

ENTRE A OBJECTIVAÇÃO E A SUBJECTIVAÇÃO

A existência no Facebook

Pedro Rodrigues Costa*
Centro de Estudos

Introdução

Este artigo pretende analisar apenas algumas dinâmicas que ocorrem na relação entre os indivíduos e os dispositivos sociais existentes, relação que coloca a tecnologia actual numa posição cultural de génese mais subjectiva. Na modernidade a tecnologia era entendida como uma forma de objectivar o sujeito e subjectivar o objecto (Simmel, 2004, p. 132). As máquinas ao serviço do homem, sobretudo na época da grande fábrica, tornavam o indivíduo cada vez mais mecanizado e objectivado maquinicamente. A passagem do artesão ao operário mostra bem essa transformação. Porém, progressivamente os indivíduos tornaram-se mais qualificados, e os objectos técnicos mais sofisticados. E essa simbiose gerou novas dinâmicas. Por isso questionamos: será que com as novas tecnologias ainda devemos continuar a considerar a prevalência de uma dinâmica que continua a apontar apenas para a subjectivação dos objectos técnicos e para a objectivação dos sujeitos? Não serão hoje as novas tecnologias também elas responsáveis pela ampliação de expressões humanas cada vez mais subjectivas? Não haverá uma relação mais ambígua e excêntrica entre o conjunto de meios técnicos e fins a que se destinam, gerando muito mais do que a objectivação dos sujeitos e subjectivação dos objectos?

Sabemos que a passagem da comunicação e informação unilateral (*mass-media*) para a comunicação horizontal (*self-media*) tem sido responsável pela introdução do subjectivo nos conteúdos e formas da vida pós-moderna. Valores como o hedonismo, o tribalismo, o nomadismo, o fragmentário, a fusão, entre outros, conseguem através das tecnologias actuais uma maior expressão e um maior grau de recombinação das formas e dos conteúdos humanos. Todas estas dinâmicas permitem uma expressão social mais heterogénea, plural e subjectiva do que na era moderna. cremos, por isso, que na actualidade parece assistir-se, através das fusões cada vez maiores entre antropológico e tecnológico, a uma inversão do peso da cultura objectiva em detrimento da experiência cultural subjectiva.

* Doutorando em Sociologia da Comunicação e Informação na Universidade do Minho.

O Facebook parece demonstrar esta dinâmica complexa. O seu uso demonstra que com este tipo de tecnologias não nos exprimimos apenas nem maioritariamente de forma objectiva, negligente e mecânica, como acontecia com outro tipo de tecnologias do passado. Com este *software* social, um sistema de *self-media*, vive-se num ambiente onde as identificações afectivas, subjectivas por certo, procuram sentidos individuais, e não propriamente sentidos sociais concretos. Estas novas tecnologias, como o Facebook, permitem esta dinâmica complexificando as tendências e os destinos culturais. Sem dúvida que tal uso permite a objectivação cultural dos indivíduos. Todavia, importa questionar se serão apenas estes os apelos existentes no uso deste tipo de ferramentas. Será o Facebook um *software* que permite apenas a objectivação dos indivíduos e a sua auto-subjectivação? Para responder a esta questão, vamos analisar de forma relacional algumas dinâmicas peculiares que ocorrem no Facebook, concentrando a nossa atenção na tríade relacional entre as dimensões *Identidade, grupos e partilha*.

1. O Facebook como uma «membrana maleável» de sucesso

Nesta «Cultura-Mundo», onde se inscreve o ciberespaço, vive-se de uma forma mais conectada do que no passado, ampliada por inúmeros aparatos tecnológicos que conectam os indivíduos (Lipovestky e Serroy, 2010). É por isso que começa a ser urgente às ciências sociais encontrarem formas para explicar a vivência contemporânea também nestes ambientes digitais. Retomar algumas concepções teóricas genericamente esquecidas pelo êxito de outras perspectivas que vingaram na modernidade pode ser determinante. A definição de Sociologia, de Gabriel Tarde, que preconiza a Sociologia como a ciência que estuda as imitações, é uma delas. Para este autor, segundo Marsden (2000, p. 3), a sociedade é a imitação pois são as imitações que permitem dinamizar as coisas e as causas sociais. Portanto, considerar como fez Tarde os fenómenos sociais actuais dentro destas perspectivas permite perceber a sua importância no quadro social actual. Vamos então entender os fenómenos do ciberespaço dependentes sobretudo de: *originalidade social*, originalidade que reside na recombinação de imitações existentes; *sucesso das diferentes imitações*, que será o factor dinâmico da sociedade pois a adaptação e a compatibilidade serão factores sociais determinantes; e *capacidade social de selecção das imitações*, que vai depender ou da acumulação lógica de imitações ou de uma substituição resultante de um duelo lógico entre duas alternativas (*idem*).

Ao pensarmos a sociedade e os seus derivados por este prisma, como, por exemplo, as problemáticas da cibercultura e do ciberespaço, torna-se possível entender as dinâmicas e os fluxos sociais como conjuntos de imitações e de recombinações que decorrem sobre a alçada de uma cultura, que é, tal como Simmel afirmava, «[...] uma fusão entre o espírito objectivo e o subjectivo» (Simmel, 2004, p. 191). Assim, vemos nas imitações os motores para a subjectivação e para a comunicação intermental e intersubjectiva entre indivíduos, onde as ideias e as tradições comuns, a língua ou uma tradução comum, os hábitos ou as atitudes, são transmitidos sob processos de imitação social (*idem*, p. 4).

Ora, viver a cibercultura pode ser compreendido neste espírito de fusão entre objectivo e subjectivo, onde o espírito da imitação e da partilha, sujeito a objectivação e subjectivação, constitui o âmago do «cibermundo». Este cibermundo é como «[...] uma coisa social qualquer, uma palavra de uma língua, um rito de uma religião, um segredo de um ofício, um procedimento de arte, um artigo de lei, uma máxima moral, se transmite e passa, não do grupo social tomado colectivamente ao indivíduo, mas certamente de um indivíduo [...] a um outro indivíduo, e que, na passagem de um espírito num outro espírito ela [a coisa social] se refracte» (Tarde, 1989, p. 67).

Temos portanto esta ideia, que pode ser aplicada ao ciberespaço e às suas lógicas: passagem da subjectividade para a intersubjectividade para compreender os indivíduos e os seus laços sociais. A sociedade como conjuntos de conexões, e o social como um princípio de conexões como sugere Tarde: «o social não constituía um domínio particular da realidade, mas um princípio de conexões; [...] que o estudo da inovação, e particularmente da ciência e da tecnologia, era um terreno fértil da teoria social» (cf. Latour, 2006, p. 13).

Perspectivar a teoria social desta forma permite pensar o social como um princípio de conexões que extravasam o limite imposto por outros cientistas sociais. Estas ideias iniciam, de certa forma, algumas posições posteriores de outros autores: Simmel com a ideia de estudar a sociedade colocando a ênfase na corrente que liga sujeitos a sujeitos através de objectos; Norbert Elias, com a ideia de «encarnações das psiques» quando fala na «alma» dos objectos técnicos; Simondon quando fala da tecnologia como «modo de existência» (Garcia, 2003, p. 302); e mais recentemente Latour, pensando na relação entre actor e rede (2006). Interessa-nos pois conceder maior importância ao estudo das (re)combinações entre humano e não humano no estudo da cibercultura. Portanto, abordar a tecnologia e os seus sistemas e instrumentos por esta perspectiva, perspectiva a que muitos autores chamam, entre os quais Trist (1981), de sociotécnica, pode ser interessante para aprofundar o entendimento dos novos fenómenos sociais. Se considerarmos a *Galáxia Internet* (Castells, 2007) um lugar privilegiado de reencantamento do mundo, devemos então olhar para o interior dessa galáxia, e para os seus dinamizadores, e tentar perceber como é que esta funciona.

Fundado em Fevereiro de 2004, o Facebook é uma ferramenta que permite que as pessoas comuniquem com amigos, familiares, colegas de trabalho, amigos de amigos, etc. A companhia desenvolve tecnologias que permitam a partilha de informações através da rede social, completando o mapeamento digital de pessoas reais e de conexões no mundo social.

De acordo com os dados estatísticos disponíveis na página oficial do Facebook, mais de 350 milhões de usuários estão activos actualmente nesta rede social. Cerca de metade desses usuários activos usam o Facebook, onde mais de 35 milhões actualizam diariamente o seu perfil. São colocados mais de 55 milhões de mensagens ou novidades por dia, 2,5 bilhões de fotos por mês, mais de 3,5 bilhões de peças de conteúdo ou ligações (Web, notícias, blogue, notas, álbuns de fotos, etc.) por semana e são gerados mais de 3,5 milhões de eventos em cada mês¹.

Em média, ainda segundo informações do próprio Facebook, um utilizador tem cerca de 130 amigos no *site*. Envia pedidos de amizade durante 8 me-

ses. Gasta mais de 55 minutos por dia no Facebook. Escreve cerca de 25 comentários por mês. Torna-se fã de 2 páginas por mês, é convidado a 3 eventos por mês e é um membro de 12 grupos. Este crescimento exponencial levou o Facebook a ter mais de 70 traduções disponíveis no *site*, pois cerca de 70 % dos usuários da Facebook estão hoje fora dos Estados Unidos. Só com o novo sistema Facebook Mobile, existem mais de 65 milhões de usuários activos actualmente a aceder ao Facebook através de seus dispositivos móveis².

Estes números impressionantes são o reflexo do sucesso das evoluções dos sistemas digitais em rede alcançados nos últimos anos. A rede Facebook é um desses sistemas, baseado num sistema de «Software Social»³. O modelo que sustenta as plataformas de *software* social é baseado na criação de comunidades colaborativas, que discutem, desenvolvem e publicam material que lhes interessa relacionar. Para Callon e Law (1998, p. 143), os criadores destas plataformas construíram, intencionalmente ou não, novas formas e hipóteses de argumentação, alargando a sua capacidade de análise sociológica pela acção e, nalguns casos, ultrapassando a própria capacidade da sociologia académica pensar o fenómeno. Neste sentido, Castells (2007, p. 55) sugere mesmo que a Internet é a cultura dos seus criadores, sendo esta um conjunto de crenças e valores que formam o comportamento (*idem*, p. 55). Nesta óptica o *software* social é entendido como um produto da cultura que vagueia em rede pelo mundo dos seus criadores constituído por um conjunto de ferramentas que permitem às pessoas interagir e colaborar com outras, desenvolver projectos ou criar relações interpessoais formando assim comunidades virtuais (Trippi, 2004).

De facto, o Facebook encaixa perfeitamente na definição de «membrana maleável», no sentido em que se adapta e compatibiliza sem limites na extensão e no conteúdo. O contributo de Trippi permitiu sistematizar as dimensões fundamentais das suas funcionalidades, nomeadamente: a dimensão *Identidade*, que permite a identificação electrónica pela qual o indivíduo é reconhecido na comunidade onde está inserido. Ter uma identificação imutável é tão importante no real como no virtual, pois é através dessa que se identificam os membros nos relacionamentos; a dimensão *Relações*, que permite definir o tipo de relação existente com os diferentes contactos e saber se existe algum indivíduo da rede de contactos presente naquele espaço virtual; a dimensão *grupos*, que são instrumentos para agrupar categorias de interesses. Existem, em alguns tipos de *software* social, requisitos formais que são necessários cumprir, por parte dos membros da comunidade, para integrarem os diversos grupos de interesse; a dimensão *presença*, que permite mostrar se um espaço virtual é compartilhado por um outro usuário (por exemplo, no Messenger ou no Facebook é possível saber quem está *online* e em que situação *online* se encontra); a dimensão *conversações*, que permite a troca de mensagens instantâneas e sincronizadas e a continuidade da conversação. Bons exemplos disto são os *chats* de conversação; a dimensão *reputação*, que permite classificar os membros segundo diferentes graus de confiabilidade. Por exemplo, os participantes podem dar notas para as opiniões colocadas nas conversações ou podem ser medidos os índices de reconhecimento do indivíduo pelo número de amigos ou pelas referências existentes sobre ele; e a dimensão *partilha*, que permite partilhar informações, *links*, fotografias, vídeos, etc.

Estas sete funcionalidades são as bases do Facebook. Combinando *originalidade social*, *sucesso nas diferentes imitações* e *capacidade social de selecção das imitações*, facilmente se explicam os números de sucesso deste ciberespaço que descrevemos anteriormente. São números impressionantes para um *software* que tem apenas seis anos de existência. A gratificação promovida pelos seus usos parecem, de acordo com o sucesso demonstrado pelas suas estatísticas, satisfazer as necessidades humanas sistematizadas por Katz, Gurevitch e Haas (1973) em relação ao impacto dos *media*: *Necessidades cognitivas* — aquisição e reforço de conhecimentos e de compreensão; *Necessidades afectivas e estéticas* — reforço da experiência estética, emotiva; *Necessidades de integração social* — reforço dos contactos interpessoais; *Necessidades de integração da personalidade* — segurança e estabilidade emotiva; e *Necessidade de evasão* — abrandamento das tensões e dos conflitos (Katz, Gurevitch e Haas, 1973: 127-171).

De forma objectiva e concreta, ou, se preferirmos, no plano consciente e racional, não deixa de ser verdade que os apelos à consciência dos indivíduos objectivem a força das necessidades que podem ser satisfeitas com o uso do Facebook. Sem dúvida que tal uso permite a objectivação cultural dos indivíduos. Todavia, importa questionar se serão apenas estes os apelos existentes no uso deste tipo de ferramentas. Será o Facebook uma ferramenta que permite apenas a objectivação dos indivíduos e a sua auto-subjectivação?

Interessa-nos, para responder a esta questão, analisar de forma relacional algumas dinâmicas peculiares que ocorrem no Facebook. Vamos, portanto, concentrar a nossa atenção na tríade relacional entre as dimensões *Identidade*, *grupos* e *partilha*.

3. A dinâmica do Facebook

Antes de avançarmos para a análise sobre as dimensões *identidade*, *grupos* e *partilha*, importa sublinhar que a Internet tem sido muito mais responsável e transformadora do que parece nas práticas e nos comportamentos dos seus utilizadores. Além das novas possibilidades ou pelo desencadear de novas dinâmicas, esta possibilita também novas visões sobre o mundo e sobre a forma de nos relacionarmos socialmente (Vayreda e Estalella, 2007). E isso vislumbra-se na própria relação histórica com os ecrãs promovida pela lógica de rede: se o primeiro acto da cultura de ecrãs foi sem dúvida marcado pela força dos *mass-media*, da comunicação unilateral e centralizada, o segundo acto da cultura-ecrã tem sido marcado pela força dos *self-media*, pelas trocas interpessoais e comunitárias, descentralizadas e baseadas na utilização de redes. Enfim, um modelo cultural mais horizontal, que gerou uma cultura de todos para todos (Lipovetsky e Serroy, 2010: 96). Por outras palavras, podemos afirmar que assistimos à passagem de um processo de uso mais objectivo, dominado pela unilateralidade comunicacional, onde reinavam as razões objectivas dos produtores sociais de opinião pública, para um processo mais subjectivo, onde cada indivíduo introduz a sua subjectividade através das múltiplas formas de objectivação permitidas pelas teletecnologias actuais. O

Facebook é isto mesmo: um *self-media*, uma membrana maleável que permite uma maior introdução do *self* subjectivo no ciberespaço.

É esta inversão, mudança proposta num instante eterno que remete para o *self*, que leva Maffesoli a considerar a sociedade actual uma sociedade marcada pelo regresso do imaginário, pela pluralidade de deificações e pelo retorno do sensível. Para este autor, a Internet coloca em jogo toda a sensação de verticalidade imposta anteriormente pelo racionalismo da modernidade. Parafraseando-o, podemos dizer que hoje, no ciberespaço, os indivíduos não mais necessitam de ser isto ou aquilo, podendo ser, simultaneamente, isto, aquilo e aqueloutro (Maffesoli, 2001, p. 167). É este deslizamento, da verticalidade para a horizontalidade que intriga no entendimento da relação entre indivíduos e tecnologia. A existência de uma relação horizontal entre ambos, completamente recíproca, faz com que nenhum dos dois elementos se tornem óbvios, o que faz com que essa relação «[...] feche, por assim dizer, o homem numa virtualidade diferente, seja de dados concretos, seja da imaginação» (Perniola, 2004, p. 31).

Redes como o Facebook são vulgarmente definidas como grupos constituídos por pessoas que partilham um mesmo tipo de interesses, objectivos ou motivações. O Facebook permite assim a adaptação e a compatibilidade que demanda das exigências da sociedade actual: conexão, informação, partilha, politeísmo, pluralidade, heterogeneidade. O sucesso deste tipo de sistemas pode ser compreendido, em parte, pela ideia que preconiza que os objectos técnicos se subjectivam através da objectivação dos sujeitos (Simmel, 2004, p. 131). Ou seja, as objectivações que os indivíduos fazem através dos objectos permitem um fluxo fundamental: por um lado a dimensão subjectiva do indivíduo, na fusão com o objecto, transmuta-se para uma vertente objectiva (objectivação maquínica); por outro, os objectos apropriam-se da subjectividade humana e ganham uma autonomia própria em relação aos sujeitos. Assim, como sugere Tarde, «esta é a razão por que uma qualquer produção social, com as suas características próprias, [...], sonha, como Alexandre, com a conquista do mundo e procura multiplicar-se através de milhões de cópias por todo o lado onde haja seres humanos, e não parará a não ser que seja posta em xeque por uma produção rival não menos ambiciosa» (cf. Latour, 2006, p. 15).

Coisas com vida própria. Vida adquirida através destes processos complexos de objectivação e de subjectivação. A encarnação das psiques nas coisas, como diria Norbert Elias. A tecnologia como um «modo de existência», como diria Simondon (Garcia, 2003, p. 300). Todas estas perspectivas apontam para uma mesma ideia: a subjectivação dos objectos. O Facebook, exemplo aqui usado para ilustrar tal situação, permite vislumbrar este processo.

Vamos por partes. Inicialmente, o Facebook fora criado como uma ferramenta de comunicação entre membros de uma comunidade académica. O objectivo era puramente instrumental. Todavia, como a comunicação *per se* pode ser moldada por múltiplas formas, e como o instrumento tecnológico que lhe dá apoio (o computador) têm potencialidades ilimitadas, os apelos provocados pelas potencialidades e pela existência da possibilidade de imitações dos formatos de interacção humanos para dentro do contexto tecnológico permitiram aos seus criadores usarem recombinações sociais: dar uma

imagem ao mediador; permitir actualizar o estado de espírito do mediador; permitir mostrar imagens, oferecendo e partilhando coisas com os outros; permitir mapear as incursões dos outros no espaço virtual. Enfim, o que acontece são transposições de acções para o ciberespaço: a sociedade e os seus processos constituídos como conjuntos de imitações, mais fortes ou mais fracos, uns com mais sucesso do que outros, que sofreram recombinações, mutações ou fusões com as diversas dimensões da vida. Assim podemos explicar o Facebook.

A questão é que as imitações, inovações que são verdadeiras entidades, não param de se autonomizar. Devido às transferências dinâmicas que ocorrem, e às suas conseqüentes maturações, estas acabam por fazer com que os indivíduos se distanciem dos objectos, pois tais objectos passam a adoptar características e dinâmicas sociais próprias ampliadas pela actividade humana — é o tal «apelo do objecto técnico», como sugere Neves (2006). Ou seja, estes deixam de pertencer individualmente aos sujeitos e passam a ganhar uma dinâmica social que extravasa os limites individuais. Esse é o segredo da sua lógica, que anexou a capacidade de se subjectivar, permitindo o retorno subjectivo da sua expressão nas objectivações sociais dos indivíduos. Assim se completa um primeiro ciclo.

Com uma existência social para lá da existência individual, o Facebook adopta então capacidades de subjectivação e de intersubjectividade através da sua configuração. Por exemplo, quando alguém comenta no Facebook, todos os indivíduos dessa mesma rede recebem o comentário. Esta dinâmica dá vida própria ao Facebook, pois mesmo que o indivíduo deixe de comunicar, outros da sua rede o farão e este receberá a sua energia vital, transformada numa mensagem de aviso que instiga e cria curiosidade. Ou seja, o próprio Facebook anexa características muito próprias dos humanos: *sex appeal*, sedução, curiosidade, etc. Passa a ser algo maleável, que se vai adaptando e compatibilizando com os utilizadores. Parafraseando Tarde, o Facebook, tal como uma coisa social, é uma imitação com sucesso porque se adapta e se compatibiliza (Tarde, 1986, p. 86).

Com estas (re)combinações de imitações, sistemas como o Facebook criam uma subcultura própria dentro da cibercultura. O Facebook, ao subjectivar-se em relação aos sujeitos, cria neles um efeito excêntrico: a forma que ele impõe aos indivíduos vai regendo os seus conteúdos; por sua vez, a vida dos indivíduos impõe-se contra as formas estabelecidas, embora essas formas sejam balizas para a acção objectiva e/ou subjectiva destes. E é aqui que reside o trágico da relação entre Facebook e indivíduos: uns adaptam-se à forma, outros tentam resistir-lhe. Nesta dialéctica, o Facebook, como membrana maleável, adapta-se e compatibiliza-se dentro do possível. Por outras palavras: subjectiva-se. E os indivíduos, por sua vez, ora agem como objectos de propagação do sistema e das lógicas facebookeanas ora exprimem, através dele, a sua subjectividade. Isto gera uma simbiose inovadora: nestes processos de objectivação e subjectivação, é renovada a base do social e imposto o espírito do tempo: conexão, informação, partilha, politeísmo, pluralidade, heterogeneidade. Completa-se outro ciclo.

O contributo de Trippi (2004), nomeadamente a tipificação genérica feita ao *software* social, pode ajudar a rever a questão «será o Facebook uma rede digi-

tal que permite apenas a objectivação dos indivíduos e a sua subjectivação. Segundo o autor, as características que descrevem o *software* social, nomeadamente a *identidade*, o *tipo de relações*, os *grupos*, a *telepresença*, a *conversação*, a *reputação* e a *partilha* são, genericamente, a base dinâmica do Facebook. Todas estas características permitem aos utilizadores a objectivação quer da sua existência virtual como de outras dinâmicas sociais. No entanto, estas características representam apenas as suas formas. Os conteúdos destas formas não resumem a simples objectivações e à sua recepção objectiva e concreta. Os comentários, as imagens expostas, a sensação de presença, a quantificação da reputação, a pertença aos diversos grupos, entre outras coisas, é filtrada pelos utilizadores pelas dimensões objectivas e subjectivas da cultura. Os fluxos não são unidireccionais. Aliás, a tecnologia, como forma acrescida de apelar aos sentidos e ao sensível, aumenta também os fluxos de subjectivação (Maffesoli, 2001, p. 167). Ao politeísmo de valores, veiculado pelas teletecnologias, junta-se o seu impacto: fluidez nas «identificações múltiplas» (*idem*, p. 97). Portanto, às formas impostas pelo Facebook estão os indivíduos em constante fluxo. A vida naquele ambiente decorre dessa afinidade entre forma e limite imposto pela forma (Lemos, 1998, p. 5).

Pelo prisma específico do Facebook, importa ressaltar a sua dimensão holística que demonstra a sua capacidade de subjectivação, a capacidade de preservação de uma espécie de alma própria que se diferencia dos indivíduos e se torna independente, e também a sua capacidade de objectivação. A partilha de informação dos movimentos e acções é um bom exemplo dessa capacidade de autonomização face aos utilizadores de uma forma individual. Quando alguém comenta outro utilizador, ou comenta uma ligação ou partilha algo, está a dar um sinal à comunidade envolvente sobre a sua acção. De certa forma está, através do Facebook, a mostrar as suas ligações sociais, os seus gostos, as suas motivações, as suas angústias. Embora essa pequena acção pareça ser uma acção numa dinâmica de um-para-um, na realidade é sempre de um-para-todos os elementos da rede, dando a sensação a todos que o limite da exposição das acções está muito para lá do controlo individual⁴.

3.1. Identidade

Depois destas considerações, importa então analisar de forma mais objectiva a relação triangular entre as dimensões *identidade*, *grupos* e *partilha* para concretizarmos o que foi anteriormente dito. Começemos pela dimensão *identidade*, mais concretamente, *quem sou, o que sou e como sou no facebook?*

A dimensão *Identidade*, presente no Facebook, permite uma identificação electrónica pela qual o indivíduo é reconhecido na tribo onde está inserido. Ter uma identificação imutável é tão importante no virtual como no real, pois é através dessa que se identificam os membros nos relacionamentos. Todavia, de maneira objectiva, a forma como é construída a identidade no Facebook baseia-se na construção de um perfil composto pelo nome, por imagens fotográficas, por simples informações (como, por exemplo, o estado civil e a data de nascimento), pela rede de amigos, onde ressalta a possibilidade de per-

ceber no outro o(s) amigo(s) em comum, etc. Podem ainda existir, entre outras coisas, frases do utilizador de várias ordens (o mais comum é a indicação do estado de espírito), actividades recentemente realizadas naquele ciberespaço pelo utilizador, e indicação dos vários tipos de partilhas efectuados nos períodos mais recentes, desde a colocação de vídeos ou comentários até a partilha de acções efectuadas no mesmo espaço (por exemplo, as actividades executadas no jogo do Facebook *Farmville*).

No fundo, e de acordo com a concepção de sociedade de Gabriel Tarde, o que os utilizadores fazem é uma recombinação de imitações que transportam do exterior para o virtual. Começam pela imagem, passam pelos dados biográficos básicos, e mostram o que fazem e do que gostam. Por outras palavras, podemos simplificar e dizer que os utilizadores respondem às questões, ainda que de uma forma simples, «*quem sou?*», «*o que sou?*», «*como sou?*». É desta forma que os utilizadores objectivam a dimensão identidade dentro deste ciberespaço. Esta forma permite mostrar o essencial para que os relacionamentos possam ter início.

A partir desta objectivação, todo um outro processo complexo se inicia: a subjectivação do Facebook. Quando o utilizador cria a sua conta no facebook, e o conseqüente perfil «identitário», são imediatamente sugeridos outros utilizadores para integrarem a rede de relações. E isto acontece através de dois processos: 1) se o indivíduo já possui alguma relação com o ciberespaço com a mesma identidade criada no Facebook, o sistema Web, já muito próximo da versão Web 3.0, faz uma análise semântica ao perfil criado e tenta detectar as «pegadas» deixadas pelo mesmo no ciberespaço — recomenda assim pessoas com perfis e pegadas muito idênticas, ou mesmo pessoas da rede de outras (ver esquema 1); 2) ou podem ser os próprios elementos que já pertencem à rede do indivíduo a sugerir novos contactos.

Após este processo, que não deixa de ser binário, floresce a autonomização do Facebook face ao sujeito. Heidegger lembrou que a partir do momento em que atribuímos significação à coisa, ela ganha uma existência própria (1992). Norbert Elias, na mesma linha, dizia que ao darmos forma e conteúdo ao uso dos objectos encarnávamos neles uma espécie de psique própria e autónoma (Garcia, 2003, p. 300). Assim, ao criarmos uma ciberidentidade, estamos a dar à tecnologia um «modo de existência», como diria Simondon (1969). Uma forma de individuação técnica, que combina e funde duas realidades diferentes.

É precisamente esta ligação que aviventa a subjectivação do Facebook. O deslize da objectivação dos sujeitos para a subjectivação dos objectos, onde estes últimos, através do seu cálculo binário, imprimem vida própria à identidade criada e atiram o indivíduo para os diversos grupos de utilizadores. A partir deste momento o destino da identidade criada já não pertence ao indivíduo criador do perfil. Passa a ser alvo dos fluxos que o ciberespaço é capaz de gerar. É aqui que a subjectividade dos objectos ganha uma dinâmica capaz de gerar uma relação intersubjectiva entre os indivíduos. Quando o Facebook, a referida «membrana maleável», se adapta e se autodinamiza, descola dos intentos objectivos dos sujeitos e torna-se capaz de introduzir dimensões subjectivas nos seus utilizadores, permitindo a tal viagem interior sem drogas de que falou McLuhan (1969, p. 24), sem destino fixo numa galáxia que é sempre imprevisível.

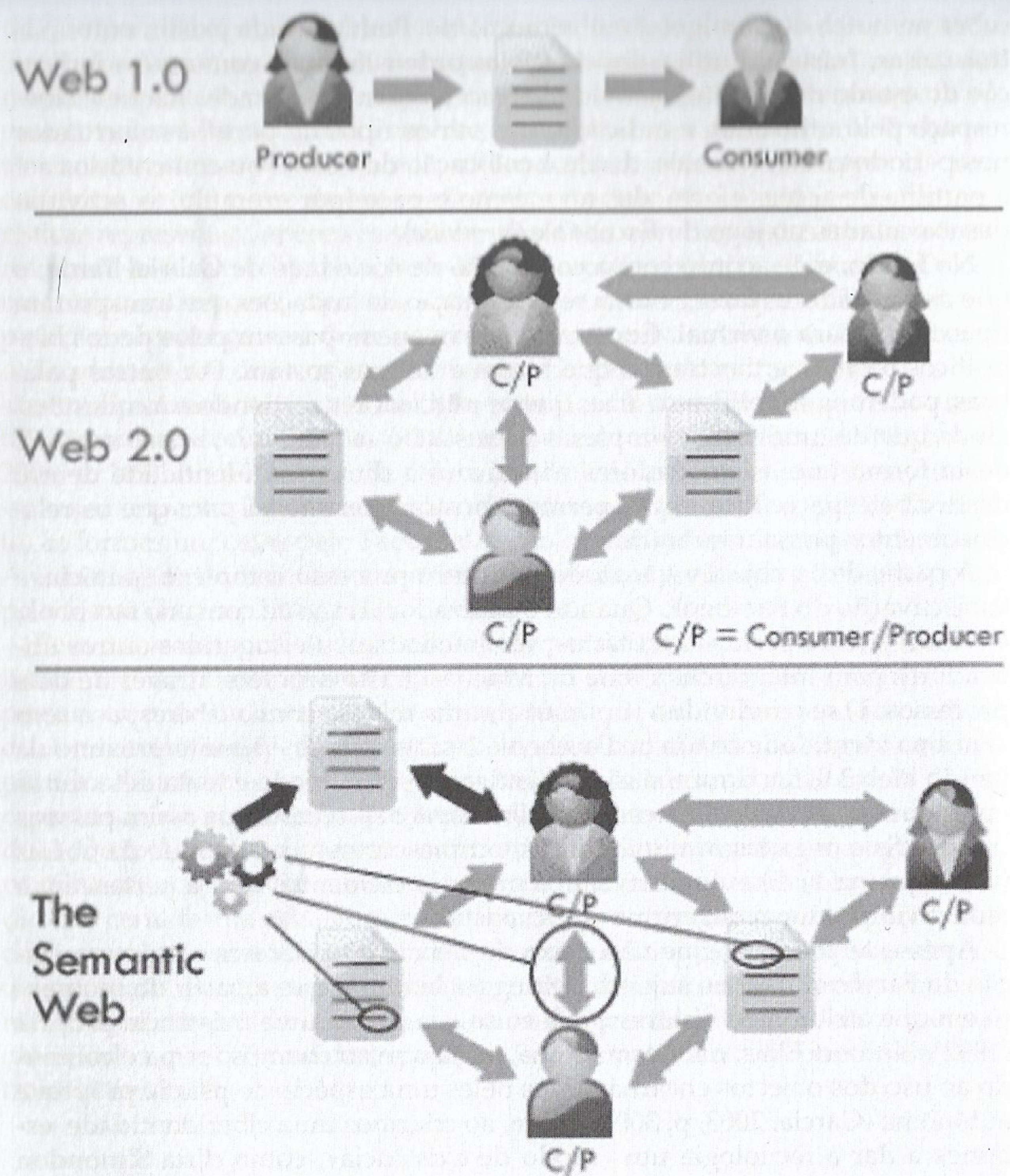


Imagem 1. (Consultado em <http://web20pt.wordpress.com/category/tecnologias/> em 04/11/2009)

É a partir desta lógica que o emaranhado de ligações se começa a impor sobre os utilizadores. Sem grande esforço, os indivíduos alargam a sua teia de contactos, ficando, logo de seguida, envolvidos nas teias e dinâmicas sociais promovidas por outros membros. As socialidades existentes no Facebook fogem ao domínio privado e saltam para uma lógica de exposição social, onde cada membro de determinada comunidade recebe informação sobre as acções dos outros. É esta lógica pública, processo que imita o que acontece nas relações sociais fora do cibernundo onde o «passa-palavra» costuma fazer efeito, mas com diferenças significativas no ritmo, na veloci-

dade, onde um tal de «intervalo-luz» medeia a existência virtual (Virilio, 2000, p. 35); intervalo este que sustende o espaço e o tempo e os conjuga numa só dimensão.

E é a este ritmo social que é marcada a vida no Facebook. Uma aparente imobilidade temporal, que permite que se desfrute do ambiente, mas a uma intensidade frenética. Com uma frequência intensa, os utilizadores do Facebook recebem movimento e dinâmica, e por ser tanta a velocidade binária existente, o tempo parece imóvel. Estas ligações, que se impõem sobre os indivíduos a uma velocidade vertiginosa, geram assim uma certa «felicidade dos sentidos», felicidade obtida pela existência de um prazer em conjunto: a partilha da vida como uma comunhão (Maffesoli, 2001, p. 100).

Assim é subjectivada a identidade individual no Facebook. Um emaranhado de fluxos e ligações que permitem aos membros da rede coleccionar fragmentos que passem a constituir partes da composição identitária individual. No entanto, estamos perante fragmentos e emaranhados e, tal como todos os emaranhados, nada de concreto é completamente e limpidamente percebido sobre os indivíduos nestes ambientes. Um indivíduo em particular pode alistar-se a um grupo solidário para uma causa nobre e, logo de seguida, aderir a um grupo hedonista que tem como único objectivo viver experiências individuais e pouco éticas. Por isso as percepções identitárias são algo de muito relativo nestes ambientes. Para Maffesoli (1987), a identidade é uma aceitação de ordem. Ora, nestes ambientes temos por certo que a ordem pode ser sempre posta em causa.

Castells lembra, a este propósito, que as redes digitais permitem que um novo espaço público se insira no espaço íntimo dos indivíduos, sendo este espaço íntimo preenchido com conteúdos afectivos e lúdicos (Castells, 1999, p. 386). Sabemos, por experiência empírica, que o íntimo não obedece propriamente à ordem estabelecida, é algo de subjectivo. Portanto, a identidade nestes ciberespaços deixa de ser a aceitação da ordem e por isso mesmo desliza para «identificações múltiplas» (Maffesoli, 2001, p. 97). Estas identificações múltiplas permitem aos indivíduos encontrarem sentidos, identificações afectivas que se tornam, para quem as têm, coisas com sentido. Portanto, não só assistimos a processos que subjectivam o Facebook como também a processos que subjectivam os próprios indivíduos. A identificação múltipla é, por natureza, uma subjectivação individual e social da existência, que por sua vez se vê objectivada através das ligações técnicas.

3.2. Grupos

Em suma, fluxos efervescentes entre objectividade e subjectividade. Assim se percebem as dinâmicas na dimensão *identidade*. Já na dimensão *grupos*, dimensão que se baseia em instrumentos que permitem o agrupamento de categorias de interesses, os indivíduos respondem a questões como «*com quem me relaciono?*», «*a que tribo pertencço?*» e «*quais os meus interesses?*».

Os grupos presentes no Facebook objectivam bem a importância da redefinição do termo «grupo»⁵. Na realidade, os grupos existentes nesta rede integram tanto elementos humanos como elementos não humanos. Estes

constituem-se por apelo social e técnico ao mesmo tempo: por apelo social por corresponderem às necessidades dos indivíduos; por apelo técnico porque as estruturas e os formatos dos fluxos do sistema seduzem para a configuração de grupos. Dada a autonomização do sistema, embora o grupo se constitua inicialmente por acção dos indivíduos, rapidamente descola para a autonomização através da viagem e dos fluxos binários, constituindo-se e alargando-se independentemente da vontade dos seus criadores. Por isso, a pertença a comunidades grupais no Facebook encontra o sentido dado por Tönnies (1988) na forma de associação, onde estas constituições são normalmente baseadas nas emoções, nos afectos, na intimidade, no informal, no privado. Mas, por outro lado, também são atravessadas por lógicas binárias que fundem no orgânico o sentido mais imaterial. Fusão que funde analógico e digital, velocidade biológica combinada com velocidade binária como sugere Miranda (2006).

Esta (con)fusão, no entanto, não deixa de nos esclarecer acerca das suas dinâmicas. O *Farmville*, por exemplo, um «jogo-grupo» do Facebook que agrega grupos de jogadores e ao mesmo tempo relações sociais, é um bom exemplo de partilha, vizinhança e jogo, características típicas das tribos pós-modernas. Partilha com o grupo de amigos e conhecidos; vizinhança «ciberespacial» que permite aproximação e afinidade subjectiva para com os outros elementos da rede; e jogo que introduz emoção e competição à existência. Esta é uma espécie de fusão das necessidades vitais da vida em sociedade. O Facebook, e as suas aplicações, torna-se assim um ambiente que permite balizar a existência desses três factores sociais que são desejados constantemente, factores que acabam por tornar os utilizadores servos do sistema mas que, ao mesmo tempo, lhes permite a «salvação», mesmo que essa crie hábitos e vícios. É a mesma lógica apontada por Deleuze e Guattari (2004) quando explicam as possibilidades de existência do fascismo. Para estes, «as massas não foram enganadas, elas desejaram o fascismo num certo momento, em determinadas circunstâncias [...]» (Deleuze e Guattari, 2004, p. 33). Assim acontece com os hábitos e com os vícios gerados pelo Facebook na vivência comunitária ciberespacial. Os facebookeanos querem essa ligação, comunhão que os leva a submeterem-se a lógicas engraçadas e estranhas ao mesmo tempo. O jogo *Farmville* do Facebook, com o seu conceito de agricultor virtual de sofá, encaixa perfeitamente nessa lógica, bem como as considerações de Lipovetsky e Serroy (2010) que acabam por sugerir a tendência desta fusão de formas, fusão que mostra que «o que se procura não é tanto um enraizamento comunitário, mas sobretudo a embriaguez dos contactos e do “amigos” continuamente renovados, a conectividade infinita, a abertura dos possíveis e dos encontros, o jogo até com a sua própria identidade, uma “segunda vida”[...]» (Lipovetsky e Serroy, 2010, p. 98).

Portanto, aderir a grupos no Facebook, por mais estranho que os grupos pareçam, tem como grande objectivo a ideia de comunhão, de existir em conjunto num conjunto público-privado. É uma forma de ligação conveniente, necessária, e que permite também satisfazer os desejos, os afectos, as emoções. Adaptando o pensamento de Maffesoli ao Facebook, nesse ciber-ambiente somos «confrontados com uma série de participações afectivas, feitas de emo-

ções, de sentimentos, de cóleras e de alegrias que partilhamos com os da tribo, no quadro de uma estética generalizada» (Maffesoli, 2001, p. 97). Tais identificações afectivas, emocionais, sentimentais, coléricas, etc., permitem fundar a ética da estética pós-moderna. O Facebook é uma extensão dessa ética, uma ética estética que, para Lipovetsky e Serroy, tem tanto de narcisista como de desejo de partilha, de expressão e de participação em interacções múltiplas (Lipovetsky e Serroy, 2010, p. 98).

3.3. Partilha

Portanto, o Facebook como reflexo e imitação social dos formatos relacionais não está, completamente, mergulhado na anarquia. Como tal, ele é regido por regras e rituais no uso dos seus prazeres. Importa por isso olhar para alguns exemplos na dimensão partilha. Nesta dimensão, convém perguntar «o que é partilhar no Facebook?», «o que se partilha?» e «como é que se partilha?».

A partilha é talvez a grande característica de base do Facebook. Aliás, é através dela que se acciona o movimento e o fluxo. Inicialmente o utilizador partilha a identidade. Ao constituir uma identidade, o utilizador está, automaticamente, a partilhá-la com a rede mesmo que tenha colocado restrições de privacidade e de segurança no seu sistema. Depois, ao aceder ao espaço virtual do Facebook, é imediatamente submetido à partilha com a rede a que pertence. Todo o tipo de acções lá desenvolvidas, como, por exemplo, opiniões, ligações, adesões, comentários, pedidos, sugestões de vídeos, etc., são partilhados com a rede (ver imagem 2).



Imagem 2. (Consultada em <http://www.facebook.com/sitetour/homepage.png> em 28/02/2010)

Este rasto, bem demonstrado pela imagem acima sugerida, é partilhado com todos os elementos pertencentes à rede, permitindo quantificar e objectivar a existência e a vivência neste ciberespaço. É uma espécie de memória dos movimentos, memória efémera que muda todos os dias e nunca se atém durante muito tempo a um só formato. Movimento efémero, que permite mais ligações mas cada vez menos duradouras. Mas permite também, porque as imagens constituem formas de abstracção, processos de subjectivação que levam a individuações do espírito pós-moderno: o efémero, o fragmentário, o contraditório, o subjectivo, o politeísmo.

Com múltiplas identificações e participações, em grupos multifacetados e com partilhas momentâneas baseadas no prazer repentino dos sentidos, as individuações sociais destas lógicas do Facebook fazem com que a expressão da acção humana ganhe espaço para uma maior subjectivação cultural. É um movimento que reforça o hedonismo, o tribalismo e o nomadismo como os grandes valores desta era. Portanto, indivíduos e tecnologia subjectivam-se e objectivam-se simultaneamente. Ambos reforçam as suas posições existenciais separadas, não no sentido biológico do termo mas sim no sentido metamórfico da expressão. As mutações, as imitações, os fluxos ou as ampliações são formas de existência. São, como sugere Lemos ao citar Simmel, formas para «ex-istir» (Lemos, 1998). Parafraseando Deleuze, digamos que o Facebook, como um «corpo-sem-órgãos», como um resíduo de um *socius desterritorializado*, é uma máquina emissora de desejos (Deleuze e Guattari, 2004, p. 36). Máquina esta que no entanto foi minada pelos nossos desejos. Porventura, também ela nos minou com os seus próprios desejos.

Considerações finais

Retomando o argumento de Simmel, argumento que considera na modernidade a tecnologia como um elemento da expressão objectiva da cultura humana, e depois das conclusões aqui obtidas, podemos continuar a afirmar que a sua tese continua original e actual nos dias de hoje. Porém, as novas tecnologias e o enraizamento da cultura-ecrã, emaranhadas em sistemas como por exemplo o Facebook, permitem nos indivíduos muito mais do que objectivações maquínicas. A evolução de ambas oferece um conjunto de novas possibilidades de subjectivação cultural que no passado seriam impensáveis.

Este artigo permite assim sugerir que o Facebook, na sua relação triangular entre *Identidade*, *Grupos* e *Partilha*, objectiva e subjectiva expressões contemporâneas bastante difundidas socialmente: identificações e interacções múltiplas; adesão grupal politeísta que amplia a conectividade e a abertura a novos gostos, motivações e desejos; e partilha embriagada a expor uma crescente subjectividade individual. Portanto, esta era dos *self-media* remete para um ambiente que permite ao *Self* subjectivo maiores possibilidades para transformar e afectar profundamente a existência dos indivíduos.

Nas dimensões analisadas, concluímos que o Facebook expressa bem estes valores, demonstrando uma certa propensão para a intersubjectivação. Percebemos um deslize da antiga concepção de identidade para as identificações múltiplas, movimento que se deve, por um lado, à intrusão do público no pri-

vado, onde a subjectividade íntima joga um papel decisivo nas subjectivações; e, por outro, pela constante e imprevisível fuga à ordem pelo íntimo, que acaba por se fundir no público das redes abertas jogando com a ordem social e veiculando sentidos sociais e individuais que se encontravam no passado fora de qualquer ordem ou razão social. Vive-se, portanto, num ambiente onde as identificações afectivas, subjectivas por certo, procuram sentidos individuais, e não propriamente sentidos sociais. Estas novas tecnologias, que se apoiam em redes como o Facebook, permitem esta dinâmica complexificando as tendências e os destinos culturais. As identificações múltiplas são, por natureza, subjectivações interindividuais que nas redes sociais como o Facebook encontram lugar para a sua explanação. Simbiose entre orgânico e inorgânico, sem dúvida, que satisfaz pela sua capacidade de trazer novos ambientes, novas formas e até novos conteúdos à existência.

A existência no seio dos diversos grupos reforça, sobretudo, a necessidade de contactos e de «amigos» que podem aqui estar constantemente em renovação, satisfazendo a necessidade de estar perto dos outros. A satisfação destas necessidades é ampliada pela ideia de conectividade ilimitada, que permite a abertura a novos mundos e a novos encontros, a novas formas de jogo e a novas formas de celebração da vida. Uma lógica marcada por um certo narcisismo que coloca o centro no indivíduo mas marcada também pela partilha efusiva, pelo desejo um tanto ou quanto perverso de despir a alma publicamente como forma de permitir sentir ligação comunitária. É uma nova forma encontrada pelos indivíduos para se despirem dos seus medos e das suas angústias, dos seus receios e dos seus complexos, ainda que isso traga sabores de várias ordens. Subjectiva-se, por isso, o espírito da partilha, e fragmentam-se, de certa forma, alguns fluxos que no passado raramente seriam partilhados.

Por tudo isto, percebe-se o crescimento exponencial, nos ambientes do ciberespaço, do espírito do efémero, onde a quantidade suplanta a qualidade, onde o duradouro dá lugar ao precário. E por isso o contraditório ganha mais destaque: ele já não é o resultado de uma inconsciente incapacidade de coerência individual e social; é, antes de mais, o resultado objectivo das subjectivações que preconizam a existência como algo incapaz de se deter apenas nas formas impostas socialmente.

1 Dados consultados directamente na página de estatísticas do Facebook, no dia 01/02/2010, em <http://translate.google.pt/translate?hl=pt-PT&langpair=en|pt&u=http://www.facebook.com/press/info.php%3Fstatistics>.

2 Dados consultados directamente na página oficial do Facebook, no dia 02/02/2010.

3 Este termo é uma evolução do conceito de sistemas de colaboração e trabalho de grupo, que foi surgindo nos anos 80 e cujo principal representante foi a IBM. O objectivo da denominação «Software Social» é distingui-los dos dispositivos de comunicação mediada por computador e Internet, como é o caso dos chats, das listas de correio, dos fóruns electrónicos, dos grupos de notícias, etc. dispositivos como o HI5, Facebook, Flickr, Orkut, entre outros, são apelidados de *software social* e os *chats*, as listas de correio, os grupos de notícia, etc., são apelidados de CMO (comunicação mediada por ordenador). Esta nova forma de comunicar está a revolucionar a sociedade, oferecendo às pessoas a possibilidade de criar redes com milhões de membros que através das variadas plataformas de *software social* trocam experiências e comunicam de uma forma livre e gratuita (Vayreda e Estalella, 2007).

- 4 Um comentário ou uma partilha é aqui um acto social, não apenas para os elementos que compõe a comunidade mas também para com a rede e com o objecto técnico, apelo que seduz pela sua autónoma capacidade de seduzir. É este apelo do Facebook que permite também a sua própria objectivação.
- 5 Importa ressaltar a importância do termo grupo. Segundo Latour, o termo «grupo» não deve conter nem os limites da sua extensão nem a definição do seu conteúdo, pois a palavra grupo não faz distinção entre pessoas e objectos. Nesta linha, Latour defende que se deve falar de grupos como agrupamentos ou agregados que incluem activamente o lado humano e o lado não humano. Esta pequena mudança no seu significado não é inocente, pois tem efeitos importantes na forma como estudamos o social (Latour, 2005, p. 44).
- Callon, M. e Law, J.
1998 «De los intereses y de su transformación. Enrolamiento y contraenrolamiento», in Doménech, M. e Tirado F. (Comp.), *Sociología simétrica. Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*, Barcelona, Gedisa.
- Castells, Manuel
1999 *A sociedade em rede*, São Paulo, Paz e Terra.
2007 *A Galáxia Internet*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Deleuze, Gilles e Guattari, Félix
2004 *O Anti-Édipo. Capitalismo e Esquizofrenia 1*, Lisboa, Assírio & Alvim.
- Garcia, José Luís
2007 *Sobre as origens da crítica da tecnologia na teoria social: Georg Simmel e a autonomia da tecnologia*, São Paulo, Scientia Zúdia, v. 5, n. 3, pp. 287-336.
- Heidegger, Martin
1992 *O Que é uma Coisa?*, Lisboa, Edições 70.
- Katz, E.; Blumler, J. G. e Gurevitch, M.
1974 «Usis y gratificaciones de la comunicación de masas», in Moragas, M. de (Ed.) (1985), *Sociología de la comunicación de masas II. Estructura, funciones y efectos*, Barcelona, Gustavo Gili, pp. 127-171.
- Latour, Bruno
2005 *Reassembling the Social — An Introduction to Actor-Network-Theory*, Londres, Oxford.
- Latour, Bruno
2006 «Como prosseguir a tarefa de delinear associações?», in *Configurações*, tradução de José Pinheiro Neves, n.º 2, pp. 11-27.
- Lemos, André
1998 *Ciber-Socialidade. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea*, in <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/cibersoc.html>, consultado em 18/01/2010.
- Lipovetsky, Gilles e Serroy, Jean
2006 *A Cultura-Mundo. Resposta a uma Sociedade Desorientada*, Lisboa, Edições 70.
- Maffesoli, Michel
1987 *O Tempo das Tribos: o Declínio do Individualismo nas Sociedades de Massa*, Rio de Janeiro, Forense Universitária.
- Maffesoli, Michel
2001 *O Eterno Instante. O Retorno do Trágico nas Sociedades Pós-Modernas*, Lisboa, Instituto Piaget.
- Marsden, Paul
2000 «Forefathers of Memetics: Gabriel Tarde and the Laws of Imitation», in *Journal of Memetics — Evolutionary Models of Information Transmission*, 4, in http://www.cpm.mmu.ac.uk/jom-emit/2000/vol4/marsden_p.html, consultado em 18/01/2010.
- Mcluhan, M., e Fiore, Q.
1969 *O meio são as massa-gens*,

- Miranda, J. Bragança de
2006 *Elementos para uma Genealogia das Ligações*, in <http://www.cecl.com.pt/redes/pdf/jbm.pdf>, consultado a 10/02/2010.
- Neves, J. P.
2006 *O Apelo do Objecto Técnico*, Porto, Campo das Letras.
- Perniola, M.
2004 *O Sex Appeal do Inorgânico*, Coimbra, Ariadne Editora.
- Simmel, G.
2004 *Fidelidade e Gratidão e Outros Textos*, Lisboa, Relógio D'Água.
- Simondon, G.
1969 *Du mode d'existence des objets techniques*, Paris, Aubier.
- Tarde, Gabriel
1986 *La Opinión y la Multitud*, Madrid, Taurus.
- Tarde, Gabriel
1989 *L'opinion et la foule*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Tönnies, Ferdinand
1988 *Hobbes, vida y doctrina*, Madrid, Alianza Editorial.
- Trippi, J.
2004 *The Revolution will not be televised — Democracy, the Internet, and the overthrow of Everything*, Nova Iorque, Copyright.
- Trist, Eduard
1981 «The Evolution of Sociotechnical Systems», in *Ontario Quality of Working Life Center*, n.2, Junho. Ontario: Press.
- Vayreda, A., Estalella, A.
2007 «Software social: teoría social?», in Tirado, F. & Doménech, M. (Eds.), *Lo Social y lo virtual. Nuevas formas de control y transformación social* (pp. 78-92). Barcelona: Editorial UOC.