil desafiá-lo, e é impossível chegar a afirmações conclusivas sobre o tema. Para esse autor, os teóricos que acreditam que a identidade moderna está entrando em colapso, apresentam o argumento de que há uma mudança estrutural na sociedade do século XX que fragmenta os posicionamentos culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade que anteriormente forneciam sólidas localizações. Ele conclui que essas transformações também abalam identidades pessoais, ou seja, a noção que um sujeito tem de si próprio como algo integrado. Para esse autor, a crise de identidade é um duplo processo de deslocamento e descentração do sujeito no mundo social e cultural e de si próprio.

1.3.1 Socialidade e ética da estética

Simmel (1997) aponta um mundo objetual em que a cultura subjetiva, aquela que o autor considera legítima, perde importância. O autor coloca que o indivíduo desvia-se de seu

interior para seu exterior, prestando mais atenção nos objetos que o cercam do que em seu subjetivo, e não mais se preocupa com reflexões sobre o ser. Interpretando Simmel (2007), Maffesoli (2005b) assinala que o sujeito, ao voltar para o externo, coloca-se em relação social.

Em termos diferentes, mas de maneira próxima, G. Simmel fala de ‘cultura objetiva e mostra como na cidade moderna, a técnica de produção, a arte, a ciência e, claro, o meio doméstico são dominados pelo ‘espírito objetivo’. Trata-se de uma ‘cultura’ superando o que o espírito individual e subjetivo pode apreender; no máximo, podemos nos reapropriar de uma pequena parte dessa cultura objetiva, e ainda de maneira coletiva. Tudo isso acarreta a atrofia da cultura individual sobre a qual se assentava a modernidade MAFFESOLI, 2005b, p. 155).

Segundo Maffesoli (2005b), com a proliferação da cultura objetiva, a soma dos conhecimentos só ocorre como expressões de grupos que funcionam como conhecimento e memória coletivos. O autor enfatiza “sub-repticiamente, portanto, o objeto toma o lugar do sujeito” (MAFFESOLI, 2005b, p. 154). O indivíduo não é mais “poderoso e solitário” (MAFFESOLI, 2005b, p. 154), e sim mais um objeto que pode se mover e intercambiar entre outros. O mundo objetal, para esse autor, favorece uma participação com um aspecto mágico em que sujeito comunga com o outro e o *eu* perde lugar para o *nós*. O objeto passa a ser o conteúdo que serve como desculpa para a relação.

Maffesoli (2005b) faz uma releitura da obra de Simmel (1997). Este último interpretava como negativo o fim da metafísica e da subjetividade individual substituídas pela super valorização do objeto. Para Simmel (1997) a verdadeira cultura é a subjetiva sendo ela a única capaz de promover a evolução do ser. Com o movimento cada vez maior em direção à transformação do mundo em objeto, Maffesoli (2005b) levanta a hipótese de que talvez o sujeito não seja o único ângulo de visão para a compreensão da vida.

Simmel (2006) estabelecia uma dicotomia entre forma e conteúdo. Neste contexto, define sociabilidade como trocas sociais em que as formas passam a valer por si mesmas, a partir de si mesmas e do espírito irradiado por elas. O conteúdo das trocas em sua visão perde a importância. Maffesoli (2005a) transforma o conceito, utilizando o termo socialidade. Segundo ele, a sociabilidade é moderna e nela a agregação social ocorre por contrato, sem que haja uma entrega verdadeira. Já a socialidade é contemporânea, na qual ocorre a conjunção que pressupõe uma entrega verdadeira. Esse último termo carrega a perspectiva formista de Simmel (2006) uma vez que nela a interação social ocorre independente do objeto, porém na socialidade o estímulo nasce com a emoção, o sentimento, e não com o contrato ou a

instituição. Ou seja, na socialidade as agregações não estão condicionadas às necessidades, elas se formam por incentivo dos próprios participantes, que devem apresentar algum interesse na ação.

Para Maffesoli (2005b) historicamente as organizações sociais são possíveis devido a existência de uma “idéia fundadora” que funciona como um cimento social. Constitui-se de uma “força imaginal” que legitima a forma de poder vigente. O político é o que torna possível a existência social, em um processo em que a sociedade aceita submeter-se ao governo desde que ele lhe garanta a sua proteção e o seu bom funcionamento. Trata-se da “coerção simbólica” e essa dinâmica é garantida e reforçada pela “idéia fundadora” que funciona como um valor, ou um conjunto de valores assumidos por toda a sociedade. Esta “idéia fundadora”, conforme cita o autor já assumiu diversas formas dependendo de época e região. Já se apresentou como mitologia, fato lendário, religião organizada por tabus ou o próprio racionalismo no ocidente moderno. A religião social, segundo o autor, ocorre em torno de uma idéia comum.

Na pós-modernidade, com a queda dos metarrelatos a sociedade não possui mais “idéia fundadora” generalizada (MAFFESOLI, 2005a). Assim, não existe um valor maior que proporciona a relação social formalizada e contratual. A religião social pós-moderna tem como ordem a “Ética da estética”, moral relativa e efêmera (MAFFESOLI, 2005a). Conforme o autor, a estética torna-se um valor coletivo e passa a ser interpretada como único código de regras em um dado grupo de interesse. Ela proporciona uma conjunção, e administra o desejo de estar-junto movido pelo vitalismo, sentimento que legitima o senso comum. O compartilhamento de experiências produz valores que valem como vetores de criação que englobam a vida social em todas as suas modalidades (MAFFESOLI, 2005a).

Segundo Maffesoli (2005a) o vitalismo é uma força de criação que emerge do senso comum e gera uma diversidade da criação social. Esse conceito significa a inexistência de uma separação entre natureza e cultura. Para o autor, os dois conceitos se confundem, e não é possível separar especificamente um do outro, do contrário, o que se observa é uma “naturalização da cultura” e uma “culturalização da natureza”. Ele conclui: “Em outros termos, a relação com o meio social está indissolivelmente ligada a tudo que remete ao meio natural” (MAFFESOLI, 2005a, p.14). Assim, essa força criativa proveniente do vitalismo é conduzida por uma emoção estética que emerge das próprias formas de convívio social.

A religião social, ou seja, o gregarismo baseado em si mesmo, sob a perspectiva maffesoliana, é um processo místico que não possui um objeto específico, isto é, as trocas

ocorrem por si próprias e a maneira como ocorrem é mais importante do que o conteúdo que elas envolvem. Trata-se da “emoção como estrutura antropológica” (MAFFESOLI, 2005a, p.16), expressão utilizada pelo autor para explicar como na atualidade os sentimentos individuais acarretam conseqüências para as formas de agregação social. O autor explica que estamos vivenciando uma “avalancha instintiva” (MAFFESOLI, 2005a) que incentiva o gregarismo independente do motivo, interessando apenas o modelo de afetividade existente no grupo. “Em resumo, esboça-se um novo dado social que destaca a fusão sem levar em conta o seu *porquê*” (MAFFESOLI, 2005a, p.14).

Portanto, o ator da socialidade é o sujeito fragmentado pós-moderno. Este sujeito não obedece a uma concepção de mundo única e entrosada com sua identidade (SIMMEL, 1997). Ele alterna suas identificações, dispersas, divergentes e contraditórias, de acordo com os grupos sociais em que está inserido. Nesses grupos, a moral respeitada é a Ética da estética, conjunto de valores que podem ser interpretados como uma idéia fundadora, mas só tem validade naquele contexto (MAFFESOLI, 2005a). Essa moral é relativa à forma social, pois é esta que determina a agregação, e não o conteúdo (MAFFESOLI, 2005a). Maffesoli (2005a) aponta que a religação social é em torno de um conteúdo, porém este não é o que proporciona a religação, ela apenas ocorre em torno dele. Assim, o sujeito pós-moderno não age de forma coerente e não estabelece isso como meta.

1.3.2 Multiplicidade na pós-modernidade

Quanto à identidade, para Maffesoli (2005a) essa não é mais única e imutável baseando-se em um único posicionamento cultural. Neste período, a interpretação da vida não se baseia em conceitos homogêneos, é fragmentada, hedonista e vive em um contexto coletivo. Para esse autor, a maneira pela qual o sujeito se interpreta na sociedade é reconfigurada na pós-modernidade. Ele aponta as “representações separadas” se referindo às múltiplas identificações que uma pessoa alterna em seu cotidiano. Assim, no contemporâneo é fácil observar a fragilidade da noção de identidade como padrão de personalidade e comportamento único e estável. O sujeito fragmentado é o ator da era contemporânea, que representa papéis variados em diferentes grupos sociais (MAFFESOLI, 2005b). Maffesoli (2005a) faz uma leitura de Simmel diferente da de Rüdiger (2002). Para ele, a falta de importância da subjetividade dá lugar a uma visão de mundo diferente, em que o indivíduo pára de olhar para dentro de si e se coloca em religação social.

De acordo com Harvey (1996), as metalinguagens, metanarrativas e metateorias do modernismo tendiam a apagar diferenças e ignorar detalhes importantes. Predominavam as dicotomias que se tornam equivocadas na pós-modernidade. No pós-modernismo são reconhecidas as múltiplas formas de subjetividade, de gênero, de sexualidade, de raça e de classe. Passa a haver uma aceitação da fragmentação, pluralismo e autenticidade de vozes de outros mundos. Porém, com isso gera-se um problema de comunicação. A natureza da linguagem e a comunicação se modificam para os pós-modernistas. Para os modernistas deveria haver uma relação rígida entre o que era dito e o modo como estava sendo dito. Já o pensamento pós-estruturalista separa-se e se recombina continuamente. A vida cultural passa a ser vista como uma série de textos em intersecção com outros textos. O entrelaçamento textual assume vida própria, o texto não pode ser dominado.

Liotard (1986) aponta que se na sociedade pós-moderna era a época dos pensamentos por oposições, no pós-moderno domina a mistura. Um maior acesso às informações por parte da população dilui o saber místico das grandes instituições antes tidas como irrefutáveis. O ideal é formado por cada indivíduo e não pelas grandes instituições, e o saber não é gerado somente pela ciência. Assim, surge uma organização que se baseia na “atomização do social em redes flexíveis de jogos de linguagem” (p.31). Os sujeitos podem fazer uso de conjuntos de códigos diferentes dependendo da situação em que se encontram. E na disseminação dos jogos de linguagem o próprio sujeito social parece dissolver-se.

Todavia, isso não significa o fim da noção de identidade como um todo. Além disso, outros autores acreditam que mesmo com a multiplicidade da pós-modernidade e a quebra com os padrões o sujeito não perde o seu individualismo.

Se para Simmel (1997) o subjetivo perde lugar ao objeto e para Maffesoli (2005a) o coletivo tem mais importância que o indivíduo, isso não é um consenso entre os autores sociólogos. Giddens (2002) enaltece o individualismo acusando a queda na autoridade de “influências externas” na formação de identidades. Falando de modernidade tardia, Giddens (2002) aponta que o *eu* não é uma entidade passiva, determinada por influências externas. Os indivíduos, nesse novo contexto social, forjam suas próprias auto-identidades. Anteriormente, para Giddens (2002), as identidades eram formadas pelas relações de parentesco, que eram as principais referências externas e serviam de ancoragem, mas essa relação é cada vez menos relevante com relação aos planos e projetos do próprio indivíduo.

O autor não quer dizer que as relações que uma pessoa estabelece na vida não significam nada para suas decisões. Os laços de parentesco não determinam mais a vida como

ocorria antes, porém figuram nas decisões e planejamentos. Agora não participa só a família, mas também os amigos, colegas e os conhecidos. Todas essas esferas podem exercer influência, no entanto com menos efeito do que a própria vontade de cada um. Segundo Giddens (2002), as amizades e relações trabalhistas vão se formando em novos níveis de intimidade atingindo patamares tão importantes, ou mais do que laços familiares, adquirindo grande valor para relações de confiança desenvolvidas. Não há mais uma determinação do que proporciona o desenvolvimento do *eu*. Ele possui domínio de suas relações reflexivamente incorporadas para uma formação de sua auto-identidade. O contexto permanece de grande importância, porém se torna mais flexível.

1.4 O sujeito na sociedade em rede

O sujeito fragmentado e múltiplo é aquele conduzido à sociedade em rede. É o sujeito que inaugura o século XXI, aquele que está em um contexto de misturas, sem “ismos”, sem grandes protestos ou ideais e uma postura não ingênua com a vida. As novas organizações sociais e as novas tecnologias vão alavancar esse sujeito em direção à referências híbridas, gostos cruzados e novas escolhas. Para Castells (1999b), “Rede é um conjunto de nós interconectados. Nó é o ponto no qual uma curva se entrecorta. Concretamente, o que um nó depende do tipo de redes concretas de que falamos.” (CASTELLS, 1999b, p. 498). Esse autor fala das mudanças sociais que vêm ocorrendo desde o final do século XX, que têm como principal força impulsionadora os movimentos de globalização e avanços tecnológicos, e levam a novas interpretações quanto à sociedade. Para ele a reestruturação do capitalismo e a revolução da tecnologia introduziram a sociedade em rede como nova organização social, com três pontos principais. O primeiro é a globalização das atividades econômicas no que diz respeito ao ponto de vista estratégico. Essas se modificam e passam a ser organizadas em rede, tendo como características a flexibilidade e instabilidade do emprego e a individualização da mão-de-obra. O segundo é uma cultura baseada em um sistema de mídia onipresente, interligado e diversificado em que é construída uma virtualidade real. E o terceiro é a transformação das bases materiais da vida – o tempo e o espaço – perante a de um espaço de fluxos em que o tempo torna-se intemporal.

Para o autor, na sociedade da informação, as funções e os processos dominantes estão organizados em redes, tornando-se, as redes, uma nova morfologia social. Essa lógica irá reorganizar operações de experiência, de poder e de cultura. O novo paradigma da tecnologia da informação proporciona que essa lógica se expanda a uma proporção nunca atingida antes.

A própria lógica de redes é mais forte do que os interesses específicos de certos pontos que a compõe “o poder dos fluxos é mais importante que os fluxos do poder” (CASTELLS, 1999b, p. 497).

Segundo Castells (2004), o contexto da sociedade em rede contribuiu com um processo de dissociação entre sociabilidade e localidade e na formação de comunidades. Para esse autor, as relações sociais passam a ser regradadas por novos modelos, diferentes daqueles determinados pelo território. Ele aponta que alguns críticos consideram que com a expansão da internet ocorre um isolamento social e uma ruptura da comunicação social e a ruptura familiar, pois os indivíduos escondem-se no anonimato e praticam relações sociais em espaços não reais, ou não presenciais.

Castells (2004) considera o debate bastante ultrapassado. Afirma que ele é anterior à expansão generalizada da internet, tendo sido gerado com base em experiências isoladas, e também, que não há pesquisas empíricas aprofundadas para comprovar a teoria. Além disso, afirma que se trata de um raciocínio simplista e enganoso, como por exemplo a oposição ideológica entre uma nostalgia de uma comunidade local harmoniosa e a existência alienada de um internauta solitário.

Para o autor, a internet possui um importante papel na reestruturação das relações sociais. Um dos fatores mais importantes deste processo é o individualismo como base do novo modelo de sociabilidade. O autor não está afirmando que a *web* crie um modelo de individualismo em rede, mas que o individualismo em rede, já existente, tem na internet um importante o suporte material para que ele se torne forma dominante de sociabilidade.

Segundo Castells (2004), o individualismo em rede é um modelo social, ou seja não constitui em uma rede de indivíduos isolados. As redes existem, *on-line* e *off-line*, formadas de acordo com os interesses, valores e afinidades de cada um. Porém, não só por estar em rede formando comunidades, um sujeito perde sua individualidade. Assim, conforme aponta Castells (2004), um sujeito pode manter o seu sentimento individualista, mas fazer parte de relações sociais

No prelúdio da sociedade da informação, Castells (1999a) apontava para uma crise esvaziadora de sentido e de função às instituições da era industrial. O Estado-nação moderno, segundo ele, perde sua soberania e dá lugar às redes globais de riqueza, de poder e de informação. O Estado perde sua capacidade de intervir em transações globais com base em seu poder político estabelecido pelo território. Ocorre uma dissolução das identidades compartilhadas que representa a dissolução da própria sociedade como sistema social

relevante. A construção de identidade legitimadora perde forças de maneira que as instituições e organizações da sociedade civil tornam-se cada vez mais vazias. Para o autor “Entende-se por identidade a fonte de significado e experiência de um povo” (CASTELLS, 1999a, p. 22)

Esses movimentos propulsionam os processos de fragmentação do sujeito. O próprio autor cita a crise de identidades pós-modernas, em que as pessoas isolam-se das antigas instituições que lhe atribuíam uma identidade, e que uma vez isolados sentem-se perdidos e saem em busca de uma nova identidade partilhada e reconstruída. Contudo, para ele, essa hipótese representa uma parte da explicação, pois parece não ir muito além de uma descrição sobre o ser individualista que se abala com a conectividade.

A formação de identidade de atores sociais é um processo de construção de significados com base em um atributo cultural, ou um conjunto de atributos culturais inter-relacionados (CASTELLS, 1999a). Os atores sociais coletivos poderão ter identidades múltiplas e essa pluralidade torna-se conflituosa e contraditória tanto na auto-representação quanto na ação social. Castells (1999a) acrescenta que a razão deste conflito é a confusão entre identidade e papéis (ou conjunto de papéis). Os papéis são normatizados por instituições e organizações da sociedade que o definem. Um exemplo do que pode ser considerado conjunto de papéis, é quando uma pessoa representa vários ao mesmo tempo, como uma mãe, trabalhadora, militante, socialista, jogadora de basquete, freqüentadora de uma determinada Igreja e fumante. A influência dos papéis em seu meio depende de negociações e acordos entre os indivíduos e instituições sociais. Porém, os papéis que uma pessoa desempenha não determinam sua identidade, eles se relacionam com conceito de funções sociais. Para o autor “Contudo, identidades são fontes de significado mais importantes do que papéis, por causa do processo de autoconstrução e individuação que envolvem.” (CASTELLS, 1999a, p. 23).

Na visão de Castells (1999a), identidades dependem dos significados que cada autor dá a uma referência existente em seu contexto, sendo originadas e construídas em um processo individual. A identidade é algo que está em processo, não sendo única e podendo ser modificada ao longo da existência. Porém, para que isso ocorra é preciso que o ator social passe por uma experiência realmente significativa, sejam os significados de instituições ou de pequenos papéis que se representa. Mesmo quando identidades são constituídas a partir de instituições dominantes, esse processo só ocorre quando o ator social as internaliza e constrói seu significado com base nessa internalização. Em muitos casos, os papéis sociais também podem sofrer um processo de internalização tão forte a ponto de tornarem-se fontes de significados. Por exemplo, quando o ato de ser pai é a auto-definição mais importante para

um ator. Esta pessoa exerce o papel de ser pai, mas isso se torna tão significativo que passa a fazer parte de sua identidade. É algo que ajuda a definir o sujeito. Segundo Castells (1999a), para a maioria dos atores da sociedade em rede, o significado organiza-se em torno de uma identidade primária, que estrutura as demais e é auto-sustentável ao longo do tempo e espaço.

A construção de identidades vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso. Porém, todos esses materiais são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades, que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espaço (CASTELLS, 1999a, p. 23)

Assim, a formação de identidade é uma relação entre a matéria-prima que há no mundo e o processamento dessa matéria-prima pelos atores sociais coletivos. Os atores sociais levam em consideração as referências que têm a sua volta e as influências externas, e com elas realizam escolhas baseadas em direcionamentos de vida, de gostos e de necessidades. Esse processo não é único e nem finito, a referência que possui um significado suficientemente forte para definir a identidade de alguém em uma determinada época pode não ter mais a mesma força depois de um tempo. Como por exemplo, um pai que tem como esse papel sua principal fonte de significado, mas antes de ser pai, era ser músico, ou ser professor de natação infantil.

Entretanto, será que essa identidade constituída pelas antigas instituições, como a etnia, a nação, a religião, ou a família é perdida quando se adquire novos traços não complementares, ou mesmo contraditórios a esses? Naturalmente que não. Justamente por ser múltipla, a identidade pós-moderna permite combinação dos valores tradicionais, com outros contemporâneos e ainda acúmulo de papéis.

Na sociedade em rede e com a internet, é possível que um sujeito possa encontrar as mais variadas referências. O importante é compreender que nem todas elas terão a mesma importância para esse indivíduo, e não somente por estarem atreladas a um perfil em uma página na *web* serão constituintes de sua identidade. Essas referências podem ser coisas inimagináveis, podem ser traços da cultura de um povo desconhecido, podem ser consideradas grotescas em seu contexto, porém são apenas informações, que sem a *web*, o sujeito provavelmente não conheceria. Além disso, na medida em que esse processo avança, determinados contextos passam a ser formados por sujeitos que experienciam esse tipo de construção. De forma que essa mescla, esse hibridismo não seja considerado grotesco naquele

contexto, não mais. Em certas organizações sociais, chega-se a um ponto em que nada, ou quase nada, torna-se capaz de surpreender, uma vez que a diversidade referencial já é amplamente experienciada.

Simmel (e teóricos antes dele como do Iluminismo ou mesmo Platão da Grécia antiga) comparavam identidade com princípio central, auto-suficiente e magnânimo de um indivíduo. Outros apontam que, na pós-modernidade, ocorre um descentramento das identidades. As pessoas não se constituem mais apenas com uma única grande verdade na vida. Neste trabalho não se pretende definir o que é identidade, nem analisar quais referências, ou sua importância na vida de alguém podem ser classificadas como constituintes, ou não de identidade. De fato, o próprio conceito de identidade é abordado por haver tanta confusão quanto à construção de identidade e uma simples construção de uma página pessoal em um *site* de redes sociais. Sem nem mesmo avaliar a questão de se o que é postado é verdadeiro ou não, acredita-se que afirmar que há aí uma constituição de identidade pode parecer muito generalizante. A construção, ou representação de identidade pode existir, mas não está relacionada com qualquer declaração de gosto em uma página pessoal.

Todavia, esse processo de descentramento, a perda de importância das instituições ou do progresso e da ciência como grandes detentores de verdade, teve um papel fundamental nas novas formas das pessoas relacionarem-se com materiais culturais. Assim, é importante não confundir formação de identidades com combinação de gostos e interesses.

No capítulo que segue aborda-se a formação de identidade na *web*. Porém, será mostrado, que apesar de existirem maneiras de representar traços de quem a pessoa é, e por consequência, talvez, traços de sua identidade, não há necessariamente construção de identidade em espaços *online*. São combinações de referências, seja num perfil em um *site* de redes sociais, com amigos e gostos, ou em um blog pessoal com textos que envolvam suas leituras, tarefas na profissão, viagens, entre outros.

2. Expressão e interação do sujeito fragmentado na *web*

Na sociedade ocidental pós-moderna, não há regras para gostos, referências ou significações, é possível escolher. A internet vai proporcionar um meio para desenvolvimento desse processo. A própria sociedade em rede estende-se pelo globo com velocidade e alcance. A facilidade de acesso ao material cultural forma o quadro propício para uma sociedade cada vez mais híbrida, em que as referências entrecruzam-se independente de espaço ou de fronteiras. Os produtores de referências na *Web 2.0* são múltiplos e essas referências geradas, em muitos casos são resultantes de experiências que as pessoas têm com outras referências. E cada vez mais este processo pode ser feito a nível pessoal. Na maioria das vezes, as experiências são contatos que pessoas estabelecem com referências de outras pessoas, e não apenas *sites*, ou instituições.

Neste capítulo, o objetivo é discorrer sobre a expressão pessoal na *web* e abordar os fatores que ela envolve. Parte-se do princípio que esse tipo de expressão, está inserido em um contexto social organizado em rede. Essa é a principal característica ponto de partida para a compreensão da expressão pessoal na *web*, sua imersão em um processo interativo que, por sua vez, pressupõe necessidade de auto-apresentação do sujeito. Quando o sujeito se coloca em relação com outros na *web*, normalmente tem o objetivo de criar um sistema de representação do seu *eu*, ou acaba fazendo isso involuntariamente. Apesar de, na maioria dos casos, o sujeito perceber esse processo e o realizar estrategicamente. A pessoa cria um espaço de expressão pessoal e tem o intuito de interagir com sua rede. Para isso utiliza artifícios e forma uma auto-apresentação. Nesse processo de auto-apresentação, na maioria dos casos, o indivíduo quer ter uma boa imagem diante de seus contatos. Claro que pode haver casos em que o sujeito não se preocupa com a imagem formada. Porém, de uma maneira ou de outra, são criadas *personas* através das quais a pessoa passa a ser reconhecida. Assim, também são envolvidas questões de controle sobre a auto-apresentação formada. E, nesse ponto, levantam-se conceitos de Goffman sobre representação do *eu* e interpretação de papéis, além de objetivos mediante a popularidade que um indivíduo tenha ou não alcançado.

Vive-se no contexto da pós-modernidade. As novas formas de interpretação do sujeito, sua identidade e seus papéis na sociedade estão bastante presentes nessa época. O sujeito que se relaciona na *web* é múltiplo e fragmentado. Em muitos casos ele se preocupa em compartilhar sua identidade em seus formatos de expressão, porém, isso não funciona como regra. Justamente por ser fragmentado, o sujeito acaba participando de tantas redes, criando

tantos espaços de expressão, que nem sempre os processos estarão relacionados com o que pode ser sua identidade. Em muitos casos discorrer-se-á sobre formação de identidade, por haver tantas referências no material bibliográfico, porém, não se estará aqui tentando definir quais referências são identidade ou não.

Todos esses pontos serão abordados a partir da seção 2.2. Anteriormente realiza-se um esclarecimento sobre a diferença entre *Web 1.0* e *Web 2.0*. Esta diferenciação faz-se necessária porque, em muitos pontos, falar-se-á de *Web 2.0*, e especialmente na análise dos formatos de expressão.

2.1 *Web 2.0* como plataforma de serviços

Desde seu surgimento, a informática evolui para estágios cada vez mais acessíveis por usuários leigos, com o desenvolvimento do computador pessoal através da nanotecnologia e da interface gráfica. Já na década de 1990, Leary (1990) apontava que o computador pessoal aos poucos transformar-se-ia em computador interpessoal, pois as pessoas cada vez mais o utilizam para se comunicar entre si.

Para Lemos (2004), o desenvolvimento da computação passa por quatro estágios sendo os dois últimos, respectivamente, o do computador pessoal e o do computador conectado. Se na década de 1990, segundo esse autor, ocorreu a popularização do computador caseiro e de uso pessoal, um aumento significativo do uso desta ferramenta nos negócios, além de grandes avanços tecnológicos, em nível de *hardware* e de *software*, a primeira década do século XXI é marcada pela consolidação da rede mundial. Ela se torna cada dia mais veloz e acessível, proporcionando que um número cada vez maior de pessoas estejam conectadas. Com isso chega-se ao quadro atual da cibercultura em que a participação social é o elemento de maior importância.

A *Web 2.0* tem repercussões sociais importantes que potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e de circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pela informática (PRIMO, 2006, p. 2).

A principal característica da *Web 2.0* é a possibilidade de participação social em suas formas de publicação de documentos. De acordo com Vossen e Hagemann (2007), a história da internet pode ser contada identificando-se três grandes correntes de desenvolvimento e impacto, sendo estas: a de aplicativos, a de tecnologia e a de participação e contribuição do usuário. Como espaço de aplicativos, para os autores a *web* funciona como uma biblioteca de informações crescente, uma plataforma de comércio e um repositório de mídia com serviços

gratuitos cada vez mais diversificados. A corrente tecnológica diz respeito aos avanços que tornaram o novo contexto possível. A última corrente, relativa aos usuários leva em conta as ações sociais na rede, como as pessoas utilizam os serviços e como isso se modificou nos últimos anos.

Web 2.0 é o nome dado a segunda fase da rede mundial de computadores. De acordo com O'Reilly (2008), tão logo o termo foi criado passou a ser utilizado como argumento de marketing. Apesar de não ser possível definir com poucas linhas quais aplicativos são *Web 2.0*, existem alguns fatores que os separam da primeira fase da internet. O'Reilly (2008) mostra que depois do estouro da grande bolha da *Web* de 1999, acreditou-se que seria o fim da rede mundial de computadores, ao menos como meio de comunicação comercial. Porém, o autor aponta que por passar por uma desestabilização, a internet tornou-se ainda mais relevante do que antes, devido à sobrevivência de empresas mais fortes que traçariam o futuro da rede. Essas empresas ocasionaram a evolução da nova fase de serviços chamada *Web 2.0*, desenvolvendo aplicativos cada vez mais voltados a sua proposta.

2.1.1 O que é *Web 2.0*?

Segundo O'Reilly não há uma linha divisória exata que separe a *Web 1.0* da *Web 2.0*. O que existe é um centro gravitacional em torno do qual movimentam-se um conjunto de princípios comuns aos aplicativos. O autor cria um gráfico para o termo *Web 2.0* para demonstrar o núcleo central e os outros fatores que ele considera pertencentes.

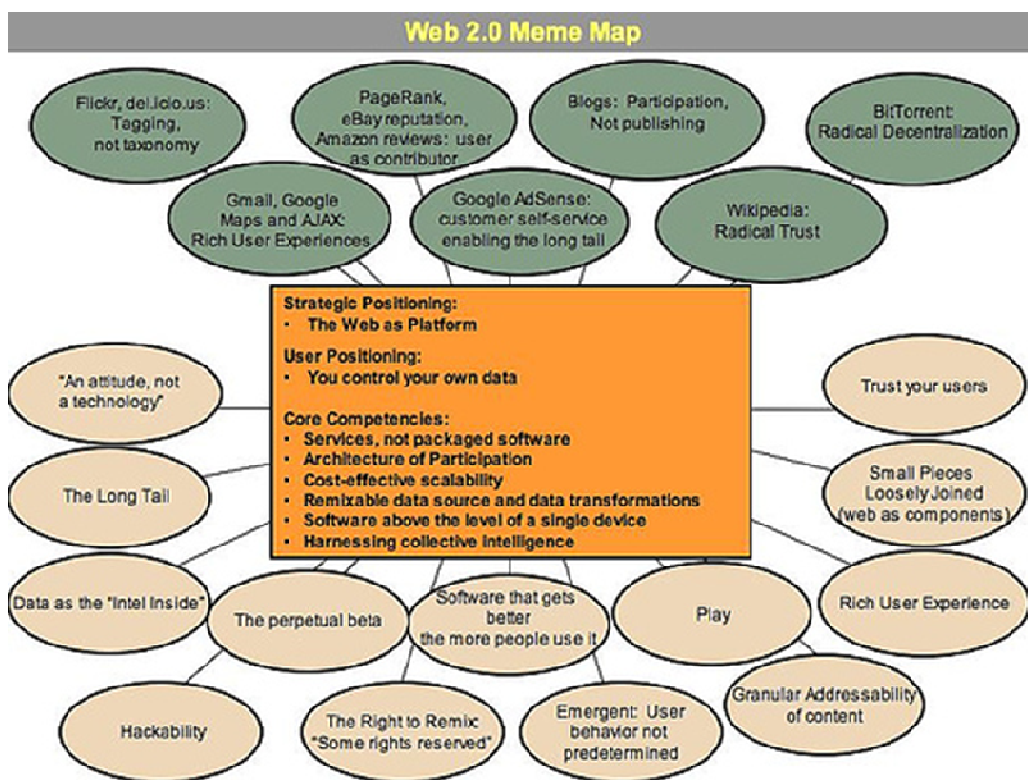


Figura 1: Mapa da *Web 2.0* de O'Reilly.

Fonte - <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html#mememap>

Esse mapa apresenta, portanto, as características a partir das quais é possível identificar quais aplicativos fazem parte da segunda fase da *web*. No núcleo central o autor define como posicionamento estratégico o caráter de *web* como plataforma, no sentido de que nela são disponibilizados serviços que funcionam através de aplicativos. Como posicionamento do usuário, o autor define que, nessa nova fase, o usuário pode controlar os próprios dados. Além disso, o centro apresenta algumas competências do núcleo. Dentre as quais, destaca-se para esta pesquisa, a arquitetura de participação, que inclui funcionalidades que possibilitam ao interagente não apenas receber, mas também publicar informações no sistema. É possível que alguém sem conhecimento em HTML crie uma página ou espaço pessoal, como um blog, ou um perfil em um *site* de redes sociais, apenas escolhendo opções disponíveis em diversos serviços. Além de possibilitar que as pessoas estejam visíveis na *web*, a maioria dos aplicativos são ambientes nos quais se formam redes sociais, adicionando-se contatos. Assim, segundo O'Reilly (2008), os aplicativos na rede se aprimoram na medida em que as pessoas os utilizam.

Segundo Primo (2006), a *Web 2.0* apresenta-se com novidades tecnológicas, novas estratégias de mercado, e principalmente com aprimoramento nas possibilidades de publicação, compartilhamento e organização de informações. Segundo esse autor, a *Web 2.0* traz importantes repercussões sociais potencializando o trabalho coletivo, trocas afetivas e construção social do conhecimento. Primo (2006) aponta que ao contrário da primeira fase da *web* (em que os sites eram estruturas isoladas), na fase atual, figuram estruturas em que as funcionalidades e os conteúdos são integrados.

O crescimento no número de blogs existentes na *web*, de acordo com Primo (2006) demonstra a importância dos novos recursos como popularizadores da *Web 2.0* como espaço de conversação. Não só em blogs, como em serviços de escrita coletiva, há um aumento de hipertextos do tipo “colagem” e “cooperativo” (PRIMO, 2003). Primo (2003) aponta para a existência de três tipos de hipertexto nas interfaces digitais, o hipertexto potencial, o hipertexto de colagem e o hipertexto cooperativo. O hipertexto colagem permite o trabalho em grupo sem o planejamento prévio, e o cooperativo também viabiliza construções coletivas, porém com o debate entre os participantes, o que modifica o trabalho durante o processo (PRIMO, 2003). Naturalmente, o hipertexto potencial, em que escolhas são feitas com base em opções pré-definidas, ainda está presente, mas o aspecto participativo da *Web 2.0* depende principalmente de plataformas em que se valoriza colagem e cooperação.

2.2 Expressão na sociedade organizada em rede

Ultimamente tem havido uma ampla bibliografia sobre a questão do indivíduo na rede. Muitos textos falam sobre a formação de identidade na *web* e a representação pessoal na *web*. Na presente pesquisa, considera-se que ao falar de presença pessoal na *web* é preciso falar de como o sujeito cria seus canais de expressão *online*. Formatos como troca de *e-mails*, conversas em *chats* ou comunicadores instantâneos não farão parte desta análise. Aqui, considera-se espaços que sejam reconhecidamente pertencentes a uma pessoa, e que sirva para auto-apresentação e expressão dela. Assim, tratar-se-á de páginas pessoais, blogs, canais de transmissão de imagens pessoais via *webcam*, fotologs, perfis em *sites* de redes sociais e *microblogs*, por serem os formatos mais conhecidos e utilizados para esses fins. Além disso, são formatos normalmente abertos ao público em geral ou a contatos cadastrados em um ambiente de rede social. Assim, considera-se expressão pessoal na *web* o ato de criar um desses formatos e criar nele mecanismos de auto-apresentação e conteúdos diversos. Porém,

em muitas vezes, esses conteúdos diversos também trarão aspectos sobre o sujeito, passando a fazer parte do quesito auto-apresentação.

Quanto ao sujeito pós-moderno fragmentado na *web*, percebe-se diferentes interpretações dos autores.

Turkle (1997), em um extremo, coloca que, atualmente, é possível entrar na tela e construir novas identidades em comunidades virtuais. Para a autora, o computador é uma nova forma de projetar idéias e fantasias, no qual um espelho é atravessado e do outro lado constroem-se novas personalidades e mundos virtuais, em que ocorrem interações com outros *eus* construídos. Nessa concepção, as pessoas vêem a si mesmas como janelas sobrepostas em uma tela. Para Turkle (1997), o sujeito da modernidade, de identidade única não está na *web*, mas sim um sujeito de identidade múltipla, fragmentada e segmentada. A autora aponta que, há pouco tempo atrás a estabilidade era de grande valor à sociedade. Papéis de gêneros rígidos e trabalho repetitivo faziam parte de um aspecto central para constituição de saúde. Este conceito está desmoronando-se, segundo Turkle (1997). Na época atual, a saúde descreve-se mais como fluidez do que como estabilidade. Os valores maiores atualmente são a capacidade para mudança e a adaptação, para novos trabalhos, novos direcionamentos nas carreiras, novos papéis de gênero e novas tecnologias. Essas metáforas para saúde não se aplicam somente a segmentos físicos do ser humano, mas também a corporações, a governos e a negócios. Essas instituições modificam-se com rapidez, e nelas também é preciso que haja uma dose de flexibilidade. Nas comunidades virtuais, encontram-se exemplos perfeitos desta visão. Nelas, as pessoas interpretam papéis explicitamente ou mais sutilmente conforme seus *eus* em conexão. Tanto os adultos, como também (e, principalmente) as crianças aprendem a ser mais fluidos *online*.

Em sua análise, Turkle (1997) enaltece as possibilidades de criação de identidades fantasiosas na *web*. Mesmo considerando formatos de expressão mais comuns, como o que ela chama de sutis (como troca de *e-mails* ou construção de páginas pessoais com currículo), centra sua análise em espaços de criação de fantasia, de jogos de interpretação de papéis, como os MUD⁵, com uso de gráficos avançados ou realidade virtual. Ou seja, ao considerar as diferentes construções de um *eu* no ciberespaço, Turkle (1997) leva em conta a invenção de realidades fictícias em espaços com esse objetivo. Muitas destas previsões assemelhavam-se à ficção científica e continuam nesse contexto até hoje. De fato são extensas as redes em que o

⁵ MUD (*Multi-user Dragon*) são jogos para vários usuários jogados em rede que combinam interpretação de papéis, e salas de bate-papo. Fonte - <http://en.wikipedia.org/wiki/MUD>

objetivo é interpretar papéis, como os MMORPG⁶, e jogos como Secondlife⁷ e The Sims⁸. Mas a separação entre corpo e mente em que a segunda imerge em um mar de informação, só ocorre no sentido metafórico e dependendo de muitos outros fatores do que a simples interação homem-máquina.

Em outro extremo, Miller e Arnold (2001) apontam que a comunicação eletrônica não é rica o suficiente para um desenvolvimento interativo de um *eu* eletrônico distinto. Para eles não é possível sustentar um eu somente na internet, nem verdadeiro, nem fictício, muito menos múltiplo. Os autores apontam que uma construção *online* só funcionaria como reforço da identidade na “vida real” (MILLER e ARNOLD, 2001, p. 5). Ao analisarem a apresentação do sujeito no ciberespaço, concluem que o processo não parece ser qualitativamente diferente da apresentação presencial, pois os estilos de apresentação são parecidos com os estilos não-eletrônicos. Porém, os autores levam em conta os possíveis avanços e consideram que essa situação pode mudar com o aumento das trocas sociais na internet. Com o desenvolvimento da *web* em direção a uma formação de redes sociais e arquitetura de participação, acredita-se que considerar a invenção de papéis fantasiosos no ciberespaço como única expressão de *eus* múltiplos é uma limitação. Para esta pesquisa acredita-se que as variações ocorrem sem necessariamente atingir a fantasia. Mesmo Turkle (1997) prevê essa forma de interação apontando que multiplicidade não significa personalidades que não se comunicam, ela não é necessariamente enganação, ou falsidade. A identidade de cada um emerge de suas associações e conexões, ou seja daquilo que ele sabe. A autora aponta que as *homepages* da *web* são um bom exemplo das novas noções de identidades múltiplas e coerentes. Todavia, considerando o sujeito pós-moderno, mesmo representações incoerentes, não seriam necessariamente fantasiosas.

Difícilmente a multiplicidade do sujeito pós-moderno é abordada com relação à *web* sem que a questão da formação de identidade seja trazida à tona. Porém, para esta pesquisa, não se considera que um pressuponha o outro. Como já foi dito, esse indivíduo fragmentado, interagente múltiplo, espalha suas expressões e interações na medida em que vai entrando em

⁶ MMORPG (*Massively multiplayer online role-playing game*) é a evolução do MUD. São jogados por um número grande de usuários através da *web* em um mundo digital de fantasia. Fonte: <http://en.wikipedia.org/wiki/Mmorpg>

⁷ Secondlife é um mundo virtual na web lançado pela *Linden research Inc.* em que o usuário cria um avatar para participar de atividades em redes sociais. Fonte: <http://en.wikipedia.org/wiki/Secondlife>

⁸ The Sims é semelhante ao Secondlife criado pela empresa Maxis. É uma simulação de atividades diárias por uma ou mais personalidades virtuais. Fonte: http://en.wikipedia.org/wiki/The_sims

contato com influências e diferentes redes sociais. Porém, não necessariamente está formando identidades em todas as comunidades que faz parte.

Como exemplo de bibliografia que fala de formação de identidade, Walker (2000) considera que o conteúdo inserido em uma *homepage* pode representar identidades eficientemente. Para ele, as páginas pessoais podem combinar informações de três tipos: listas de informações sobre próprio respeito; narrativas, como postagens em blogs; ou afiliações; declarações de amizades com pessoas ou declarações de gostos e preferências por determinadas organizações ou mesmo nichos de consumo. Mesmo as páginas mais rudimentares, que apenas listam alguns dados pessoais, como nome, endereço, profissão podem representar identidades porque as representações normalmente se referem a papéis sociais comuns. Normalmente, são criadas identidades dentro de 4 categorias principais: identidades universais (raça, gênero, nomes ou títulos); categorias relacionais (o cliente, o advogado, o cinéfilo,...); papéis sociais comuns (normalmente, referem-se à expectativas de acordo com determinado *status*); ou padrões de comportamento associados às incumbências daquele status. Essas expectativas não influenciam somente o que é esperado pela audiência, mas também um esforço reflexivo da pessoa que interpreta o papel. A idéia que ela tem do papel formará sua identidade.

A pesquisa desse autor é bastante relevante para identificar diferentes maneiras de se expressar em um espaço pessoal, e de quais maneiras estas formas de expressão podem passar fatores de identificação de um sujeito. Mesmo com os avanços da *Web 2.0*, sua diferenciação de páginas no estilo de listas, de narrativas ou de afiliações continuam bastante presentes. Por exemplo, em um perfil de algum *site* de redes sociais, como o Orkut, as listas seriam aqueles campos de formulário onde o sujeito pode preencher informações referentes a seus gostos.

Editar perfil

[Início](#) > [Meu perfil](#) > Editar perfil

[geral](#)
[social](#)
[contato](#)
[profissional](#)
[pessoal](#)

filhos:	<input type="text" value="não há resposta"/>
etnia:	<input type="text" value="não há resposta"/>
religião:	<input type="text" value="não há resposta"/>
visão política:	<input type="text" value="apolítico"/>
humor:	seco/sarcástico, inteligente/sagaz editar >
orientação sexual:	<input type="text" value="heterossexual"/>
estilo:	editar >
fumo:	<input type="text" value="não"/>
bebo:	<input type="text" value="de vez em quando"/>
animais de estimação:	<input type="text" value="adoro meu(s) animal(is) de estimação"/>
moro:	com companheiro(a), com animal(is) de estimação editar >
cidade natal:	<input type="text"/>
página web:	<input type="text" value="http://www.sandrabmz.c"/>
quem sou eu:	<input type="text"/>
paixões:	<input type="text"/>
esportes:	<input type="text"/>
atividades:	<input type="text"/>

Figura 2: Exemplo de construção de gostos no Orkut.

Fonte: <http://www.orkut.com>

Narrativas, no mesmo exemplo, seriam campos como “sobre mim” em que o sujeito deve escrever algo que o defina, ou mesmo em seus testemunhos, como narrativas que outros escrevem sobre o sujeito. A página de recados também pode demonstrar narrativas em formato de conversações. As afiliações também estariam claramente demonstradas em seus círculos de amigos e comunidades. De fato, são grandes as possibilidades de apresentar traços

pessoais de um autor em seu espaço na *web*. Em alguns casos são representações mais profundas e, em outros, mais superficiais. Outra contribuição importante de Walker (2000) é sua diferenciação do que ela chama de tipos de identidade. Todavia, enumera fatores que não necessariamente são considerados identidade, mas sim variações de características de um sujeito que possam ser identificadas com informações na *web*. O próprio Castells (1999a) diferencia identidade de papéis ou padrões de comportamento. Assim, nem sempre o que está representado será uma identidade, mas com certeza, as informações trazem aspectos sobre o sujeito, sobre sua posição na sociedade, sobre suas relações, seus gostos, seus interesses, suas referências e assim por diante. Porém, considerando a multiplicidade do sujeito pós-moderno, vários aspectos representados podem ser suficientemente significativos para um sujeito a ponto de fazerem parte do que constitui sua identidade.

De acordo com Liu (2007), existe uma formação de identidades através da reunião de gostos pessoais em um perfil de *site* de redes sociais. Segundo o autor, até o final do século XIX o único fator determinante para as teorias sobre a formação de identidades eram as instituições socioeconômicas. Porém, a partir do século XX, o fator consumo cultural, normatizado apenas pelo gosto pessoal, passa a receber mais ênfase. Para esse autor, gosto pessoal é influenciado por questões sócio-econômicas e estéticas. Conforme ele, a própria identidade do sujeito pós-moderno pode ser formada por conjuntos de fatores bem menos significativos, como seus gostos. Como são identidades múltiplas, elas se alternam sem que o ator social precise se comprometer com qualquer uma delas.

A expressão pessoal na *web* é feita em um contexto de sociedade em rede, pois, se uma pessoa cria um espaço de expressão pessoal é para compartilhar com contatos. Mas como funciona essa rede?

Para Wellman (2002), nas últimas décadas houve uma transição de um modelo social do que ele chama de “pequenas caixas” para um estado de redes sociais globalizadas. Segundo o autor no modelo de pequenas caixas o sujeito conecta-se com pessoas em grupos encapsulados e homogêneos. Relaciona-se principalmente com os membros de poucos grupos dos quais ele participa, como seu lar, sua vizinhança, seu trabalho ou organizações voluntárias. Trabalha em um grupo discreto em organizações empresariais simples e mora em vizinhanças isoladas. Wellman (2002) esclarece que atualmente esses modelos estão ultrapassados, e grupos homogêneos e isolados dificilmente se formam. Para ele, a própria noção de grupo não existe mais, sendo suplantada por redes sociais que se organizam em

clusters. Nas sociedades em rede, as fronteiras são mais permeáveis, as interações são feitas entre pessoas mais diversificadas e as estruturas hierárquicas são mais complexas.

Assim, segundo o autor, nos encontramos na era do indivíduo e suas redes sociais e não de grupos. E ao invés de todos se encaixarem nos mesmos grupos que todos ao seu redor, cada um tem a sua própria rede de conexões. Wellman (2002) exemplifica que cada membro de uma família mantém horários de compromissos diferentes. Ao invés de pertencer a dois grupos densos as pessoas normalmente tem relações familiares complexas, com ex-cônjuges, filhos do primeiro casamento de um cônjuge, seus próprios filhos com ex-cônjuge, e vários conjuntos de parentes que se adquire através do cônjuge (como sogro, sogra, cunhados, entre outros). Segundo o autor, as comunidades em geral são de laços fracos, esparsas e fragmentadas. A maioria das pessoas operam em comunidades múltiplas e parciais na medida em que lidam com redes sempre em mudança e amorfas de vizinhos, amigos, colegas de trabalho e laços organizacionais. E apenas a minoria de membros de redes estão conectados diretamente uns com os outros. Wellman (2002) enfatiza que essas redes sociais complexas sempre existiram, mas os avanços tecnológicos recentes permitiram que elas alcançassem dominância em formas de organização social.

De acordo com Recuero (2007), as formações de redes sociais no ciberespaço modificam o processo de difusão de informações. Segundo a autora, para estudar como as informações são difundidas é preciso examinar como as pessoas interagem através das redes sociais e que tipos de trocas sociais ocorrem. Recuero (2007) explica que as interações sociais formam as relações sociais, as relações formam os laços sociais e os padrões de interação formam as estruturas sociais de agrupamento humano. Essas interações geram trocas sociais que podem ser interpretadas como capital social. Capital social é um elemento de conexão entre atores em uma interação social, esse capital é associado aos valores que surgem dentro de cada grupo, podendo ser apropriado tanto pelos indivíduos quanto pelo coletivo. Nas redes sociais na internet, é fácil que o capital social seja objetivado rapidamente e identificado pelos participantes. Isso gera intencionalidades dentro do grupo, visando formação de um capital específico e associação dele ao indivíduo. A autora cita, ainda, que o capital social pode gerar reputação.

Como aponta Recuero (2007), em uma rede social a difusão de informações depende da maneira como as pessoas interagem. Sob a perspectiva da expressão pessoal essa interação é marcada pelo processamento de informações recebidas por influências externas. Como espaços de expressão de amigos, ou espaços de expressões bastante conhecidos, ou outras

mídias, relações presenciais, entre outros. Com a *Web 2.0*, como se verá, a dinâmica que determina as fontes de informações passando por seu processamento até a republicação expande-se e se prolifera em diversos formatos e possibilidades.

Para Stern (2007), a própria dinâmica da sociedade em rede pode ser interpretada como motivação para a criação de um espaço de expressão pessoal. Para a autora, apesar de todas as opções de personalização nos serviços de criação de blogs, criação de *homepage*, ou perfis em redes sociais, o que atrai os jovens à formação de um espaço de expressão pessoal é *a priori* sua curiosidade com a relação de autoria de um espaço de publicação. Além disso, sentem vontade de conhecer a tecnologia e se tornarem presentes no ciberespaço. Muitos criam espaços pessoais porque seus amigos também têm e somente alguns por obrigações escolares. Muitos dos jovens entrevistados por Stern (2007) encontram um prazer e valor inesperado em se expressar *online*, especialmente por serem reconhecidos pelas redes em que interagem.

Segundo Stern (2007), estes autores jovens têm a “audiência” sempre presente como preocupação. Assim, demonstram bastante consciência ao projetarem seu *eu* interno “real” na *web*. Conceituam suas “versões *online*” não como fabricadas, mas como uma imagem “retocada” de si mesmos. Essa tarefa envolve relacionar o seu “*eu* verdadeiro” com seu “*eu* ideal”, ou seja, para eles sua representação *online* não é enganosa ou fantasiosa, mas sim uma versão de si que talvez omita alguns defeitos e ressalte algumas qualidades. Os relatos de alguns dos jovens entrevistados demonstra que eles possuem preocupação com aquilo que estão escrevendo, ao invés de simplesmente falarem sem pensar como fazem em situações presenciais. Isso mostra o que para Stern (2007) é a principal razão pela qual adultos e jovens gostam de se expressar na *web*: para colocarem sua melhor face *online*. Citando Goffman, a autora lembra que o processo de auto-representação é performativo com interpretação de papéis. Nesse processo, a pessoa considera a interpretação daqueles que a observam e se conscientiza de como ela aparece para eles. Dessa forma, é possível adaptar-se a performances mais de acordo com o esperado ou desejado.

Walker (2000) faz uma análise das teorias de Goffman aplicadas à representação *online*. Ela se questiona como ocorre o que Goffman chamava de “*Enter the presence of others*”⁹ na internet. Ao navegar pela *homepage* de alguém, descobre-se um mundo onde ele constituiu traços de sua identidade, com o intuito de entreter e esclarecer seus visitantes. O sujeito para participar de um processo interativo na *web* realiza uma representação de si

⁹ Tradução da autora: Entrar na presença de outros.

mesmo, assim como ocorreria em uma situação presencial. Este lança mão de artifícios desenvolvidos com a própria interação social. No contexto da *web* esses artifícios serão diferentes soa de relações face-a-face.

Segundo Walker (2000), o sujeito pós-moderno não tem um núcleo de essência, é descentrado e relacional movendo-se através de interações múltiplas. Na representação do sujeito fragmentado na *web*, o estilo torna-se a substância e é dado mais atenção à imagens e ilusões, o que o autor chama de “*eu* autêntico”, que entra em colapso perante à representação do *eu*. Para o autor, a internet parece favorecer às múltiplas interações deste *eu*.

Porém, o autor questiona o fato de que a representação *online* seja tão diferente do que a *offline*. Em sua pesquisa, Walker (2000) descobre dois tipos de páginas pessoais existentes na *web*: as extrínsecas e as intrínsecas. As intrínsecas são criadas com o intuito de estabelecer contatos com uma audiência desconhecida na internet. Para os integrantes desse grupo, a interação na internet é necessária. Criaram as páginas para ter uma apresentação de si mesmos *online*. Os integrantes da pesquisa compararam as suas *homepages* com outros sistemas de apresentação como cartas de apresentação, diários, e assinaturas. Usavam as *homepages* para indicar como representação de identidade para pessoas em *chats online*. Não tinham só desejo de conhecer novas pessoas, mas de participar de debates sobre política ou filosofia. Normalmente, formavam-se arenas para se defender crenças controversas ou identidades estigmatizadas. Como a página era feita para estranhos havia esboços das vidas de seus donos. Essas pessoas sabiam que as informações nas páginas serviam para mostrar quem elas eram, assim tinham grande preocupação com o que publicavam. Os extrínsecos criaram suas páginas para manter contatos já existentes ou para centralizar informações. Para esse grupo a interação na internet não é considerada essencial. Seus participantes deram as mais variadas respostas quanto aos motivos para manter a página. Um criou sua página para manter contato com amigos que foram para faculdades diferentes. Outro, para manter contato com amigos de outros países que estudaram com ele. Outro, para manter um espaço com seus *bookmarks* na *web*. Outro, para armazenar informações relevantes para grupos que se comunicavam presencialmente. No caso das extrínsecas, as páginas não davam muita informação sobre a pessoa, por serem para se comunicar com quem já se conhecia. Nesse grupo, as pessoas não pretendiam revelar aspectos de sua identidade, assim presumiam que a página não revelava. Como as páginas eram destinadas a quem já os conheciam, não acreditavam que elas mudariam qualquer opinião de seus conhecidos sobre eles.

Assim, uma pessoa cria um espaço de expressão pessoal e tem o intuito de interagir com sua rede. Para isso, utiliza artifícios e forma uma auto-apresentação. O processo de auto-apresentação tem o objetivo de criar uma boa imagem para seus contatos. Para Stern (2007) existe uma influência marcante no conteúdo dessas páginas da cultura geral que os jovens consomem. Apesar deles se considerarem originais e únicos, as escolhas que fazem quanto ao que postar, obedecem a uma sociedade baseada na aceitação e na importância de “fazer parte da turma”. Logo, ao construírem sua imagem, utilizam muito do que a indústria de entretenimento lhes informa que é “cool”.

Mesmo assim, segundo Stern (2007), todos buscam ter uma autenticidade para receberem validação da audiência, e se sua representação for inautêntica o retorno recebido pelo grupo não significa nada. Esse desejo por *feedback* significativo é particularmente forte na adolescência, pois faz parte do processo de aceitação social. A aceitação é importante na medida em que o adolescente interpreta-se e se valida, baseando-se na forma como os outros o interpretam e o validam. Esse público não tem receios em requisitar *feedback* de sua audiência, colocando recados em suas páginas pedindo comentários. Esse tipo de pedido pode ser mal visto por público adulto, sobretudo em casos de insistência.

Para Stern (2007), a auto-apresentação toma um novo significado no contexto da internet. A estratégia e a intencionalidade são características que tomam força nos processos de auto-apresentação *online* porque os comunicadores estão constantemente representando e se re-apresentando. Nesse trecho, a autora faz um trocadilho com as palavras “*present*”, (apresentar em inglês) e “*represent*” (que significa representar). Ela escreve *re-present* atribuindo ambos os sentidos a um único verbete. Ou seja, o processo de auto-apresentação na *web* é um processo de representação do *eu*, pois é imbuído de preocupação com imagem pessoal e com opinião de quem observa, mas também que é um processo que está em constante construção, manutenção ou mesmo readaptação. “The strategy and intentionality behind self-presentation is illuminated in online settings, because communicators must consciously re-present themselves online (via text, images, etc.)¹⁰” (STERN, 2007, p. 12). A autora enfatiza que na *web* um ator social possui maior controle sobre sua representação. Por causa da ausência de deixas sonoras ou visuais (dependendo do formato), os atores sentem-se menos inibidos e essa sensação intensifica-se pelo fato de as mensagens serem criadas na privacidade e proteção de seus quartos. E, de fato, na teoria, é possível uma pessoa controlar

¹⁰ Tradução da autora: A estratégia e intencionalidade por trás da auto-apresentação é iluminada em encontros online, pois os comunicadores precisam se re-apresentarem conscientemente (STERN, 2007, p. 12).

sua auto-apresentação no contexto da *web*. Porém, não significa que isso ocorrerá com todos como uma regra. Sabe-se, no entanto, que as relações nem sempre ocorrem com tanta segurança e mesmo na *web* é possível deixar escapar aspectos indesejados para a representação. O fluxo da emissão apontado por Goffman (2007) também pode ocorrer na *web*, como quando se envia um conteúdo por engano para alguém que não poderia lê-lo, ou principalmente quando outra pessoa, como um amigo, posta informações indesejadas sobre alguém. Este quadro proposto por Stern (2007) é um estereótipo de auto-apresentação na *web*. A imagem do sujeito que tem a possibilidade de se reinventar completamente podendo deixar de ser aquela pessoa tímida de seu dia-a-dia presencial, e fazer tudo isso do conforto e segurança de seu quarto. Essa situação retorna à idéia de construção imaginária sobre a qual fala Turkle (1997), que não necessariamente constitui a maior parte das interações da atualidade.

Todavia, o que Stern (2007) coloca sobre possibilidades de auto-apresentação estratégica que aumentam na *web* é pertinente. Para ela os autores possuem mais controle sobre as impressões que passam do que sobre as situações *offline*, já que decidem exatamente o que mostrar, o que ocultar, o que enfatizar ou a que dar menos importância. Como foi dito, mesmo nesse processo podem ocorrer informações desconcertantes, porém, de uma forma geral o sujeito pode projetar-se de maneira estratégica no ciberespaço. Apesar de haver limitações por conhecimento da tecnologia ou habilidades com design. Mas, em tempos de *Web 2.0*, com a proliferação de serviços e casos de dispersão *online*, o sujeito pode se perder com relação ao que mostra em um ambiente e o que mostra em outro. Além disso, tudo o que é publicado em um momento permanecerá *online*, assim, uma informação antiga sobre um sujeito, apesar de se tornar obsoleta e talvez menos vista, poderia em algum momento ser recuperada e visualizada causando ruído com relação à imagem que o sujeito tentaria passar atualmente. E principalmente, é preciso considerar a relação que um sujeito tem com seus contatos no mundo *offline* como aqueles amigos que interagem com uma pessoa na internet, e a conhecem pessoalmente, e fazem parte de algum círculo social que esta pessoa frequenta. Nesse caso, o controle sobre as impressões passadas deveria continuar na vida presencial, a fim de não perder a imagem.

Maia, et al (2008) discorre sobre os comportamentos das pessoas em *sites* de redes sociais. Para desenvolver um modelo que demonstre classes de comportamento, é preciso identificar e distinguir usuários com aspirações e propósitos diferentes. Na pesquisa de Maia et al (2008), são escolhidos 5 atributos para classificar tipos de comportamentos de usuários

dentro do ambiente de compartilhamento de vídeos, YouTube: número de *uploads*, número de vídeos diferentes assistidos, número de canais (usuários) assistidos, data de entrada no sistema, idade do usuário (tempo desde a entrada do sistema até o último *login*), coeficiente de clusterização (medida da interconexão do usuário com seus vizinhos), reciprocidade entre usuários, *out-degree* (mede a quantidade de assinaturas que o usuário realiza), *in-degree* (mede a quantidade de assinaturas que o usuário recebeu).

Assim, os autores classificam 4 tipos de usuários de acordo com o seu nível de relacionamento com o conteúdo da plataforma.

O primeiro tipo é o chamado “membro de pequena comunidade” no qual usuários que formam pequenas, mas altamente interconectadas comunidades, como de familiares ou colegas de trabalho e de universidades. Pequenas taxas de in/out-degree, e maior coeficiente de clusterização do que qualquer outro grupo (alta probabilidade de se interconectar com redes maiores). São menos ativos que as outras categorias. Tipicamente criam as contas, assinam vídeos de sua comunidade e sua vontade de interagir não é extensa (MAIA, et al, 2008).

O segundo tipo é o “produtor de conteúdo” que totaliza 23% de todos os usuários. Sua idade de usuário é alta (acessam com frequência), visita muitos canais e faz *upload* de vários vídeos. Seu coeficiente de clusterização é baixo e recebe assinaturas de muitos usuários. Assina muitos canais ou para se manter em contato com outros produtores, ou em resposta a uma assinatura recebida. O conteúdo recebido pode ser tanto amador quanto profissional de usuários como BBC Worldwide, National Geographic, NBA, CBS (MAIA, ET all, 2008).

O terceiro tipo é o “consumidor de conteúdo”. Esse navega mais por vídeos disponíveis do que por canais. Usa muito a opção de assistir vídeos relacionados àquele sendo assistido no momento. Ele também assina vídeos mais do que recebe assinaturas. Esse usuário e o público provável para assiná-lo compartilham dos mesmos interesses devido ao grande coeficiente de clusterização e da alta reciprocidade (MAIA, ET all, 2008)..

O quarto tipo é um híbrido entre “produtor e consumidor” totalizando 48% dos usuários. A pessoa que faz parte tem um número moderadamente grande de *uploads* realizados e pessoas que os assinam, como os produtores, mas também navega por muitos canais e assina vídeos como os consumidores. A reciprocidade e o coeficiente de clusterização são baixos devido à variação nas pessoas prováveis a assiná-lo e naquelas que já assinaram. Não há um compartilhamento de interesse tão freqüente (MAIA, et al, 2008).

O quinto tipo é classificado como “outro”. É um grupo difícil de identificar claramente por causa dos valores baixos em todos os critérios. Mas se pode fazer interpretações baseadas na baixa idade de usuário, sendo que pode ter como integrantes ou usuários recentes ou aqueles que abandonaram suas contas. Esses usuários assinaram mais vídeos do que realmente assistiram, ou do que o número de canais que visitaram. Poder-se-ia suspeitar que são usuários feitos simplesmente para assinarem outros, de forma a aumentar o *rank* de assinaturas desses, para aumento de sua popularidade, ou de seus canais ou de seus vídeos (MAIA, et al, 2008).

Provavelmente, não se pode criar um sistema de classes de comportamento genérico para todos os perfis de *sites* de redes sociais, mas sim cada um teria seu sistema específico. Mas essa é uma boa referência para estudar padrões de comportamento em formatos de expressão e interação na *Web 2.0*.

Na presente pesquisa, considera-se que o sujeito fragmentado contemporâneo relaciona-se em diferentes espaços na *web*, constituindo múltiplos *eus*, sem ser necessariamente uma fantasia. No ciberespaço, a representação do *eu* social pode ser diferente dependendo de vários fatores. Uma pessoa pode mostrar-se e interagir de forma diferente dependendo, principalmente, da rede social em que a mesma está inserida. Na internet, essa rede social pode ser um *site* inteiro de relacionamento, ou os grupos que se formam dentro dele. A representação de um sujeito pode se diferenciar de um ambiente para o outro, primeiro porque os grupos mudam, mas também, porque os *sites* de redes sociais na *web* têm diferentes objetivos finais. Como por exemplo, o LinkedIn¹¹, voltado para relacionamentos entre parceiros de negócios. Ou o My Space que começou como espaço para divulgação de bandas menos conhecidas, e até hoje valoriza a troca de mídias digitais entre os participantes (BOASE e WELLMAN, 2008). Outro fator que pode influenciar na diferenciação da forma de representação é o tipo de mídia cuja postagem um ambiente valoriza, pois a própria linguagem utilizada no formato pode revelar diferentes aspectos do sujeito. Por exemplo, em um *site* de postagens de vídeo como o YouTube uma pessoa pode disponibilizar um material completamente distinto do que disponibiliza no seu blog. Tudo depende de como a pessoa se apresenta (com que ferramentas) e para quem, em que meio e para quais objetivos. O sujeito fragmentado contemporâneo jogará com suas sinceridades, sem preocupar-se com a coerência (MAFFESOLI, 2005b). Mesmo assim, no momento em que se encontra em um grupo ele quer

¹¹ <http://www.linkedin.com/>

ser aceito. Assim, o sujeito fragmentado pode apresentar-se de formas diversificadas na *web*. Uma mesma pessoa pode ser descoberta com papéis diversos em diferentes *sites* dependendo da imagem que deseja passar em cada um.

2.2.1 Formatos de expressão pessoal na *web*

Desde seu início, as ferramentas disponíveis na *Web 2.0* são utilizadas como espaços de expressão pessoal. Acredita-se, neste trabalho que o *lifestreaming* é um mecanismo através do qual pode haver expressão, apresentação e interação de um sujeito na *web*. Porém, a maneira como estes três fatores ocorrem no *lifestreaming* é o resultado de uma combinação de aspectos de vários outros formatos de expressão pessoal na *web* anterior a ele. Assim, pretende-se discorrer sobre eles antes de conceituar o *lifestreaming*. E, neste processo, explorar como as características do sujeito pós-moderno, de multiplicidade e fragmentação podem ser ilustrados na *web*. Porém, nesta análise, encontram-se também traços do sujeito moderno, aquele preocupado com a reputação que rege sua popularidade e procura controlar os aspectos de sua interação.

A seguir apresenta-se breves descrições e considerações sobre blogs, canais de transmissão de imagens pessoais via *webcam*, fotologs, perfis em *sites* de redes sociais e *microblogs*. São espaços normalmente públicos, para toda a *web*, ou para uma rede de pessoas cadastradas em um *site*. Naturalmente que esses formatos não são absolutos, existem desdobramentos deles, ou formatos híbridos que combinam algumas características de mais de um deles. Além disso, existem outros formatos menos conhecidos. Seria impossível, principalmente em tempo de *Web 2.0*, esgotar todos os possíveis formatos de expressão existentes. Porém, muito da análise feita a respeito do sujeito pós-moderno atuando nesses espaços, da imersão na sociedade em rede, das questões de auto-apresentação, representação e interpretação de papéis, motivações para criação de um espaço pessoal, entre outros, poderiam ser utilizadas também para estes espaços híbridos que não serão citados.

2.2.1.1 *Homepages* pessoais

Mesmo antes da *Web 2.0*, quando os *sites* eram estáticos e as formas de participação eram limitadas, já existiam os formatos de expressão pessoal na *web*. É o caso da *homepage* pessoal em que já se observava o dinamismo e mutações contínuas nos espaços pessoais. Para Döring (2001), os conceitos recentes de identidade, por ele revisados - que normalmente enfocam o processo de construção contínua, a mudança e a diversidade - relacionam-se com

as características das *homepages* pessoais. Para esse autor, as *homepages* pessoais são espaços nos quais se encontram formações contínuas de identidades. Döring (2001) aponta que as pessoas normalmente não se satisfazem com suas *homepages*, estando elas sempre em construção. As páginas estão sempre em processo de atualização para que as últimas auto-concepções do eu possam ser publicadas. Além disso, as *homepages* pessoais, segundo Döring (2001), costumam apresentar aspectos dispersos e contrários sobre um *eu* diacrônico, tanto em seu conteúdo quanto aos documentos para os quais aponta. As *homepages* pessoais permitem que as várias identidades (normalmente marginalizadas) de um sujeito possam ser definidas e conectadas com outros aspectos do eu (DÖRING, 2001). As *homepages* pessoais são páginas sem uma programação avançada, somente com recursos de HTML em sua maioria. São típicas da *Web 1.0* e normalmente desenvolvidas localmente e hospedadas em um servidor. Servem para proporcionar uma visibilidade do sujeito na *web*, mas as formas de interação que possibilitam limitam-se a um endereço eletrônico. Mesmo assim, na pesquisa de Döring (2001) já é possível identificar o processo de construção contínua desse formato. Além disso, mesmo nele as pessoas já confundiam informações pessoais como gostos, ou dados de um perfil com informações e interesses profissionais, como pode ser observado no exemplo da Figura 3.

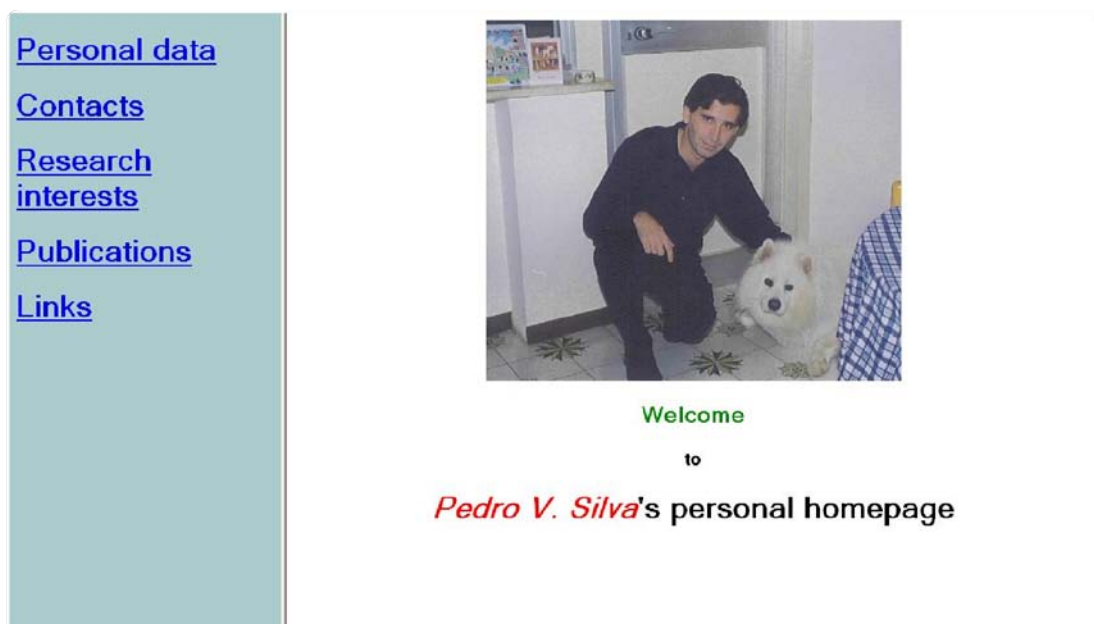


Figura 3: Exemplo de *homepage* pessoal.

Fonte: <http://cmup.fc.up.pt/cmup/pvsilva/>

2.2.1.2 Blogs

Outros aplicativos utilizados como espaço de expressão pessoal são os blogs. Eles são ferramentas que surgiram antes mesmo do desenvolvimento da *Web 2.0*. De acordo com Primo e Recuero (2003), os blogs são sistemas de publicação disponíveis na internet baseados em pequenos conteúdos e atualizações frequentes, e graças à facilidade de publicação, recebem crescente popularidade. Stern (2007) propõe que blogs e *homepages* não devem ser considerados novos gêneros de auto-expressão, pois são escritos em vários gêneros diferentes, como autobiografias, diários, cartas pessoais, recados, currículos, entre outros. Porém, diferenciam-se dos modelos clássicos desses gêneros por não serem estáticos e poderem ser modificados facilmente. Blogs são por essência sempre incompletos.

Para Primo (2008), um blog é apenas um meio de comunicação, e a criação de um espaço do tipo não irá determinar se ele será editado individual ou coletivamente, nem se será usado para fins pessoais ou comerciais. O autor enfatiza que blogs pessoais são um tipo de blogs. São individuais e se diferenciam da categoria dos comerciais por não serem realizados por meio de estratégias bem planejadas para aumento e manutenção de audiência com fins lucrativos. São feitos pela vontade de publicar algo na *web* e interagir com outras pessoas. No entanto, nem todo seu conteúdo será de cunho sincero e espontâneo. Porém, em certos casos, mesmo blogs pessoais podem ter planejamento estratégico com fins diferentes de lucro direto. Um blogueiro pode não ganhar nada com anúncios em seu blog, mas pode utilizá-lo como meio para se promover em sua área, formando reputação e conquistando trabalhos importantes. Essa formação de reputação, em certos casos, é uma rede de informações sobre um sujeito interconectada em mais de um ambiente na *Web 2.0*. Por exemplo, a pessoa que mantém um blog pode cadastrá-lo em serviços como o Technorati¹² ou o blogblogs¹³ a fim de estabelecer autoridade e popularidade elevadas para atrair novos leitores. Dificilmente esses blogs estarão entre os mais populares nestes ambientes, ou os de maior autoridade. Porém, podem ter um número elevado de leitores declaradamente fiéis, um número maior do que se esperaria para blogs pessoais.

Claro que a ferramenta não foi criada exclusivamente com o objetivo de ser um diário eletrônico. No entanto, em muitos casos é apropriada para esta função. Lemos (2002) define os blogs pessoais como espaço para práticas de escrita *online* contemporâneas. Para o autor, as pessoas comuns escrevem nestes “ciberdiários” sobre suas vidas privadas, áreas de

¹² <http://technorati.com/>

¹³ <http://blogblogs.com.br/>

interesses pessoais ou outros fatores da cultura contemporânea. Lemos (2002) aponta que diários íntimos na internet transformam o ciberespaço em um hipertexto social, no qual ocorre uma construção identitária e coletiva. Para ele, este tipo de conteúdo na *web* confunde os conceitos de público e privado. Os diários em seu formato clássico são autoficção narcisísticas, reconstrução identitária e expressão de individualidades (LEMOS, 2002). Mas, ao serem postos em formato digital de acesso irrestrito, sofrem o que o autor chama de “efeito da tecnologia sobre os fenômenos espaciais e as relações sociais: a privatização do espaço público e a publicização do espaço privado” (LEMOS, 2002). O desenvolvimento de identidades pluralizadas, com o objetivo de divulgação já existia nas *homepages* pessoais. Porém, com o surgimento da ferramenta *weblog* a criação e a atualização tornam-se mais facilitadas. Logo, é cada vez mais prático para um interagente constituir um espaço de expressão pessoal modificando sua identidade sempre que desejar. Se em diários íntimos existia uma “autoficção narcisística” (LEMOS, 2004), nos novos formatos de expressão pessoa no ciberespaço esse processo pode ser explorado. Como foi discutido antes, um sujeito pode utilizar de estratégias para se apresentar, configurando seu blog para mostrar os pontos que considera favoráveis a si mesmo. Essa é uma situação de auto-promoção *online*. Naturalmente, considerando o sujeito pós-moderno, a auto-promoção vai depender do contexto, sendo os artifícios escolhidos de acordo. Por exemplo, no caso de um adolescente que participe de uma comunidade de Emos¹⁴, quanto mais deprimido parecer mais estará promovendo-se. Ao escrever um diário que não seria publicado, seu autor intimamente tinha o desejo de que fosse lido, apesar de em muitos casos, escreveria coisas que não deveriam ser lidas por mais ninguém ou muito menos levadas a público, sob o risco de haver grandes rupturas nas relações sociais deste autor. Ao criar um blog para publicar pensamentos pessoais na internet, a pessoa calcula e pensa no que vai postar anteriormente, a menos que utilize um pseudônimo. Assim, mesmo pessoais e reflexivos os blogs dificilmente serão apenas um diário íntimo publicado.

Além de mais dinâmicos, nos blogs existem maiores possibilidades de comunicação do que em *homepages* pessoais. Nelas havia apenas a possibilidade de inscrição em um livro de visitas ou troca de *e-mails*. De acordo com Primo e Recuero (2003), as ferramentas de comentários e *trackbacks* fazem com que o blog possibilite uma organização diferenciada na

¹⁴ Emo ou Emocore (abreviação do inglês *emotional hardcore*) é um gênero de música derivado do Hardcore. Com o tempo o termo passou a ser atribuído a pessoas que gostam do gênero musical e se vestem de forma peculiar. Fonte - <http://pt.wikipedia.org/wiki/Emo>.

web, ampliando as formas de comunicação. A ferramenta de comentários, segundo os autores, permite a criação de um fórum de conversações sobre o texto postado. A ferramenta de *trackback* permite que outras postagens em outros blogs, que tratam do mesmo assunto de um determinado *post* possam ser linkados junto dele (PRIMO e RECUERO, 2003).

Portanto, com os blogs é inaugurado um formato de expressão pessoal em que os interesses e postagens sobre um sujeito são articulados em um espaço que permite trocas de mensagens sobre o assunto.

Um formato bastante semelhante aos blogs são os fotologs. Sua estrutura lembra a dos blogs, porém, voltado para postagem de fotos. As postagens não são organizadas verticalmente por ordem cronológica, ao invés disso, a última postagem recebe destaque no centro da tela, e em um dos lados, há pequenas fotos das últimas postagens. Em outro lado da tela, aparece uma listagem dos amigos favoritos do fotologueiro, com suas últimas postagens aparecendo. Fotologs, como indica Recuero (2008), são serviços em que as pessoas podem publicar suas fotos e receber comentários para suas fotografias¹⁵. Para Recuero, os fotologs têm grande complexidade no que diz respeito às formas de apropriação pelos usuários. Seu principal objetivo é utilização para armazenamento e compartilhamento de fotografia. Contudo, para a autora, pode ser usado como meio de construção de identidade individual para que a pessoa afirme-se entre as demais e também como um espaço de interação em que se formam redes sociais. As duas apropriações chave para a construção do *eu* são as próprias postagens, de fotos e textos e os amigos adicionados. Atualmente, esses serviços confundem-se muito com a postagem de fotos em perfis pessoais em *sites* de redes sociais. Em alguns casos, o próprio site é voltado para o compartilhamento de fotos entre as redes de contatos que se formam, como é o caso do flickr e do Picasa *Web Album*.

2.2.1.3 *Lifecasting*

O *lifecasting* é a prática de compartilhar vídeos pessoais captados por uma *webcam* e publicados em um *site* na *web*. Esta atividade mostra que a *web* é aproveitada em seu potencial de canal para exposição pessoal já a bastante tempo. Em muitos casos, o termo

¹⁵ A pesquisa de Recuero (2008) é especificamente sobre o sistema <http://fotolog.com>

lifecasting confunde-se com o *lifestreaming*, porém, sob a conceituação deste trabalho são tratados como processos diferentes¹⁶.

O *lifecasting* ficou conhecido como *sousveillance*, ou o inverso da vigilância¹⁷, que se constitui um registro de qualquer atividade através da perspectiva da pessoa que participa da atividade. Ele envolve portabilidade, captura de experiência pessoal, rotinas diárias e comunicação com expectadores.

Um exemplo de *lifecasting* é o site Justin.tv¹⁸ fundado por Justin Kan que originalmente era um único canal e evoluiu para o Justin.tv network com milhares de canais diferentes¹⁹. Kan resolveu usar uma câmera presa em seu boné e transmitir vídeos pela *web*. O *site* possui canais ao vivo, mas também armazena os vídeos. Em maio de 2007, entrou a segunda participante no projeto, Justine Ezarik, que ao invés de gravar o que enxergava, apontava a câmera para si mesma e dedicava mais tempo para se comunicar com sua audiência. De acordo com Liu, et al (2007), esses *sites* de *lifecasting*, como o Justin.tv atraem centenas de pessoas para assistirem seus vídeos e conversarem a respeito do que estão assistindo.

De acordo com Manns, et al (2002), *sousveillance* é o inverso da vigilância, prática em que informações sobre o protagonista são coletadas passivamente. No processo de *sousveillance*, o próprio observado disponibiliza as informações sobre si mesmo. Este não é coagido ou enganado para que seus dados tornem-se públicos. Apesar de *lifecasting* não ser um processo de *lifestreaming*, é um precursor do mesmo porque envolve disponibilização de ações pessoais para divulgação. O conceito de *sousveillance* também serve para o processo de *lifestreaming*, pois este é um processo que parte do sujeito, ou seja da vontade do sujeito de se expôr. *Lifecasting* é um formato precursor do processo de *lifestreaming* no qual ocorre a vontade do sujeito de gravar e divulgar sua vida ou parte dela. O sujeito reúne atividades de

¹⁶ Na data (15 de agosto de 2008) em que, para essa pesquisa realizou-se uma busca do termo *lifestreaming* na *Wikipedia* ocorreu um redirecionamento para o termo *lifecasting*¹⁶. Por isso, a preocupação neste trabalho de diferenciar esse processo do *lifestreaming*. Conceituado na *Wikipedia* como uma transmissão contínua de eventos na vida de uma pessoa por mídia digital, sendo normalmente distribuído através da internet, com o uso de uma *webcam*.

¹⁷De acordo com Bruno (2008), “vigilância digital é monitoramento sistemático, automatizado e à distância de ações e informações de indivíduos no ciberespaço, com o fim de conhecer e intervir nas suas condutas ou escolhas possíveis”.

¹⁸ <http://www.justin.tv/>

¹⁹ Fonte: [http://en.wikipedia.org/wiki/Lifecasting_\(video_stream\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Lifecasting_(video_stream))

sua rotina em um canal para divulgação das mesmas *online*. E, a partir deste canal, interage com sua audiência.

Outro exemplo pioneiro de *lifecasting* é o espaço de exposição pessoal de Jennie Cam²⁰. Nesse espaço, Jennie, a protagonista de seu próprio vídeo diário na internet apenas expõe seu cotidiano para o mundo. De acordo com Shaviro (1999, citado por Lemos, 2002) a vida de Jennie não é nada incomum, a não ser pelo fato de que ela resolveu abri-la para o mundo. De acordo com Senft (2008), Jennifer Ringley, em seu quarto no dormitório da faculdade, iniciou suas transmissões ao vivo em 1996 em um site como o nome de Jenny Cam. Sua audiência era qualquer um com acesso à *web* e algum interesse. Os interessados aumentaram bastante quando Jenny transmitiu pela primeira vez cenas de sexo com seu namorado. Sua câmera estava programada para gravar numa quantidade pequena de quadros por minuto de forma que a transmissão era de quadros isolados de fotos que não chegavam a passar uma noção de imagem em movimento como no vídeo tradicional. Quando Jenny não estava em casa, os visitantes tinham a opção de ler seus diários, conversar com outros visitantes, olhar seus arquivos de fotos ou visitar *sites* de seus amigos. Seu *site* chegou a registrar 100 milhões de *hits* por semana em 1998. Em uma entrevista para a ABC News ela disse que seu desejo era mostrar às pessoas que o que se vê na televisão não é realidade, mas que ela é a realidade. Esse tipo de iniciativa da Jenny Cam acabou influenciando o sucesso dos *reality shows* na televisão, inicialmente em canais de UHF chegando aos poucos à mídia de massa. As transmissões de Jenny cessaram em 2004, mas marcaram o início de uma era em que qualquer “*camgirl*” poderia se tornar uma celebridade.

Todavia, atualmente a maioria dos programas chamados “*reality shows*” não trazem muito da realidade, mas sim encenações partidas inteira ou parcialmente de um roteiro, em que o formato de “garota real” de Jenny é bastante deixado de lado, uma vez que os homens e mulheres aparecem com produções de visual semelhantes à televisão tradicional. Aliás, de alguma forma isso influencia na exposição “realista” de algumas pessoas nas redes sociais na internet. Pessoas que se expõem no mesmo estilo de Jenny, dando a entender que se trata de sua vida pessoal, íntima e particular, mas criando uma personalidade que não necessariamente seja a real.

Na época, essa superexposição era bastante incomum, porém hoje em dia a maioria das pessoas que interagem na *web*, postam diversos aspectos sobre sua vida. Não

²⁰ <http://www.arttech.ab.ca/pbrown/jenni/jenni.html>

necessariamente disponibiliza-se fotos de sua intimidade em seu banheiro ou sua cama. Porém são diversas faces de um indivíduo em diferentes ambientes e diferentes mídias, possibilitando a criação de um contexto, como fotos e textos de eventos pessoais e profissionais. Provavelmente, no caso de Jenny tornou-se uma celebridade por ser uma novidade. Atualmente, muitas pessoas tem acesso a meios de se expôr via internet, de forma que não necessariamente qualquer um que o faça torne-se uma celebridade. Basta acessar *sites* como o Yahoo! Live²¹, em que qualquer um que possuir uma *webcam* pode criar seu próprio canal de transmissões ao vivo. É possível concluir que os precursores de *Lifecasting* inauguraram uma era em que é possível se tornar presente *online*, e os formatos avançam em possibilidades de expressão e interação.

2.2.1.4 Perfis em *sites* de redes sociais

Nos sites voltados à formação de redes sociais as pessoas criam perfis com opções cada vez mais abrangentes, desde a sua descrição pessoal, redes de amizades, comunidades, entre outros. Tudo isso permite a formação de uma representação múltipla. De acordo com Boyd (2007), os *sites* de redes sociais são serviços na *web* que permitem pessoas a: (1) construir um perfil público ou semi-público em um sistema entrelaçado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem compartilham conexão, (3) visualizar e navegar por esses contatos e os contatos de seus contatos.

De acordo com Liu (2007), é possível identificar a construção de identidades por meio da observação de “performances textuais” na *web*. Ele considera os perfis em sites de redes sociais. Nesse tipo de performance, os materiais virtuais utilizados são sinais culturais que compostos formam uma declaração de gosto performatizado pelo perfil. São auto-descrições de livros, músicas, filmes, entre outros. Através dessa combinação, interagentes representam *status* e distinção a uma audiência de amigos, compondo para eles uma identidade. Nesse formato já é possível observar um avanço considerável nas possibilidades de interação. Como forma de expressão pessoal, um perfil de *sites* de redes sociais é complexo e compila informações de diversos aspectos do cotidiano do sujeito. Além disso, segundo Boyd (2007), a própria lista de contatos serve para uma constituição de identidade. Por ser constituído diretamente *online*, o formato possui ainda mais facilidade para transformações contínuas, como as que Döring (2001) aponta sobre as *homepages*. Quanto à interação, Boyd (2007)

²¹ <http://live.yahoo.com/>

coloca que a própria adesão de amigos e formação de redes contribui para a construção de uma identidade, pois eles também criam um contexto ao redor da pessoa. Logo, a formação de redes de contatos contribui para uma representação de identidade ainda mais complexa.

Ainda, para Weber e Mitchell (2008), o uso interativo das novas tecnologias pelas pessoas jovens pode servir como um modelo para processos de identidade. Os jovens consomem imagens populares e as combinam, as criticam, as adaptam ou as incorporam a sua própria produção midiática. As autoras apontam que as teorias contemporâneas sobre identidade a conceituam como um processo e não um rótulo fixado. Completam colocando que identidade não é algo que possa ser adquirido uma vez e jamais modificado. Pelo contrário, ela é fluida e aberta a negociações, porém sujeita a muitos fatores. As construções de identidade nos estudos de caso das autoras apontam identidades sempre em construção, mas que contêm alguns traços de longevidade permanente. Para Weber e Mitchell (2008), o conceito de bricolagem é um bom exemplo para explicar a identidade contemporânea. Bricolagem, segundo elas, é um termo francês que se refere a uma criação improvisada em que se usa qualquer material que estiver à disposição. No exemplo da Figura 3, de um perfil no Orkut é possível visualizar como a própria interface de um perfil pessoal em um *site* de redes sociais assemelha-se a um trabalho de colagem.

Senft (2008) fala da preocupação com a própria popularidade que as pessoas que participam de *sites* de redes sociais possuem. E essa popularidade é dada principalmente por construção de boa reputação mediante uma rede de contatos (ou seguidores) com alguns amigos-chave que também sejam populares. Na maioria dos *sites* de redes sociais, não há um sistema explícito de construção de reputação, o que há é a possibilidade de se acrescentar amigos.

De acordo com Senft (2008), acrescentar amigos é uma atividade baseada em confiança tanto na esfera *online* quanto *offline*. Porém, na vida *offline* essa decisão costuma ser tomada de forma implícita, gradativa e condicional. De forma geral, as pessoas não conhecem alguém na vida *offline* e instantaneamente a declaram como amigo. Não é uma ação que se espere de alguém, nem algo em que se pense muito a respeito na fase inicial de uma amizade. Porém, tanto *offline*, quanto *online* para estabelecer uma relação de amizade e confiança, baseia-se principalmente na representação do *eu* que a pessoa coloca em exposição. E se faz uma leitura da representação tanto consciente quanto inconscientemente (SENFT, 2008). Essa leitura consciente ocorre quando algo está visivelmente errado, como quando se percebe que a pessoa é um *fake*, não tendo quase amigos, ou tendo um nome

improvável (celebridade, personagem de desenho animado, entre outros). A leitura é inconsciente quando se percebe, de forma subentendida, que a pessoa não é aquilo que parece ser. Contudo, amigos em *sites* de redes sociais não são o mesmo que na vida *offline*. Nos dois casos existem os laços fracos e fortes, mas, na vida *online* parece ser mais fácil acrescentar amigos que mal se conhece, apenas para estabelecer contato ou aumentar a popularidade. Além disso, essa leitura inconsciente provavelmente ocorre mais na vida *offline* do que na *online*, pois nela é possível perceber deixas simbólicas ou incoerências de representação e ação. Senft (2008) lembra que uma forma segura que se tem de acrescentar amigos nas duas instâncias é através do sistema de conhecer amigos que são amigos de seus amigos.

2.2.1.5 *Microblogs*

Outro exemplo de espaço utilizado para expressão pessoal na *web* são os *microblogs*. Neles os sujeitos podem realizar postagens pequenas, normalmente com número limitado de caracteres que serão visualizados por sua rede de contatos (JAVA, et al, 2007). Para Java, et al (2007), o *microblogging* preenche uma necessidade de comunicação mais rápida que a dos blogs tradicionais. Segundo os autores, o *microblogging* exige menos tempo de seus leitores e escritores, o que possibilita um processo de atualização mais acelerado. Alguns exemplos são o twitter²², o Jaiku²³ e o Pownce²⁴. Na maioria dos *microblogs*, ocorrem apropriação para outros fins, como jornalismo ou conversações, porém, seu objetivo inicial era que as pessoas pudessem realizar pequenas postagens informando sobre o que estariam fazendo naquele momento. O próprio *slogan* de um serviço popular de *microblogging*, o twitter é “*What are you doing*”, ou seja, “O que você está fazendo”. A proposta incentiva pessoas a postarem a respeito de suas atividades, o que envolve seus gostos e interesses ou até mesmo sentimentos. Thompson (2008), em um artigo para o New York Times Magazine, conta que, logo que conheceu essa proposta a achou fútil e desnecessária, no entanto, com o passar do tempo pensou que estar sempre informado sobre as atividades de seus amigos era bastante interessante. Como será apontado posteriormente, o processo de *lifestreaming* pode inclusive ser feito por meio de um espaço de *microblogging*. Todavia, nessa seção, a finalidade é situá-lo como uma forma de expressão pessoal na *web*. Observa-se, na Figura 6 um espaço pessoal de *microblogging* no qual o conteúdo postado é sobre as ações pessoais do sujeito.

²² <http://www.twitter.com>

²³ <http://www.jaiku.com>

²⁴ <http://www.pownce.com>

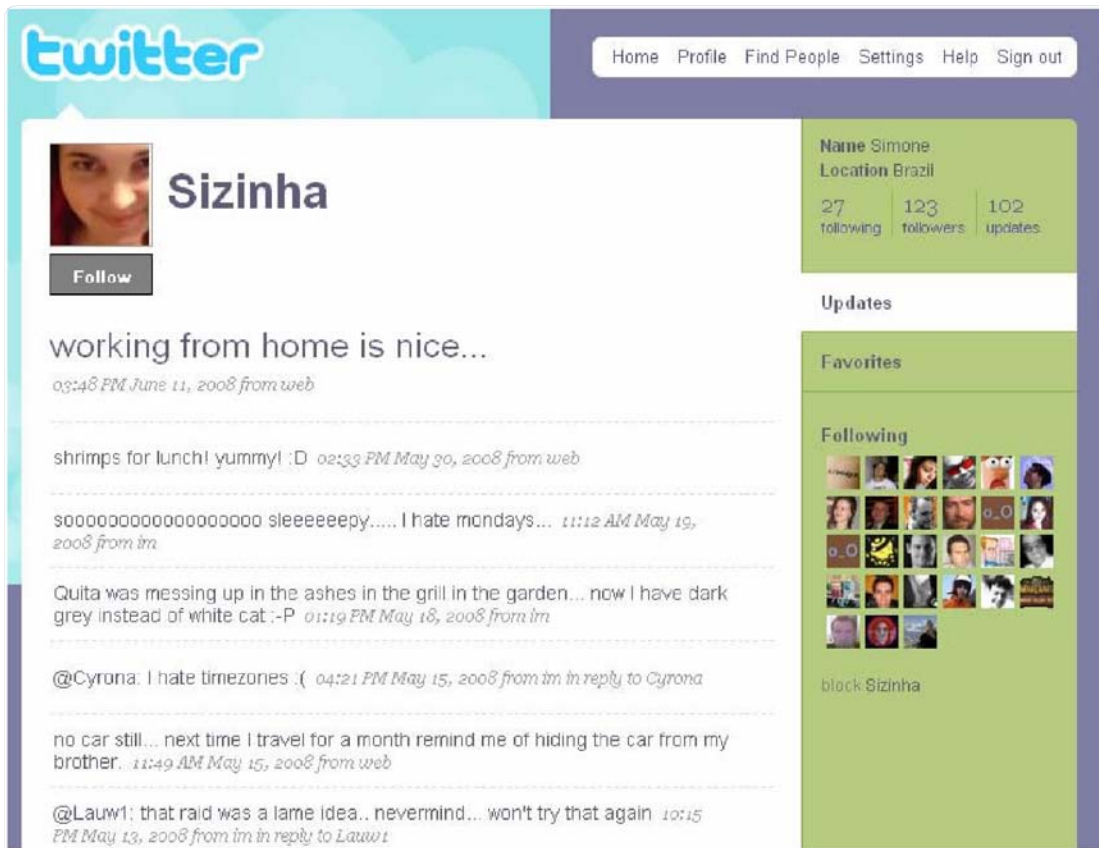


Figura 5: Exemplo de *timeline* pessoal no twitter utilizada para *lifestreaming*

Fonte: <https://twitter.com/Sizinha>

Conforme Java, et al (2007), o twitter é uma das plataformas de *microblogging* mais populares. Assim, pretendem investigar os motivos de uso desta plataforma pelos usuários. No twitter, as atualizações podem ser públicas ou disponíveis apenas para contatos. Se forem públicos, aparecem na *timeline* pública geral do sistema. Os dados analisados por eles vieram da observação dessa *timeline* por dois meses, de abril a maio de 2007. Segundo os autores, o twitter foi lançado em 2006. Em março de 2007 recebeu um prêmio da South West Conference Web Awards²⁵ causando uma grande popularização da plataforma. Durante o congresso, houve aumento de usuários por ter despertado interesse dos participantes e por ter sido usado para campanhas publicitárias. Apresentam uma pesquisa empírica relacionando frequência de postagens de usuários e nós de conexão entre os usuários. Uma das considerações que indicam é o alto nível de reciprocidade entre as pessoas, de forma que

²⁵ <http://2007.sxsw.com/>

muitas das pessoas na pesquisa seguem a maioria das pessoas que também a seguem em retorno.

Para Java, et al (2007), algumas das principais diferenças do *microblog* para o blog clássico são: (1) o fato de que supre uma necessidade de uma comunicação mais acelerada, em que se requer menos tempo investido para planejamento e produção do *post* e (2) acaba tendo um número muito maior de *posts*. Normalmente, posta-se muito mais em ambientes de *microblogs*. Se uma pessoa posta em seu blog em média uma vez por semana, no ambiente de *microblog* ela poderá postar até várias vezes por dia. Claro que isso não funciona como regra, mas na maioria dos casos ocorre. Os autores consideram pesquisas sobre intenções de usuários que focam nas intenções em sistemas de busca. Refere-se a teóricos que desenvolveram 3 principais categorias de uso em sistemas de busca: navegacional, informacional e transacional. Aponta que entender as intenções para realizar uma busca, é bem diferente de entender as intenções para criar conteúdo, pois essas poderiam ser consideradas as de receber comentários e fazer parte de uma comunidade de blogueiros que se lêem e se comentam mutuamente.

Essas ferramentas possibilitam um formato comunicacional de fácil produção e de fácil leitura. São um tipo de comunicação que demanda pouquíssimo tempo para produção e absorção. Esse processo torna-se popular, talvez justamente pela facilidade que as pessoas têm de acompanhar as postagens dos amigos. Elas, aqui, têm uma vida útil muito curta. A *timeline* organiza-se de forma que a postagem mais atual está sempre no topo e as outras vão sendo mandadas para baixo sucessivamente. Como a postagem é facilitada, e em muitos casos bastante freqüente, um *post* torna-se antigo rapidamente. Assim, a falta de tempo investido para pensar no que se posta é também um reflexo deste fato de que o *post* rapidamente tornar-se-á obsoleto, e possivelmente, será esquecido.

Java, et al (2007) propõem uma taxonomia de classificação quanto às intenções de uso no twitter. A primeira é para postagens de informações diárias, a respeito do que estão fazendo no dia-a-dia, sendo o maior e mais comum uso do twitter. A segunda é a de conversações no twitter, em que há uso de *replies* para amigos, que são feitos através de postagens em que se inclui o nome do participante antecedido do símbolo da arroba²⁶. Um oitavo das postagens observadas continha este símbolo e essa forma de comunicação é utilizada por 21% dos usuários. O terceiro formato é para compartilhamento de informações/URL, aparecendo em cerca de 13% dos dados pesquisados. Divulgação de

²⁶ Arroba (@), em inglês significa *at* e a tradução literal é “para”.

notícias é o quarto tipo, em que muitas pessoas reportam últimas notícias ou comentam acontecimentos em geral.

A partir dessa classificação, Java et al (2007) ainda elaboram categorias de usuários que utilizam o twitter. À primeira eles dão o nome de “Fonte de informações”. Este tipo de usuário é considerado um *hub* e tem um número grande de seguidores. Posta freqüentemente ou em intervalos regulares. Às vezes mesmo tendo um padrão de postagens com freqüência irregular, alguns usuários têm muitos seguidores por suas postagens serem relevantes. A segunda classe recebe o nome de “Amigos”. Os autores a consideram uma categoria abrangente em que a maioria das relações encaixam-se. Reforçam que há muitas subcategorias de amizades no twitter, por exemplo, um usuário pode ter amigos, familiares, colegas de trabalhos, entre outros, e, em alguns casos, pessoas seguem desconhecidos. A terceira e última categoria recebe o nome de “Buscador de informações”. Essas pessoas postam com menos freqüência, mas estão sempre olhando as postagens dos outros. Finalizando, os autores apontam que um usuário pode ter múltiplas intenções ou ter vários papéis na comunidade.

Conforme apontado anteriormente estes foram alguns formatos mais abrangentes de expressão pessoal na *web* passíveis de classificação e definições. Eles estão postos em ordem cronológica de aparecimento, sendo as *homepages* pessoais o mais antigo e os *microblogs* os mais recentes.

Claro que mesmo com o aparecimento constante de novos meios de expressão, não se está querendo dizer que um novo meio irá sempre substituir o anterior. Na verdade, talvez somente a *homepage* pessoal tenha se tornado obsoleta por outros formatos apresentarem as mesmas capacidades dela com maiores facilidades. Ou por esta fazer parte da dinâmica da *Web 1.0* em que as interações eram mais limitadas. Mesmo assim ela não desaparece completamente. Porém, geralmente é o contrário, um formato não apenas não substitui o outro como eles se mesclam. Em tempos de *Web 2.0*, há uma proliferação considerável de tipos de serviços envolvendo redes sociais na *web*. Na maioria deles, é possível criar espaços de expressão pessoal.

2.3 Proliferação de serviços

A *Web 2.0* é uma plataforma de serviços que combina aplicativos com a comunicação estabelecida por meio da rede. São ambientes, espaços ou *sites* que proporcionam funcionalidades pelas quais duas ou mais pessoas podem realizar tarefas em grupo para

trabalho, ensino, interesses específicos e entretenimentos diversos. Recentemente, observa-se uma tendência à proliferação acelerada destes serviços disponíveis. Ao acompanhar blogs sobre o assunto, como o Tech Crunch²⁷, testemunha-se o surgimento de vários serviços semanalmente. Está se referindo a inúmeras plataformas voltadas à formação de redes sociais, criação de blogs, fotologs, *microblogs*, com objetivos cada vez mais específicos. Por exemplo, o Google Health²⁸, um site em que as redes sociais se formam com o intuito de trocar informações sobre o campo da saúde. Naturalmente, esses ambientes são utilizados e apropriados pelas pessoas de formas variadas, mas, para esta pesquisa, importa os casos em que a apropriação é feita para expressão pessoal, pois quer se estudar a interligação dos formatos de interação e expressão do sujeito no ciberespaço. Considera-se expressão pessoal os conteúdos disponíveis em páginas sob a responsabilidade de um sujeito que trazem informações sobre suas atividades, seus interesses ou seus gostos. Esses são os formatos que interessam para a pesquisa porque o objeto de estudo deste projeto, o *lifestreaming*, é uma forma de expressão pessoal *online*. Assim, pretende-se, a seguir, descrever alguns serviços da *Web 2.0* que podem ser tomados para expressão pessoal, para que depois, possa-se comparar o processo de *lifestreaming* com eles. Porém, antes desta descrição, é importante definir um recurso da *Web 2.0* que será bastante citado no texto. Trata-se do RSS.

Tamanha é a proliferação de serviços e informação na *Web 2.0* que existe uma prática de assinatura de *sites* de notícias ou blogs por meio de agregadores de *feeds* ou *e-mail*. O termo *feed* (do inglês, alimentar) é um termo relacionado com a tecnologia RSS (*Really Simple Syndication*). Alguns *sites*, normalmente os que são atualizados periodicamente, fornecem *feeds* que podem ser assinados através da tecnologia RSS em agregadores como o Google Reader²⁹, Net Vibes³⁰, entre outros, de forma que nesse espaço de assinatura o sujeito receba as atualizações de todos os *sites* cadastrados³¹. O sistema de RSS é o que caracteriza um formato de acesso à informação que foi chamado de *pull* em oposição ao formato clássico *push*. Ou seja, a pessoa “puxa” a informação desejada do local de origem através de um sistema de assinatura, conforme o seu interesse, ao invés de ter “empurrado” contra si um apanhado de informações genéricas que podem não lhe ser relevantes.

²⁷ <http://www.techcrunch.com>

²⁸ <http://www.google.com/Top/Health>

²⁹ <http://www.google.com.br/reader>

³⁰ <http://www.netvibes.com>

³¹ Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/RSS> e <http://pt.wikipedia.org/wiki/Feed>

A proliferação de serviços e informações na *Web 2.0* gera, em alguns casos, um movimento de dispersão de dados por algumas pessoas com a tendência de se cadastrarem em um número maior de *sites* do que de fato pretendem interagir. Boyd descreve em seu blog³² uma prática comum entre adolescentes, de criar identidades descartáveis em *sites* ou *e-mails* para atingir objetivos específicos, e os esquecer em seguida. Muita discussão tem sido gerada quanto à dispersão na *web*. Alguns especialistas demonstram preocupação com o gerenciamento de imagem pessoal na rede, dando importância a serviços e espaços voltados à formação de uma identidade única. Esses projetos não são necessariamente utilizados para gerenciamento de imagem pessoal, mas apenas para organização de dados. O *lifestreaming*, como será aprofundado posteriormente, funciona como uma maneira de organização de dados pessoais *online*. Em especial, aplicativos agregadores de *lifestreaming*, em que é possível cadastrar *feeds* de *sites* em que se participa, tornando-se um espaço para visualização de atividades dispersas *online*. Porém, outros processos na *web*, não necessariamente de *lifestreaming*, são voltados para organização e gerenciamento de dados pessoais. Um exemplo de tentativa de controle da dispersão *online* é o serviço “me adiciona”. Este ambiente é utilizado para reunir os nomes de usuário utilizados por uma pessoa em seus ambientes na *web*. Esse site apenas disponibiliza o nome de usuário das pessoas para que estas possam ser mais facilmente encontradas e adicionadas. A quantidade de nomes de usuário adicionados por uma pessoa revela o contingente de espaços em que ela participa na *web*.

³² Fonte: http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2007/01/01/ephemeral_prof.html

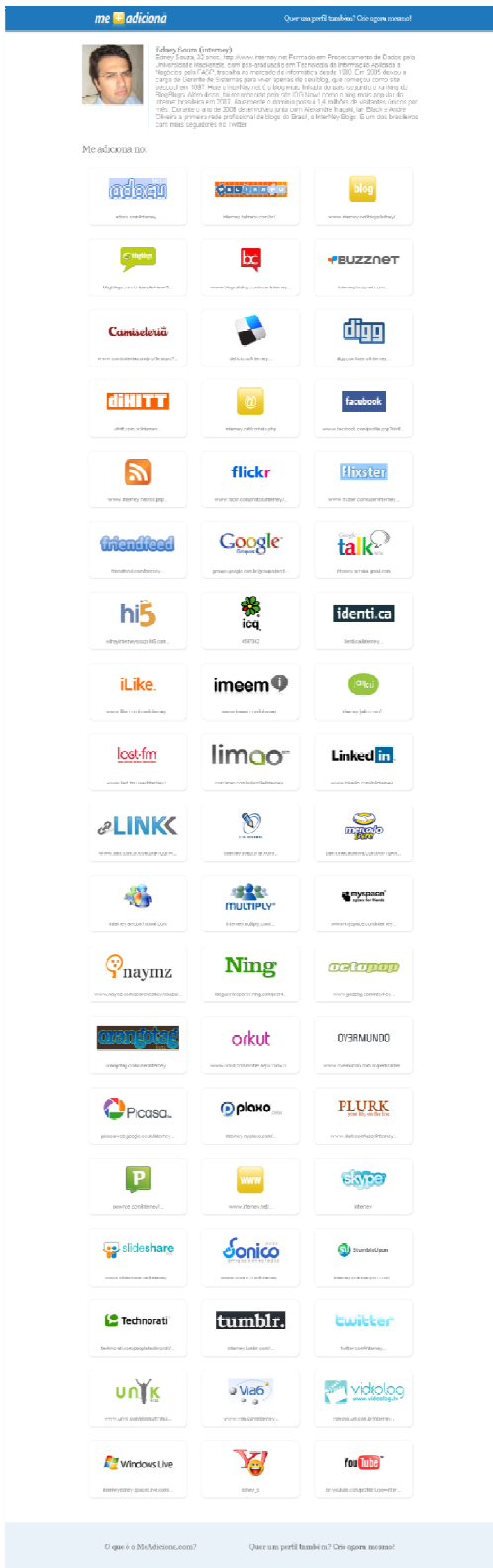


Figura 6: Espaço pessoal no me adiciona com nomes de usuário acrescentados.

Fonte - <http://www.meadiciona.com/users/users.php?user=interney>

Os autores DiMicco e Millen (2007) dão alguns exemplos de motivos para dispersão pessoal *online*. Segundo eles, alguns *sites* de redes sociais são voltados para questões específicas, especialmente nos Estados Unidos. Assim, apontam que muitos adolescentes criam perfis no MySpace quando estão no colégio, e depois quando vão para a faculdade abandonam este perfil e passam a utilizar somente o Facebook, popular entre estudantes universitários. Em outros casos, eles não abandonam o perfil no MySpace e permanecem utilizando-no para manter contato com os antigos colegas. O mesmo ocorre quando se formam na faculdade e permanecem no Facebook. Outro exemplo, é de quando as pessoas iniciam a vida profissional e se cadastram em ambientes como o LinkedIn, voltado para relações de negócios, especialmente entre profissionais da área de tecnologia. Assim, DiMicco e Millen (2007) propõem que ao passo que as pessoas vão transitando por fases da vida, e expandindo o número de conexões sociais, esses sites auxiliam a manter numerosas redes sociais e relacionamentos sociais diversos. Dessa forma, a dispersão *online* se estabelece ao longo do tempo, mas é possível ir além. Mesmo em uma mesma época da vida, uma pessoa pode se cadastrar nos mais variados tipos de *sites* de redes sociais para atingir objetivos diversos, ou interagir com base em diferentes mídias.

Walker (2000) aponta que declarações de identidade podem ser efêmeras na internet. O autor cita casos de seus entrevistados que criam páginas e a modificam freqüentemente, e outros que criam páginas e, posteriormente, simplesmente as deletam ou a colocam em diferentes domínios. As páginas intrínsecas eram as mais mutantes ou as que mais desapareciam. Das extrínsecas, as que mais desapareciam eram as que armazenavam *bookmarks*. O autor percebe que as relações presenciais dos que tinham páginas extrínsecas eram maior motivação para manter as páginas do que as necessidades de declaração de identidades dos que tinham páginas intrínsecas.

As observações quanto ao fenômeno de dispersão levou à formação de projetos voltados para a organização de informações pessoais. Um dos projetos citados, o OpenID é uma proposta de gerenciamento de nomes de usuário dispersos de uma única pessoa. O outro, o OpenSocial é uma associação que tem como objetivo a organização e criação de perfis de mercado para campanhas de marketing. Como se verá mais adiante a ênfase do *lifestreaming* não está na organização, mas sim no compartilhamento mútuo de referências. No entanto, são exemplos relevantes para compreender o processo atual de dispersão pessoal na rede, e que há uma preocupação quanto a sanar a confusão que os dados perdidos geram. O objeto de estudo desta pesquisa é o processo de *lifestreaming*. Esses dois projetos abaixo apresentados

diferem-se do *lifestreaming* de diversas formas. Primeiramente, *lifestreaming* não é um projeto fundado por uma empresa, mas sim um processo espontâneo que parte da vontade de alguém. Além disso, ambos os projetos são voltados para organização de dados.

O OpenID³³ é um projeto que busca eliminar a necessidade de diferentes nomes de usuário para diferentes ambientes. Com ele, uma mesma pessoa pode ingressar em diversos serviços de empresas diferentes com o mesmo *login* e, dependendo da vontade, a mesma senha. Diminui os custos de empresas com gerenciamento de senha e usuário. É um *framework* gratuito e descentralizado para uso de uma identidade centrada no usuário.

As pessoas criam nomes de usuário em diferentes plataformas. Essas plataformas geram URLs utilizando algumas palavras padronizadas somadas ao nome de usuário. A idéia do OpenID é que uma pessoa possa transformar uma dessas URLs em uma conta que possa ser usada em sites que suportem OpenID. Além disso, é possível cadastrar um domínio próprio como OpenID.

Já o OpenSocial é uma associação que busca organizar o sistema de coleta de dados do usuário e formação de perfil. Essa associação surgiu em resposta ao crescimento acelerado do Facebook. Em abril de 2007, os analistas do Facebook desenvolveram um novo API³⁴ e o abriram para empresas desenvolvedoras de *softwares* que quisessem criar aplicativos para a plataforma. Nos primeiros dois meses já haviam sido desenvolvidos 5000 programas para o ambiente, que se posicionam entre conexões de amigos. Além disso, foi incluído um sistema de *feeds* que informam ao usuário as atualizações de seus amigos no ambiente. Para Lerner (2008), apesar de muitos dos aplicativos serem banais, as pessoas não param de os testar ou os usar regularmente, e talvez, por essa razão, o Facebook seja o site de redes sociais que mais cresce atualmente. De acordo com o autor, esse novo API não só atraiu desenvolvedores de *software*, como também atraiu usuários de outros sites de redes sociais, aumentando o banco de dados do Facebook. E esse crescimento do banco de dados atrai ainda mais desenvolvedores e anunciantes.

³³ Fonte: <http://openid.net/what/>

³⁴ API (*Application Programming Interface* ou Interface de Programação de Aplicativos) é um conjunto de padrões determinados por um *software* para que suas funcionalidades possam ser utilizadas por programas aplicativos. API, é uma parte do código de um *software*, e através da manipulação do mesmo é possível criar pequenos softwares compatíveis com o inicial, que tornam-se apêndices do mesmo. Este apêndice é chamado *widget*, um pequeno aplicativo com uma função específica inserido em um outro programa maior que ele. Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/API>

Lerner (2008) aponta que o Facebook tornou-se uma plataforma quase imbatível, que não poderia ser superada por uma empresa ou *site* de redes sociais. Por isso, a *Google* criou o API OpenSocial e formou uma aliança em que todos os participantes utilizem este mesmo API. Dessa forma, um aplicativo desenvolvido para o API OpenSocial funciona em todos os sites da associação. Se o banco de dados de um único site não pode competir com o Facebook, o de uma associação de vários sites pode. A aliança OpenSocial constitui-se em sites como o Orkut (Google), o LinkedIn, o hi5, o Friendster, o Plaxo e o Ning. Em março de 2008, a Yahoo! entrou na aliança. Além disso, a Google aproveitará os *sites* para inserir seus anúncios. Esse projeto surgiu uma semana depois de a Google perder para a Microsoft uma concorrência para investir no Facebook e inserir anúncios em suas páginas, e uma semana antes de o Facebook lançar seu próprio sistema de anúncios.

Alguns dos aplicativos mais populares no Facebook (iLike, Slide, Flixster and RockYou) são aproveitados no OpenSocial. O sistema de anúncios é baseado em informações recolhidas do consumidor e das redes de interesse. Com o OpenSocial elas são abertas para as empresas que queiram coletar esses dados. Esses códigos ainda têm muito que evoluir, mas já trazem conceitos inovadores em mercado de redes sociais, inter-operabilidade e compartilhamento de informações.

Portanto, OpenID tem o objetivo de tornar possível para o usuário a organização de seus nomes de usuário pessoais e senhas. Já o OpenSocial auxilia as empresas desenvolvedoras de *sites* de redes sociais a organizar dados de um usuário ou muitos deles.

O autor Jitendra Gupta, no blog *Read/Write Web*³⁵ cita as identidades descartáveis observadas por Boyd e as aponta como uma boa maneira de preservar privacidade e evitar receber emails de *Spam*. Porém, aponta que para se apresentar em redes sociais sérias, um adulto, como ele define, deve não só usar seu ID oficial como também ter o cuidado com o gerenciamento deste ID. Ele apresenta projetos como o OpenID e processos de *lifestreaming* como formas de gerenciar a imagem pessoal na *web*, manter o controle das contas e do uso que se faz delas.

E, portanto, como o sujeito fragmentado pós-moderno interage na *web*? Considerando o descentramento da identidade do mesmo (HALL, 2000), e a formação de sinceridades sucessivas em que múltiplas identificações formam diferentes interesses (MAFFESOLI, 2005a), estaria o sujeito preocupado em formar uma imagem coerente nos serviços que

³⁵ Fonte - http://www.readwriteweb.com/archives/throwaway_identities.php

participa? Será ainda possível encontrar traços do sujeito moderno preocupado em participar de uma interação coerente no meio social? Ou será essa preocupação apenas mais uma das faces do sujeito fragmentado pós-moderno, que em determinadas situações deseja mostrar uma personalidade estável? Será que todas as faces de um sujeito fragmentado podem ser encontradas em suas participações na *web*? Dificilmente, porém em muitos casos encontra-se traços delas, que podem ser opostas ou contraditórias. Em outros casos pessoas preocupam-se em não divulgar ações que possam não estar de acordo com sua face mais conhecida.

O movimento de dispersão de dados e a demanda por processos de reunião destes dados podem parecer paradoxais. Contudo, percebe-se que alguns projetos de organização, como o OpenID podem ser reflexo dos acontecimentos dispersivos. Não há relação de causa e efeito entre esses dois processos, porém, de alguma forma, a dispersão pode ser um fator que leva ao desejo de agregação.

3. *Lifestreaming* como um processo

Lifestreaming é um processo de interação recente na *web* em que ocorre combinação e compartilhamento de ações pessoais periódicas na *web* em um espaço no qual as ações são visualizadas em ordem cronológica, estando a mais recente sempre no topo da tela. Estas ações são referentes a participações em redes sociais como discussões, postagens de fotos, escolha de um vídeo como favorito, entre outros. Esse processo parte da necessidade ou vontade da pessoa de divulgar ações pessoais na *web* em um espaço de redes sociais, independente da tecnologia ou serviço utilizado. A audiência constituída dos contatos de um sujeito em *sites* que possibilitam formação de redes sociais é o principal fator do processo. No *Lifestreaming* ocorre a formação de uma rede de contatos com visualizações recíprocas de dados atualizados, em que os dados servem como referências aos contatos, que podem ainda inserir comentários dependendo do ambiente. Quando um sujeito assina informações em *lifestreaming* ele assina uma pessoa e não um blog ou um *site*. É um processo típico da *Web 2.0*, que está relacionado com a dispersão de informações de um sujeito, e com o grande número de serviços disponíveis.

Não há, na *Web 2.0*, apenas proliferação de serviços, mas também geração acelerada de conteúdos. As pessoas passam cada vez mais tempo conectadas, e nesse processo, participam de diversas redes sociais, assinam *feeds* de sites variados e têm cada vez menos tempo para absorverem todos os conteúdos. Isso pode gerar uma vontade do sujeito combinar algumas de suas ações para as divulgar em uma rede de contatos e participar de novas interações provenientes do processo. Essa dinâmica envolve também a vontade dos contatos de receberem essas informações combinadas, de maneira que se torna mais fácil selecioná-las e absorver as que realmente importam.

O termo *lifestreaming* une as palavras *life* e *stream*, que em inglês significam vida e corrente. A palavra vida passa a noção de que a vida *online* de uma pessoa pode ser resumida em ambientes que proporcionem esse tipo de serviço. Naturalmente é uma metáfora, pois a vida inteira de um sujeito não pode ser publicada na *web*, ou resumida em um espaço como este. As informações transmitidas para o ambiente de *lifestreaming* são aquelas que a pessoa escolhe enviar, o que pode não ser tudo o que há na internet sobre si mesma, e dificilmente será toda a sua vida. A palavra *stream* tem sentido de fluxo contínuo liquefeito ou gaseificado (STEEL, 2000). Nessa metáfora, o termo é utilizado com a noção de canalização. São idéias e eventos relativos a uma pessoa no ciberespaço que são canalizadas por ela a um único serviço.

Como é um processo novo, não existe uma documentação científica definindo o termo *lifestreaming*, porém algumas definições podem ser encontradas em blogs e *sites* jornalísticos. As definições são genéricas e não elaboram os fatores sociais e tecnológicos que envolvem a prática. Elas não formam um consenso e se observa confusão principalmente quanto à tecnologia utilizada, ou mesmo quanto a quem produz a informação reunida. Portanto, por meio da análise delas se busca uma definição do termo. *Lifestreaming* é um processo independente da tecnologia que pode ocorrer em diversos formatos. A definição serve para identificar quais processos são e quais não são *lifestreaming*.

No *site* Word Spy encontra-se a seguinte definição “*An online record of a person's daily activities, either via direct video feed or via aggregating the person's online content such as blog posts, social network updates, and online photos*”³⁶.

O conceito desse dicionário *online* é correto ao apontar *lifestreaming* como um registro de atividades de uma pessoa. Porém, não são necessariamente diárias. Além disso, ao limitar essa prática a vídeos, ou a agregadores de conteúdo, a definição concentra-se na tecnologia, excluindo qualquer outro formato possível. O *lifestreaming* surge com a necessidade de compartilhamento de informações referentes a atividades pessoais *online*. Assim, o processo partindo de um desejo ou necessidade do sujeito não depende do formato utilizado.

Para o *site* da Folha de São Paulo, “Trata-se da reunião de todo o conteúdo que uma pessoa pode produzir na *web*, organizados em um único lugar, seja na forma de *feed* ou *microblogging*”³⁷.

Essa definição também limita o processo pela tecnologia, alegando que só funciona por agregadores ou *microblogging*. Esses dois primeiros conceitos contradizem-se, pois ambos concentram-se na tecnologia e apresentam formatos que não coincidem. O primeiro citando vídeos, e o segundo, *microblogging*.

Para Tiago Dória,³⁸ “É um conceito que se refere à atividade de concentrar todo o fluxo de conteúdo produzido por uma pessoa em um único lugar - *posts* em blogs, atualizações em redes sociais, publicação de fotos, etc”³⁹.

³⁶ Tradução da autora: “Um registro *online* de atividades diárias de uma pessoa, seja por agregador de vídeos ou *feeds*, é o conteúdo *online* de uma pessoa sejam postagens em blogs, atualizações em redes sociais ou fotos”. Fonte: <http://www.wordspy.com/words/lifestreaming.asp>

³⁷ Fonte: <http://www.folhadeseupaulo.com/2008/07/voc-sabe-o-que-lifestreaming.html>

³⁸ Jornalista e consultor de mídia. Possui um blog sobre cultura na web desde 2002. Fonte - <http://www.tiagodoria.ig.com.br/about-2/>

Outro problema do conceito da Folha, repetido nesse de Tiago Dória é quando apontam que se dá uma reunião de todo o conteúdo produzido por alguém na *web*. O *lifestreaming* reúne atividades diárias realizadas por ela, essas atividades não necessariamente relacionam-se com conteúdos produzidos pela mesma. Atividades como “favoritar” vídeos no YouTube, salvar uma postagem de um blog no digg, ou um *bookmark* no Delicious não são produção de conteúdo por uma pessoa. Trata-se apenas de uma atribuição de valor ou sentido, que não implica relação de autoria, mas está no rol de atividades desta pessoa e pode ser reunido em seu espaço de *lifestreaming*.

O blog *Read/Write Web* conceitua: “*Lifestreaming is a new way of documenting the activities surrounding your life using a chronologically-ordered collection of information*”⁴⁰.

Este conceito define bem a natureza dos dados que são reunidos em um processo de *lifestreaming*. São atividades que cercam a vida de alguém, ou como aponta o *Word Spy* um registro completo de atividades diárias de uma pessoa. *Lifestreaming* é uma prática que parte da pessoa, e de sua vontade de reunir suas ações que deseja divulgar. Mas essas ações não são necessariamente conteúdos produzidos por ela. Outro ponto importante apresentado por esse conceito é o de apresentação dos elementos em ordem cronológica. Os formatos de *lifestreaming* encontrados expõem os dados de forma que o mais recente esteja sempre no topo da tela, simulando uma linha do tempo.

No *Lifestream* blog, “*What is a Lifestream? In it’s simplest form it’s a chronological aggregated view of your life activities both online and offline. It is only limited by the content and sources that you use to define it*”⁴¹.

Essa última definição levanta outro ponto importante, o de que o *lifestreaming* não compreende toda vida de um sujeito. Nesse processo ele escolhe aquelas ações que deseja divulgar. Não necessariamente serão todas ações realizadas por ele *online* e certamente não será igual a toda sua vida. Assim, as atividades *offline* a que esse conceito refere-se, tornam-se *online* no momento em que o sujeito cria uma documentação para poder compartilhá-las. Portanto, o *lifestreaming* pode ocorrer em qualquer site. A tecnologia estará relacionada com

³⁹ Fonte: <http://www.tiagodoria.ig.com.br/2008/03/14/no-futuro-seguiremos-pessoas-e-nao-blogs/>

⁴⁰ Tradução da autora: “*Lifestreaming* é uma nova forma de documentação de atividades que cercam a sua vida, usando uma coleção de informações ordenada cronologicamente”. Fonte: http://www.readwriteweb.com/archives/the_future_of_blogging_reveale.php

⁴¹ Tradução da autora: “*O que é Lifestream?* Na sua forma mais simples é uma visualização agregada de forma cronológica das atividades online e *offline* de sua vida. Só é limitado pelo conteúdo e fontes que você utiliza para defini-lo”. Fonte: <http://lifestreamblog.com/about/>

o formato, ou seja a maneira que foi escolhida para o *lifestreaming*. *Lifestreaming* não é o agregador de *feeds* pessoais, ainda que estes existam, como serão descritos posteriormente.

Assim, as características essenciais para que o processo seja de *lifestreaming* são a combinação de dados dispersos, a divulgação deles a um grupo e a representação gráfica dos dados em ordem cronológica.

3.1 Exemplos de *lifestreaming*

Cita-se, a seguir, alguns exemplos de formatos para *lifestreaming*, explicando porque cada um pode ser considerado esse processo, por conterem geralmente três características principais. Sendo estas: a combinação de dados de uma ou mais fontes⁴², o compartilhamento deles com uma rede de contatos e a disponibilização em ordem cronológica.

Como o *lifestreaming* é um processo em que ocorre interação entre sujeitos em rede cujo objetivo é divulgar suas ações pessoais e obter novas interações a partir deste processo, pode ser considerado um formato de expressão pessoal no ciberespaço. É o resultado de uma evolução de outros formatos que se tornaram cada vez mais dinâmicos com o passar dos anos,

⁴² O processo de *lifestreaming* envolve informações referentes às atividades de um sujeito. Porém, existem outros processos anteriores a ele nos quais o foco era registro de dados quanto a ações pessoais. É o caso do MyLifeBits, referente à preocupação acerca da organização e armazenamento de informações de uma pessoa. O MyLifeBits⁴² é um projeto da Microsoft *Research* fundado em 2002 para a criação de um sistema de captura, armazenamento, gerenciamento, e recuperação de tudo o que pode ser digitalizado ao longo da uma vida (GEMMEL, et al, 2003). De acordo com Gemmel, et al (2006) sua inspiração veio do artigo “*As We May Think*” de Vannevar Bush com o projeto *Memex*, que propõe um sistema de ligação de um dado a outro por associação, como funciona a mente humana. Os autores colocam que o MyLifeBits pode capturar os documentos na medida em que a pessoa os está utilizando, em tempo real, como gravar conversas de telefone, capturar *screen shots*, salvar conversas em mensagens instantâneas, armazenar emails, vídeos, entre outros. O sistema de classificação e recuperação e dados funciona através de *labels*. Sua pretensão é que o próprio sistema com o tempo passasse a atribuir os *labels* na medida em que o documento fosse salvo (GEMMEL, et al, 2006). Este projeto tem uma função maior de formação de memória digital de uma vida inteira. Seu armazenamento é feito localmente, como um sistema de controle de dados, e não há o intuito de divulgação. Sua ênfase nas ações de captura, armazenamento, gerenciamento e recuperação mostra que a interação não está nos objetivos do projeto. Este exemplo, portanto, não é considerado *lifestreaming*, uma vez que a existência de uma audiência para os dados é fundamental para este processo. É relevante para mostrar que a preocupação com reunião e organização de atividades pessoais realizadas na web, ou digitais em geral atinge outros formatos. Neste caso o próprio armazenamento e a recuperação de informações é o mais importante. No processo de *lifestreaming* o armazenamento tem valor na medida em que funciona como um espaço de reunião de dados antes dispersos.


de fácil e rápida atualização. Chega-se a um ponto em que a produção de conteúdo não é nem ao menos necessária para que se possua um espaço de expressão pessoal. Note-se que não se está aqui, ao utilizar a palavra evolução, propondo-se que os novos formatos são sempre melhores que os anteriores. Neste trabalho não se argumenta que *lifestreaming* é a melhor forma de interação e expressão pessoal na *web*. Nem se propõe que um formato extingue o outro. A seguir, apresenta-se alguns exemplos de formatos que podem ser utilizados para o processo de *lifestreaming*, sendo eles também formatos de expressão pessoal.

Blogs são um formato que podem ser utilizados para o processo de *lifestreaming*. Como foi citado na seção 3.2.2, alguns blogs são utilizados para expressão pessoal e muitas vezes funcionam para apresentar atividades sobre a vida do sujeito. Quando estes dados são combinados provenientes de diversas fontes, podem ser considerados *lifestreaming*. Essa combinação não precisa necessariamente ser feita através de RSS, pode ser apenas uma descrição do cotidiano, como *sites* encontrados, serviços testados, museus visitados, festas das quais participou, realizações pessoais, entre outros. Atualmente já existem ferramentas em que é possível criar um blog apenas para a demonstração de *feeds* recolhidos de outros serviços. Nesse caso, como pode ser observado na Figura 7, ao invés de postagens aparece a linha do tempo com as atualizações.

ALAN CHESLOW
THE SOUND OF ONE HAND CLAPPING

THURSDAY, OCTOBER 9

Search

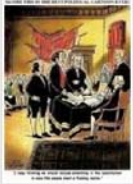


Where to find me online

- Amazon.com
- Blog
- Break The Matrix
- brightkite
- Campaign For Liberty
- Dashwire
- del.icio.us
- digg
- Dopplr
- eBay / My World
- Facebook
- FindWe
- Flickr
- FriendFeed
- goodreads
- Google Reader
- hulu
- iLike
- Wartial.com - Martial Arts Community
- Jango
- Last.fm
- Lifestream.fm
- LinkedIn
- Live Spaces
- Mahalo
- Washable

My lifestream; an automatic collection of my interests and activities from around the Net. Powered by FriendFeed.

Mark Wilson posted a message
"I keep thinking we should include something in the Constitution in case the people elect a fucking moron."



11:11 pm - Comment

- embee, Mo Kargas, anna and 6 other people liked this
- Too late! - Tad = Rifleshot
- We have it. Impeachment. But what to do when all 3 branches are filled by fucking morons? - KeryKer
- The first thing we should do is put a stop to their rampant reproduction. - Marvin Smith
- I would vote for that, and making Alaska a national park. - anna
- Oh sure, eugenics. Click here to get sterilized for \$\$\$! - Richard Walker

Anthony Citrano posted a message
"One expert says it's not time to panic, at least for now." - KABC newsanchor tonight, introing a finance segment. [So, when it IS time, he'll tell everyone, right?]"

11:06 pm - Comment

- David HC Soul and Aviv liked this
- wait... wait.... right.... NOW - Alan Cheslow
- the first rule of panic is to panic first - Eugene

Brian Daniel Eisenberg posted a link
Asian stocks rebound - CNN.com

10:30 pm - Comment

- "Asian markets have bounced back modestly after major central banks cut interest rates to shore up the global economy, although investors remained anxious about fallout from the deepening credit crisis. The Nikkei 225 saw gains after the Japanese market caved 9.4 percent -- its biggest one-day drop in 21 years. In Tokyo, the benchmark Nikkei 225 index opened lower Thursday but rebounded to end morning trading up 1.25 percent at 9,318.40, a day after it plummeted 9.4 percent in its biggest one-day drop in 21 years." - Brian Daniel Eisenberg
- dead cat? - Alan Cheslow

friendfeed

Alan Cheslow


Comments
76 this week, 545 all time

Likes
21 this week, 229 all time

View my feed - Subscribe to me

About me:
I am * A senior product planner for connected devices at Microsoft. * A father of two boys and a little princess ballerina. * Married to Shelley, my awesome wife and sunshine. * A student of Chinese martial arts at the Dragon's Lair Association of Modern Gung Fu. * An ex-punk rocker who studied classical composition and music technology at the Oberlin Conservatory of Music. * The guy who led marketing and product management for Meedio, a digital media startup that was bought by Yahoo in 2006.

ThirdPartyTicket



More Choices, More Voices

Figura 7: Exemplo de blog em que ao invés de *posts* escritos diretamente visualiza-se *feeds* de outros serviços.
Fonte: <http://cheslow.com/>

Um *microblog* também pode ser utilizado para *lifestreaming* na medida em que o processo de divulgar ações realizadas na *web* parte do sujeito. Nele, o sujeito fica visível para uma rede de contatos e pode lhes enviar referências, como avisar quando publica novas fotos em seu fotolog, divulgar uma nova postagem em seu blog, entre outros.

Outro exemplo de ferramenta que pode ser utilizada para *lifestreaming*, de fato o mais comum, são os agregadores de *lifestreaming*, que recolhem informações de outras ferramentas na internet. Nos *sites* que disponibilizam este recurso, é possível cadastrar informações sobre contas de usuário de outros serviços. Nesse formato as atualizações referentes às atividades de

um sujeito são enviadas automaticamente. No ambiente agregador de *lifestreaming*, os dados são organizados em uma linha do tempo, estando o mais atual sempre no topo.

Até o momento, buscou-se uma definição de *lifestreaming* com base na observação de seus conceitos dispersos em blogs, etimologia da palavra e exemplos. Considerando os exemplos de *lifestreaming* apresentados, foi possível revisar as principais características do processo. Sendo estes: compartilhamento de informações pessoais e organização delas em ordem cronológica. Também se identificou outras características, que não são essenciais para o processo, mas ocorrem com frequência. Uma delas é a combinação dos dados. Ocorre, quando um sujeito envia ao seu espaço de *lifestreaming*, dados referentes as suas atividades de mais de uma origem, ou seja, mais de um ambiente em que este interaja na *web*. É uma prática bastante comum no caso do agregador de *lifestreaming*. Porém, não ocorre como regra, em muitos casos, pois o sujeito compartilha em seu ambiente de *lifestreaming* informações de um só local.

Outras duas características menos comuns são a preocupação com armazenamento e classificação de dados, mas essas não possuem um papel muito importante, pois na maioria dos exemplos citados, como o agregador de *lifestreaming*, o *microblogging*, ou os blogs pessoais, as informações mais importantes são as compartilhadas mais recentemente. Ou seja, os formatos são utilizados para informar os contatos dessas pessoas de suas atualizações em aspectos de sua vida que desejam propagar. O projeto MyLifeBits foi citado anteriormente, em nota de rodapé, como exemplo de um processo que não é considerado *lifestreaming*. Nesse caso a preocupação principal é com armazenamento e organização dos dados. Porém, falta-lhe a visibilidade mútua de contatos em rede. O compartilhamento dos dados para que outras pessoas possam ter acesso. Alguns formatos de *lifestreaming* possuem organização, como é o caso dos agregadores e dos blogs pessoais, que dependendo do *software* utilizado proporciona ferramentas para criação de categorias de assuntos e ferramenta de busca. Porém, organizar e armazenar não são objetivos específicos do *lifestreaming*, uma vez que o forte é a busca pela informação atual, aquela que está na primeira página, no topo dos blogs pessoais, dos *microblogs* e dos agregadores. Por isso também a importância com a organização em ordem cronológica em que os mais recentes recebem mais destaque. Compartilhamento, portanto, é a função mais importante do *lifestreaming*, já que o objetivo principal é mostrar dados a uma rede de contatos e visualizar os dos mesmos. *Lifestreaming* só tem sentido se feito em rede.

O processo de *lifestreaming*, seja qual for o formato, surge com a vontade do sujeito de reunir e organizar suas informações pessoais. Apresenta-se, a seguir, uma tabela com as principais características de *lifestreaming* e as complementares, entrecruzados com os exemplos apresentados.

Tabela 1: Critérios de avaliação do processo de *lifestreaming*– com exemplos de processos genéricos.

Exemplos:	Organiza os dados em ordem cronológica	Possibilita compartilhamento de informações em rede de contatos	Promove combinação de atividades dispersas	Possibilita armazenamento de dados	Possibilita inserção de comentários ou respostas	Possibilita favoritar atualização recebida	Possibilita reprodução da ação recebida
Software para organização pessoal local ⁴³			x	x			
Lifecasting ⁴⁴		x		x			
Blogs pessoais	x	x	x	x	x		x
Microblogs pessoais ⁴⁵	x	x	x	x	x		x
Agregadores de <i>Lifestreaming</i>	x	x	x	x	x	x	x
Principais características do processo de <i>lifestreaming</i>.							
Recursos adicionais que algum ambiente em que se possa realizar processos seja de <i>lifestreaming</i> possa oferecer.							

⁴³ Não considerado um processo de *lifestreaming*, pois este não tem as principais características para que o processo ocorra. Apenas colocado na tabela para ser comparado com os processos de *lifestreaming*.

⁴⁴ Não considerado um processo de *lifestreaming*, pois este não tem as principais características para que o processo ocorra. Apenas colocado na tabela para ser comparado com os processos de *lifestreaming*.

⁴⁵ Existem empresas ou marcas que criam espaços em serviços de microblogs. Por isso nem todos os microblogs são pessoais, daí a necessidade de especificar.

Tabela 2: Critérios de avaliação do processo de *lifestreaming*– com exemplos de processos específicos.

Exemplos:	Organiza os dados em ordem cronológica	Possibilita compartilhamento de informações em rede de contatos	Promove combinação de atividades dispersas	Possibilita armazenamento de dados	Possibilita inserção de comentários ou respostas	Possibilita favoritar atualização recebida	Possibilita reprodução da ação recebida
My Life Bits ⁴⁶			X	X			
Site de <i>lifestreaming</i> como Jennie Cam ⁴⁷		X		X			
Espaço pessoal no twitter	X	X	X	X	X		X
Espaço pessoal no Jaiku	X	X	X	X	X		X
Espaço pessoal no Friendfeed	X	X	X	X	X	X	X
Espaço pessoal no SecondBrain	X	X	X	X	X		
Principais características do processo de <i>lifestreaming</i>.							
Recursos adicionais que algum ambiente em que se possa realizar processos seja de <i>lifestreaming</i> possa oferecer.							

⁴⁶ Não considerado um processo de *lifestreaming*, pois este não tem as principais características para que o processo ocorra. Apenas colocado na tabela para ser comparado com os processos de *lifestreaming*.

⁴⁷ Não considerado um processo de *lifestreaming*, pois este não tem as principais características para que o processo ocorra. Apenas colocado na tabela para ser comparado com os processos de *lifestreaming*.

Assim, o formato ou a tecnologia utilizada não define qual processo é de *lifestreaming* ou não. É um processo típico da era do computador interpessoal (LEARY, 1990) que coloca o sujeito em primeiro plano permitindo que ele divulgue suas ações pessoais como mídia, e que receba um retorno de seus contatos nos sites de redes sociais.

Se esse processo envolve as ações pessoais de um interagente ficam as seguintes perguntas: como o sujeito articula suas interações em diferentes redes sociais? Como estas ações ficam quando combinadas em um único local?

Para responder às perguntas, realiza-se uma pesquisa levando em conta o conceito de sujeito fragmentado pós-moderno. O objeto de estudo é o friendfeed, um serviço agregador de *lifestreaming*. Primeiramente, realiza-se uma descrição do mesmo. Mais adiante, apresenta-se uma análise de dados recolhidos quanto a sua utilização.

3.2 Descrição do objeto de pesquisa

Os agregadores de *lifestreaming* são *sites* que divulgam atualizações de uma pessoa na *web* automaticamente. Alguém que participe de mais de um serviço na internet, como blog, *site* de redes sociais, repositório de fotos, entre outros, pode, em um agregador de *lifestreaming* cadastrar esses outros serviços. Assim, sempre que o sujeito realizar uma ação em qualquer um dos outros serviços cadastrados, estas ações são divulgadas no ambiente de *lifestreaming* em que ele se inscreveu através da tecnologia RSS. Dessa forma, quando alguém assina um contato em um ambiente deste tipo, passa a visualizar as atualizações de seu contato em todos os serviços que ele tiver cadastrado, automaticamente.

É o caso do friendfeed⁴⁸ e o SecondBrain⁴⁹. Aqui, exemplifica-se essa forma de *lifestreaming* com o friendfeed por ter sido selecionado como objeto de estudo desta pesquisa, e por já ter um número maior de adeptos no Brasil. Na seção *About*⁵⁰ desse *site* encontra-se sua definição, em que se promete a possibilidade de um *feed* customizado⁵¹ daquilo que é postado por contatos na rede, de novos artigos a fotos de família e links e vídeos interessantes.

⁴⁸ <http://www.friendfeed.com>

⁴⁹ <http://www.secondbrain.com>

⁵⁰ Tradução da autora: sobre.

⁵¹ Customizado significa alteração de um produto ou conteúdo de acordo com as preferências do cliente. A palavra tem origem na palavra “customer” que significa cliente em inglês. Fonte: <http://kplus.cosmo.com.br/materia.asp?co=148&rv=Gramatica>

Seu posicionamento é o de aumentar as trocas que uma pessoa realiza participando de diferentes *sites*⁵².

O *lifestreaming* é uma prática recente, especialmente no Brasil, assim mesmo, o friendfeed já possuindo um número grande de usuários é uma parcela insignificante dos internautas, no mundo e no Brasil. A plataforma chega a receber críticas que alegam que será um fracasso. Um dos criadores do friendfeed, Paul Buccheit⁵³, acredita que o sucesso virá com o tempo, e cita outras grandes plataformas da *web* que foram consideradas um fracasso também logo que foram lançadas. Cita o caso do Gmail que começou a ser desenvolvido em agosto de 2001 e que, no início, muitas pessoas que testaram desaprovaram o modelo. Alguns pararam de utilizar, outros utilizaram por causa da busca, mas realizavam inúmeras reclamações. Alguns sugeriam que abandonassem o projeto ou retomassem do início com alguma outra programação que não aquelas, como ele coloca, “maluquices de JavaScript”. Mesmo após seu lançamento, em 1 de abril de 2004, muitas pessoas achavam que não daria certo. Claro que o autor não acha que somente porque o Gmail eventualmente deu certo não significa que o mesmo ocorrerá com o friendfeed. No entanto é um exemplo de que criar um novo produto de importância normalmente leva tempo. Para ele o friendfeed precisa continuar mudando e melhorando, pois ainda é um trabalho em progresso.

Ele acrescenta que grandes sucessos levam anos para acontecer, sem exceções, a não ser o YouTube que mesmo com o sucesso ainda não gera muita renda para a Google. Lembra o exemplo do facebook que cresceu muito rápido ultimamente, mas já tinha 5 anos antes de começar este crescimento.

Buccheit sempre fica preocupado quando ouve reclamações sobre o friendfeed, mas também encorajado, pois significa que o sistema tem relevância suficiente para as pessoas reclamarem. Se as pessoas não se importassem não escreveriam longos *posts* sobre ele em seus blogs com críticas e sugestões⁵⁴.

Independente do friendfeed ter sucesso ou não, considera-se que o processo de *lifestreaming* será uma prática duradoura. Como foi visto, este pode ser feito em diversos formatos, nas mais variadas plataformas.

⁵² <http://friendfeed.com/about/>

⁵³ Paul Buccheit é investidor e co-fundador do friendfeed. Desenvolvedor do Gmail que antecipou algumas noções da *Web 2.0*, utilizando o Ajax muito antes do termo ser cunhado. Desenvolveu também o protótipo original do Google AdSense para o Gmail. Fonte - Wikipédia - http://en.wikipedia.org/wiki/Paul_Buchheit

⁵⁴ Fonte - <http://paulbuchheit.blogspot.com/2009/01/overnight-success-takes-long-time.html>

3.2.1 O friendfeed

Ao entrar no friendfeed, e cadastrar nele seus serviços, o indivíduo cria um resumo de suas ações na *web*. Este resumo é disponibilizado para outros usuários em forma de *feed*, seja na interface do próprio *friendfeed*, seja por *e-mail*. As atividades desse sujeito serão informações enviadas para aqueles que as assinarem, como atualizações em um blog ou espaços de notícias. Assim, a pessoa se transforma em notícia, disponível para aqueles que desejarem recebê-la. O friendfeed é um agregador de *lifestreaming* porque nele é possível que haja uma combinação de dados referentes a atividades realizadas por sujeitos na *web*. Além disso, os dados são organizados em uma linha do tempo em ordem cronológica, e disponibilizados para visualização de uma rede de contatos, podendo ser disponibilizados para o público da *web* em geral.

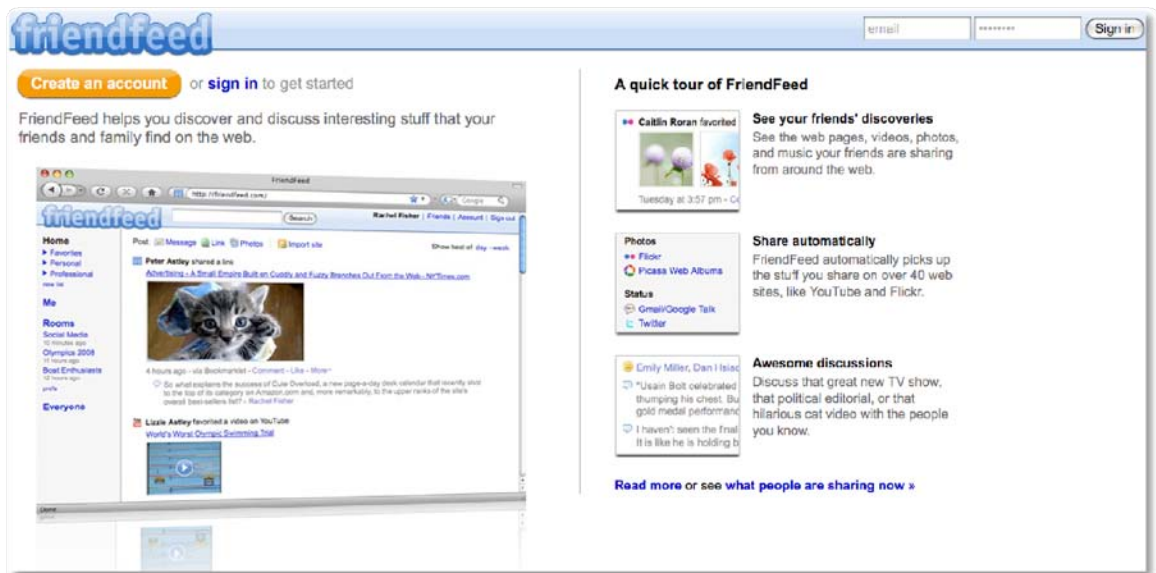


Figura 8: Tela inicial do friendfeed

Fonte: <http://www.friendfeed.com>

O sujeito que se cadastra no friendfeed realiza neste ambiente três papéis. Esses papéis dividem-se com base no relacionamento que o indivíduo tem com as informações pessoais existentes na plataforma. Todas essas informações, de algum modo passarão pelo sujeito. Basta esclarecer se elas são: (a) produzidas pelo sujeito e enviadas ao friendfeed; (b) vistas pelo sujeito em outro ambiente e compartilhadas por ele ao friendfeed e (c) lidas pelo sujeito no próprio friendfeed. A Figura 9 facilita a compreensão dessa descrição. Nessa, é possível

identificar se o sujeito será um produtor de conteúdo (situação 1 da Figura 9); compartilhador de conteúdos (situação 2 da Figura 9) ou leitor de conteúdo (situação 3 da Figura 9).

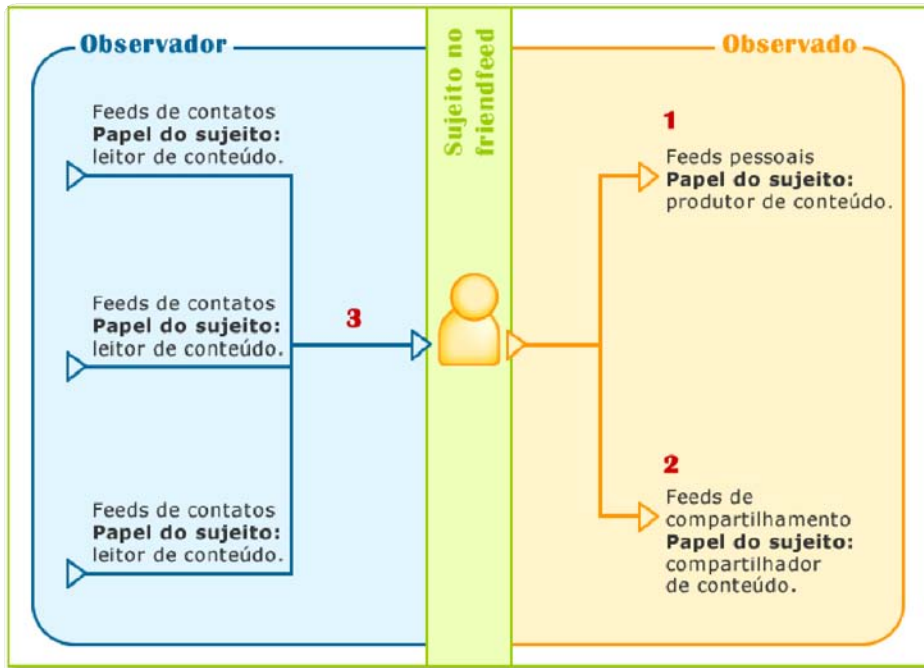


Figura 9: Representação dos papéis que o sujeito tem no friendfeed.

A primeira divisão que se estabelece é quanto ao ponto de vista do sujeito, se ele estará sendo o observador ou o observado da situação. O sujeito será o observado com relação a seus *feeds* pessoais (Figura 10), que se originam de conteúdos que produz na *web*.

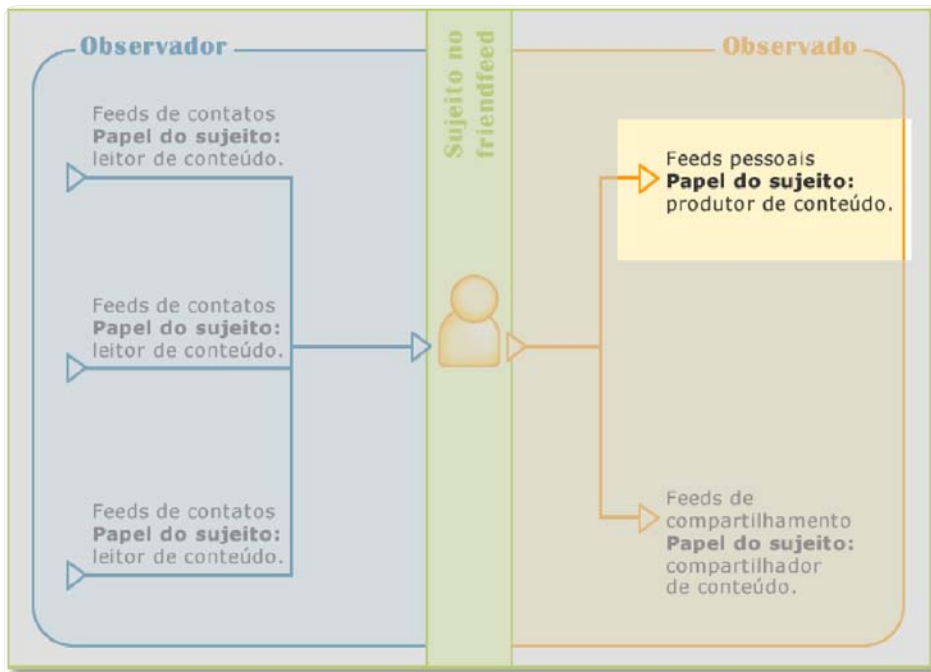


Figura 10: *Feeds* pessoais: sujeito como produtor de conteúdo. Papel de observado.

O sujeito também será o observado com relação a seus *feeds* de compartilhamento (Figura 11), referentes a informações que esse compartilhou em outros ambientes.

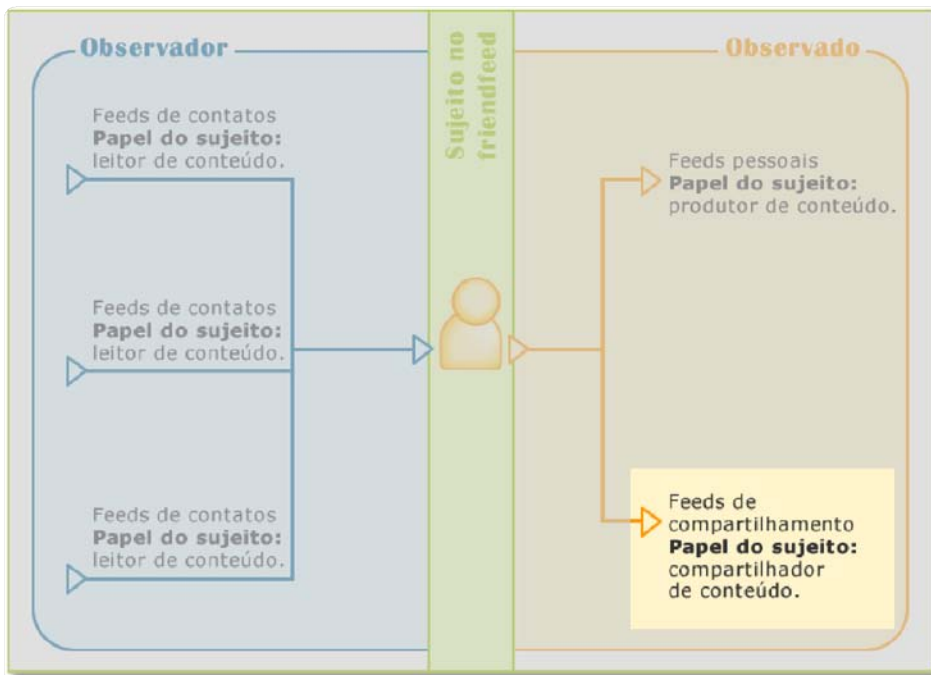


Figura 11: *Feeds* de compartilhamento: sujeito como compartilhador de conteúdo. Papel de observado.

Por outro lado, o sujeito terá o papel de observador ao ler os *feeds* de contatos no friendfeed (Figura 12).

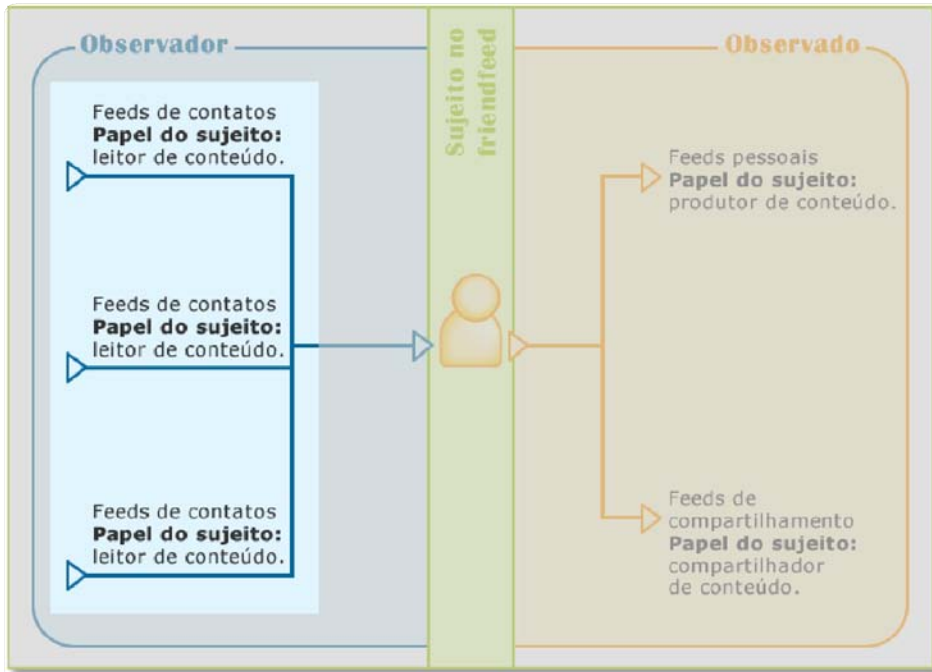


Figura 12: *Feeds* de contato: sujeito como leitor de conteúdo. Papel de observador.

Quando o sujeito é visto como o lado observado, ocorre a divisão entre os *feeds* de produção pessoal e os *feeds* de compartilhamento (Figuras 10 e 11). Os *feeds* de produção pessoal são aqueles de autoria do sujeito, como postagens em seu blog pessoal, postagens de fotos em álbum de fotos *online*, postagem de vídeo em um ambiente de compartilhamento de vídeo, entre outros. Nos *feeds* de compartilhamento a atualização que gera o *feed* para o friendfeed não é necessariamente a construção de algum conteúdo. Mas sim, referindo-se ao ato de “favoritar” algum elemento no *site* de origem. É o caso do delicious, um serviço de *social bookmarking*, em que a atualização no friendfeed ocorre quando a pessoa marca qualquer site como favorito na *web*. A ação é explicada na Figura 13, em que a pessoa não é autora do site, nem de seu conteúdo, porém, ele aparece em seus *feeds*, simplesmente por ter sido marcado como favorito no delicious.

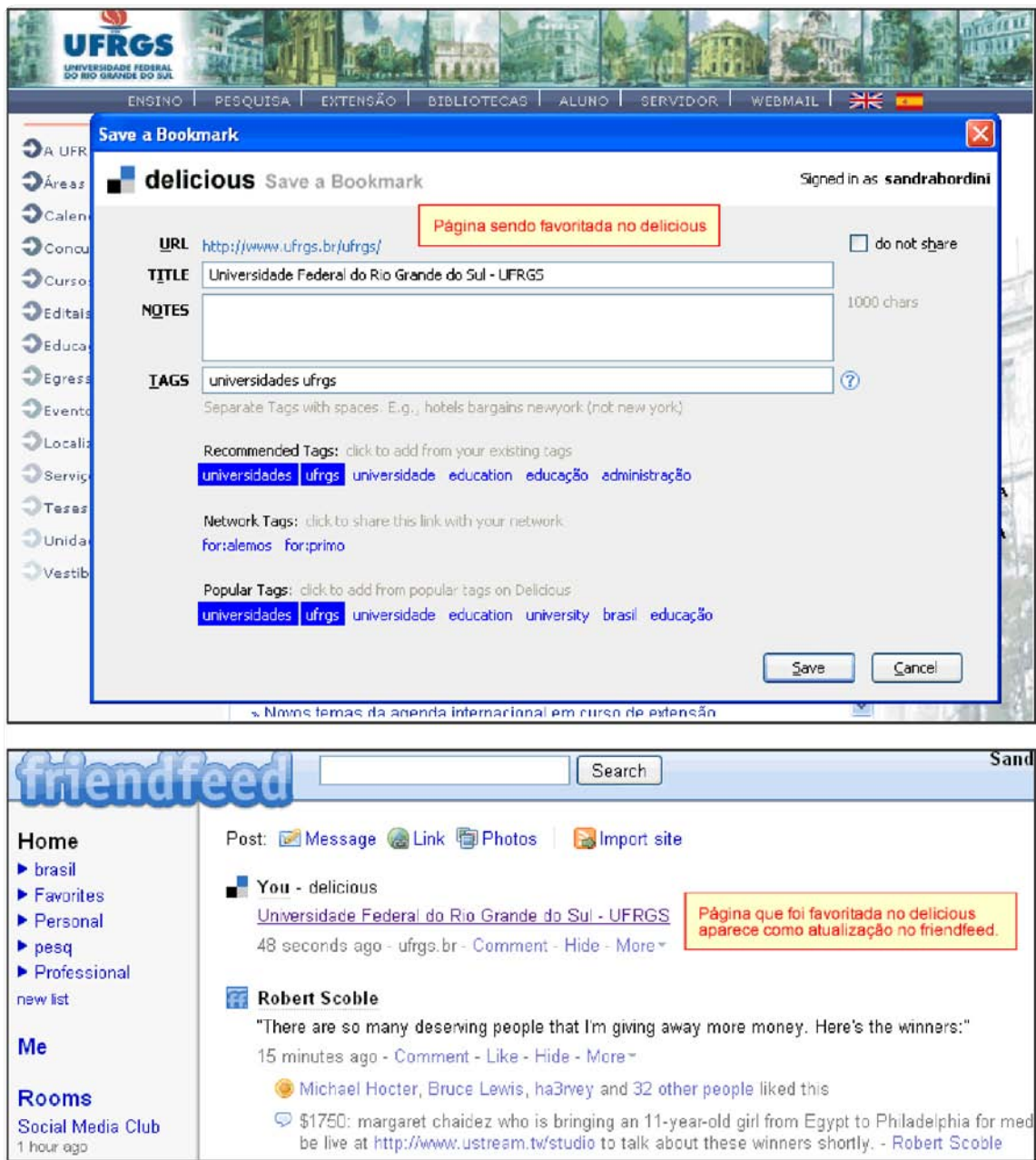


Figura 13: Esta figura mostra um site sendo “favoritado” no delicious e depois aparecendo como atualização no friendfeed.

O ato de “favoritar” um conteúdo, de forma que ele seja mostrado a uma rede social, refere-se a um compartilhamento dele, com atribuição de valor. O sujeito está identificando o conteúdo como algo que vale à pena ser lido e informando os seus contatos desse fato. Por isso, o processo do *lifestreaming* refere-se à agregação e ao compartilhamento de atividades pessoais na *web*, ou seja, a informação compartilhada não é necessariamente criada pelo sujeito.

No entanto, não há uma regra que possa determinar de quais *sites* o conteúdo é gerado pelo autor dos *feeds*, e de quais ele terá sido apenas compartilhado. Ou seja, no twitter, por exemplo, o mais comum pode ser a ocorrência de micro postagens feitas pelo próprio usuário, porém, em muitos casos ele pode estar repassando algo postado por algum contato. Outro exemplo é o Google Reader⁵⁵, um agregador de *feeds* de blogs para leitura de uso pessoal. O conteúdo que aparece no friendfeed, proveniente do Google Reader serão apenas os itens compartilhados pelo usuário⁵⁶. Nesse caso, poderia considerar-se que os *feeds* do Google Reader nunca serão algo construído pelo próprio sujeito, mas sim postagens que este leu, interessou-se e compartilhou. Assim como os *feeds* provenientes do delicious, que seria apenas um *bookmarking* feito na *web*, de sites já existentes. Mas ainda nesses casos, pode ocorrer de a postagem compartilhada no Google Reader, ou o site marcado como favorito no delicious fossem dados de autoria das pessoas que os estão compartilhando. Portanto, não há uma regra que determine em quais serviços as atualizações são da autoria da mesma pessoa que os está compartilhando e de quais não são.

De uma maneira geral, o friendfeed oferece a possibilidade de inclusão de serviços de várias categorias, como de notícias, *bookmarking*, foto, *blogging*, vídeos, músicas, livros, entre outros. Muitos deles têm como objetivo possibilitar o compartilhamento de referências em determinadas mídias. Por exemplo, no site Goodreads, da categoria livros, o sujeito cadastrado pode inserir informações sobre os livros que leu, criar redes sociais e receber recomendações de outros livros que possam interessar. Isso funciona da mesma forma com músicas em *sites* como o Last-FM ou com notícias e *sites* em geral em serviços como o Digg ou o Stumble Upon. Ao resumir essas informações, cadastrando estes ambientes pessoais no friendfeed, a pessoa estará criando um espaço com as referências de seus locais favoritos na *web*. Na Figura 14 visualiza-se a tela dos serviços disponíveis para cadastro no friendfeed.

⁵⁵ <http://www.google.com.br/reader/>

⁵⁶ Neste ambiente uma pessoa pode assinar diversos blogs. Sempre que estes blogs assinados tiverem alguma atualização, aparecerá no Google Reader um item novo para ser lido. Este sistema não é publicado na *web*, uma pessoa para assinar RSS deve criar uma conta no Google com nome de usuário e senha, de forma que seus *feeds* serão privados. Porém, há a possibilidade de compartilhar cada postagem de cada blog, para leitura de seus contatos.

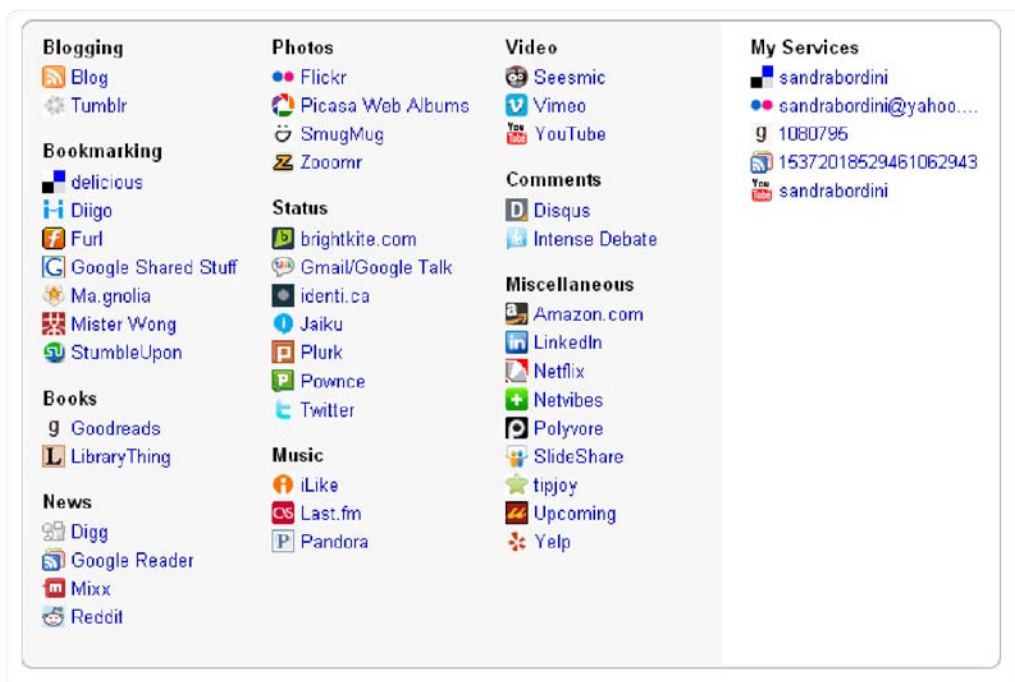


Figura 14: Opções de serviços que podem ser cadastrados no friendfeed.

Fonte: <http://www.friendfeed.com>

O espaço “*Account*⁵⁷”, representado na Figura 15, tem poucas opções pessoais, limitando-se à configuração de nome de usuário, senha e postagem de foto. Além disso, nele visualiza-se os serviços já cadastrados com a opção de cadastrar novos. Também nessa página há opções de privacidade em que é possível escolher se a página de *feeds* pessoais será pública ou não. Por fim, pode-se editar as preferências de *e-mail*, dentre elas: escolher receber *e-mail* quando alguém assinar o meu *feed*; receber *e-mail* quando não se loga há tempos e alguém comenta em seu *feed*; escolher se quer receber o próprio friendfeed por *e-mail* diariamente ou semanalmente, e também é possível acrescentar novos endereços de *e-mail*.

⁵⁷ Tradução da autora: conta.

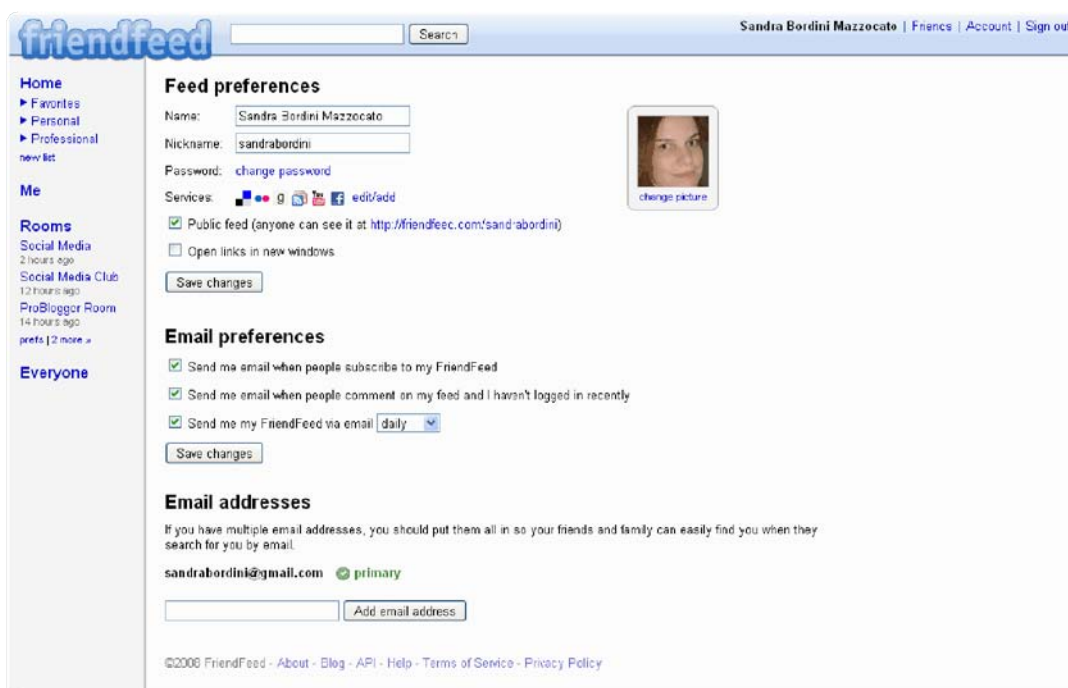


Figura 15: Tela de edição da conta do usuário.

Fonte: <https://friendfeed.com/account/>

A edição do perfil do usuário no friendfeed refere-se somente ao funcionamento da conta do sujeito. De fato, não há um espaço “*profile*”⁵⁸ no friendfeed, as edições pessoais são feitas no espaço “*Account*”. Esse ambiente, diferente de outras plataformas de redes sociais, não possui inúmeras opções de preenchimento de descrição pessoal, filmes, livros ou programas de TV favoritos, entre outros. Aqui as funcionalidades de configuração pessoal estão mais voltadas à manutenção da conta do que a uma construção de referências e gostos através de um perfil digital. Isso ocorre porque todo o friendfeed pode ser interpretado como um espaço de construção de referências e gostos. Todas as ações pessoais que, quando feitas em outros serviços cadastrados, são compiladas neste ambiente, referem-se a gostos e interesses do sujeito, por meio de *bookmarks* feitos no delicious, postagens em seu próprio blog, fotos publicadas no flickr, vídeo “favoritado” no YouTube, etc. O friendfeed é um *site* voltado somente ao processo de *lifestreaming*. Nele, o caráter atual das informações é bastante valorizado. Portanto, o fator que representa a formação de uma identidade digital do sujeito é uma linha do tempo que mostra atividades pessoais dispersas na *web* em ordem cronológica, e não um perfil estático e montado. Isso ressalta o caráter de fluidez de

⁵⁸Tradução da autora: perfil.

informações do *lifestreaming*. A informação quanto à ação de um sujeito, relativa a uma identificação (MAFFESOLI, 2005a) dele em um determinado dia não terá muita importância no dia seguinte. Pois, no dia seguinte, essa informação não estará mais na página principal, pode não ser lembrada e certamente será suplantada por outros dados referentes a novas atividades.

A primeira visualização nesse ambiente é o espaço “*Me*”⁵⁹, no qual aparecem os *feeds* pessoais e algumas configurações. Nessa página (Figura 16), visualiza-se os serviços já cadastrados pelo sujeito e há também a opção de acrescentar outros. Por meio dela, é possível realizar postagens diretas no friendfeed, de mensagens, fotos e links, além de importar um site. Outra opção dessa tela é a de organizar os amigos através de listas, além de visualizar os “*rooms*”⁶⁰ (salas temáticas no friendfeed) dos quais se participa. A área central da tela é organizada pelas abas “*Feed*”, onde estão os *feeds* pessoais, “*Comments + Likes*” em que se encontram todos os comentários do sujeito além das informações “favoritadas” por ele e a aba “*Nome do usuário + Friends*” em que os *feeds* pessoais do usuário são misturados com os de seus amigos. Na área da direita da tela, há uma caixa com informações resumidas referentes a discussões em que o usuário participou, lista de amigos e salas temáticas.

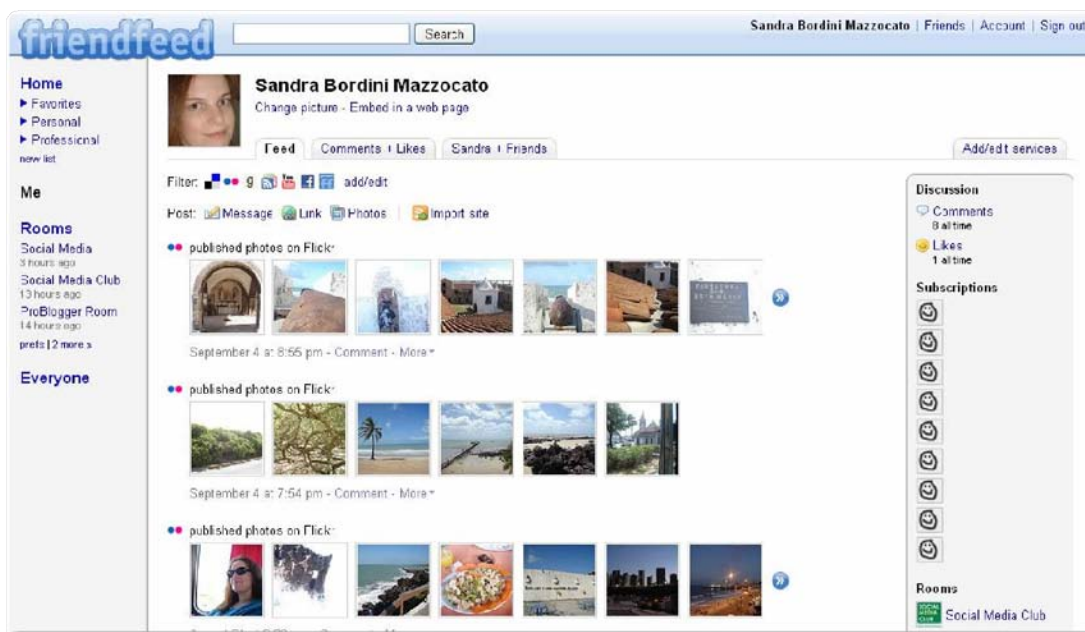


Figura 16: Espaço “*Me*” com *feeds* pessoais e opções de configuração.

Fonte: <http://friendfeed.com/sandrabordini>

⁵⁹ Tradução da autora: eu.

⁶⁰ Tradução da autora: salas, quartos.

No friendfeed também há o espaço “*Everyone*”⁶¹ onde são representados os *feeds* pessoais de todas as pessoas cadastradas no friendfeed que escolhem a opção de *feeds* públicos ao invés de privados. Porém, a importância do caráter de compartilhamento do *lifestreaming* está justamente nas trocas que podem ser feitas em redes sociais. O sujeito pode querer divulgar suas ações ao “*Everyone*” no friendfeed, mas o principal objetivo é mostrá-las a uma audiência de contatos em que ocorre um processo recíproco. Pois se os contatos de um sujeito visualizam suas ações o sujeito também visualiza as ações de seus contatos. Além disso, todos podem atribuir valor e significado aos *feeds* dos amigos, através de funcionalidades como a de comentários, que será melhor explicada posteriormente. Assim, no friendfeed é possível adicionar contatos que são chamados “*subscriptions*” (assinaturas), e aqueles contatos que adicionam o sujeito são chamados de contatos que “me assinaram” (“*subscribed to me*”).

Essa rede de amigos pode ser visualizada de três maneiras. A primeira é através da caixa de informações resumidas à direita da tela “*Me*”. Nesta (Figura 17) há apenas a opção de visualização dos contatos, cujos nomes são links para acessar suas páginas pessoais.

⁶¹Tradução da autora: todos.



Figura 17: Contatos listados na caixa da tela “Me”.

Fonte: <http://friendfeed.com/sandrabordini>

A segunda forma de visualizar os amigos, ou as assinaturas é através da aba “Nome de usuário + *Friends*⁶²” da tela “Me”. Nesse espaço (figura 18) não se visualiza apenas uma listagem dos amigos, mas sim sua linha do tempo de *feeds* misturadas com as próprias.

⁶² Tradução da autora: amigos.



Figura 18: Aba “Nome de usuário + *Friends*”.

Fonte: <http://friendfeed.com/sandrabordini/friends>

Outra forma de visualização é a acessada pelo menu *Friends* no topo da tela (figura 19).



Figura 19: Destaque do menu *Friends* no topo da tela.

Fonte: <http://friendfeed.com>

Nesta mesma tela, detalhada na Figura 20, pode-se não só visualizar os amigos assinados como também realizar algumas configurações referentes. Navegando pelas abas é possível visualizar os amigos que assinam o sujeito, alguns amigos recomendados pelo ambiente e convidar mais amigos.

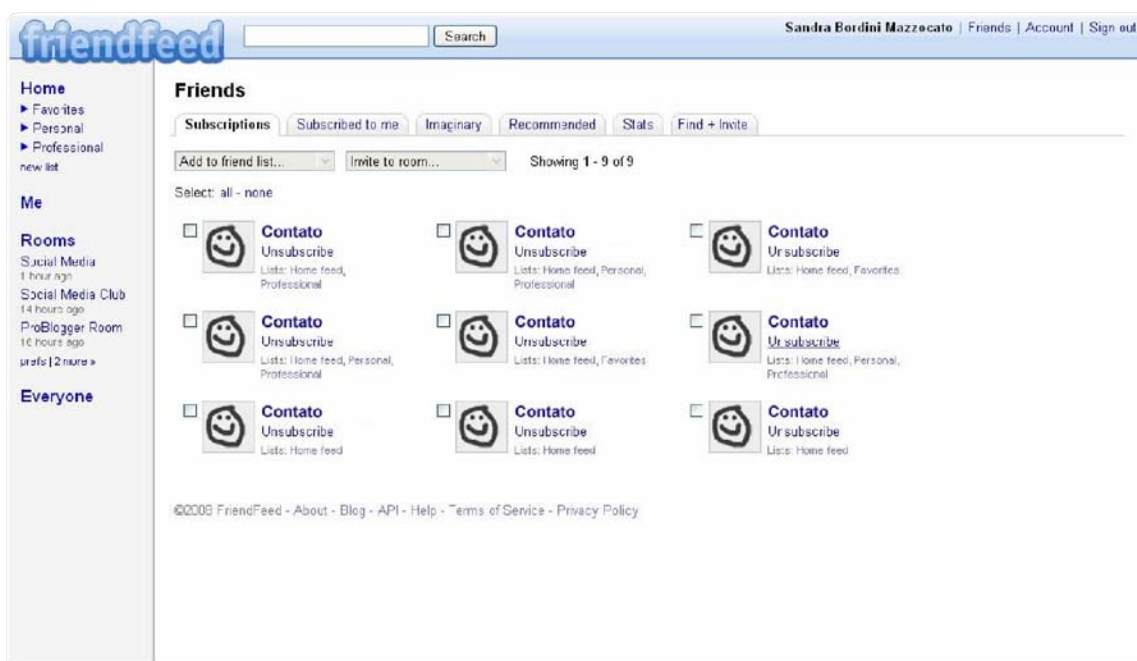


Figura 20: Configurações dos amigos assinados.

Fonte: <http://friendfeed.com/settings/subscriptions>

Ainda no espaço de configuração dos amigos há a aba “*Imaginary*⁶³” em que é possível criar um amigo imaginário (Figura 21). Nesse caso, não se trata de alguém que quer disponibilizar seus *feeds* para que os outros visualizem, mas sim de assinar os *feeds* de alguém sem que necessariamente a pessoa esteja ciente disso.

⁶³ Tradução da autora: imaginário.



Figura 21: Aba amigo imaginário.

Fonte: <http://friendfeed.com/settings/imaginary>

Outra opção do espaço de configuração de amigos é a aba “Stats⁶⁴” em que é possível visualizar estatísticas referentes aos ambientes a partir dos quais o friendfeed recebe mais atualizações, seja as próprias ou as dos amigos (Figura 22).

⁶⁴ Tradução da autora: estatísticas.



Figura 22: Aba Stats.

Fonte: <http://friendfeed.com/settings/stats>

Uma funcionalidade recente do friendfeed é a de organização dos contatos em diferentes listas. O próprio ambiente já sugere inicialmente o nome de três listas: “Favorites⁶⁵”, “Personal⁶⁶” e “Professional⁶⁷”, porém podem ser renomeadas e podem ser criadas novas listas (Figura 23). Além disso, pode-se incluir nas listas os amigos que se quiser, podendo cada um pertencer a mais de uma lista.

⁶⁵ Tradução da autora: favoritos.

⁶⁶ Tradução da autora: pessoal.

⁶⁷ Tradução da autora: profissional.

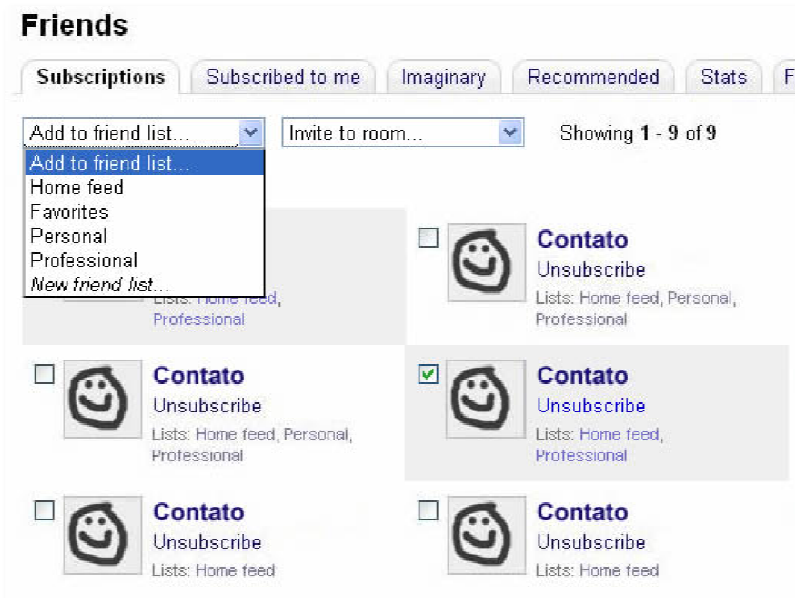


Figura 23: Organizando amigos em listas.

Fonte: <http://friendfeed.com/settings/subscriptions>

Com essa funcionalidade é possível criar categorias de assinaturas no friendfeed. O sujeito, ao organizar os seus contatos, classifica suas referências por assuntos. Assim, quando desejar ter referências em uma determinada área, ou mesmo instância da vida (pessoal, profissional), clica na lista referente. As referências são os próprios contatos que classificados, tornam-se campos de interesse. Na Figura 24 visualiza-se a lista “*Favorites*”.



Figura 24: Lista “*Favorites*”.

Fonte: <http://friendfeed.com/list/favorites>

Outra forma de classificação de assuntos no friendfeed é a funcionalidade “Rooms”. Os Rooms são salas de discussão que abordam determinados temas (Figura 25). Nessas salas não aparecem todas as atualizações de um sujeito que o friendfeed recolhe via RSS, mas apenas as postagens feitas diretamente no ambiente.



Figura 25: Room Social Media Club.

Fonte: <http://friendfeed.com/rooms/social-media-club>

Os feeds são organizados em formato de linha do tempo em que o mais recente coloca-se sempre no topo. No espaço “Nome do usuário + Friends” os feeds dos amigos estão juntos com os próprios feeds do sujeito (Figura 26). Nessa linha do tempo, misturam-se atualizações de diferentes pessoas provenientes de diferentes serviços organizadas somente por ordem cronológica.

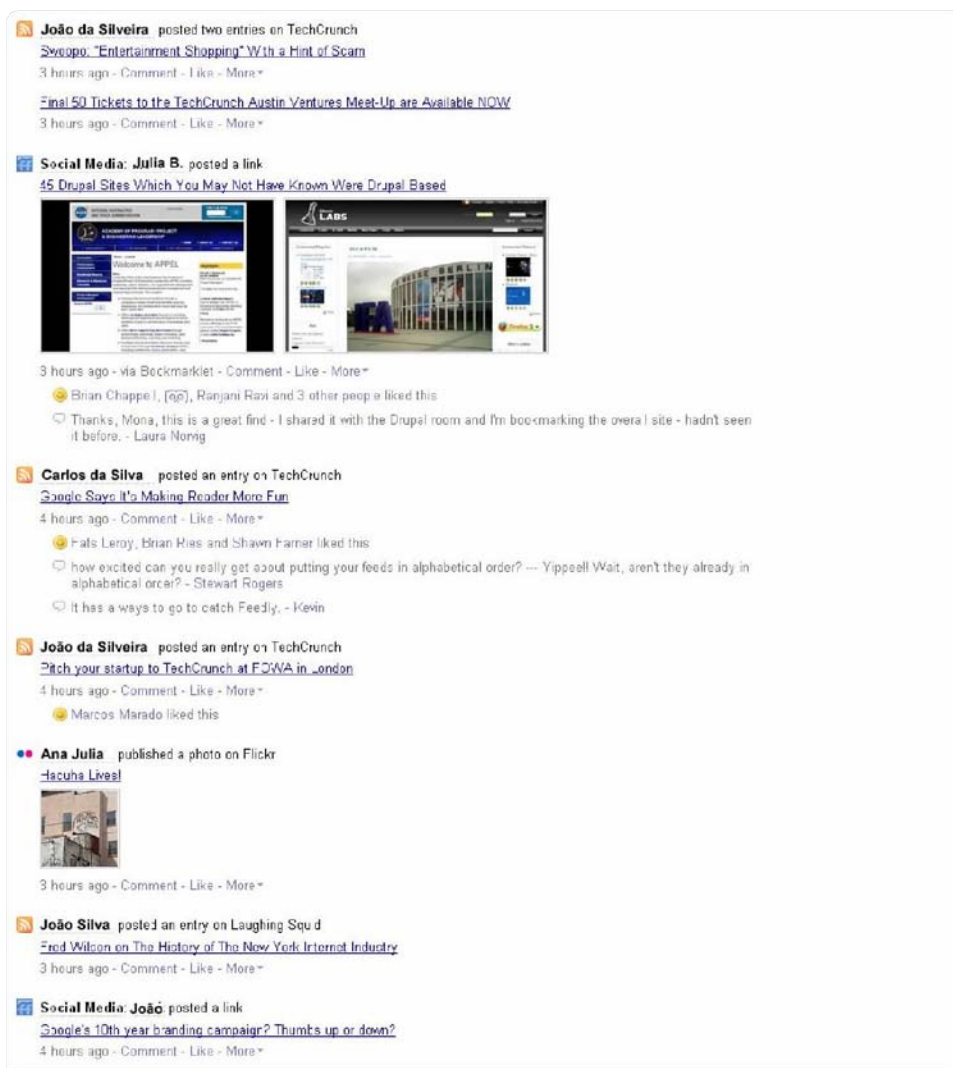


Figura 26: Linha do tempo dos feeds.

Fonte: <http://friendfeed.com/>

Graficamente, o nome do contato do qual provém o *feed* é antecedido de um ícone representando o ambiente no qual a atualização foi realizada (Figura 27).



Figura 27: Detalhe de ícones e nomes de onde provém os *feeds*.

Fonte: <http://friendfeed.com/>

O *feed* de cada indivíduo tem um espaço para inserir comentários, escolher como favoritos ou ainda criar um link do item. É o conjunto de opções “*Comment – Like – More*”⁶⁸ abaixo de cada *feed* como se observa na Figura 28. Inserir um comentário é uma maneira de atribuir sentido e valor a uma atualização. Marcar um *feed* como favorito também atribui um valor. O *feed* pode ser avaliado de acordo com uma cotação de quantas pessoas marcaram como favorito, ou quantas pessoas comentaram. Quando muitas pessoas referenciam o conteúdo como favorito, ele pode possuir um novo valor. E se há muitos comentários referentes a uma determinada postagem, sabe-se que isso gera interesse suficiente para que haja uma discussão em torno dela.

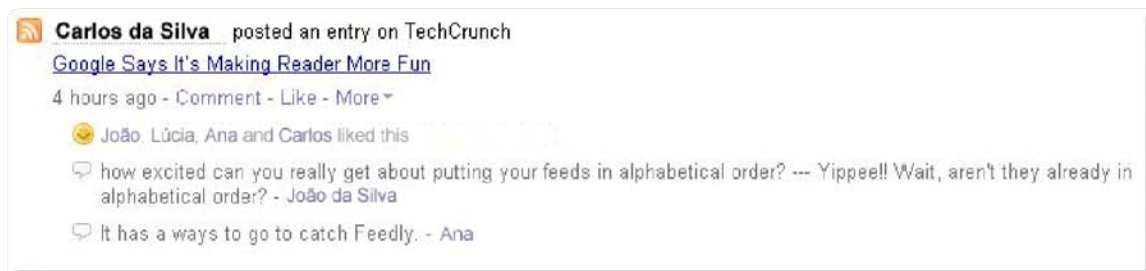


Figura 28: Detalhe de ícones de comentários e favorito.

Fonte: <http://friendfeed.com/>

⁶⁸ Tradução da autora: Comentar – Favoritar – Mais.

Com a funcionalidade *Hide*⁶⁹, opção existente em cada atualização, um usuário pode exercer algumas escolhas. O usuário pode esconder atualizações referentes a contatos, ou determinados serviços. Na Figura 29 é possível observar as opções existentes.

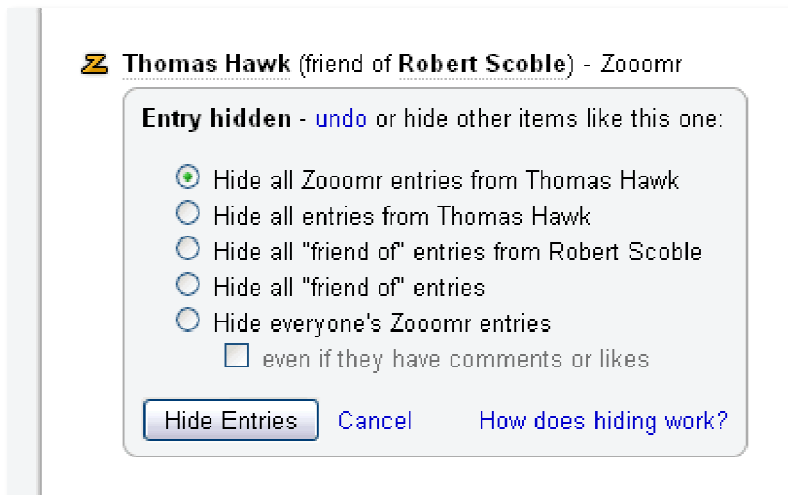


Figura 29: Janela que se abre quando o usuário clica na opção Hide existente em cada atualização.

Fonte: <http://friendfeed.com/>

Assim, formando-se uma rede de amigos no friendfeed o sujeito passa a fazer parte de uma rede de referências personalizada na *web*. Neste sentido, quando um indivíduo escolhe assinar certos amigos no friendfeed ele passa a ficar informado quanto às ações realizadas por eles em uma gama de assuntos e categorias. Assim, esses amigos passam a ser fonte de conteúdos alternativos na *web*, conteúdos que podem não possuir divulgação e que, portanto não seriam encontrados de outra forma. Um *site* que foi recomendado por um amigo muitas vezes é mais interessante ou possui mais credibilidade do que algum sem recomendação, encontrado em um sistema de busca. Além disso, os amigos podem atribuir valor à recomendação por meio dos comentários.

⁶⁹ Tradução da autora: Esconder.

3.2.2.1 Funcionamento e interface gráfica do friendfeed

Robert Scoble⁷⁰ realizou, em dezembro de 2008, uma postagem em seu blog⁷¹, e postou um vídeo⁷² em seu canal de vídeos falando sobre 20 aspectos interessantes do friendfeed. Esse autor realiza uma problematização relevante sobre a plataforma e o próprio processo de *lifestreaming*. Ele faz a comparação que desde que iniciou seu blog em 2000 até os dias de hoje seu “comportamento de conteúdo”⁷³ *online* modificou-se muito. Ou seja, ele alterou as formas de se relacionar com o conteúdo na *web*. Esse comportamento, segundo o relator, estendeu-se de apenas escrita em sua página a participações em um grande número de serviços, como Doppler (para agendamento de viagens), muita leitura em muitos blogs no Google Reader, postagens de fotos no flickr, postagem vídeos no seesmic, no YouTube e no Fast Company.tv⁷⁴, além de continuar escrevendo em seu blog.

Scoble inicia sua problematização dizendo que precisa de um ambiente que agregue todos os seus conteúdos na *web*. Acrescenta que se isso for tudo que alguém utilizar no friendfeed, ou seja, somente um espaço para unificar seu conteúdo gerado, já é de grande utilidade. Para ele, a capacidade de agregar os *feeds* seria o mais importante. Porém, observa que friendfeed também é uma comunidade que serve para informar as pessoas através de *feeds* personalizados. Ao organizar seus *feeds*, segundo ele, uma pessoa pode separar as “*news*”⁷⁵ do “*noise*”⁷⁶, as notícias que importam da informação irrelevante que ele compara com barulho, ruído ou interferência. Além disso, considera-o um bom espaço para conversações a respeito dos conteúdos que foram enviados.

⁷⁰ Robert Scoble é blogueiro e ex-funcionário da Microsoft. Atualmente trabalha com a empresa Fast Company como produtor de vídeos transmitidos pela web sobre tecnologia. Em janeiro de 2006 publicou o livro *Naked Conversations* sobre blogs e negócios. Possui bastante popularidade em suas redes sociais na web, sobretudo com seu blog Scobleizer e em sua conta no twitter, @scobleizer com mais de 50 mil seguidores. Fonte - http://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Scoble

⁷¹ Fonte - <http://scobleizer.com/2008/12/28/20-ways-to-being-a-bigger-friendfeed-monster-than-guy-kawasaki/>

⁷² Fonte - <http://www.kyte.tv/ch/6118/301757>

⁷³ Scoble utiliza o termo “*behavior content*”.

⁷⁴ <http://www.fastcompany.tv/>

⁷⁵ Tradução da autora: notícias.

⁷⁶ Tradução da autora: barulho.

Porém, admite que é uma ferramenta bastante complexa apontando que se ele tem uma lista de 19⁷⁷ vantagens é porque o friendfeed tem muitas opções de uso. Por isso mesmo, aponta que o twitter parece ser mais utilizado por ser mais simples. Segundo Scoble, O twitter cresce em popularidade enquanto o friendfeed esforça-se para conquistar mais usuários. O friendfeed é mais complicado porque é necessário compreender as fontes de conteúdo e o que acontece nas opções de visualização para poder obter o controle sobre elas, e assim, fazer um uso mais eficiente da ferramenta.

Como interface gráfica o friendfeed parece tentar dar respaldo às atividades que podem ser realizadas nele da melhor maneira. Porém, por ser uma prática recente, recebe alterações constantes, pois estão sempre tentando deixá-la mais eficiente. O friendfeed é uma rede social que se forma por motivos mais funcionais do que de entretenimento. Seus usuários parecem buscar mais relações profissionais e informações relevantes para o seu dia-a-dia do que amenidades, apesar delas também ocorrerem, não sendo, contudo, maioria. Além disso, a interface apresenta muitas informações, e muitas opções de configuração, apesar de serem bem organizadas, ficam difíceis de se compreender todas imediatamente, a curva de aprendizagem da ferramenta é muito grande.

Joshua Porter⁷⁸ em seu *post* “*Thoughts on the friendfeed interface*”⁷⁹, se pergunta qual o objetivo principal do friendfeed. O que o friendfeed faz que o torna um serviço válido? E

⁷⁷ 19 motivos para utilizar o friendfeed:

- 1) Obter conteúdo relevante pelo agregador.
- 2) Obter conteúdo relevante através de amigos.
- 3) Como a funcionalidade amigo-de-amigo traz mais conteúdos relevantes.
- 4) Usando a aba “todo mundo” para conseguir mais conteúdo relevante.
- 5) Usando “rooms” para conseguir mais conteúdo relevante.
- 6) Usando a funcionalidade “o melhor de” para conseguir mais conteúdo relevante.
- 7) Usando as abas “eu” e “home”.
- 8) Organizando amigos com as listas.
- 9) Criando mídia com os amigos.
- 10) Compartilhando mídia encontrada na *web*.
- 11) Criando mídia com *e-mail*.
- 12) Decidindo entre twitter e friendfeed.
- 13) Exportação de conteúdos com a funcionalidade “Like”.
- 14) Exportação de conteúdos com a funcionalidade “comments”.
- 15) Exportação de conteúdos com a funcionalidade “send to twitter”.
- 16) Exportação de conteúdos com a funcionalidade “your stuff”.
- 17) Exportação de conteúdos com a funcionalidade “rooms”.
- 18) Usando a busca.
- 19) Usando a funcionalidade “real time”.

⁷⁸ Joshua Porter é *webdesigner*, pesquisador e escritor desde 2001. Mantém o blog Social Web Design. Fonte: <http://bokardo.com/about/>

⁷⁹ Fonte: <http://bokardo.com/archives/thoughts-on-the-friendfeed-interface/>

discorda que seja para ler *feeds* de amigos ou para descobrir conteúdo relevante. Para ele, a primeira coisa que se repara quando se entra no friendfeed é que é um ambiente que funciona para separar o conteúdo relevante do não relevante. Sendo isso um processo personalizado. Assim, Porter acredita que um dos principais objetivos do friendfeed seja dar um funcionamento eficiente para esse processo.

Sugere duas maneiras para fazer isso. Uma seria implementando ferramentas de busca e filtros para reduzir ou organizar o conteúdo que uma pessoa vê, ou aumentando as possibilidades de interação com cada item de conteúdo. Concorde que a primeira maneira está bem contemplada pela interface com busca, listas, *rooms*, opções de esconder conteúdos, entre outros. Porém, acredita que a segunda maneira mereceria mais atenção da parte de seus desenvolvedores. Quanto a esse ponto ele argumenta que os itens na interface não são facilmente detectáveis, ou seja, é difícil diferenciar um item do outro. Acha que se fosse mais fácil o valor de todo o aplicativo aumentaria.

Para ele, como os *feeds* são muito extensos, por haver uma quantidade grande de informações normalmente existem de quatro a cinco itens por página (depende de tamanho de monitor e de resolução) antes de se utilizar a rolagem. Acha que as informações extra dos itens devem estar lá, mas sem ocupar tanto espaço na página. Entende a importância de mostrar os comentários, pois quanto mais se mostra as conversações que já houve, mais se incentiva novas. Porém, sugere mostrarem apenas uma parte com opção de visualizar o restante. Critica o fato de que o nome das pessoas “autoras” dos *feeds* está em negrito chamando mais atenção que o título ou nome do ambiente do qual provém. Também faz críticas à funcionalidade “like” em que aparece abaixo de cada item os nomes das pessoas que gostaram daquilo. Segundo ele não é relevante que pessoas que não se conhece tenham gostado de algo, não significando referência.

Porter acredita que os títulos dos itens são mais importante do que o nome de quem gerou o *feed* e que deveria ser dada mais ênfase ao título que ao nome. Ora, uma mudança de ênfase até poderia ser interessante, apesar de que o título da postagem está sempre em azul e sublinhado por ser um link. Mas nesse caso, qual seria a diferença entre o friendfeed e um portal de notícias? Sim, porque mesmo *feeds* de blogs normalmente são associados ao blog de origem e ao seu autor. Já o *lifestreaming* é um processo em que se propõe que se assine pessoas e não blogs, sites, ou muito menos títulos dispersos de conteúdos. Inclusive, pela simplicidade de um espaço para preenchimento de “perfil” dos interagentes, em que não há muitas opções, pode-se dizer que o perfil da pessoa é a própria página que contém os seus

feeds. Nessa plataforma a pessoa pode ser conhecida e reconhecida pelos *feeds* que disponibiliza, sendo graficamente representada por seus serviços cadastrados e *feeds* mais recentes, secundariamente amigos, *rooms*, comentários e *likes*. Assim, mostrar o nome da pessoa que originou o *feed* é muito importante.

A seguir apresenta-se os procedimentos metodológicos seguidos da análise desta pesquisa.

4. Procedimentos metodológicos

Para investigar como o sujeito pós-moderno expressa-se e interage nos serviços para *lifestreaming* da *Web 2.0*, tal como proposto no objetivo geral desta pesquisa, foram seguidos os seguintes procedimentos metodológicos divididos em 2 fases.

Na primeira fase enviou-se um questionário a 90 participantes do *room* “Brasileiros” do *friendfeed*. A partir disso, realizou-se uma observação das páginas pessoais no *friendfeed* de cada um dos 20 participantes que responderam. Primeiramente, coletou-se dados quanto aos serviços que cada um assinava. Posteriormente, observou-se os *feeds* recebidos pela plataforma durante a semana de 19 a 25 de janeiro de 2009.

Finalmente, com os dados da observação semanal e as respostas do questionário partiu-se para a fase de análise.

4.1 O instrumento de pesquisa

A seleção dos participantes que utilizam o serviço de *lifestreaming* *friendfeed* tomou como base os requisitos de que fossem participantes efetivos dessa ferramenta, com atualizações recentes e amigos assinados, além da participação no *room* “Brasileiros”. No *site* *friendfeed* não há como verificar a nacionalidade dos participantes, portanto, a escolha através dessa sala foi a maneira de garantir que o grupo fosse de integrantes nacionais. Inicialmente, o trabalho propôs-se a considerar as respostas de 10 participantes, porém, recebeu-se 20 respostas igualmente relevantes.

O questionário foi enviado com um convite a respondê-lo para todos os 90 participantes do *room* “Brasileiros”, dos quais foi possível encontrar um contato na *web*. Os contatos foram estabelecidos via *e-mail*, recado no Orkut e seção de contato em blogs pessoais, dependendo de cada um. O primeiro contato foi enviado em 5 de janeiro de 2009 com o seguinte texto:

Olá

Sou pesquisadora participante do LIMC – Laboratório de Comunicação Mediada Por Computador, um órgão da UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul coordenado pelo Prof. Dr. Alex Primo. Estou desenvolvendo uma dissertação de mestrado sobre o *friendfeed*. Por isso estou contando com a participação de um grupo de brasileiros pioneiros utilizadores deste ambiente para responder um pequeno questionário que será utilizado para a análise final da pesquisa. Assim, as suas respostas às perguntas abaixo seriam uma contribuição fundamental para o enriquecimento do trabalho.

Você pode acessar o questionário no link abaixo de um formulário gerado pelo Google docs. Ou pelo arquivo doc anexado e me enviar por este mesmo email.

<<http://spreadsheets.google.com/viewform?key=ptdlRESRtnw2GASO8Wla9aA&hl=en>>

Aproveito para agradecer a participação e acrescentar que não será citado nenhum nome completo na análise dos dados. E me coloco à disposição para contatos e maiores esclarecimentos.

Sandra Bordini

sandraborini@gmail.com

sandrabmz.com

bobagemminha.com

<http://friendfeed.com/sandraborini>

Após o primeiro envio, obteve-se 9 respostas dentre os 99 enviados. De forma que no dia 12 de janeiro de 2009 fez-se um reenvio a todos os que ainda não tinham respondido. Após o segundo envio, obteve-se mais 13 respostas, somando-se 22 no total. Porém, em duas dessas respostas as pessoas deixaram vários campos do formulário em branco. Com as 20 respostas consideradas relevantes, buscou-se investigar as formas de interação dos usuários em um processo de *lifestreaming*

De acordo com Dencker e Viá (2001), o questionário ou a entrevista são os melhores métodos para investigar sentimentos, percepções ou motivações de pessoas. Diferente do método de observação, como os autores apontam, um questionário ou uma entrevista serve para ir além da descrição ou compreensão de comportamentos. Essas técnicas funcionam para obter um relato subjetivo dos participantes da pesquisa. Conforme Dencker e Viá (2001), a descrição obtida dos participantes da pesquisa serve como ponto de partida para qualquer avaliação dos dados, de maneira que a análise leve em consideração somente as informações que o participante esteja disposto a fornecer (DENCKER e VIÁ, 2001).

Assim, para o objetivo da presente pesquisa – investigar formas de expressão e interação do sujeito pós-moderno no *lifestreaming* – considerou-se o mais pertinente um método de coleta de dados que permitisse a avaliação de textos opinativos dos entrevistados. Nessa primeira fase da pesquisa optou-se por um questionário, e não por entrevista, para que a análise fosse de natureza impessoal e se limitasse às respostas obtidas de forma escrita. O questionário continha as mesmas perguntas para todos os sujeitos escolhidos para respondê-lo. As perguntas foram abertas, sem múltipla escolha com opções pré-determinadas, pelo caráter subjetivo da pesquisa (DENCKER e VIÁ, 2001).

Buscou-se investigar se os sujeitos representam papéis diferentes em diferentes espaços. Questionou-se os sujeitos quanto a possíveis preocupações com o tipo de informação que publicam sobre si. Além disso, verificou-se as formas de utilização de um agregador de *lifestreaming* como espaço para expressão pessoal na *web*. De acordo com Goffman (2007) os sujeitos em sociedade formam uma persona consciente ou inconscientemente. Essa persona caracteriza-se como forma de agir, de falar, de reagir, de se mover, entre outros, enfim, todos os artifícios através dos quais alguém interage com os outros sujeitos. Como aponta o autor, eles são formados com base nos costumes de um meio social e época. Assim, identificou-se as relações entre o processo de *lifestreaming* através de um agregador e as formas de construção de imagem de auto-apresentação social dos sujeitos.

Com essa análise, buscou-se responder alguns pontos propostos nos objetivos desta pesquisa relacionadas com as dinâmicas de interação do sujeito fragmentado na *web*. E como estas dinâmicas de interação são influenciadas pelos modelos de representação e expressão pessoal de um sujeito na internet. Pretendeu-se também investigar a questão quanto à preocupação com a formação de uma imagem coerente na *web*. O sujeito que interage na *web* perdeu totalmente suas características modernas de preocupação com coerência social? Ou será que este sujeito interage de maneiras incoerentes dependendo da rede social?

Estas perguntas ajudaram a formação do seguinte questionário:

Nome:
1- Qual sua profissão?
2 - A quanto tempo você utiliza o friendfeed? Com que frequência você realiza publicações. Por quê?
3 - Com que frequência realiza leituras de <i>feeds</i> de contatos no friendfeed? E nesses casos qual o material escolhido para essa leitura. Por quê?
4 - Com que frequência você comenta os <i>feeds</i> de contatos no friendfeed? Por quê?
5 - Com que frequência você participa de <i>rooms</i> no friendfeed? Por quê?
6 - Você prefere publicar os serviços <i>Web 2.0</i> (como twitter, flickr, blogs, etc.) reunidos no friendfeed ou diretamente por esses ambientes? Por quê?
7 - Você publica tudo sobre seu trabalho e cotidiano para todos verem? Ou você faz uma seleção e limita para certos grupos de pessoas? Justifique.

Procurou-se manter um número limitado de questões a fim de manter o interesse dos entrevistados em respondê-lo. O principal objetivo é obter respostas extensas, o que seria mais difícil com uma quantidade elevada de questões. A primeira e segunda perguntas referem-se a dados pessoais do sujeito com a identificação de nome e profissão. As perguntas 2, 3, 4 e 5 servem para contextualizar o sujeito nas suas formas de utilização do friendfeed. As

perguntas 6 e 7 consistem em questões mais opinativas, com a tentativa de incentivar os participantes a elaborarem um texto subjetivo.

4.3 Sobre a observação pessoal e semanal

Os questionários foram enviados aos participantes a partir do dia 5 de janeiro de 2009. No dia 12 de janeiro de 2009 já havia-se obtido 20 respostas consideradas relevantes. Assim, estes que responderam foram selecionados como participantes da pesquisa. Partiu-se então para uma observação da página pessoal de cada um deles. Posteriormente, para a observação de seus feeds durante a semana de 19 a 25 de janeiro de 2009.

5. O friendfeed como agregador de *lifestreaming*

Com base nos conceitos vistos, analisou-se as formas de utilização do friendfeed por 20 pessoas. Considera-se o friendfeed uma plataforma capaz de expor a realidade fragmentada e contraditória do sujeito pós-moderno imerso na *web*.

Considerando os dados coletados, tanto nas observações semanais, quanto nas respostas do questionário, visa-se estabelecer uma relação entre a utilização pessoal do friendfeed com a revisão bibliográfica apresentada.

Antes de partir para a análise dos dados apresenta-se uma descrição de cada participante da pesquisa, com considerações feitas quanto à observação semanal e aos pontos principais de suas repostas do questionário. Os nomes completos dos participantes não serão revelados, sendo eles representados pelas iniciais. Os participantes são: AA, AF, AL, BB, CA, CC, CE, DD, DP, ES, FA, FB, GA, GB, GF, IA, JO, LS, RC e RG. Após o relato apresenta-se uma análise feita relacionando os dados coletados durante a observação semanal com as formas de uso do friendfeed. Na seção 5.3 analisou-se as respostas do questionário conceituando o friendfeed como um meio de expressão pessoal na *web*.

5.1 Relatos dos participantes

O participante AA possui 7 serviços cadastrados e na semana observada teve 53 *feeds* de 3 serviços diferentes. Trabalha como analista de suporte e está no friendfeed há 6 meses. Publica todos os dias através de atualizações de outros serviços. Lê os *feeds* de seus contatos com pouca frequência. Não respondeu sobre comentários ou *rooms*. Quanto à pergunta 7 do questionário⁸⁰ afirma que limita suas informações para as pessoas que não confia. Ou seja, suas postagens são apenas sobre assuntos que não se importa em revelar.

O participante AF possui 18 serviços cadastrados e na semana observada teve 33 *feeds* ao todo, dos quais, 32 eram de 8 serviços diferentes e 1 do próprio friendfeed. AF trabalha como analista de marketing e utiliza o friendfeed desde 2006. “Uso como *lifestream*. No início era só por curiosidade minha mesmo. Depois que eu criei o meu blog, publico o meu *lifestream* num *widget*.” AF utiliza uma funcionalidade do friendfeed que permite inserir seus *feeds* em um espaço de seu blog pessoal. Lê semanalmente o que seus contatos publicam para se manter atualizado. Comenta, ou clica no ítem “*Like*”, em *feeds* de contatos semanalmente.

⁸⁰ Pergunta 7 do questionário: “Você publica tudo sobre seu trabalho e cotidiano para todos verem? Ou você faz uma seleção e limita para certos grupos de pessoas? Justifique.”

Também participa de *rooms* semanalmente, postando assuntos referentes a sua profissão, e lendo os *feeds* disponíveis. Publica no friendfeed diretamente e também o utiliza bastante como agregador. Afirma que não filtra suas informações: “Publico toda minha vida social virtual, para qualquer um. Esse é o intuito do sistema.”

O participante AL possui 9 serviços cadastrados e na semana observada teve 60 *feeds* de 5 serviços diferentes. O mais utilizado foi o Google Reader com 30 atualizações. AL é publicitário e utiliza o friendfeed a um ano. Realiza publicações diárias através de outros serviços, nunca através do friendfeed. Suas leituras são diárias, pois tem um *widget* do friendfeed em seu Igoogle, onde as acessa facilmente. Não comenta muito e gostaria de comentar mais. Afirma nunca ter participado de *rooms*.

O participante BB, dentre as 20 pessoas observadas, é o com maior quantidade de *feeds* e serviços cadastrados. Possui 38 serviços cadastrados e na semana observada teve 260 *feeds* ao todo. Desses, 212 eram de 10 serviços diferentes e 48 do próprio friendfeed. Possui muitos serviços compartilhados e muitas postagens, mas a maioria é proveniente de serviços em que não se gera o conteúdo, caso adicione conteúdo já existente como favorito. Porém, é um usuário que exerce um papel ativo em processos interativos no sistema. Apesar de ter poucos contatos, como ele mesmo aponta, está sempre comentando ou clicando no item “*Like*” dos *feeds* de contatos. BB é blogger e crítico de cinema e está no friendfeed desde março de 2008. Suas publicações são diárias tanto diretamente quanto por *feeds* de outros ambientes. Também realiza leituras diárias das atualizações de seus contatos. Filtra as informações para leitura, selecionando somente os contatos com assuntos que mais o interessam. Por isso, inclusive, mantém com poucos contatos (mais ou menos 20, segundo ele). Ainda assim costuma bloquear algumas informações de certos contatos dependendo do serviço do qual as informações provem. Se bloqueia algum contato, nunca o faz por inteiro. Costuma bloquear apenas um serviço, de um determinado contato, porque acha que sempre pode aparecer algo interessante.

O material que eu leio acaba variando, de acordo com as pessoas que adicionei, mas geralmente é uma mistura de informações sobre cultura, arte, quadrinhos, ciência, fotografia, tecnologia, cinema, culinária e coisas divertidas, incluindo comentários, que é o que mais acaba aparecendo por lá (BB).

Ainda BB, comenta diariamente, mesmo quando não gosta da notícia o bastante para marcar “*Like*” comenta para dar opinião, criticar. Além disso, diz que muitas postagens no friendfeed são perguntas, o que incentiva os comentários. Acrescenta que as notícias que mais

recebem comentários são as mais divertidas ou bizarras, mesmo não sendo suas preferidas. Também indica que em alguns casos a conversação que é gerada em torno de um tópico dá a ele um novo significado. Não utiliza muito *rooms*, somente quando são assuntos muito relacionados com seus interesses. Relata que já possui muitas informações vindas de seus contatos. Publica mais diretamente por serviços do que pelo friendfeed. Precisa de especificações que o friendfeed não tem, como realizar *bookmarks*. Costuma publicar todos os tipos de informações, mas dados muito pessoais limita para amigos.

Eu publico coisas no FF e checo as novas informações dos meus contatos lá todos os dias, em alguns dias mais de uma vez por dia. Isso porque o número de contatos adicionando outras pessoas e colocando como "like" e postando links vem crescendo a cada dia, e por mais que bloqueie informações de algum serviço ou determinado usuário há sempre novas informações e se não conferir logo as informações acabam sumindo. Outra razão de usar todos os dias é checar informações de algumas pessoas que só tenho como contato lá, já que é mais fácil de acompanhar tudo o que uma determinada pessoa publica em um lugar só, especialmente se não for o blog onde essa pessoa publica (BB).

O participante CE possui 11 serviços cadastrados e na semana observada teve 9 atualizações de 2 serviços diferentes. Pela visão geral seus *feeds* parecem ser bem diferentes de uma semana para outra. Na semana observada só havia 8 provenientes do twitter e uma entrada do LastFM, porém em outras observa-se material do YouTube, Picasa e principalmente Google Reader. CE é estudante universitário e utiliza o friendfeed há pouco mais de um ano. Publica diariamente através de outros serviços e lê atualizações de contatos a cada 2 ou 3 dias. Raramente posta comentários, sem nenhuma razão específica. Além disso, raramente lê *rooms* por falta de tempo.

O participante CC possui 16 serviços cadastrados e na semana observada teve 256 *feeds* ao todo. Desses, 247 eram de 5 serviços diferentes e 9 do próprio friendfeed. O mais utilizado foi o twitter com 131 atualizações. Sua interação parece ser bem distribuída pelas semanas, variando bastante os serviços mais utilizados de uma semana para a outra. CC trabalha com gestão de redes de computadores e utiliza o friendfeed há mais de 6 meses. Postagens diárias provenientes de outros serviços e ocasionalmente direto do friendfeed. Realiza sempre leituras das atualizações de contatos, normalmente aquilo que chama mais atenção. Comenta ocasionalmente quando acha que vale a pena. Lê também atualizações de *rooms* muito ocasionalmente e participa pouco. Costuma publicar todos os tipos de informações com algumas exceções. "Com exceções, em geral publico tudo. Afinal, em geral está tudo na internet mesmo, seria acessível de alguma maneira." (CC)

O participante CA possui 4 serviços cadastrados e na semana observada teve 4 *feeds* de um serviço, o twitter. Observou-se que sua frequência de postagem é baixa e suas atualizações do ambiente, bem espaçadas. Em suas respostas ao questionário aponta que é professor universitário e utiliza o friendfeed há nove meses. Alega que realiza postagens diárias no friendfeed com artigos de seu blog, twitter e itens compartilhados do Google Reader. “Essa é uma forma de divulgar o que eu considero importante”. Não lê nem comenta *feeds* de contatos, nem participa de *rooms*. Faz uma seleção das informações que publica na *web*, porém, o que publica é para todos.

O participante DD possui 11 serviços cadastrados e na semana observada teve 3 *feeds* de 3 serviços. DD é publicitário, *freelancer* e utiliza o friendfeed desde setembro de 2008. Suas postagens são diárias por serem atualizações de *feeds*. Acrescenta “acho que não usamos o friendfeed, ele que nos utiliza”. Considera uma prática boa para aumentar sua visibilidade na *web*, principalmente para ampliar horizontes profissionais. Segundo ele “quem não é visto não é lembrado”. Lê uma vez por semana atualizações de seus contatos. Não realiza comentários por preferir comentar em blogs. Não lê nem participa de *rooms*, considera informação de mais e não tem tempo para absorver tudo.

O participante DP possui 16 serviços cadastrados e na semana observada teve 96 *feeds* de 5 serviços. O mais utilizado foi twitter com 81 atualizações. Utiliza o friendfeed principalmente para armazenar links e textos para leitura posterior, também para compartilhar informações com os contatos em *rooms*. Lê *feeds* de amigos várias vezes ao dia, com exceção das atualizações do twitter as quais lê através do próprio serviço. Nunca comenta, pois considera que seus contatos não participam do friendfeed ativamente. Participa bastante de *rooms* e sobre eles comenta: “Bastante, pois é o ponto de interação com maior movimento, onde se consegue receber notícias e novidades de vários lugares, pelas mãos dos usuários, em torno de um só assunto.” Não faz seleções sobre o que publicar e compartilhar: “Compartilho tudo, pois são informações que os serviços agregados já fazem públicos por si mesmos”.

O participante ES possui 12 serviços cadastrados e na semana observada teve 51 *feeds* de 3 serviços. O mais utilizado foi o twitter com 46 atualizações. ES é analista de sistemas e utiliza o friendfeed desde março de 2008. Suas atualizações são diárias provenientes de outros serviços. Realiza leituras dos *feeds* de seus contatos esporadicamente. Comenta no friendfeed quando há uma conversa que ocorre diretamente no ambiente. Normalmente prefere comentar na fonte, como um blog do qual se origine um feed. Afirma não participar de *rooms*. Nunca publica diretamente pelo friendfeed, pois não vê vantagens nisso. Quanto ao tipo de

informações que divulga, somente as que considera mais interessantes para os outros. Ou seja, aquelas que realmente quer que as pessoas tomem conhecimento.

O participante FA possui 14 serviços cadastrados e na semana observada teve 49 *feeds* de 3 serviços. O mais utilizado foi twitter com 46 atualizações. Em uma observação geral por várias semanas seus *feeds* são variados. O único constante é o twitter, com entradas ocasionais de flickr, blog, delicious e *upcoming*. FA é relações públicas e está no friendfeed desde fevereiro de 2008. Realiza atualizações diárias através de outros serviços. Lê atualizações de seus contatos todos os dias, pois considera um meio importante para fazer monitoração da internet e de acontecimentos na sua área. Afirma não realizar comentários por utilizar o ambiente profissionalmente. Participa de alguns *rooms* para aumentar sua rede de contatos profissionais e acredita que o principal objetivo do friendfeed é agregar informações. Publica somente assuntos profissionais para ter retorno profissional.

O participante FB possui 6 serviços cadastrados e na semana observada teve 10 *feeds* de 3 serviços. O mais utilizado foi o twitter com 7 atualizações. FB é publicitário e não recorda há quanto tempo está no friendfeed, mas acredita que é bastante. Participou da abertura do *room* “Brasileiros”. Procura publicar sempre que está pesquisando algo, lendo, estabelecendo vínculos sociais “Enfim, uso o friendfeed como breve reflexo dos caminhos que percorro na internet diariamente”. Dedicar tempo semanalmente para ler os *feeds* dos contatos do friendfeed. Considera este um bom local para encontrar informações relevantes.

Isso se deve ao fato de o friendfeed servir como ferramenta alternativa, para encontrar pessoas com perfis semelhantes e que estejam procurando coisas semelhantes. Eu posso encontrar, facilmente, links que me interessem no friendfeed. (FB)

FB acha que fazer comentários banais não é construtivo, por isso só comenta quando realmente tem algo a acrescentar. Não lê *rooms* por falta de tempo. Publica apenas as informações que julga apropriado para todos, não publica tudo o que produz integralmente, pois usa o friendfeed para estabelecer contatos com pessoas com interesses semelhantes. Tem preocupação em proteger o que produz, assim não publica tudo. O uso do friendfeed por esse participante, de acordo com suas afirmações, é essencialmente profissional e o seu posicionamento estratégico.

O participante GA possui 5 serviços cadastrados e na semana observada teve 44 *feeds* de 4 serviços. O mais utilizado foi o twitter com 23 atualizações. GA é estudante de medicina e está no friendfeed há 6 meses. Publica raramente direto do friendfeed, o utiliza mais como um agregador de redes sociais. Dificilmente faz leituras das atualizações dos contatos, porém

lê atualizações de *rooms*. Comenta ocasionalmente quando pode acrescentar algo. Os *rooms* são a funcionalidade mais interessante do friendfeed, frequenta bastante. Aliás utiliza o friendfeed basicamente para isso. Afirma que filtra suas informações, não publica qualquer coisa para ser vista por todos.

O participante GB possui 17 serviços cadastrados e na semana observada teve 15 *feeds* de 4 serviços. O mais utilizado foi o twitter com 9 atualizações. GB é desenhista projetista e utiliza o friendfeed a 6 meses com atualizações diárias tanto direto do friendfeed quanto por atualizações. Realiza leituras de seus contatos que recebe por email, uma vez por dia. Participa de *rooms* somente muito raramente. Publica de tudo para todos e pretende publicar mais.

O participante GF possui 15 serviços cadastrados e na semana observada teve 51 *feeds* de 4 serviços. O mais utilizado foi o tumblr com 44 atualizações. GF é jornalista e utiliza o friendfeed desde junho de 2008. Suas atualizações são diárias através de outros serviços. Lê atualizações de contatos diariamente, selecionando pelo título do link. Comenta raramente, porém, mais em imagens do que textos. Nunca participou de *rooms* por falta de tempo. O que publica é para todos, considera o friendfeed um agregador para centralizar suas informações: “diretamente por estes serviços, mas com um serviço como o friendfeed para agregar toda minha presença *online* e dar um panorama completo sobre o que eu faço”.

O participante IA possui 7 serviços cadastrados e na semana observada teve 23 *feeds* de 2 serviços. O mais utilizado foi twitter com 13 atualizações. Percebe-se que utiliza o friendfeed principalmente para receber atualizações do twitter e de seu blog. Sendo que a maioria de suas postagens no twitter remetem a um post do blog. Parece utilizar o friendfeed somente para promover o próprio blog com uma nova rede social. Pelas respostas do questionário, IA é gerente de administrativo e utiliza o friendfeed há mais ou menos um ano. Realiza postagens diárias através de outros serviços. Lê atualizações de seus contatos aproximadamente quatro vezes por semana. Prefere as que são sobre tecnologia, internet e informática. Nunca comenta nem participa de *rooms* por falta de tempo. Não seleciona o conteúdo de suas publicações.

O participante JO possui 16 serviços cadastrados e na semana observada teve 29 *feeds* de 5 serviços. O mais utilizado foi o twitter com 13 atualizações. JO é estudante e utiliza o friendfeed há um ano. Posta em torno de 5 vezes por semana através de atualizações de *feeds*. Lê atualizações de contatos 2 vezes por semana e seleciona o que acha mais interessante. Não comenta muito pela falta de tempo. Utiliza friendfeed como centralizador de conteúdo, não

utiliza muito as ferramentas do próprio site. Não participa de *rooms*. Só publica o que considera interessante para ele e outras pessoas, costuma publicar o que está fazendo, mas não se expõe em demasia.

O participante LS possui 15 serviços cadastrados e na semana observada teve 9 *feeds* de 3 serviços. O mais utilizado foi o Google Reader com 6 atualizações. LS é analista de tecnologia da informação e utiliza o friendfeed desde outubro de 2007. Realiza publicações nos serviços cadastrados e deixa o friendfeed agregá-los. Lê diariamente atualizações de contatos, que são referência na área de tecnologia, como os criadores do friendfeed, funcionários do Google e *bloggers* da área. Não comenta com muita frequência porque não conhece a maioria dos contatos. Limita bastante o que publica, não postando nada sobre trabalho. Porém, as informações que publica são para visualização de todos, com exceção de fotos. “Não publico detalhes sobre o meu trabalho. Publico algumas coisas do cotidiano em serviços de *microblogging*, entretanto nada detalhado. Com exceção de fotos, não limito as publicações a grupos de pessoas, mas penso duas vezes antes de publicar algo.”

O participante RC possui 10 serviços cadastrados e na semana observada teve 121 *feeds* de 4 serviços. O mais utilizado foi o twitter com 111 atualizações. RC é jornalista e utiliza o friendfeed a mais de um ano. Quase todas as suas atividades na *web* estão vinculadas a esse serviço, então considera suas atualizações diárias quase “inconscientes”. Só realiza leituras do friendfeed pelo Facebook e quase nunca. Não realiza comentários e não participa de *rooms*. Realiza seleções do que publica e preza sua privacidade.

O participante RG possui 14 serviços cadastrados e na semana observada teve 32 *feeds* de 4 serviços. O mais utilizado foi twitter com 14 atualizações. RG é blogger e utiliza o friendfeed a pouco mais de um ano. Seu espaço no friendfeed é atualizado diariamente de maneira automática, por cadastramento de serviços. Realiza leituras de todos os tipos de atualização uma vez por semana. As que mais chamam atenção são recomendações pelo Google Reader, e delicious de seus contatos e as do *room* sobre o wordpress. Realiza comentários nos *feeds* dos outros para parabenizar ou acrescentar informações. Uma vez por semana participa de conversações em *rooms* para encontrar temas interessantes para seus blogs. Suas postagens não trazem informações completas sobre seu trabalho ou vida pessoal, limita tudo para todos, mesmo amigos. “Limite, para todos. Há certas coisas que não precisam/devem ser publicadas na Internet, nem mesmo para grupos seletos.”

5.2 Dados da observação semanal

A observação nos espaços pessoais de cada integrante da pesquisa serviu para compreender aspectos sobre as maneiras de utilização do friendfeed na prática. Além disso, foi importante para comparar os dados observados com as respostas atribuídas ao questionário. Outra contribuição desta parte da pesquisa foi de identificar a natureza dos conteúdos encontrados nos *feeds*.

As duas tabelas a seguir mostram um panorama geral da utilização de serviços e suas atualizações no friendfeed. A Tabela 3 demonstra uma lista dos serviços e o número de assinaturas que estes possuem. Já a Tabela 4 traz uma lista com os serviços e o número de atualizações obtidas no friendfeed através deles na semana observada. Analisando as duas tabelas é possível observar que os serviços mais assinados não são necessariamente os mais atualizados. Claro que não ocorrem muitas disparidades muito grandes, como por exemplo, o mais utilizado ser o menos assinado. Observa-se certa coerência, de forma que os mesmos serviços que oscilam no topo da tabela dos mais assinados, estão também no topo da tabela dos mais utilizados. Da mesma forma, os menos assinados também serão os menos utilizados. Provavelmente porque a maioria desses serviços são pouco conhecidos pelos usuários, ou não são populares, de forma que não há incentivos sociais para utilização.

Tabela 3: Listagem de serviços e as quantidades de vezes que estes são assinados.

Serviços	categoria	qt
Blog	blogging	37
twitter	status	21
LastFM	music	17
flickr	photos	17
YouTube	video	15
delicious	bookmarking	15
Google Reader	news	15
Facebook	status	14
Gmail / Google Talk	status	13
Linkedin	miscellaneous	9
digg	news	8
Stumble Upon	bookmarking	7
Vimeo	video	6
Slide share	miscellaneous	5
Picasa	music	5
Netvibes	miscellaneous	4
Tumblr	blogging	4
Google Shared Stuff	bookmarking	3
intense debate	comments	3
Wacoopa	miscellaneous	3
Amazon.com	miscellaneous	3
Custom RSS / Atom	miscellaneous	2
Daily motion	video	2
Disqus	comments	2
Furl	bookmarking	2
iLike	music	2
Library thing	books	2
Upcoming	miscellaneous	2
Jaiku	status	2
Backtype	comments	1
Plurk	status	1
Brightkite.com	status	1
Goodreads	books	1
Identi.ca	status	1
Joost	video	1
LiveJournal	blogging	1
Ma.gnolia	bookmarking	1
Mixx	news	1
Redit	news	1
TipJoy	miscellaneous	1
Seismic	video	1

Tabela 4: Listagem de serviços e as quantidades atualizações provenientes deles para todos os usuários

Serviços	categoria	qt
friendfeed: mensagem		2
friendfeed: link		12
friendfeed: imagem		46
twitter	status	593
Tumblr	blogging	242
Google Reader	news	162
Blog	blogging	50
LastFM	music	46
delicious	bookmarking	44
YouTube	video	30
flickr	photos	14
Plurk	status	9
Facebook	status	8
digg	news	7
Amazon.com	miscellaneous	3
intense debate	comments	3
Stumble Upon	bookmarking	2
Upcoming	miscellaneous	2
Wacoopa	miscellaneous	2
Daily motion	video	1
Gmail / Google Talk	status	1
Picasa	photos	1
Brightkite.com	status	0
Backtype	comments	0
Custom RSS / Atom	miscellaneous	0
Disqus	comments	0
Furl	bookmarking	0
Goodreads	books	0
Google Shared Stuff	bookmarking	0
Identi.ca	status	0
iLike	music	0
Jaiku	status	0
Library thing	books	0
Linkedin	miscellaneous	0
LiveJournal	blogging	0
Ma.gnolia	bookmarking	0
Mixx	news	0
Netvibes	miscellaneous	0
Redit	news	0
Slide share	miscellaneous	0
TipJoy	miscellaneous	0
Vimeo	video	0

O tipo de serviço mais assinado dentre os dados observados é o RSS de blogs pessoais. Eles são 37 ao todo, sendo que uma pessoa chega a ter 5 blogs, ou páginas pessoais assinadas⁸¹, duas pessoas tem 4 blogs assinados, uma pessoa tem 3, 8 possuem 2 blogs assinados, 7 têm um blog e apenas uma não tem nenhum. Porém, durante a semana observada, o total de entrada de *feeds* provenientes de blogs são apenas 50. Os blogs são o quarto tipo de serviço com mais entradas. O primeiro é o twitter totalizando 593 entradas durante a semana. O segundo é o tumblr⁸² com 242 entradas. Apesar de ser o segundo com maior número de entradas este serviço é assinado por somente 4 pessoas observadas. Sendo que só há entradas de 3 delas. É um serviço de uso muito concentrado. Se a maioria não o utiliza apenas uma participante, BB teve 191 entradas ao longo da semana. Ou seja, o fato de um serviço ser bastante assinado não quer dizer que será também bastante utilizado. Um blog pessoal, na maioria dos casos, é um espaço em que as postagens exigem tempo de produção. O twitter é um serviço em que o conteúdo é gerenciado com mais facilidade. Motivo que pode levar à maior incidência de atualizações desse serviço, e que, aliás, contribui para sua atual popularidade.

Semelhante ao caso do tumblr é o do Google Reader, o terceiro serviço mais utilizado com 162 entradas no total. O serviço é assinado por 15 das 20 pessoas observadas, porém, houve atualizações provenientes dele de somente 6 pessoas, sendo uma com 104 e as outras com um número bem menor. Observa-se que como o tumblr o Google Reader é um serviço de uso bem concentrado. Na verdade, no caso do Google Reader pode ser amplamente utilizado, mas poucos compartilham itens para aparecerem no friendfeed. Aqueles que compartilham o fazem bastante, sendo uma maneira simples de gerar *feeds* pessoais.

Com o twitter a situação é diferente, o segundo serviço mais assinado e o mais utilizado de todos. Dentre as pessoas observadas, 3 possuem 2 contas do twitter assinadas, 16 tem uma conta assinada e somente 1 não possui uma conta do twitter no friendfeed. Dessas 19 que assinam o serviço, não houve atualizações em apenas 1. Assim, com essa pessoa e aquela que não possui o serviço, são 2 pessoas das quais não se obteve entradas do twitter. Das outras 19 obteve-se um total de 593 entradas distribuídas de forma não homogênea. De fato a pessoa que mais possui entradas do twitter possui 111 e a com o menor número teve 1

⁸¹ Estas páginas nem sempre são blogs pessoais. Em alguns casos são blogs corporativos, ou coletivos em que o sujeito é um dos autores. Em outros casos estas páginas são blogs do perfil do usuário dentro do site de rede social voltado para trocas de músicas LastFM.

⁸² <http://tumblr.com>

entrada. Pode-se dizer que é um serviço bastante distribuído, pois 19 das 20 pessoas observadas o utilizaram. Mas o fato de ter sido o mais utilizado deve-se também à sua popularidade atual que faz não apenas que a maioria o utilize, mas também que alguns utilizem com frequência.

Assim, existem serviços bastante concentrados no friendfeed, que costumam ser utilizados de forma expressiva por poucas pessoas, como o tumblr e o Google Reader. E outros pouco utilizados pela maioria das pessoas, como os blogs. Já serviços como o twitter são bastante utilizados por quase todos os participantes. Em outros casos, alguns serviços são muito pouco utilizados por poucas pessoas, como é o caso do Picasa, Jaiku, Stumble Upon, entre outros.

Outras duas tabelas sobre a observação quantitativa dos dados são apresentadas nos apêndices A e B. Comparando as duas, é possível identificar as relações entre o número de serviços assinados pelos participantes com a quantidade de atualizações de cada um ao longo da semana observada. No apêndice A, observa-se a quantidade de serviços assinados por cada participante, bem como quais os serviços assinados, e a quantidade de vezes que cada serviço é assinado. No apêndice B, observa-se a quantidade *feeds* de cada participante durante a semana, bem como de quais serviços são provenientes, e a quantidade de vezes no total que cada um enviou atualizações ao friendfeed.

A partir da comparação entre as duas tabelas tira-se algumas conclusões. O participante com maior número de serviços cadastrados é BB com 38 ao todo. Também é o participante com a maior incidência de *feeds* totalizando 260. O segundo maior número de serviços assinados é de AF, com 18, apresentando, porém, apenas 33 *feeds* ao longo da semana. Naturalmente, não se pretende atribuir valor à quantidades altas de *feeds* semanais. Aliás, não se está afirmando que 33 atualizações por semana são poucas apenas se procura estabelecer uma relação entre as formas de utilização. Nesse caso, 33 atualizações de AF parecem poucas comparadas com as 260 de BB, ou as 256 de CC. Inclusive, CC, com 256 atualizações possui menos serviços assinados do que AF. Ainda assim, é um número que está entre os primeiros do grupo, 16. Uma disparidade que pode ser citada é a relação entre AA e AF. AA possui apenas 7 serviços compartilhados e tem na semana observada 56 atualizações, enquanto AF é o segundo com maior número de serviços e possui menos atualizações do que o primeiro. Não há, pois, uma regra ou padrão de utilização. As pessoas com mais serviços assinados não necessariamente serão as com maior número de atualizações. Porém, na

maioria dos casos, ocorre essa coincidência, por exemplo, no caso de CA que possui apenas 4 serviços assinados e 3 atualizações ao longo da semana.

Naturalmente, se fossem comparados quatro serviços com zero, estes não seriam poucos. Mas com relação à maioria das pessoas observadas nesta pesquisa é um número baixo.

5.3 Dados das respostas dos questionários

Definiu-se neste trabalho “formatos de expressão pessoal na *web*” como espaços nos quais a pessoa mostra aspectos sobre si a uma rede de contatos, ou a um público em geral. Nestes espaços é possível realizar formas de representação pessoal e interações com outras pessoas. O processo de *Lifestreaming* também pode ser considerado um meio de expressão, pois é um espaço publicado para uma rede de contatos na qual informações sobre o sujeito ficam disponíveis e ocorre interação. De fato, dentre todos os meios de expressão vistos anteriormente, o *lifestreaming* é o mais recente. Ele combina características de todos os outros formatos, sendo um resultado de tendências de uso que foram observados em outras categorias. A seguir, apresenta-se uma tabela feita sobre a utilização do friendfeed pelas pessoas participantes da pesquisa, com base em suas respostas ao questionário. Nessa tabela classificou-se as relações dos integrantes da pesquisa com os tipos de participação que cada um desempenha. Diferenciou-se cinco tipos de participação e observou-se que alguns requerem um nível maior de comprometimento que outros. O primeiro refere-se a postagens feitas diretamente pelo friendfeed, um tipo de participação que demanda bastante comprometimento com a plataforma. Pois o sujeito necessita se logar nela para a realização. Como se verá adiante, poucos são os integrantes da pesquisa que interagem no próprio ambiente do friendfeed propriamente dito. Este tipo de interação é realizado por apenas duas pessoas com frequência. O segundo tipo são postagens feitas através de atualizações de outros serviços. O nível de comprometimento deste tipo de participação é mínimo, uma vez que a pessoa não precisa nem recordar de sua conta de usuário no friendfeed para que isso aconteça. Todos os participantes da pesquisa realizam esta prática com frequência. Aliás, para três deles (AA, CA e RC), esse é o único tipo de participação que realizam no friendfeed. Outros seis (AL, CE, DD, GB, IA, JO), realizam apenas este tipo de participação e o tipo de leitura de *feeds* de contatos. O terceiro tipo de interação é o de postar comentários ou “favoritar” itens (clicar em “*Like*”). Esses dois tipos foram tratados juntos por representarem o mesmo nível de participação. Para realização de ambos, é preciso que a pessoa esteja logada na plataforma e

leia *feeds* de contatos para fins de compreensão e postagem de algum tipo de retorno. Apenas um dos participantes observados afirmam realizar comentários ou clicar em “*Like*” com frequência (BB). Porém, dez deles (AF, CC, CA, RG, AL, CE, ES, FB, GF, LS) declaram que realizam a prática algumas vezes, ou raramente. O quarto tipo de participação é a leitura de *feeds* de contatos ou de *rooms*. Esse tipo de interação tem um nível de comprometimento maior do que a mera postagem por atualizações, porém menos do que a postagem de comentários ou participação efetiva em *rooms*. Nesse caso, o sujeito estará representando o papel de observador na interação, e precisará acessar os *feeds*, no próprio friendfeed, ou por *e-mail* para realizar a leitura. O quinto tipo de participação é a presença ativa em *rooms*. Esse tipo requer um nível de comprometimento alto, pois o sujeito precisa logar na plataforma regularmente para consultar os *rooms*, e realizar postagens diretamente pelo friendfeed, com assuntos relativos aos interesses que formam esta relação social. Pela Tabela 5, visualiza-se que somente um participante (DP), é ativo em *rooms* regularmente. E somente mais dois (AF e RG) participam algumas vezes.

Tabela 5: Padrões de utilização do friendfeed.

		A	A	A	B	C	C	C	D	D	E	F	F	G	G	G	I	J	L	R	R
		A	F	L	B	A	C	E	D	P	S	A	B	A	B	F	A	O	S	C	G
Postagens diretas	Sempre				x									x							
	Algumas vezes		x				x								x						
	Raramente												x						x		
	Nunca	x		x		x		x	x	x	x	x				x	x	x		x	x
Postagens por atualizações de outros serviços	Sempre	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Algumas vezes																				
	Raramente																				
	Nunca																				
Posta comentários ou favorita itens	Sempre				x																
	Algumas vezes		x				x							x							x
	Raramente			x				x			x		x			x			x		
	Nunca	x				x			x	x		x			x		x	x		x	
Lê contatos ou informações em <i>rooms</i>	Sempre			x	x		x	x		x		x		x	x	x	x	x			
	Algumas vezes		x						x		x		x								x
	Raramente	x																			
	Nunca					x														x	
Participa de <i>rooms</i>	Sempre									x											
	Algumas vezes		x									x									x
	Raramente				x		x	x						x	x						
	Nunca	x		x		x			x		x		x			x	x	x	x	x	

Por ser tratado como formato de expressão, o *lifestreaming* também será realizado em um contexto de sociedade em rede. Com a observação das respostas dos usuários percebeu-se 3 pontos fundamentais para essa análise: a questão sobre o compartilhamento de informações em rede, a questão quanto à multiplicidade do sujeito na *web* relacionada com a proposta de centralização do *lifestreaming* e por fim, a questão da representação do *eu* social.

5.3.1 Compartilhamento de informações no friendfeed

A informação na era da sociedade em rede, como aponta Castells (1999a), não mais é tratada como algo que possa ser produzido apenas por uma única fonte institucionalizada, como o estado, a ciência, ou mesmo a igreja, como em outras épocas. Com ela, e com o advento das novas tecnologias de comunicação, uma maior difusão da informação passa a ser possível. A relevância de um determinado dado recebe um novo sentido, na medida em que na sociedade organizada em rede, nenhum dado é absoluto, ou seja, uma informação que não seja relevante para um grupo social, pode ser importante para outro grupo, dependendo dos interesses que movem o tipo de agregação social.

Maffesoli (2005a) define este tipo de agregação pós-moderna como socialidade, em que as dinâmicas formais da relação social são mais determinantes que o conteúdo. Ou seja, o formato da relação é o que a determina, movido por um conjunto de valores formado dentro do próprio grupo. O conteúdo envolvido não determina o tipo de agregação social, mas é importante, funcionando como motivo ou condição para a relação. Aliás, este tipo de agregação é efêmera, de forma que se o interesse no conteúdo acaba, o laço é desfeito.

Os formatos de agregação social que ocorrem no friendfeed refletem as características da socialidade apresentada por Maffesoli (2005a). Inclusive, comparando o agregador de *lifestreaming* com os outros formatos de expressão e interação pessoal na *web*, será aquele no qual as relações são mais efêmeras e o comprometimento com a informação, o mais volúvel. Porém, nesse caso, é necessário avaliar o comprometimento que uma pessoa tem com os dados em dois momentos: como observador, e como observado.

No agregador de *lifestreaming* o compartilhamento de informações é feito a nível pessoal. Nele, o sujeito fragmentado possui sua rede de contatos personalizada, que dificilmente outra pessoa terá exatamente igual. No friendfeed a rede de contatos são as assinaturas de uma pessoa. Elas fornecem ao sujeito, *feeds* de contatos (Figura 12) e ao ler os dados provenientes destes, a pessoa exerce o papel de observador, ou seja, leitor de conteúdo (Figura 12). Dessa forma, o sujeito seleciona uma assinatura dependendo da relevância que os

feeds que ela normalmente posta terá para ele. As assinaturas tornam-se as fontes de informações importantes para a maioria das pessoas. Porém, como a relação é de caráter efêmero, uma pessoa pode ser bloqueada ou excluída dos contatos, na medida em que suas postagens deixam de ser importantes. Em relatos dos participantes da pesquisa, nota-se a freqüente relação da prática da leitura de contatos com a preocupação pela busca de informações que façam parte do próprio interesse. É o caso de FA que considera o friendfeed um meio para monitorar fatos que aconteçam na sua área de trabalho e seleciona seus contatos com base nisso. Outro exemplo é CC que seleciona as leituras de seus contatos de acordo com as informações que lhe chamam mais atenção, ou seja, aquelas que condizem mais com seu interesse.

Assim, entre os participantes observados, percebe-se uma contradição na própria dinâmica do agregador de *lifestreaming*, pois apesar de o agregador de *lifestreaming* ser um formato de expressão pessoal, as relações formais que tomam parte entre os contatos são bastante impessoais. Nos relatos dos observados, nota-se uma falta de preocupação com sentimentos alheios. De forma que o bloqueio, ou eliminação de contatos são práticas comuns. Como no friendfeed o contato de alguém se torna uma assinatura, as pessoas são mais interpretadas como uma fonte de informação, do que como pessoas propriamente. Naturalmente, tratamentos cordiais são mantidos na maioria dos casos, porém, percebe-se que dificilmente alguém mantém um contato somente para não magoar seus sentimentos, ou porque esse contato a mantém. Práticas que são comuns em outros *sites* de redes sociais, como o Orkut. No friendfeed, relações sociais são mantidas com o fim de obter informações. Contatos são assinaturas e significam dados para leitura na “caixa de entrada”, assim, serão mantidos com base na relevância das informações.

Ao exercer o papel de observado, ou seja, tomar a frente como produtor de conteúdo (Figura 10), ou compartilhador de conteúdo (Figura 11), a relação que o indivíduo tem com a informação é um pouco diferente. As pessoas entrevistadas demonstraram consciência quanto ao fato de que sua imagem no friendfeed depende dos dados que posta no ambiente, seja diretamente, ou através de atualizações. Somente dois participantes (CC e DP) declararam que publicam de tudo na plataforma, por publicarem qualquer informação nos outros serviços que possuem cadastrados no ambiente. Todos os outros declararam trabalhar de uma das seguintes formas: ou filtram determinadas informações mais íntimas, apenas para determinados tipos de contatos; ou selecionam o que postar, no caso, somente dados que lhes passam o que consideram ser uma boa imagem, e realizam as postagens para o público em geral. Ou seja,

como observado, a grande maioria dos participantes da pesquisa sabe que será associada com os conteúdos mais comuns em seus *feeds*. Percebe-se inclusive, posicionamento estratégico de alguns, que postam *feeds* que lhes darão status de referência no assunto mais frequentes. Por exemplo, na Figura 30, BB envia muitas imagens em geral, e imagens de filmes, como atualizações do friendfeed, o que pode passar a ser interpretado como referência em imagens, arte, *design*, cinema ou assuntos afins.

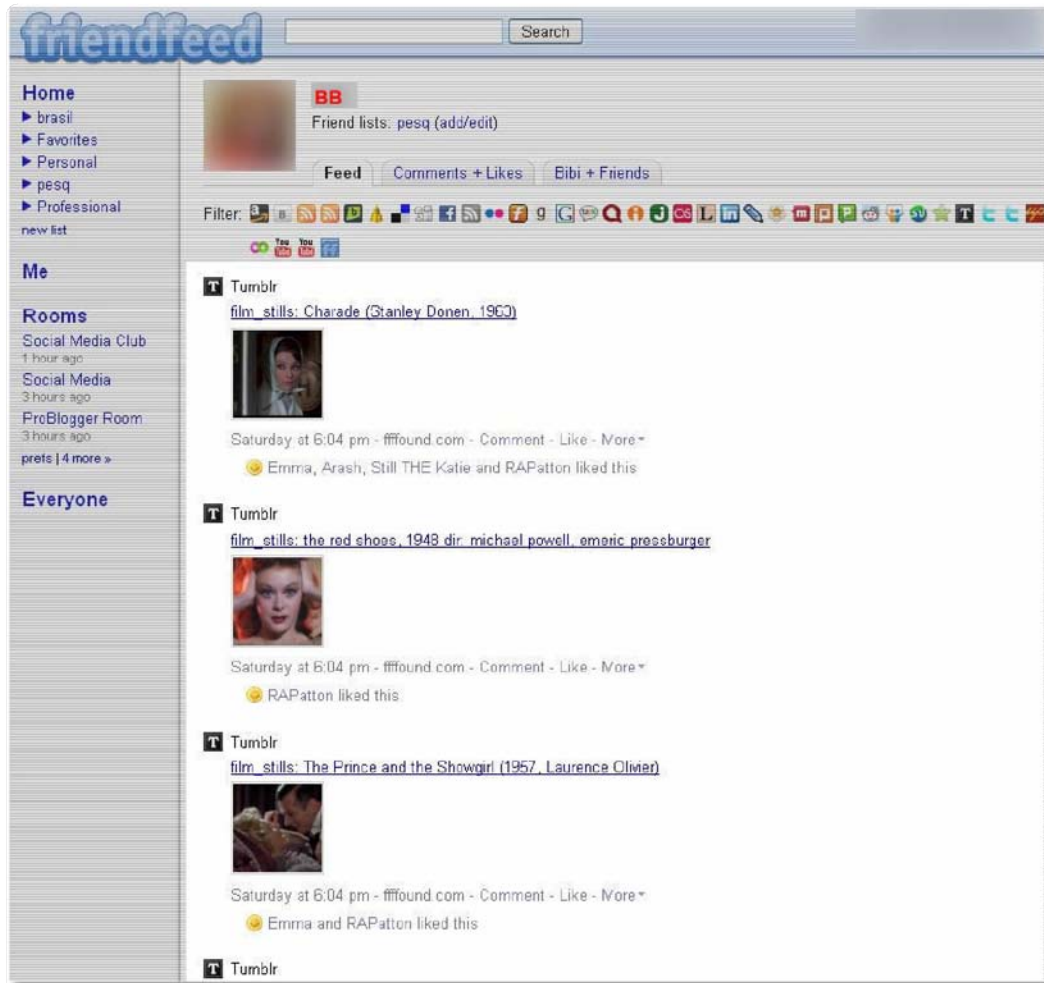


Figura 30: exemplo do participante da pesquisa BB, que envia muitas imagens como atualizações do friendfeed.
Fonte: <http://www.friendfeed.com>

Outro exemplo é AF que envia muitas informações sobre mídias sociais, de serviços variados, conforme a figura 31. Este também pode passar a ser interpretado como referência em mídias sociais. Estes dois exemplos, BB e AF são pessoas que possuem estratégia em seus *feeds*. Ambos estão preocupados com a imagem que criam, pois utilizam o serviço profissionalmente.

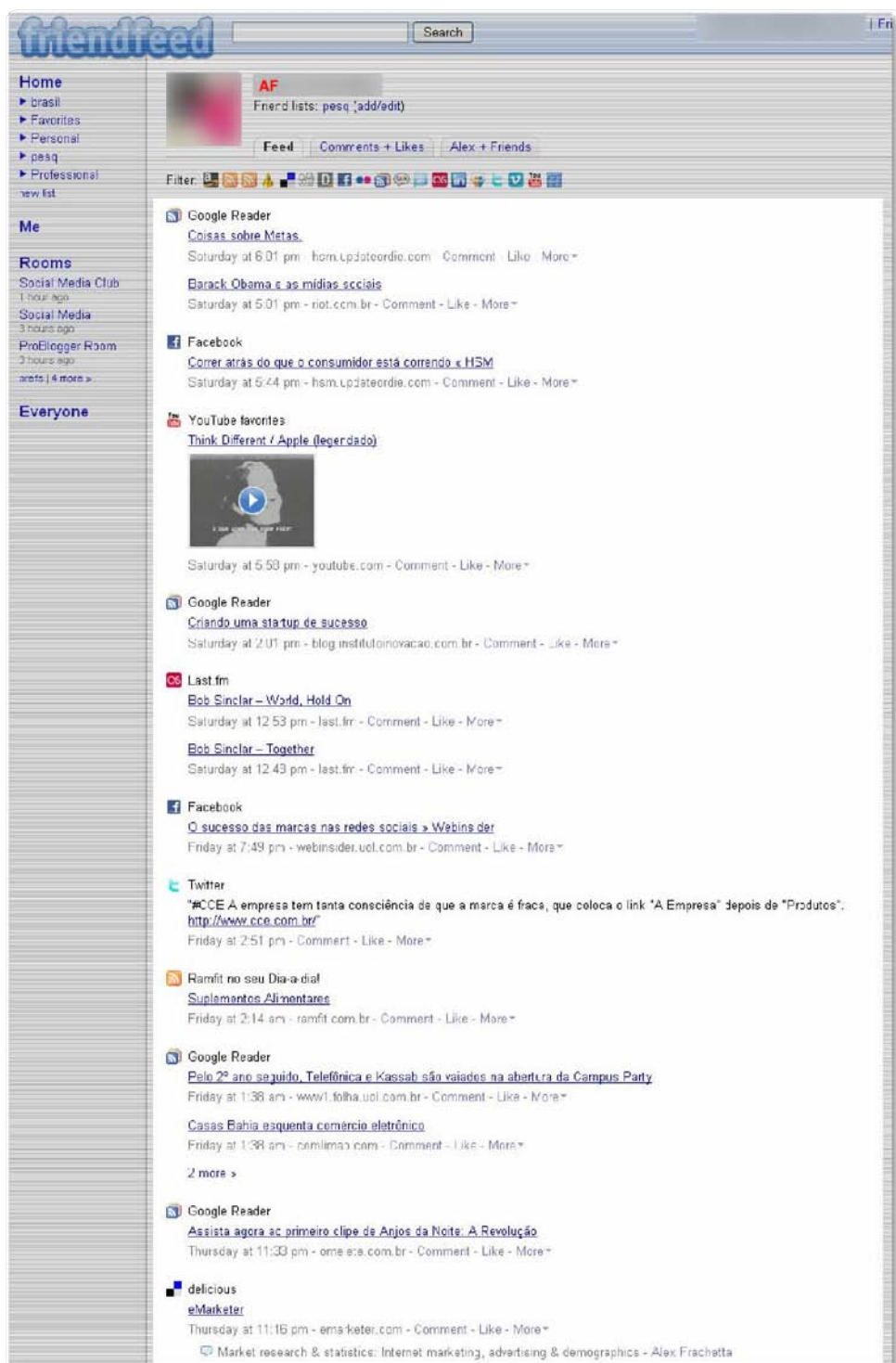


Figura 31: exemplo do participante da pesquisa AF, que envia muitos dados sobre mídias sociais como atualizações do friendfeed.

Fonte: <http://www.friendfeed.com>

Existem outros casos em que as atualizações são variadas, combinando mensagens pessoais com outras de interesses gerais. Como exemplo há o participante AL, em que tanto o conteúdo das mensagens, como os serviços dos quais elas provêm são variados (Figura 32). Nesse caso, o participante ainda se preocupa com o que as informações que posta falam sobre si. Porém, trata-se de um caso com menos estratégia agindo com o objetivo de aumentar sua autoridade em um determinado assunto.

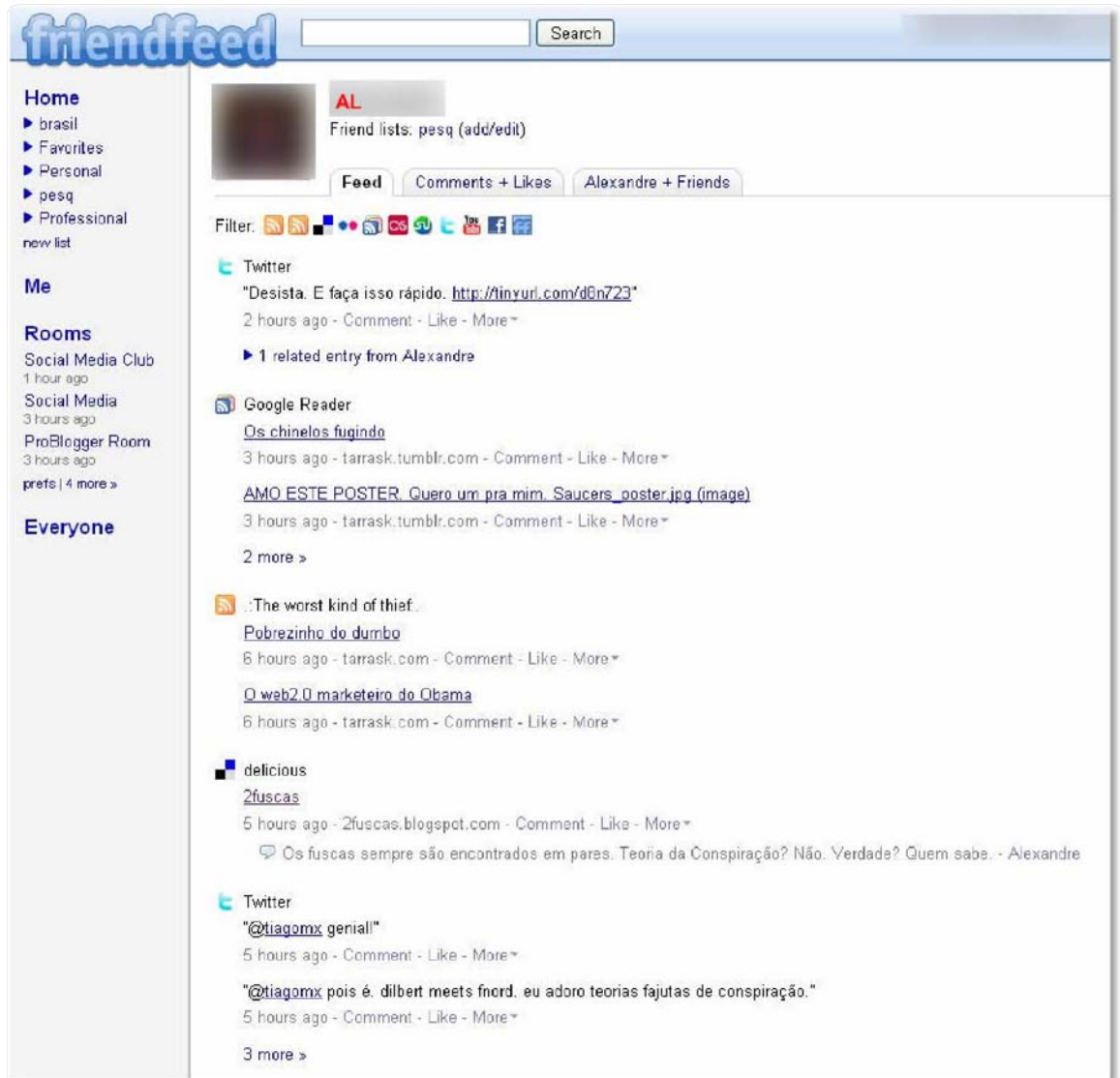


Figura 32: exemplo do participante da pesquisa AL, em que o conteúdo das mensagens enviadas como atualizações ao friendfeed é bastante variado.

Fonte: <http://www.friendfeed.com>

Já o participante CC (Figura 33), possui atualizações bastante variadas, misturando interesses gerais com mensagens de cunho pessoal. De fato, CC é um dos participantes que afirma não se preocupar com o conteúdo existente nas mensagens que posta.

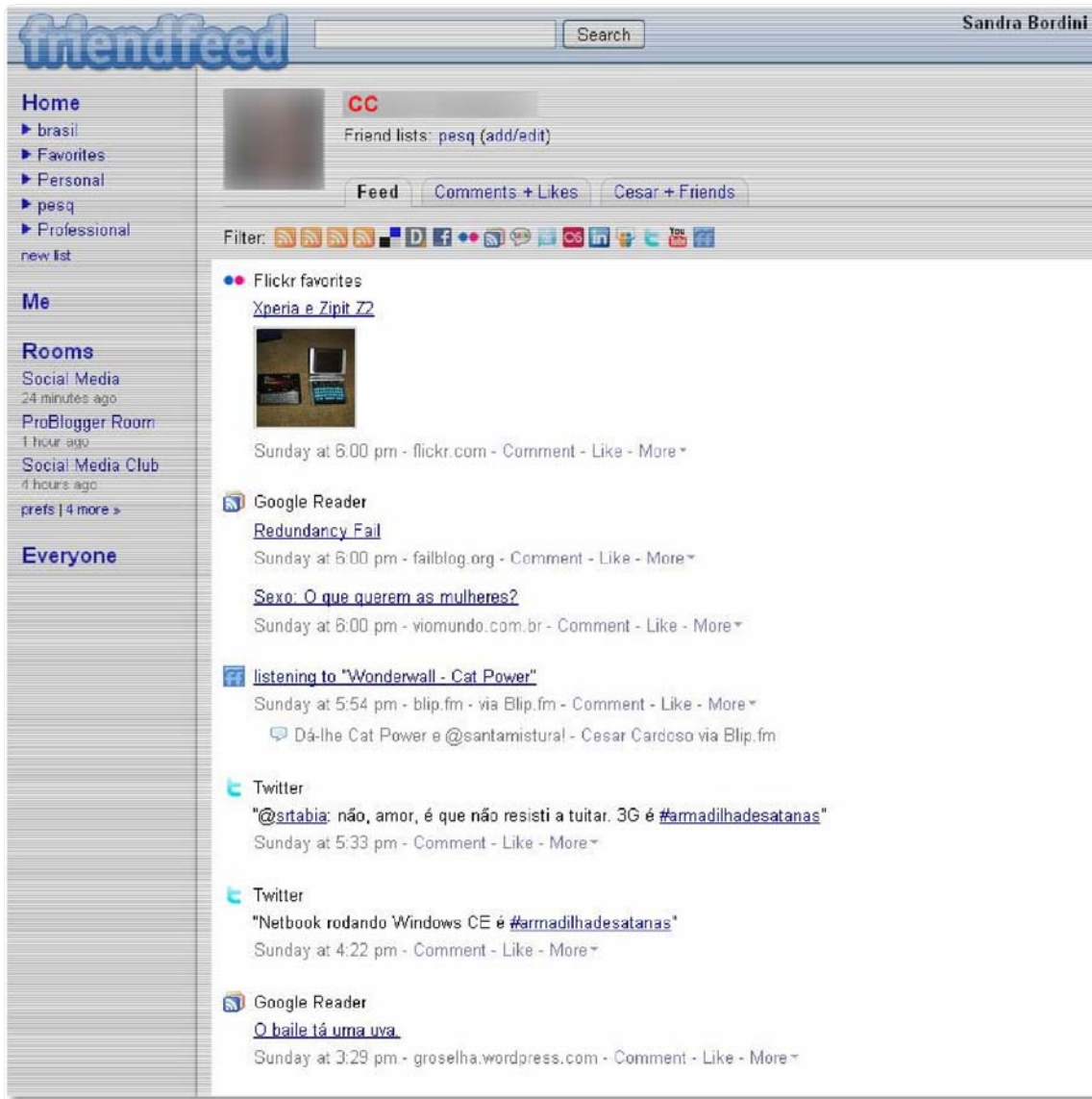


Figura 33: exemplo do participante da pesquisa CC, em que o conteúdo das mensagens enviadas como atualizações ao friendfeed é bastante variado.

Fonte: <http://www.friendfeed.com>

Um dos fatores que exalta a efemeridade das informações compartilhadas no agregador de *lifestreaming* é a organização delas no formato de uma linha do tempo, em que a mais recente sempre estará no topo (Figura 34).



Figura 34: Momento em que o *feed* aparece como atualização no friendfeed sendo posicionado no topo da tela.
Fonte: <http://www.friendfeed.com>

Na medida em que outros dados vão aparecendo, as mais antigas são empurradas para baixo, e logo saem da primeira página dos *feeds* (Figura 35). Nesse processo, em que a rapidez e a atualidade da informação é o que mais importa, os dados tornam-se efêmeros, no sentido em que perdem destaque rapidamente. Essas atualizações não são apagadas, porém saem do espaço na tela principal. Assim, um dado que é uma atualização no *lifestreaming* pode ser menos significativo por ser importante apenas em um breve período.



Figura 35: Momento em que o *feed* é substituído por outro mais recente no topo da tela do friendfeed.

Fonte: <http://www.friendfeed.com>

Döring (2001), por exemplo, aponta que uma *homepage* pessoal é algo que está sempre em constantes modificações, e que o sujeito nunca está satisfeito com a sua própria página. No agregador de *lifestreaming*, especialmente em alguns padrões de uso observados nesta pesquisa, o espaço pessoal de alguém se modifica constantemente, sem que a pessoa precise acessar o sistema. O friendfeed recebe atualizações automáticas de outros serviços, trazendo sempre novos conteúdos e novas informações para o espaço pessoal do sujeito. Assim, essas informações podem ser substituídas de forma dinâmica, tornando as outras que vieram antes delas em obsoletas rapidamente.

Apesar de cada atualização ter um destaque curto, o conjunto de todas as atualizações tem muita importância, é uma combinação de outras atividades da pessoa na *web*. Pode não ser todas as atividades realizadas pela pessoa, mas demonstra um conjunto daquelas que ela quer compartilhar. Ou seja, através dessa combinação é possível perceber onde, e algumas vezes como, a pessoas costumam interagir. E, apesar das informações mudarem com frequência, a combinação, ou a relação entre todas elas estará aparecendo. Porém, será dinâmica, podendo trazer vários aspectos do sujeito.

Como aponta Döring (2001) as *homepages* já eram um formato de expressão pessoal dinâmico. Com os perfis em *sites* de redes sociais ficou mais fácil alterar informações sobre si mesmo com mais rapidez. Também nessa mesma linha de pensamento, de acordo com Weber e Mitchell (2008), as identidades nos perfis em sites de redes sociais estão sempre em construção, o que significa que as pessoas modificam as informações sobre si, retirando, trocando, acrescentando ou adaptando dados. Se no *lifestreaming* a representação é feita na própria linha do tempo de dados, as mudanças são muito mais rápidas e os dados mais efêmeros.

A efemeridade dos dados enviados ao friendfeed pode ser analisada com relação à diferenciação entre o lado do observador e o lado do observado. No lado do observado, a rapidez da mudança das informações depende da sua dinâmica de interação *online*. Quanto mais essa pessoa interagir e inserir dados em serviços que possui cadastrados no friendfeed, mais rápido suas atualizações modificar-se-ão. No lado do observador, o friendfeed é um leitor de *feeds*. Para ele, esses *feeds* disponibilizados para leitura se modificam com rapidez. Este processo pode ser interpretado como um reflexo da grande quantidade de informações com as quais um sujeito entra em contato diariamente. No friendfeed as informações são compartilhadas rapidamente, e precisam ser lidas antes que se tornem obsoletas. Aliás, por isso, existem ferramentas para facilitar a leitura de atualizações, como a que envia um e-mail diário ou semanal para a pessoa que está interessada.

Essa dinâmica exemplifica o posicionamento de Recuero (2007) sobre as modificações do processo de difusão de informações pela formação de redes sociais no ciberespaço. Como aponta Recuero (2007), em uma rede social a difusão de informações dependerá dos formatos de interação das pessoas. No agregador de *feeds*, o compartilhamento de informações é o principal objetivo do processo interativo.

5.3.2 A multiplicidade do sujeito pós-moderno no friendfeed

Um dos pontos mais importantes observados nas declarações dos usuários nas respostas do questionário foi o de que a maioria deles utiliza o friendfeed principalmente para agregar informações provenientes de outros serviços. Alguns ainda chegam a ler as atualizações de contatos. Porém, a maioria deles não interage diretamente no friendfeed, não participam de *rooms*, não comentam em *feeds* de contatos e nem postam através do ambiente em si. Suas postagens são apenas resultados automáticos e pré-programados de realizações geradas por eles em qualquer outro ambiente que interajam *online*. Porém, ocorre um

paradoxo, pois à primeira vista, pode parecer que o friendfeed é utilizado para reunir toda a interação que é feita na rede. Mas na medida em que não ocorre interação propriamente dita neste ambiente, não se pode dizer que a pessoa está centralizando toda a sua participação *online*. A agregação que ocorre no friendfeed é apenas do conteúdo gerado ou compartilhado com ele em outros serviços, sem trazer junto todas as suas atividades interativas, como participação em comunidades, conversações através de comentários em blogs, entre outros. Ou seja, de forma alguma ocorre uma centralização das atividades pessoais de um interagente na *web*, através do friendfeed.

Essa constatação permite pensar a identidade pós-moderna no agregador de *lifestreaming*. Se havia dúvidas quanto o fato se o *lifestreaming* seria uma forma de acabar com a dispersão na *web* ou a incoerência do sujeito pós-moderno, elas acabam aqui. O sujeito pós-moderno continua fragmentado e suas interações seguem apenas o fluxo de seus interesses e suas identificações com determinados conteúdos. O agregador de *lifestreaming* não serve para unificar todas as formas de interação de um sujeito na *web*.

Inclusive, mesmo os poucos participantes que de fato interagem no friendfeed não estão centralizando, pois não interagem apenas neste ambiente, mas também em outros locais. BB, por exemplo, interage assiduamente no friendfeed. O participante posta por meio de outros serviços e diretamente, lê atualizações de contatos e comenta, e ainda participa de *rooms* ocasionalmente. Porém, afirma em suas respostas que participa também de outros serviços. Assim, está utilizando o friendfeed para ampliar a sua rede e não para unificar toda a sua interação. O friendfeed funciona como mais um local para divulgar informação relacionada com a própria pessoa.

Em muitos casos, sendo processo automático, não exige muito trabalho por parte do indivíduo. A leitura do que é publicado por outrem, que, na maioria dos casos, é o máximo de retorno que o usuário dá à plataforma, ocorre para que a pessoa informe-se das ações de seus contatos. Porém, não há uma centralização da participação na *web*.

O resultado observado condiz com a dinâmica da *Web 2.0* em que a tendência é das pessoas participarem de cada vez mais serviços e em mais redes de contatos. Na verdade, é dessa dinâmica que vem a preocupação com a formação de mecanismos de centralização de identificação e informação pessoais. No entanto, o que se percebe é que mesmo estes mecanismos podem acabar por ter um efeito contrário, ampliando e multiplicando ainda mais os comportamentos de expressão e interação de um sujeito na *web*.

Alguns sujeitos pesquisados, como AF, utilizam o friendfeed estrategicamente para *lifestreaming*. De fato, esse participante reúne no ambiente, informações sobre suas experiências na *web*. Porém, ele afirma que já inseriu um *widget* do friendfeed em seu blog. “Uso como *lifestream*. No início, era só por curiosidade minha mesmo. Depois que eu criei o meu blog, publico o meu *lifestream* num *widget*” (AF). Assim, sua participação no ambiente parece ser apenas uma divulgação de seu blog e outras atuações *online*, já que este não realiza grandes interações no friendfeed em si. Logo, sua tentativa de organização de suas experiências torna-se uma ampliação de sua rede de contatos e um espaço de divulgação. Talvez o caminho do *lifestreaming* seja este processo em que as pessoas demonstram suas passagens pelos serviços da *Web 2.0* em seus blogs. Mesmo assim, isso não determina que a pessoa não irá mais participar de outros serviços. Não se quer dizer que o *lifestreaming* não ocorre. O processo de juntar informações relativas a atividades realizadas na *web* ocorre, porém isso não promove centralização de toda a participação de um sujeito no ciberespaço. Assim, o sujeito pós-moderno e descentrado que Walker (2000), com interações múltiplas na *web* não deixa de existir por causa desse processo. Pelo contrário, na maioria dos casos, é exaltado com extensões dos espaços já utilizados para interação.

5.3.3 Representação do *eu social* no friendfeed

Se na época em que Senft (2008) observava a *camgirl Jenny Cam*, esta se tornou uma celebridade por se expôr *online*, atualmente a maioria das pessoas que acessam a *web* pode fazer isso. E muitas delas o fazem, mas hoje em dia este processo de auto exposição é feito em diversos níveis. Uma pessoa que mostra diversos aspectos de si mesmo *online* não precisa necessariamente trazer informações de sua intimidade. Muitos dos participantes que responderam ao questionário afirmam que utilizam o friendfeed apenas para auto-promoção profissional e se apresentam informações relacionadas somente com este aspecto. É o caso de FA que só publica assuntos profissionais para ter retorno profissional. E também FB, cujo uso do friendfeed é essencialmente profissional e o faz com um certo posicionamento estratégico. Outros não fazem seleções, como AF: “Publico toda minha vida social virtual, para qualquer um. Esse é o intuito do sistema.”

Mas a auto-exposição na *web* não se modificou apenas em diversificação de categorias desde a época de *Jenny Cam*. Como hoje em dia muitos podem mostrar-se na *web*, não é mais um fato tão inusitado quanto no final da década de 1990. Muitas pessoas o fazem, assim, mais dificilmente uma delas se tornará uma celebridade apenas por causa disso. Muitas podem ficar

famosas e possuem grande popularidade nas redes que participam, mas é improvável que atinjam uma fama massiva.

No *lifestreaming* é difícil afirmar o que se diz sobre *homepages* pessoais, ou perfis em *sites* de redes sociais sobre ser um local em que ocorre construção de identidade. Esses espaços de expressão pessoal na *web* estão cada vez mais dinâmicos em que as informações tornam-se obsoletas cada vez mais rápido. No friendfeed o que foi lido hoje amanhã será esquecido, pois não estará mais na página inicial e não receberá mais destaque. Cada atualização é parte de uma combinação de dados que podem informar algumas características do sujeito. Porém, com a troca constante, é improvável que se possa afirmar que se relacionam com o que pode ser a identidade de seu autor. Talvez fosse possível se todas as entradas de uma pessoa seguissem um padrão. Como no caso de BB em que a maioria dos *feeds* são de imagens, poderia-se elucubrar que o participante seja artista, *designer* ou aprecie arte. Mesmo assim, isso não será necessariamente a sua identidade. Além disso, esse caso é uma exceção. Os *feeds* da maioria dos usuários são uma combinação de elementos com os conteúdos mais variáveis.

No agregador de *lifestreaming*, parece haver uma exaltação da multiplicidade pós-moderna. Aqui é possível retratar todos os gostos facilmente e nem é preciso se comprometer muito com eles, pois eles não estarão estampados na primeira página do friendfeed por muito tempo, e logo serão esquecidos. Todavia, muitos se preocupam com o que postam, mas se preocupam no sentido de não quererem passar uma imagem inconveniente para o mercado de trabalho. E não no sentido de buscarem uma coerência em tudo que fazem. Como aponta Harvey (1996), no período contemporâneo a multiplicidade é legitimada. Não é preciso escolher partidos. A subjetividade é exaltada, assim como a diversidade de gênero, raça, classe e sexualidade. Se nessas instâncias maiores a multiplicidade é aceita, em gostos, referências e tendências ela ocorre com rapidez de troca e alternância. Muitos dos participantes da pesquisa afirmaram que postam de tudo, e acreditam que isso faça parte do processo. É o caso de AF que afirma: “Publico toda minha vida social virtual, para qualquer um. Esse é o intuito do sistema”. Ou BB: “Com exceções, em geral publico tudo. Afinal, em geral está tudo na internet mesmo, seria acessível de alguma maneira”. Ou DP “Compartilho tudo, pois são informações que os serviços agregados já fazem públicos por si mesmos”.

Assim, o sujeito que interage em processo de *lifestreaming* na *Web 2.0* é essencialmente contraditório. São sujeitos fragmentados e múltiplos, inseridos em um contexto de sociedade em rede e de excedentes de informação. Alguns deles demonstram uma

certa preocupação estratégica com a forma que se representam, especialmente com relação ao mercado de trabalho. Eles querem ter popularidade e autoridade em seu campo de atuação, mas ao mesmo tempo afirmam que postam de tudo e o *lifestreaming* serve para isso. Eles parecem preocupados em agradar e serem respeitados por sua audiência, mas não calculam minuciosamente a formação de sua fachada no processo. Mesmo assim, no próprio contexto do ciberespaço as *personas* apontadas por Goffman (2007), como artifícios de representação social, formam-se da mesma maneira no mundo *online* e no *offline*, por intermédio da interação com as redes das quais se faz parte. Para Goffman (2007) estes artifícios se formam com base na observação da sociedade, ou seja, os artifícios são construídos com base em exemplos de referências no contexto social. Na *Web 2.0* talvez um desses artifícios seja a própria dinâmica de interações múltiplas, como uma maneira de lidar com as formações de sociedade em rede pós-moderna e os grandes contingentes informacionais.

Conclusão

No *lifestreaming* ocorre compartilhamento de atividades do sujeito na *web*. Ou seja, é um processo por meio do qual o sujeito encontra novas redes sociais para divulgar ações dispersas no ciberespaço. São postagens de texto em blog pessoal, ou de fotos e vídeo, leitura e compartilhamento de blogs alheios, ou de notícias, discussões traçadas através de comentários, enfim, muitas das ações realizadas *online*. Em agregadores de *lifestreaming*, como o friendfeed, há a visualização mútua de *feeds* entre os contatos. Assim, as atualizações da pessoa cadastrada serão vistas por seus contatos, e da mesma forma, as atualizações de seus contatos serão acessadas por ela. Por isso, no *lifestreaming* as pessoas são as assinaturas, e, portanto as fontes de referência.

O *lifestreaming* é um processo que parte do sujeito e independe do ambiente ou da tecnologia utilizada. Insere-se no contexto da *Web 2.0* em que a proliferação de serviços, a geração e compartilhamento de conteúdos é bastante acelerada. As pessoas ficam conectadas por muito tempo, participam de diversas redes sociais, assinam *feeds* de sites variados e têm pouco tempo para absorverem todos os conteúdos. Isso pode gerar uma vontade do sujeito de combinar algumas de suas ações para divulgá-las a uma rede de contatos e participar de novas interações provenientes do processo. Esta dinâmica envolve também a vontade dos contatos de receberem essas informações combinadas, de maneira que torna-se mais fácil selecioná-las e absorver as que realmente importam.

O sujeito pós-moderno, sob a lógica da sociedade em rede, vive em uma realidade de comunicação, com possibilidades de referências e meios de interação variados. Cada indivíduo com acesso à internet torna-se um canal de expressão que envolve seus gostos, interesses, referências, e suas características pessoais. Nesse processo, o sujeito não demonstra todos os aspectos a seu respeito, somente alguns, que serão selecionados de forma consciente, ou inconsciente. Mesmo quando o ator social não está planejando sua representação, ele seleciona de forma natural os aspectos relacionados a sua pessoa que serão passados. Essa seleção é feita de acordo com a situação, com os objetivos da interação e a rede de contatos envolvida. E com essa variedade de referências à qual o sujeito está exposto, as mais significativas passam a ser representadas em seus meios de expressão, fazendo com que o indivíduo torne-se um canalizador de referências culturais.

Esses meios são vários: blogs, microblogs, perfis em sites de redes sociais, entre outros. Sendo impossível definir todos, principalmente porque eles se alteram, se recombina e se redefinem de forma acelerada. O sujeito que interage nestes meios é múltiplo e

fragmentado. É o sujeito pós-moderno que não possui uma identidade única e imutável, a partir da qual possa ser interpretado para sempre. É o sujeito de identificações (MAFFESOLI, 2005a), que alterna seus interesses e papéis, formando suas identidades na medida em que estes tornam-se mais significativos (CASTELLS, 1999a).

Assim, nos meios de expressão pessoal na *web* pode haver uma representação de identidade, ou das identificações através da composição de listas, com informações sobre próprio respeito; narrativas, como postagens em blogs; ou afiliações, que são declarações de amizades e contatos (WALKER, 2000). Todos estes fatores contribuem para uma auto-apresentação do sujeito. E podem ser alterados ao longo do tempo, na medida em que o sujeito fragmentado muda suas referências, seus gostos, seus interesses, ou até mesmo sua identidade. Aliás, a evolução destes meios de expressão na *web*, leva a formatos cada vez mais dinâmicos em que estas listas, narrativas ou afiliações podem ser substituídas com facilidade. O *Lifestreaming* é um meio de expressão recente, em que a rotatividade dos fatores que levam à identificação do sujeito é uma das características chave do processo.

Logo, uma pessoa forma um espaço de expressão pessoal na *web* para estabelecer interação com uma rede de contatos. Para isso, se coloca em um processo de representação do eu em que se utiliza de artifícios (GOFFMAN, 2007) para formar uma boa imagem em suas redes. Pois, apesar de o sujeito que interage na *web* ser fragmentado, e jogar com suas sinceridades sucessivas (MAFFESOLI, 2005a) e não estar preocupado com a coerência de suas ações, este ainda quer ser aceito em seus grupos. É um comportamento paradoxal, o que é típico da pós-modernidade.

O friendfeed é um agregador de *lifestreaming*, em que as atualizações do sujeito em outros ambientes aparecem automaticamente. Esta plataforma cria um resumo das atividades *online* (nos serviços cadastrados) do interagente. Neste sistema, o compartilhamento de informações é feito a nível pessoal. Um sujeito, nesta plataforma, seleciona seus contatos de acordo com as informações que este envia para o ambiente. Esta relação é efêmera, podendo o contato ser bloqueado, ou excluído se o sujeito perder interesse por suas atualizações. Em relatos dos participantes da pesquisa, percebe-se que os contatos normalmente estão associados às informações que estes trazem. Ou seja, os contatos são tratados mais como fontes do que como sujeitos propriamente ditos. As relações formais que ocorrem neste ambiente são, portanto, impessoais, em que a principal preocupação é a busca de referências. E não parcerias, ou mesmo amizades mútuas. As pessoas entrevistadas mostraram estarem cientes de que as informações que compartilham contribuem com a formação de sua imagem.

De fato, estas informações são o que determinam se a pessoa será assinada, ou não, sendo importantes para sua participação no friendfeed. Mesmo assim, a preocupação que cada um tem com o conteúdo de suas atualizações é variada. Em alguns casos, a pessoa apresenta uma preocupação extrema, com um planejamento preciso, e em outros, essa é nula, sendo as atualizações um reflexo de seu caráter múltiplo. Porém, aqueles que demonstram preocupação, e tentam parecer coerentes também são múltiplos. Pois, admitem que filtram as informações e não mostram todos os aspectos referentes a si próprios.

É importante ressaltar, que ao contrário do que possa parecer o objetivo do *lifestreaming*, este não proporciona uma centralização das atividades das pessoas na *web*. Os ambientes de *lifestreaming* acabam sendo utilizados como mais um espaço de interação no ciberespaço, e não um que substitui todos os outros. O sujeito que interage na *web* é múltiplo e fragmentado, assim seus interesses não poderiam ser resumidos em um único formato interativo, em uma única rede de contatos. Pelo contrário, o que se observa é que este segue um sentido de ampliação cada vez maior, em que acessa mais informações, se comunica com mais pessoas e produz ou compartilha mais conteúdo. Além disso, pelo que se observa no grupo entrevistado, a maioria nem interage especificamente no friendfeed. De forma que o processo de *lifestreaming* ultrapassa um simples ambiente agregador. O processo não ocorre somente nesses espaços, ele está solto pela *web* como um todo, sendo mais comum em sites de redes sociais já existentes, ou mesmo como um *widget* em blogs pessoais.

O *lifestreaming* não acaba com a dispersão na *web*, ou com a incoerência do sujeito pós-moderno. De fato, apesar de interpretações errôneas, nem estabelece isso como objetivo. É apenas uma forma de interação recente que se enquadra na realidade atual de formatos cada vez mais dinâmicos e efêmeros. É um processo que delata a fragmentação do sujeito, ao combinar atividades suas na *Web 2.0*. A contribuição desta pesquisa está em discutir esta dinâmica presente na cibercultura de dois sentidos contrários, o de dispersão e o de combinação. E também, em repensar o a representação e interação *online* do sujeito pós-moderno.

Em trabalhos futuros pretende-se estudar o *lifestreaming* no contexto da convergência midiática. Discorrer sobre quais os papéis que um sujeito assume com relação à produção e ao consumo de referências culturais. E pensar o papel do sujeito pós-moderno neste processo.

Referências

- ANDERSON, P. As Origens da Pós-modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.
- BOASE, Jeffrey; WELLMAN, Barry. Personal relationships: on and off the internet. (eds.), Cambridge handbook of personal relationships. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. p. 709-723. Disponível em: <http://www.chass.utoronto.ca/%7Ewellman/cgi-bin/counter.php?url=http://chass.utoronto.ca/%7Ewellman/publications/personal_relations/PR-Cambridge-Boase-Wellman-ch2-final-doc.pdf&f=PR&mode=1> Acesso em: 28 Mai. 2008.
- BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. IN: Journal of Computer-Mediated Communication. V. 13 n. 1 , 2007. p. 210-230. Disponível em: <<http://www.blackwell-synergy.com/doi/pdf/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>> Acesso em: 29 Mai. 2008.
- BRUNO, F. . Monitoramento, Classificação e Controle nos Dispositivos de Vigilância Digital. In: XVII Encontro da Compós UNIP, 2008, São Paulo. Anais..., 2008.
- CASTELLS, M. O Poder da Identidade. São Paulo: Paz e Terra, 1999a.
- CASTELLS, M. Sociedade em Rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999b.
- CASTELLS, M. A Galáxia Internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade. Lisboa: Editora da Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.
- DENKER, A. . VIÁ, S. . Pesquisa Empírica em Ciências Humanas (com ênfase em comunicação). São Paulo: Futura, 2001.
- DiMICCO, Joan. MILLEN, David. Identity Management: Multiple Presentations of Self in Facebook. In: International ACM conference on Supporting group work, 2007, Florida. Anais, 2007.
- DÖRING, N.. Personal Home Pages on the *Web*: A Review of Research. In: Journal of Computer-Mediated Communication, Indiana, v. 7, n. 1, Out. 2001. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html>> Acesso em: 18 Ago. 2008.
- GASTALDO, Édison. Ervin Goffman, antropólogo da comunicação. In: GASTALDO, Édison. (org.) Ervin Goffman: desbravador do cotidiano. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.
- GEMMEL, J. BELL, G. LUEDER, R. .The MyLifeBits Lifetime Store. In: International Multimedia Conference, 2003, Berkeley. Anais... SIGMM workshop on Experiential telepresence, 2003. Disponível em: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=982484.982500>> Acesso em: 10 Ago. 2008.
- GEMMEL, J. BELL, G. LUEDER, R. . MyLifeBits: a personal database for everything. Communications of the ACM, New York, v. 49, n. 1, p. 88-95, jan. 2006. Disponível em: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1107458.1107460>>. Acesso em: 10 Ago. 2008.

- GOFFMAN, E. . Representação do Eu na Vida Cotidiana. Petrópolis: Vozes, 2007.
- GIDDENS, A. Modernidade e Identidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- HALL, S. A Identidade Cultural na Pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- HARVEY, D. Condição Pós-moderna. São Paulo: Edições Loyola, 1996.
- JAVA, A. Et all. . Why we twitter: understanding microblogging usage and communities. Anais doIX WebKDD e I SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis.San Jose, 2007. Disponível em: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1348556>>. Acesso em: 1 Jul. 2008.
- JENKINS, H. Cultura de Convergência. São Paulo: Aleph, 2008.
- LEARY, T. The Interpersonal, Interactive, Interdimensional Interface. In: LAUREL, B. (Ed.). The Art of Human-Computer Interface Design.Reading: Addison Wesley, 1990. P. 229-233.
- LEMOS, André. Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- LEMOS, A.. A arte da Vida: Diários Pessoais e *Webcams* na Internet. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., 2002, Salvador. Anais... São Paulo: Intercom, 2002. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/18835>> Acesso em: 20 Ago. 2008.
- LERNER, Reuven. At the forge: OpenSocial and Google gadgets. Linux Journal, Seattle, v. 2008, n. 167, Artigo No. 8, março 2008. Disponível em: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1371235.1371243&coll=GUIDE&dl=GUIDE&idx=J508&part=affil&WantType=Affils&title=Linux%20Journal&CFID=37590015&CFTOKEN=45862287>> Acesso em: 22 Jul. 2008.
- LIU, Y. SHAFTON, P. SHAMMA, D. YANG, J. Zync: the design of synchronized video sharing. Designing for user experience, 2007, Chicago. Anais do2007 conference on Designing for User eXperiences, 2007, Chicago. Disponível em: <<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1389924>>. Acesso em: 20 Ago. 2008.
- LIU, H.. Social network profiles as taste performances. In: Journal of Computer-Mediated Communication, Indiana, v. 13, n. 1, Out. 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/liu.html>> Acesso em: 25 Ago. 2008.
- LYOTARD, J. O pós-moderno. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.
- MAFFESOLI, Michel. O Mistério da Conjunção. Porto Alegre: Sulina, 2005a.
- MAFFESOLI, Michel. A Transfiguração do Político: a tribalização do mundo. Porto Alegre: Sulina, 2005b.

MAIA, Marcelo. ALMEIDA, Jussara. ALMEIDA, Virgílio. Identifying User Behavior in *Online Social Networks*. In: European Conference on Computer Systems, 2008, Glasgow, Anais do I workshop on Social network systems, 2008.

MANNIS, S. NOLAN, J. WELLMAN, B. Sousveillance: Inventing and Using Wearable Computing Devices for Data Collection in Surveillance Environments. *Surveillance & Society*, v. 1, n. 3, 2002. Disponível em: < [http://www.surveillance-and-society.org/articles1\(3\)/sousveillance.pdf](http://www.surveillance-and-society.org/articles1(3)/sousveillance.pdf)> Acesso em: 20 Ago. 2008.

MILLER, H. ; ARNOLD, J. . Self in *Web Home Pages: Gender, Identity and Power in Cyberspace*. In: RIVA, G.. GALIMBERTI, C. (Eds.). *Towards Cyber Psychology: Mind, Cognitions and Society in the Internet Age*. Amsterdam: IOS , 2003. Disponível em: <http://www.vepsy.com/communication/book2/2SECTIO_05.PDF>. Acesso em: 22 Mar. 2008.

O'REILLY, What is *Web 2.0?* Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Disponível em: <<http://www.oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 24 Mar. de 2008.

PRIMO, A. . O aspecto relacional das interações na *Web 2.0*. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais, 2006.

PRIMO, Alex. Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva. *Fronteiras: Estudos Midiáticos*, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003

PRIMO, Alex Fernando Teixeira; RECUERO, Raquel da Cunha. Hipertexto Cooperativo: Uma Análise da Escrita Coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia. *Revista da FAMECOS*, n. 23, p. 54-63, Dez. 2003, 2003.

PRIMO, Alex . Blogs e seus gêneros: Avaliação estatística dos 50 blogs mais populares em língua portuguesa. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom 2008, Natal. Anais, 2008.

RECUERO, R. O Digital Trash como Mainstream: considerações sobre a difusão de informações em redes sociais na Internet. In: Vinícius Andrade Pereira. (Org.). *Cultura Digital Trash: Linguagens, Comportamentos e Desafios*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

RECUERO, R. Comunidades em redes sociais na Internet: Um estudo de caso dos fotologs brasileiros. *Liinc em Revista*, v.4, n.1, mar. 2008. Rio de Janeiro. p.63-83 Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/viewFile/254/145>> Acesso em: 08 out. 2008.

RÜDIGER, F. . Georg Simmel e a tragédia da cultura na era da técnica. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n. 17, p. 161-169, Abril, 2002. Disponível em <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/17/a14v1n17.pdf>> Acesso em 06 Mar. de 2008.

SENF, Theresa. *Camgirls: celebrity and community in the age of social network*. New York: Peter Lang Publishing, 2008.

SIMMEL, G. *Defining Culture*. In: FRISBY, D. , FEATHERSTONE, M. *Simmel on Culture*. Londres: Sage, 1997.

SIMMEL, Georg. *Questões fundamentais da sociologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

STERN, Suzannah. *Producing Sites, Exploring Identities: Youth Online Authorship*. Youth, Identity and Digital Media. Massachusetts: MIT Press, 2007. Disponível em: <<http://www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/dmal.9780262524834.095>>. Acesso em: 10 out. 2008.

THOMPSON, C. *Brave New World of Digital Intimacy*. New York Times Magazine, Nova Iorque, Setembro, 2008. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2008/09/07/magazine/07awareness-t.html?pagewanted=3&ei=5124&en=b87f67f56fa2f2&ex=1378440000&partner=permalink&exprod=permalink>> Acesso em: 8 Set. 2008.

TURKLE, S. *La Vida en la Pantalla: La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A., 1997.

VOSSSEN, G. ; HAGEMANN, S. . *Unleashing Web 2.0: from concepts to creativity*. Burlington: Elsevier, 2007.

WALKER, Katherine. "It`s difficult to Hide it": The Presentation of Self on Internet Home Pages. *Qualitative Sociology Journal*, v. 23, n. 1, mar. 2000. Disponível em: <<http://www.springerlink.com/content/v7176304855757n4/>>. Acesso em: 10 out. 2008.

WATSON, Rod. *Lendo Goffman em interação*. In: GASTALDO, Édison. (org.) *Ervin Goffman: desbravador do cotidiano*. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.

WEBER, Sandra, MITCHELL, Claudia. *Imagining, Keyboarding, and Posting Identities: Young People and New Media Technologies*. In: BUCKINGHAM, D. (org.). *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge: The MIT Press, 2008. 25–48.

Apêndices

Apêndice A

Relação dos participantes (eixo x) com a quantidade de serviços assinados (serviços no eixo y separados por categorias).

A	A	A	B	C	C	C	D	D	E	F	F	G	G	G	I	J	L	R	R	mais assinados
A	F	L	B	A	C	E	D	P	S	A	B	A	B	F	A	O	S	C	G	

Blogging

Ameba																					0
Blog (Qualquer blog - RSS)	2	2	2	2	2	4	1	2	2	1	1		1	1	3	1	4	1	2	5	37
Live Journal				1																	1
Sky Rock																					0
Tumblr				1				1						1						1	4
1 serviço com caracteres orientais																					0

Bookmarking

delicious	1	1		1		1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1		15
diigo																					0
Furl				1				1													2
Google Shared Stuff				1		1											1				3
Ma.gnolia				1																	1
Mr. Wong																					0
Stumble Upon			1	1								1			1	1		1	1		7
Twine																					0
1 serviço com caracteres orientais																					0

Books

Goodreads				1																	1
Library thing				1						1											2

News

digg		1		1					1	1			1	1		1	1			8	
Google reader		1	1		1	1	1	1	1		1	1		1	1	1	1	1		1	15
Menéame																				0	
Mixx				1																1	
Redit				1																1	

Photos

Flickr		1	1	1		1	1	1	1	1	2		1	1	1		1	1	1	1	17
Fotolog																					0
Photobucket																					0
Picasa Web Albums						1	1					1		1					1		5
Smug Mug																					0
Zoomr																					0

Status

Brightkite.com				1																	1
Facebook		1	1	1		1	1		1	1	1	1		1	1		1	1	1		14
Gmail / Google Talk		1		1		1	1	1		1	2			1		1	1	1	1		13
Identi.ca				1																	1
Jaiku														1						1	2
Plurk	1			1																	1
Twitter	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1		2	1	1	1	1	1	1	21
Pownce (não aparece mais nas opções)				1					1												2

Music

iLike				1										1							2
Last FM	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	17
Pandora																					0

Apêndice B

Relação dos participantes (eixo x) com a quantidade de atualizações durante a semana observada (serviços no eixo y separados por categorias).

Freq postagens - 19/1 a 25/1

A	A	A	B	C	C	C	D	D	E	F	F	G	G	G	I	J	L	R	R	mais assinados
A	F	L	B	A	C	E	D	P	S	A	B	A	B	F	A	O	S	C	G	

Postagens diretas

Mensagem			2																		2
Link	1		2		9																12
Fotos			44									2									46

Blogging

Ameba																					0
Blog (Qualquer blog - RSS)	1	2			11				1		8			10	1		6	10			50
Live Journal																					0
Sky Rock																					0
Tumblr			19										44						7		242
1 serviço com caracteres orientais			1																		0

Bookmarking

delicious	3	20	12					1			1	4	2				1				44
diigo																					0
Furl																					0
Google Shared Stuff																					0
Ma.gnolia																					0
Mr. Wong																					0
Stumble Upon									2												2

Twitter	44	15	6	21	1	13	1	8	81	46	7	46	4	23	9		13	13		11	1	14	593
Pownce																							0

Music

iLike																							0
Last FM	3	1		19			1			1				12		2		7					46
Pandora																							0

Video

12Seconds																							0
Daily motion				1																			1
Joost																							0
Seismic																							0
Smotri.com																							0
Vimeo																							0
You Tube		1		4		8		8	4						2	3							30

Comments

Backtype																							0
Disqus																							0
Intense debate		2																			1		3

Miscellaneous

Custom RSS/Atom (qualquer feed)																							0
Amazon.com				3																			3
Linkedin																							0
Neflix																							0
Netvibes																							0
PoliVore																							0

Slide Share																					0
TipJoy																					0
Upcoming										2											2
Wakooopa													2								2
Yelp																					0

Total geral	56	33	60	26	0	3	25	9	96	51	10	49	4	44	17	51	23	36	9	12	1	32
--------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	----------	----------	-----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	----------	-----------	----------	-----------