

Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Programa de Pós- Graduação em Administração
Curso de Mestrado Acadêmico em Administração

Sheyla Natália de Medeiros

LIMITAÇÕES DIGITAIS COMPORTAMENTAIS E DE ACESSO
ENTRE PARTICIPANTES DE REDE SOCIAL VIRTUAL:
UM ESTUDO SOBRE GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES NO FACEBOOK

João Pessoa
2013



Sheyla Natália de Medeiros

**LIMITAÇÕES DIGITAIS COMPORTAMENTAIS E DE ACESSO
ENTRE PARTICIPANTES DE REDE SOCIAL VIRTUAL:
UM ESTUDO SOBRE GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES NO FACEBOOK**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba.

Área de Concentração: Administração e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. Carlo Gabriel Porto Bellini

João Pessoa

2013

Sheyla Natália de Medeiros

**LIMITAÇÕES DIGITAIS COMPORTAMENTAIS E DE ACESSO
ENTRE PARTICIPANTES DE REDE SOCIAL VIRTUAL:
UM ESTUDO SOBRE GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES NO FACEBOOK**

Dissertação aprovada em: ____/____/2013

Banca examinadora:

Prof. Dr. Carlo Gabriel Porto Bellini (Orientador)
UFPB

Prof. Dr. Guilherme Ataíde Dias (Examinador Interno)
UFPB

Prof. Dr. Valdiney Veloso Gouveia (Examinador Externo)
UFPB

**João Pessoa
2013**

M488l Medeiros, Sheyla Natália de.

Limitações digitais comportamentais e de acesso entre participantes de rede social virtual: um estudo sobre gerenciamento de impressões no facebook / Sheyla Natália de Medeiros.- João Pessoa, 2013.

106f. : il.

Orientador: Carlo Gabriel Porto Bellini

Dissertação (Mestrado) – UFPB/CCSA

Este trabalho é dedicado a

Minha mãe, Maria do P. Socorro de Medeiros (in memoriam),
por seu amor incondicional, grande exemplo de
determinação e persistência.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho não teria sido concluído sem a ajuda de diversas pessoas a quem expresso aqui meus sinceros agradecimentos.

De modo particular, agradeço à minha família pelo amor e apoio a mim dedicados. Ao meu pai Nicácio de Medeiros, sempre presente e motivando os estudos; ao meu irmão Fábio Nicácio, além de irmão amigo; e principalmente à minha mãe Socorro de Medeiros, que foi a responsável por eu chegar até aqui, sem ela nada disso seria possível, seu carinho e atenção foram meus guias ao longo de toda a vida. Em vários momentos pensei em desistir, mas sei que o que ela mais queria era que eu terminasse o que havia começado. Dedico todo o esforço e trabalho realizado à minha amada mãe. Essa, sem dúvida, é a melhor família que poderia ter.

Agradeço às amigas de toda uma vida Kaline Castro, Islany Alencar; às que me acompanharam na época de escola e estão até hoje ao meu lado Tálita Floriano, Amanda Falcão; aos que estiveram junto de mim na graduação e assim permaneceram Aline Donato, Rodrigo Barbosa; e aquele que marcou minha vida Antônio Flávio.

Agradeço aos colegas de turma Aluísio Bruno, Adriana Bastos, Fábio Lúcio, Huga Carla, Rony Rodrigues e, em destaque, Raissa Azevedo e Gabriela Tavares que se tornaram fiéis amigas e foram de extrema importância em todas as etapas deste mestrado.

Deixo um agradecimento aos professores, em especial Carlo Bellini meu orientador, por sua compreensão e dedicação, aos funcionários da UFPB, à Fundação CAPES por financiar os estudos no PPGA e todos aqueles que se tornaram indispensáveis nesse processo.

Por fim, agradeço aqueles que ao longo do mestrado compartilharam comigo conquistas, preocupações, desafios, tristezas e alegrias. A todos que fizeram a caminhada menos dolorosa e mais leve, meus mais sinceros agradecimentos.

“Vamos embora, ligeirinho na carreira,
que a vida é passageira, não dá mais para esperar.”

Luiz Gonzaga

RESUMO

Este trabalho está inserido na temática de limitação digital, mais abrangente que o conceito comumente tratado pela literatura como desigualdade digital ou exclusão digital. Três dimensões são encontradas na limitação digital – de acesso, cognitivo-informacional e comportamental – além de complexas relações. A pesquisa faz uso de duas dessas dimensões, a limitação de acesso e comportamental. Optou-se por estudar o gerenciamento de impressões, definido como todas as atividades que um indivíduo desenvolve no sentido de estar sempre em evidência e influenciar a maneira como os outros o enxergam, ou seja, a imagem ou impressão que eles criam a seu respeito. O objetivo geral da pesquisa foi conhecer as influências do gerenciamento de impressões realizado por um usuário sobre a efetividade de outro usuário no uso de uma rede social virtual por eles compartilhada. Para a consecução da pesquisa, a rede social virtual escolhida foi o Facebook, tendo como sujeitos da pesquisa indivíduos que se julgam prejudicados e incomodados com a prática do gerenciamento de impressões. Os procedimentos metodológicos consistiram em dois grupos focais e uma entrevista, a fim de definir efetividade de uso de redes sociais virtuais, identificar eventuais prejuízos à efetividade de uso de redes sociais virtuais causados pelo gerenciamento de impressões e explorar a possível relação entre limitações digitais comportamentais de um indivíduo e limitações digitais de acesso de outro indivíduo. Os resultados permitiram perceber que a efetividade de uso da rede social virtual está intimamente ligada à otimização do tempo, os fatores mais prejudiciais foram identificados como sendo a frequência exagerada de compartilhamento de informações, o tema dessas informações e também a alta visibilidade imposta por alguns indivíduos. Foi possível verificar que a limitação comportamental de um indivíduo afeta a forma como outro indivíduo age em sua rede social, por meio do bloqueio de informações, exclusão de contatos, configurando uma limitação de acesso.

Palavras-chave: Limitações digitais; Gerenciamento de impressões; Rede social virtual.

ABSTRACT

This work is part of the theme of digital limitation, broader than the concept commonly referred to in the literature as digital divide or digital exclusion. Three dimensions are found in digital limitation - access, informational and cognitive-behavioral - besides complex relationships. The research makes use of two of these dimensions, access limitation and behavioral limitation. Was chosen to study the management of impressions defined as all the activities that an individual develops with the aim to be always in evidence and influence the way they others see, in other words, the image or impression that the people create about this person. The focus of the research was to know the influence of impression management performed by a user on the effectiveness of another user in the use of a virtual social network they shared. For the achievement of the research, the social networking site Facebook was chosen, the research participants are individuals who consider themselves harmed and uncomfortable with the practice of impression management. The methodological procedures consisted of two focus groups and interview, in order to determine the effectiveness of use of virtual social networks, identify any damage to the effectiveness of the use of virtual social networks caused by impression management and explore the possible relationship between behavioral digital limitations of an individual and access digital limitations of another individual. The results allowed to realize that the effectiveness of the use of virtual social network is closely related to time optimization, the most harmful factors were identified as being the exaggerated frequency for sharing information, the theme of this information and also the high visibility imposed by some individuals. Was possible to verify that behavioral limitation of an individual affects how another person acts in their social network, by blocking information, deleting contacts, setting an access limitation.

Keywords: Digital limitation; Impression management; Virtual social network.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Fatores que agem sob GI	18
Figura 2 – Dimensões do GI.....	21
Figura 3– Elementos básicos das redes sociais.....	27
Figura 4 – Crescimento da rede social virtual Facebook.....	29
Figura 5 – As três dimensões da limitação digital.....	36
Figura 6 – Dimensões e indivíduos distintos.....	40
Figura 7 – Teoria do Comportamento Planejado.....	41
Figura 8 – Modelo conceitual da pesquisa.....	44
Figura 9 – Caminho Metodológico da Pesquisa.....	48
Figura 10 – Perfil da Pesquisadora PPGA no Facebook.....	55
Figura 11 – Religião 1.....	55
Figura 12 – Religião 2.....	55
Figura 13 – Autoajuda.....	55
Figura 14 – Violência 1.....	56
Figura 15 – Violência 2.....	56
Figura 16 – Preconceito.....	56
Figura 17 – Exposição.....	56
Figura 18 – Humor 1.....	56
Figura 19 – Humor 2.....	56
Figura 20 – Mensagens sem valor agregado.....	57

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Estratégias de GI.....	23
Quadro 2 – Táticas Assertivas de GI.....	24
Quadro 3 – Táticas Defensivas de GI	25
Quadro 4 – Resumo das Relações entre as Limitações Digitais.....	40
Quadro 5 – Pressupostos do Paradigma Interpretativista.....	46
Quadro 6 – Tópicos usados na coleta de dados.....	49

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Perfil dos participantes 1.....	52
Tabela 2 – Perfil dos participantes 2.....	54
Tabela 3 – Trechos categorizados.....	58
Tabela 3 – Relatos de estratégias de GI.....	64
Tabela 4 – Exemplificação de táticas assertivas de GI.....	66
Tabela 5 – Exemplificação de táticas defensivas de GI.....	67
Tabela 6 – Exemplificação de fatores geradores de LA.....	69

LISTA DE SIGLAS

AD	Análise do discurso
DORTs	Distúrbios osteomusculares relacionados ao trabalho
FG	<i>Focus group</i>
GI	Gerenciamento de Impressões
LA	Limitação de acesso
LC	Limitação comportamental
LER	Lesões por esforços repetitivos
LI	Limitação cognitivo informacional
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
TPB	Teoria do Comportamento Planejado
TRA	Teoria da Ação Racional

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA.....	13
1.2 OBJETIVOS.....	15
1.2.1 Objetivo Geral.....	15
1.2.2 Objetivos Específicos.....	15
1.3 JUTIFICATIVA.....	15
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	17
2.1GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES.....	17
2.1.1 Dimensões do Gerenciamento de Impressões.....	19
2.1.2 Estratégias do Gerenciamento de Impressões.....	22
2.1.3 Táticas do Gerenciamento de Impressões.....	24
2.2 REDES SOCIAIS VIRTUAIS.....	25
2.2.1 Atores.....	29
2.2.2 Conexões.....	30
2.2.3 Dinâmicas.....	30
2.2.4 Teoria dos Grafos.....	31
2.2.4.1 Modelo de Redes Aleatórias.....	32
2.2.4.2 Modelo de Mundos Pequenos.....	32
2.2.4.2 Modelo de Redes sem Escalas.....	33
2.3 LIMITAÇÕES DIGITAIS.....	33
2.3.1 Modelo Tridimensional de Limitações Digitais.....	35
2.3.2 Limitação de Acesso.....	36
2.3.3 Limitação Cognitivo-Informacional.....	37
2.3.4 Limitação Comportamental.....	38
2.3.5 Relações entre as Dimensões do Modelo de Limitações Digitais.....	39
2.3.6 Teoria do Comportamento Planejado.....	41
2.4 MODELO CONCEITUAL DA PESQUISA.....	42

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	45
3.1 ANÁLISE DO DISCURSO.....	45
3.2 NATUREZA DA PESQUISA.....	46
3.3 MODELO DA PESQUISA.....	47
3.4 INSTRUMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	50
4 RESULTADOS.....	52
4.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS.....	52
4.2 ANÁLISE DOS DADOS.....	59
4.2.1 Análise da efetividade de uso.....	59
4.2.2 Análise dos prejuízos causados pelo GI.....	63
4.2.3 Análise da relação entre limitação digital comportamental e limitação digital de acesso.....	68
4.3 CONSEQUÊNCIAS DO ESTUDO.....	70
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	73
REFERÊNCIAS.....	76
ANEXOS.....	86

1 INTRODUÇÃO

Este capítulo está dividido em quatro seções: contextualização do tema, objetivos geral e específicos, justificativa, e estrutura do projeto.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA

Com as novas tecnologias de informação e comunicação (TICs), as relações sociais humanas são, muitas vezes, iniciadas e mantidas em plataformas virtuais. Essas plataformas virtuais, usualmente chamadas de redes sociais virtuais, implementam uma variedade de tecnologias, entre as quais, ferramentas para conversação síncrona (*chats*) e assíncrona (caixa postais), álbuns de fotografias, painéis de notícias e preferências, e redes de contatos pessoais, entre outros. Assim, alguns usuários dessas redes percebem oportunidades para realizar o que se convencionou chamar de gerenciamento de impressões (GI) *online*, que se refere a um esforço consciente para controlar comportamentos selecionados, fazendo transparecer impressão desejada e se fazer sempre presente, ou seja, estar continuamente em evidência para outros participantes de conversações *online*. GI, de fato, tem chamado a atenção na academia nos últimos anos (ELLISON; STEINFELD; LAMPE, 2007; TONG; VAN DER HEIDE; LANGWELL; WALTHER, 2008; WALTHER *et al.*, 2008; ZHAO; GRASMUCK; MARTIN, 2008; ROSENBERG; EGBERT, 2011). Mas o fenômeno é conhecido há muito, desde quando Goffman (1959) afirmou que as pessoas se envolvem em ações estratégicas para criar e manter uma imagem desejada.

As redes sociais virtuais representam algo central na interatividade entre indivíduos na sociedade contemporânea. Quando esses indivíduos se conectam uns aos outros, criam-se elos baseados no meio de comunicação (RECUERO, 2009); no caso presente, as redes sociais virtuais. Segundo Berger e Luckmann (2009), a conservação e o fortalecimento dos elos são processos organizados pela dinâmica social da qual os indivíduos fazem parte. Em redes sociais virtuais como Facebook, os indivíduos têm a possibilidade de criar imagens de si próprios para fins sociais, sem limite de tempo ou espaço (ROSENBERG; EGBERT, 2011). Usuários de Facebook podem utilizar essa plataforma para criar perfis estratégicos na tentativa de influenciar a forma como outros indivíduos os percebem. Abordar GI (ou

autoapresentação – LEARY; KOWALSKI, 1990; LEE *et al.*, 1999) em ambientes *online* pode ser útil, então, para entender a dinâmica das relações interpessoais modernas.

Nesse contexto, espera-se uma possível influência negativa do GI sobre alguns usuários de redes sociais virtuais, como quando alguém interfere negativamente na efetividade de outra pessoa em acessar informações. Por exemplo, alguém que continuamente compartilha mensagens em sua rede de contatos pessoais com o intuito de se autoapresentar ou tentar ser lembrado e conhecido por outros usuários pode interferir negativamente nestes últimos em muitos aspectos. Um exemplo disso é que se pode demorar muito até encontrar uma informação relevante, caso a rede social do indivíduo inclua muitas pessoas com comportamento frequente de GI.

Essa relação prejudicial será aqui trabalhada com o auxílio do modelo tridimensional de limitações digitais proposto por Bellini *et al.* (2010). Esse modelo vai além das discussões usuais sobre o acesso e o uso de TICs, tradicionalmente tratadas sob o rótulo de “exclusão digital”. O modelo compreende três formas principais de limitações: limitação de acesso (LA), que se refere às dificuldades do indivíduo em acessar as TICs; limitação cognitivo-informacional (LI), que se refere às dificuldades do indivíduo em desenvolver habilidades digitais; e limitação comportamental (LC), que se refere às dificuldades do indivíduo em aplicar suas habilidades digitais.

No presente estudo, serão investigadas situações que envolvem duas das dimensões propostas pelo modelo: o indivíduo que pratica GI passa a ser considerado possuidor de uma limitação digital em nível de comportamento (LC), enquanto o indivíduo que é prejudicado pelo GI passa a ser considerado possuidor de uma limitação em nível de acesso (LA) resultante daquele comportamento, uma vez que perde eficiência na busca por informações relevantes em sua rede social virtual. O modelo de Bellini *et al.* (2010) aparentemente nunca foi utilizado dessa maneira (investigando a relação de diferentes limitações digitais entre indivíduos), de modo que a presente pesquisa contribui para o avanço da teoria e de sua aplicação prática em casos amplamente usuais.

Mais especificamente, busca-se responder a seguinte questão de pesquisa: **Qual a influência do gerenciamento de impressões realizado por um usuário sobre a efetividade de outro usuário no uso de uma rede social virtual por eles compartilhada?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar a influência do gerenciamento de impressões realizado por um usuário sobre a efetividade de outro usuário no uso de uma rede social virtual por eles compartilhada.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Definir efetividade de uso de redes sociais virtuais;
2. Identificar eventuais prejuízos à efetividade de uso de redes sociais virtuais causados pelo gerenciamento de impressões por parte de seus membros;
3. Explorar a possível relação entre limitações digitais comportamentais de um indivíduo e limitações digitais de acesso de outro indivíduo em redes sociais virtuais.

1.3 JUSTIFICATIVA

A interação social é um aspecto importante na vida do ser humano. Ele interage com diversas instâncias de sua presença social, como família, amigos, instituições educacionais e organizações. Em todas essas instâncias, percebe-se a importância do julgamento, percepção e avaliação que é formada quanto à identidade, aos atributos e objetivos dos indivíduos (TEDESCHI; RIESS, 1981).

Ao longo do tempo, cresce o interesse por pesquisas relacionadas ao entendimento do processo pelo qual os indivíduos, quando em meio a situações sociais, buscam administrar o ambiente, na tentativa de corresponder às expectativas de seus observadores e às imagens que estão tentando criar ou manter – processo este denominado de gerenciamento de impressões (GI). Tedeschi e Riess (1981) conceituam GI como qualquer comportamento que tenha o

propósito de controlar e manipular as atribuições e as impressões formadas por outros em relação ao indivíduo.

Esse tipo de comportamento está também presente nas redes sociais virtuais, onde uma das funções é permitir a interação entre pessoas e, de acordo com Recuero (2009), as redes sociais virtuais são também responsáveis pela geração de fluxo de informação e trocas sociais.

É popularmente sabido que muitas pessoas reclamam da ocorrência de GI em redes sociais. Por exemplo, diversos amigos da pesquisadora relatam se sentir incomodados e prejudicados com essa prática. Por esse motivo, o interesse da presente pesquisa se volta para os efeitos negativos do GI em redes sociais virtuais, mais especificamente no Facebook. Essa rede social virtual é um ponto central de encontro de diversas empresas e grande parcela da sociedade tem acesso a ela. A administração é um tema que se faz presente, pois envolve tanto empresas quanto sociedade de forma mais ampla.

A investigação se dará no efeito do comportamento digital de um indivíduo sobre as restrições de acesso, para uso efetivo das TICs, de outro indivíduo, tomando como base o modelo tridimensional de limitações digitais de Bellini *et al.* (2010). Ou seja, o indivíduo que pratica GI passa a ser considerado possuidor de uma limitação digital em nível de comportamento (LC_{p1}), enquanto o indivíduo que é prejudicado pelo GI passa a ser considerado possuidor de uma limitação em nível de acesso (LA_{p2}) resultante daquele comportamento, uma vez que perde eficiência na busca por informações relevantes em sua rede social virtual.

No que concerne às implicações teóricas, espera-se que este estudo atenda às recomendações encontradas na literatura a respeito da necessidade de se aplicar o modelo tridimensional de limitações digitais para construir tradição de pesquisa e pesquisa cumulativa. Além disso, espera-se realizar uma aplicação inovadora, utilizando o modelo simultaneamente em dois indivíduos diferentes e em duas dimensões distintas das limitações digitais (acesso e comportamento), para um mesmo caso de tecnologia.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo está dividido em três seções: a primeira seção aborda o GI; a segunda seção aborda as características e conceitos relativos às redes sociais virtuais; e a terceira seção discute as limitações digitais e suas diferentes dimensões.

2.1 GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES

Com origens na Sociologia – com os trabalhos de Erving Goffman – e Psicologia Social – com os trabalhos de Edward Jones – o GI despertou interesse no fim do século XX. Bozeman e Kacmar (1997) citam que teoria e pesquisas mais recentes têm sugerido que uma boa parcela dos comportamentos dos indivíduos é motivada pelo interesse de gerenciar impressões, ou seja, pelo desejo de serem vistos de determinado modo por outros. De acordo com Giancalone e Rosenfeld (1989), há uma corrente de pesquisas com interesse em entender o processo pelo qual os indivíduos buscam influenciar ou controlar as impressões formadas pelos outros a seu respeito. Essa corrente tem crescido nas ciências comportamentais, organizacionais e sociais.

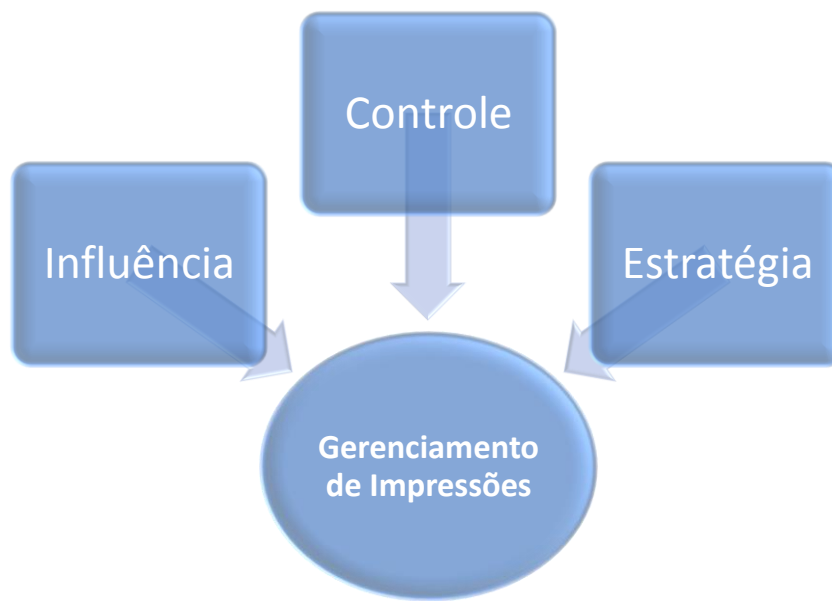
Decorrente dessas pesquisas, considera-se o GI como o conjunto de atividades que um ator social desenvolve com o intuito de influenciar o modo como os demais o veem, ou seja, a imagem ou impressão que eles criam a seu respeito. Esse comportamento, entendido como um processo de influência, é amplamente aceito na literatura (GOFFMAN, 1959; SCHLENKER, 1980; ROSENFELD; GIACALONE; RIORDAN, 2002).

O comportamento de GI é também considerado uma forma de influência social onde pessoas procuram afetar suas próprias ações somente para tentar influenciar as impressões que os demais formam delas. Segundo Goffman (1959), GI compreende a tentativa de estabelecimento do significado ou o propósito de interações sociais, que guiarão as ações dos indivíduos, auxiliando na projeção das expectativas. Rosenfeld, Giancalone e Riordan (1995, p.102) destacam que "tentamos controlar nossos comportamentos de GI porque eles são um meio primário de influenciar como outras pessoas nos tratam".

Na presente pesquisa, GI é compreendido como todas as atividades que um indivíduo (ator social) desenvolve no sentido de estar sempre em evidência e influenciar a maneira

como os outros o enxergam, ou seja, a imagem ou impressão que eles criam a seu respeito, como mostra a Figura 1, a qual representa os fatores que agem de forma direta no GI: influência, controle e estratégia .

Figura 1 – Fatores que agem no GI



Fonte: Elaboração própria.

Schlenker (1980, p. 47) destaca o GI como uma parte central da natureza da interação social. Para ele, "é inconcebível discutir relações interpessoais sem empregar o conceito". Para ele, todas as relações envolvem influência, até mesmo quando os indivíduos não reconhecem isto, ou seja, quando o indivíduo pensa estar agindo de maneira inconsciente. Ainda segundo Schlenker (1980), GI é uma forma de influência social onde as pessoas afetam seus próprios resultados na tentativa de influenciar as impressões que os outros formam delas, por meio de ações e palavras, deixando impressões nos outros que moldam a forma como eles abordam e tratam outras pessoas. Controlar essas impressões é uma maneira de controlar as ações dos demais, as quais, em contrapartida, afetam nossos próprios resultados para melhor ou pior. Wood Jr. (1999, p. 206) acrescenta que:

Gerenciamento da impressão pode ser definido como a utilização pelos atores de estratégias de comunicação destinadas a influenciar a percepção e as interpretações da audiência. Como metodologia, ou conjunto de técnicas, o gerenciamento da impressão fundamenta-se na premissa de que a construção da imagem afeta a percepção das pessoas.

Quando se discute GI como processo de comunicação, é importante salientar que, enquanto uma pessoa (ator) está buscando gerenciar impressões de outras (alvo), estas decodificam tudo aquilo que a primeira faz, assim formando suas impressões sobre ela. A interação entre ator e alvo apresenta dois fenômenos importantes: o GI e a formação de impressões.

De forma básica, o GI, como já foi mencionado, é tudo que um indivíduo faz para controlar o modo como os outros o veem e a imagem que desenvolvem. A formação de impressões, por sua vez, ocorre quando os indivíduos decodificam mensagens e formam impressões e imagens de outras pessoas (JONES; PITTMAN, 1982).

Jones e Pittman (1982) sugerem que GI serve para aumentar ou manter o poder de alguém em uma relação com outro indivíduo. Corroborando com Schlenker (1980) e Jones e Pittman (1982), Tedeschi e Melburg (1984, p. 57) destacam que "comportamentos de GI são claramente parte do processo de influência social". Essa função do GI como um processo de influência é evidenciada também por Leary (1996), para quem GI apresenta três funções primárias para o indivíduo: pode servir como meio de promover emoções positivas, meio de melhorar a construção da identidade pessoal e manutenção da autoestima, e meio de influência interpessoal.

Indivíduos não só procuram gerenciar suas impressões face a face, mas também em ambientes mediados por computador (ZHAO *et al.*, 2008). Ao considerar ambientes *online*, podem ser encontradas duas motivações para GI: a publicidade e a probabilidade de futuras interações (LEARY, 1996). A natureza pública de uma impressão vai motivar as pessoas a gerenciarem suas impressões de maneira mais cuidadosa. Além disso, futuras interações com os contatos de uma rede social virtual, por exemplo, são altamente prováveis, o que aumentará a motivação para gerenciar suas impressões mais de perto.

2.1.1 Dimensões do Gerenciamento de Impressões

Gardner e Martinko (1988) afirmam que a intencionalidade é uma das dimensões fundamentais nas quais o GI varia. Leary (1996) assinala que se deve fazer uma distinção entre impressões que um indivíduo quer que o outro forme – chamado de “impressões calculadas” – e as impressões que o indivíduo não tem intenção que o outro forme – chamado de “impressões secundárias”. Dessa forma, observa-se que a intencionalidade é uma questão

amplamente discutida quando se trata de GI. Segundo Malle, Moses e Baldwin (2003), a intencionalidade se refere à qualidade das ações que são intencionais, enquanto a intenção é o estado mental do agente que representa tais ações.

O curso das interações sociais é estabelecido por meio dos julgamentos referentes à intencionalidade. A habilidade de explicar, interpretar e perceber as ações de outras pessoas repousa nos conceitos de intencionalidade e intenção (MALLE; KNOBE, 1997, p. 117):

As pessoas distinguem nitidamente entre comportamento intencional e não intencional; identificam as intenções que estão por trás do comportamento de outros indivíduos; explicam ações empreendidas com referência às intenções, convicções e desejos; e avaliam o valor social das ações usando os conceitos de intencionalidade e responsabilidade.

A intencionalidade apresenta dois significados bem diferentes (MALLE; MOSES; BALDWIN, 2003): o primeiro diz respeito ao termo técnico que pode ser usado para se referir à propriedade de todos os estados mentais como sendo dirigidos para algo; o segundo diz respeito à propriedade das ações que permite às pessoas que as considerem propositais, significativas e feitas intencionalmente. O entendimento de intencionalidade nesta pesquisa reflete a segunda proposição do termo.

Na literatura de GI, parece não haver consenso quanto ao grau de intencionalidade necessário para que se possa considerar um comportamento como GI. Tedeschi e Reiss (1981) apontam que, na visão de diversos autores, GI deve ser deliberado, pois o processo de comunicação apenas se consuma quando a comunicação é pretendida por parte do emissor. Outros autores argumentam que a intencionalidade não é necessária. O presente estudo segue a linha de Tedeschi e Reiss (1981), que assumem uma posição intermediária e afirmam que para ser considerado GI, o comportamento deve ter sido desempenhado com propósito de influenciar impressões, embora o ator não precise ter consciência desse propósito.

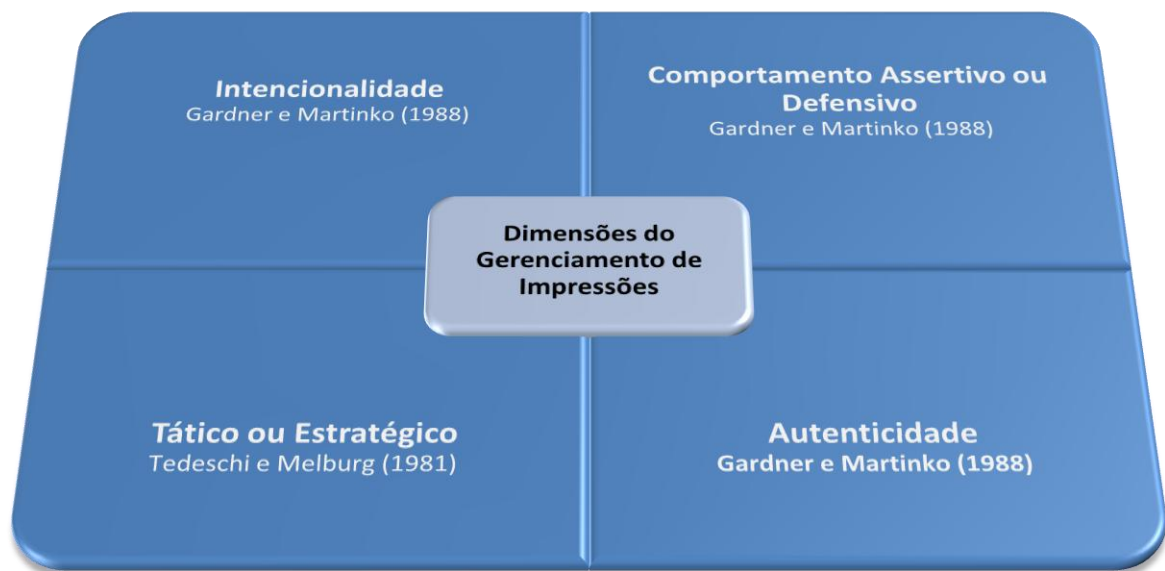
Outra dimensão de GI, discutida por Gardner e Martinko (1988), é o comportamento assertivo ou defensivo. Para os autores, comportamentos assertivos são projetados para melhorar uma identidade social do indivíduo, enquanto GI defensivo é utilizado para proteger uma imagem já estabelecida.

Uma terceira dimensão apontada por Tedeschi e Melburg (1981) é que GI pode ser tático ou estratégico em seus objetivos. GI tático é feito com objetivos bem claros e de curto prazo; já as formas estratégicas de GI têm a função de construir características de reputação que servem aos interesses de longo prazo do ator.

A quarta dimensão do GI é a autenticidade (GARDNER; MARTINKO, 1988), correspondendo ao grau no qual o desempenho do indivíduo é consistente com seu autoconceito. É deixado claro por Goffman (1959) que uma autoapresentação pode consistir em autoconvicção ou em manifestações de autodescrença; dessa forma, um indivíduo pode apresentar o que ele sinceramente acredita ser identidade autêntica, ou pode se empenhar em comportamento desonesto. Uma pessoa pode, ou não, acreditar em sua própria autoapresentação e pode, ou não, estar ciente de que está engajada em GI (TEDESCHI; RIESS, 1981). Os desempenhos realizados pelas pessoas ao desenvolverem GI podem ser tanto sinceros, quando o ator acredita em sua atuação, quanto cínicos, quando a atuação é vista pela pessoa apenas como meio para atingir determinado fim (GROVE; FISK, 1989).

Dessa forma, há quatro dimensões de GI no presente trabalho, como mostra a Figura 2.

Figura 2 – Dimensões do GI



Fonte: Elaboração própria.

No tópico a seguir, são apresentadas e discutidas as principais estratégias do GI.

2.1.2 Estratégias do Gerenciamento de Impressões

Os comportamentos de gerenciamento estratégico de impressões têm objetivos de longo prazo e procuram estabelecer identidades que envolvam credibilidade, competência e confiabilidade de algo ou alguém (ROSENFELD, 1997). Os indivíduos, de acordo com Jones e Pittman (1982), têm a possibilidade de adotar estratégias de GI de insinuação, autopromoção, exemplificação, intimidação e suplicação, no sentido de serem percebidos, respectivamente, como simpáticos, competentes, moralmente confiáveis, perigosos e merecedores de pena.

A primeira das estratégias, a insinuação, é usada para ilustrar alguém como amigável e simpático. Não se trata de um desejo espontâneo de agradar aos demais, mas de algo feito para atingir um determinado objetivo (CARVALHO; GRISCI, 2002). Por meio da insinuação, o indivíduo acredita que outro indivíduo irá favorecê-lo se o vir como alguém agradável e/ou amigável. Correia e Mendonça (2007), entretanto, lembram que tal estratégia também pode ser vista como artifício calculado.

A autopromoção, por sua vez, consiste em expor uma imagem de competência, destacando as habilidades (CARVALHO; GRISCI, 2002). O ator que usa a tática de autopromoção quer ser visto como bom naquilo que faz (GARDNER III, 1992). Correia e Mendonça (2007) asseveram que, normalmente, o autopromotor tende a dizer que é bom justamente nas capacidades de maior relevância para o público, ao mesmo tempo em que confessa não ser tão forte nas competências menos valorizadas.

A exemplificação, terceira estratégia, é utilizada quando o objetivo é expressar uma imagem de virtudes morais como: honestidade, lealdade e ética (CARVALHO; GRISCI, 2002). Segundo Correia e Mendonça (2007), pode ser evidenciada nas pessoas que servem de exemplo para outras, que voluntariamente as ajudam, ainda que isso traga sofrimento para ela própria, ou que, ao se mostrar perfeita demais, a pessoa seja vista como mentirosa ou arrogante.

A quarta estratégia, intimidação, transmite uma imagem de ameaça e de agressão, tanto física quanto verbal (CARVALHO; GRISCI, 2002). Esse tipo de estratégia é amplamente utilizado por aqueles que, de certa forma, possuem posições mais altas nas hierarquias (CORREIA; MENDONÇA, 2007).

A última estratégia, suplicação, é aquela empregada por pessoas que, para conseguir poder, demonstram fraqueza, dependência ou inabilidade (CORREIA; MENDONÇA, 2007).

Induzidas por normas sociais de responsabilidade, as pessoas parecem sentir-se obrigadas a ajudar suplicadores. Gardner III (1992) ressalta que tal estratégia normalmente é usada quando o ator não acredita que possui um atributo valorizado pelo público, e seu uso recorrente acarreta no problema de o suplicador ser visto como incompetente.

As estratégias de GI propostas por Jones e Pittman (1982) apresentam-se no Quadro 1.

Quadro 1 – Estratégias de GI

Estratégia	Descrição	Atribuição Buscada	Possíveis Atribuições Negativas
Insinuação	Tentativa de parecer mais atraente e simpático para os demais.	Agradável	Bajulador
Autopromoção	Tentativa de se mostrar mais competente.	Competente e eficaz	Fraudulento e convencido
Exemplificação	Tentativa de ser moralmente confiável, podendo também servir para induzir os seguidores.	Confiável e dedicado	Hipócrita e Explorador
Intimidação	Tentativa de se mostrar uma pessoa perigosa que é capaz de causar sofrimento aos demais.	Perigoso e cruel	Ineficaz e com conversa tola
Suplicação	Tentativa de se mostrar desamparado para solicitar ajuda aos demais.	Desamparado e infeliz	Autodepreciação

Fonte: Elaboração própria.

Como, na presente pesquisa, GI também é visto como um meio de influência, cabe apresentar o que dizem Tedeschi e Riess (1981, p. 136):

Estratégias de insinuação, intimidação, exemplificação, autopromoção e suplicação, podem ser usadas para conquistar objetivos imediatos em interações com outros. Além disso, a auto-apresentação do ator pode sutilmente levar ao desenvolvimento de recursos de poder ou características reputacionais, tal como especialidade, status, atratividade, prestígio, integridade e credibilidade, os quais podem ter importantes efeitos posteriores (e não planejados) nas interações subsequentes que envolvam o uso explícito de tentativas de influência.

Apresentadas e discutidas as estratégias de GI, apresentam-se, agora, as táticas de GI encontradas na literatura.

2.1.3 Táticas do Gerenciamento de Impressões

De acordo com Rosenfeld (1997), as táticas de GI têm o objetivo de criar uma impressão positiva rápida e de curto prazo. Para isso, há duas categorias de comportamentos: tático-assertivos e tático-defensivos. As descrições a seguir devem-se a Cialdini (1992).

Os comportamentos tático-assertivos são: ostentar, alardear, polir e infamar. A tática de ostentar envolve a tendência a se vangloriar não de suas próprias conquistas, mas de ostentar a associação com pessoas bem-sucedidas. As pessoas, para assegurar que sejam percebidas de maneira distinta de outra pessoa desfavorável, podem anunciar suas associações negativas com tal fonte. Esse tipo de comportamento caracteriza a tática de alardear. Isso pode ser feito tanto ao se chamar atenção para associações negativas, quanto ao se estabelecer novas associações.

Já a tática de polir se apresenta quando há vínculo positivo e demonstrável entre o indivíduo e alguma pessoa ou coisa, podendo-se aumentar o prestígio público persuadindo os observadores quanto a aspectos favoráveis daquela pessoa ou coisa. Por fim, a tática de infamar envolve exagero, exagerando-se os aspectos inconvenientes de alguém com o qual se tem alguma associação negativa. É tida como uma tática nociva.

Discutidas as táticas assertivas, apresenta-se, de forma resumida, sua descrição no Quadro 2.

Quadro 2 – Táticas assertivas de GI

Tática	Descrição
Ostentar	Falar da existência de uma associação com alguém que possui uma imagem positiva.
Alardear	Falar da ausência de associação com alguém que possui uma imagem desfavorável.
Polir	Citar com realce aspectos favoráveis de uma associação existente com alguém.
Infamar	Exagerar nos aspectos desfavoráveis de alguém cuja associação é negativa.

Fonte: Elaboração própria.

Já os comportamentos tático-defensivos são: encobrir, ofuscar, encorajar e menosprezar. Um ator associado a outro que cometeu uma falha, ou seja, que foi

malsucedido, desejará se distanciar desse fracasso aos olhos de seus observadores. Este processo representa a tática de encobrir.

Já a tática de ofuscar funciona quando se busca encobrir, para os observadores, associações realmente negativas que se tem com outro avaliado favoravelmente. Essa técnica manifesta-se mais como ato de omissão estratégica. A outra tática, a de encorajar, é caracterizada da seguinte maneira: às vezes, faz-se necessário ao indivíduo minimizar os aspectos desfavoráveis de outro ao qual ele está associado positivamente. A última das táticas é a de menosprezar, consistindo em minimizar as qualidades de alguém a quem se está associado negativamente.

Discutidas as táticas defensivas, apresenta-se, de forma resumida, sua descrição no Quadro 3.

Quadro 3 – Táticas defensivas de GI

Tática	Descrição
Encobrir	Negar a existência de associação com alguém que tenha imagem negativa.
Ofuscar	Negar a existência de associação negativa com alguém que tenha imagem favorável.
Encorajar	Minimizar os aspectos desfavoráveis de uma associação existente com outro.
Menosprezar	Minimizar traços favoráveis de alguém cuja associação seja negativa ou inexistente.

Fonte: Elaboração própria.

Outros autores apresentam diferentes táticas de GI. Leary (1996), por exemplo, apresenta um conjunto de oito táticas: autodescrição, exposição de atitudes, atribuições públicas, dispositivos de memória, comportamentos não verbais, associações sociais, conformidade e concordância e o ambiente físico. Já Nahavandi e Malekzadeh (1999) apresentam quatro táticas: enfatizar similaridades, adequar-se à situação, autopromoção e insinuação. A presente pesquisa toma como base as táticas sugeridas por Cialdini (1992).

2.2 REDES SOCIAIS VIRTUAIS

Redes sociais virtuais é um conceito onipresente que ocupa espaço crescente no discurso acadêmico, nas mídias, nas organizações e no senso comum, segundo Marteleto

(2010). Para entender o conceito de rede social virtual, é preciso compreender um pouco a história das redes sociais em geral.

Os estudos de redes sociais permitiram a construção de uma compreensão inovadora da sociedade, que ultrapassa os princípios tradicionais, nos quais o elo social é visto como algo que se estabelece em função dos papéis instituídos e das funções que lhes correspondem. Marteleto (2010) também afirma que o conceito de redes sociais leva a uma compreensão da sociedade a partir dos vínculos relacionais entre indivíduos, os quais reforçariam suas capacidades de atuação, compartilhamento, aprendizagem, captação de recursos e mobilização.

Um marco do conceito de redes sociais refere-se à pesquisa realizada por Bott (1957) sobre o elo entre as relações conjugais e as redes de referência do casal. Mitchell (1969) é outro antropólogo que faz parte dos fundadores do conceito de redes sociais, havendo elaborado a hipótese de que a rede social e seus elos podem ser empregados para analisar e compreender o comportamento das pessoas que fazem parte de uma rede.

Nas redes sociais, cada pessoa tem sua função e identidade cultural. Sua relação com outro indivíduo forma um todo coeso que representa a rede. De acordo com a temática da organização da rede, há a possibilidade de formação de configurações diferentes e mutantes (RECUERO, 2009).

As redes sociais, segundo Marteleto (2001), representam um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses em comum. A rede, que é tida como uma estrutura não linear, descentralizada, flexível, dinâmica, sem limites definidos e auto-organizável, estabelece-se por relações horizontais de cooperação. Costa *et al.*, (2003) ainda dizem que a rede é uma forma de organização fundamentalmente caracterizada por sua horizontalidade, ou seja, pelo modo de inter-relacionar os elementos sem quaisquer hierarquia.

Com base em seu dinamismo, as redes, dentro do ambiente organizacional, funcionam como espaços para o compartilhamento de informação e conhecimento, espaços que podem ser tanto presenciais quanto virtuais, em que pessoas com os mesmos objetivos trocam experiências, criando bases e gerando informações relevantes para o setor em que atuam (CAPRA, 2002).

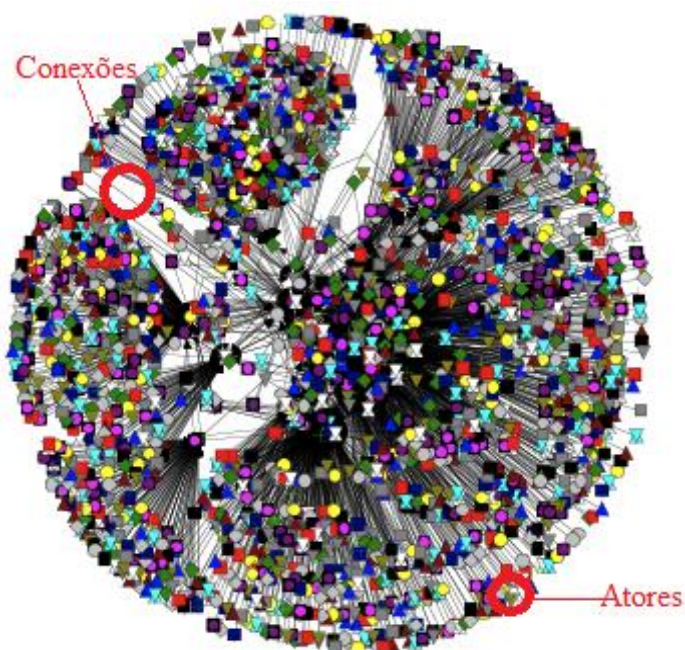
Castells (1999) faz uma relação direta das redes com a sociedade na Era da Informação, definindo-as como conjunto de nós interconectados. Esse nó é o ponto no qual uma curva se entrecorta. O que um nó é depende do tipo de redes concretas de que se fala.

Para Sodré (2002), rede é onde conexões e interseções tomam o lugar do que antes seria pura linearidade. Essas conexões e interações no âmbito das redes sociais ocorrem pelo contato direto (face a face) e pelo contato indireto – utilizando-se um veículo mediador, como a Internet, o telefone, ou outro meio. Enfim, pode-se dizer que redes sociais envolvem um conjunto de atores que mantêm ligações entre si. A partir do desenvolvimento dos meios de comunicação, principalmente após a Internet, as relações sociais prescindem do espaço físico e do geográfico; elas ocorrem independentes do tempo e do espaço.

A ideia de redes nas ciências sociais é aplicada à sociedade como um conjunto de relações e funções desempenhadas pelas pessoas umas em relação às outras. “Como característica das sociedades complexas, cada associação de seres humanos funciona de maneira muito específica, o que cria uma dependência funcional entre os indivíduos. Os vínculos entre estes indivíduos se fazem ininterruptamente, são ligações invisíveis, porém reais” (MARTELETO, 2000, p. 78).

O estudo das redes sociais virtuais tem seu foco nas estruturas sociais que surgem e em suas interações, responsáveis pela geração de fluxo de informação e trocas sociais por meio da Internet. Para entender melhor tais processos, é preciso entender um pouco sobre seus elementos e processos dinâmicos, mostrados, em parte, na Figura 3 e explorados a seguir.

Figura 3 – Elementos básicos das redes sociais



Fonte: Adaptada de Recuero (2006).

Uma rede social pode ser definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos) e suas conexões (laços sociais ou interações) (WASSERMAN; FAUST, 1994; DEGENNE; FORSE, 1999). Dessa forma, uma rede é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores (RECUERO, 2009).

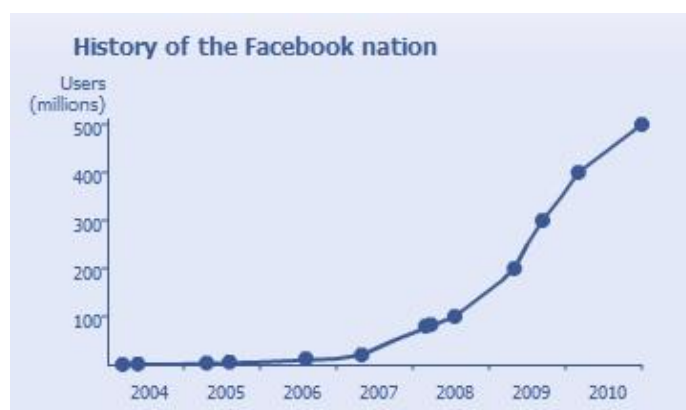
As redes sociais desenvolvidas virtualmente por meio da Internet são chamadas de diferentes formas por autores. Recuero (2009) utiliza o termo “redes sociais virtuais”, Cheung, Chiu e Lee (2011) adotam “redes sociais online” e Boyd e Ellison (2007) preferem “sites de redes sociais”. Embora haja termos diferentes, todos se referem ao mesmo fenômeno. A presente pesquisa adota o termo “redes sociais virtuais”.

As redes sociais virtuais são a ferramenta *online* mais acessada pelos usuários da Internet em todo o mundo (KEBEDE; BUTTERFIELD, 2009). Elas introduziram uma nova qualidade em relação à participação social em ambientes *online* por meio da motivação de compartilhar experiências e adquirir mais conhecimento (NEUMANN *et al.*, 2005).

O princípio das redes sociais virtuais, segundo Neumann *et al.* (2005), é o uso da representação explícita da informação do usuário e os relacionamentos entre eles, além das recomendações de conteúdo, seleção e mecanismos de confiança que são trocados entre as pessoas. Fornecem também inferência automática de interesse comum através do raciocínio lógico, facilitando o acesso às informações que, em princípio, são prioritárias para determinados usuários.

A primeira rede social virtual reconhecida, segundo Boyd e Ellison (2007), foi lançada em 1997. Era chamada SixDegrees.com e permitia que os usuários criassem perfis, listassem amigos e, a partir de 1998, navegassem pelas páginas dos amigos. Essa rede social se promoveu por ser uma ferramenta que ajudava as pessoas a ficarem ligadas umas às outras e enviarem mensagens entre si. Depois, várias redes sociais virtuais surgiram com o mesmo intuito e aprimorando as funcionalidades, como: LinkedIn, MySpace, Orkut e Facebook.

Cheung, Chiu e Lee (2011) dizem que o crescimento e a popularidade das redes sociais *online*, como mostra a Figura 4, criou um novo mundo de colaboração e comunicação. Mais de um bilhão de pessoas em todo o mundo estão atualmente conectadas e ligadas através da rede para criar, colaborar e contribuir com conhecimento e informação. Apesar da importância das redes sociais *online*, há, relativamente, pouca pesquisa empírica e teoria disponíveis para atender este novo fenômeno de comunicação e interação (CHEUNG; CHIU; LEE, 2011).

Figura 4 – Crescimento da rede social virtual Facebook

Fonte: NACIS (2010).

Murray e Waller (2007) afirmam que redes sociais virtuais são comunidades virtuais que permitem a conexão entre pessoas e interação entre elas. Isso ocorre devido a um assunto em comum ou apenas para se estar junto no ambiente *online*. Boyd e Ellison (2007) definem redes sociais virtuais como sendo serviços baseados na Web que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema limitado, (2) articularem uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão, e (3) verem e percorrerem a sua lista de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema.

As redes sociais virtuais introduziram uma maneira fácil e eficiente de construir e gerenciar redes sociais *offline* e *online*, afirmam Neumann *et al.* (2005), para quem a informação seria transmitida melhor e de maneira mais rápida e, assim, os usuários tornar-se-iam mais engajados e envolvidos uns com os outros. Ainda de acordo com aqueles autores, as redes sociais virtuais aumentam o círculo de "amigos" e há claramente a impressão de que, quanto maior o número de conexões, mais forte é a rede, mesmo que essas conexões sejam laços fracos.

2.2.1 Atores

Segundo Recuero (2009), atores são os indivíduos que compõem a rede social. São, normalmente, representados por nós (ou nodos) em grafos. De forma mais direta, trata-se das

peças que estão envolvidas na rede a ser analisada. Os atores têm a capacidade de moldar as estruturas sociais por meio da interação e da criação de laços sociais.

De acordo com Dörin (2002), Lemos (2002) e Sibilia (2003), há um processo permanente de construção e expressão de identidade por meio dos atores no ciberespaço. Portanto, através da observação das formas de identificação dos usuários na Internet, pode-se perceber os atores e observar suas interações e conexões. Dessa forma, todo tipo de representação de pessoas pode ser como um nó da rede social.

2.2.2 Conexões

Em linhas gerais, as conexões em uma rede social são constituídas por laços sociais formados através da interação entre atores. As conexões são o principal foco do estudo das redes sociais, pois sua variação altera as estruturas desses grupos (RECUERO, 2009).

É preciso explorar, inicialmente, as interações, relações e laços sociais como elementos de conexão. A matéria-prima das relações e dos laços sociais é a interação. De acordo com Parsons e Shill (1975), a ação de um elemento depende da reação do outro, havendo orientação com relação às expectativas. Tais ações são coordenadas por meio da conversação, por exemplo. Neste sentido, Watzlawick, Beavin e Jackson (2000) dizem que a interação representa um processo comunicacional, sendo aquela ação que tem reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social.

A interação mediada por computador, segundo Recuero (2009), é responsável por gerar e manter relações complexas e tipos de valores que constroem e mantêm as redes sociais da Internet. Mais que isso, ela é responsável por gerar relações sociais, que, por sua vez, geram laços sociais. Esses laços sociais são formas mais institucionalizadas de conexão entre atores, constituídos no tempo e através da interação social.

2.2.3 Dinâmicas

Uma rede social é modificada ao longo do tempo. Tais modificações constituem-se também em um padrão importante para compreensão dessa rede e devem ser levadas em

consideração (THACKER, 2004). De acordo com Watts (2003), não há redes paradas, estáticas no tempo e no espaço; elas são dinâmicas e estão sempre se transformando. Nessas mudanças, é possível encontrar interações que buscam somar e construir determinado laço social e interações que visem a enfraquecer ou até mesmo destruir outro laço. Redes são sistemas dinâmicos e, como tais, sujeitos a processos de ordem, caos, agregação, desagregação e ruptura (NICOLIS; PRIGOGINE, 1989).

Além de observar atores conexões e dinâmicas, é preciso entender um pouco sobre Teoria dos Grafos, um ramo da matemática que estuda as relações entre os objetos de um determinado conjunto, amplamente utilizado na análise de redes sociais virtuais.

2.2.4 Teoria dos Grafos

Os primeiros passos da análise de redes sociais encontram-se principalmente nos trabalhos do matemático Æuler que foi o criador do teorema da teoria dos grafos. Um grafo representa um conjunto de nós conectados por arestas, formando uma rede. A partir desta ideia, diversos estudiosos dedicaram-se a entender quais as propriedades dos vários tipos de grafos e como era o processo de sua construção, ou seja, como os nós se agrupavam (BUCHANAN, 2002; BARABÁSI, 2003; WATTS, 2003).

Na sociologia, a teoria dos grafos é uma das bases do estudo das redes sociais, ancorada na chamada análise estrutural (DEGENNE; FORSÉ, 1999), que dedica atenção especial ao estudo das estruturas sociais. A análise das redes sociais parte de duas grandes visões do objeto de estudo: as redes inteiras e as redes personalizadas (WATTS, 2003). O primeiro aspecto foca na relação estrutural da rede como um grupo social; o segundo foco estaria no papel social de um indivíduo que poderia ser compreendido não apenas através dos grupos (redes) aos quais ele pertence, mas, igualmente, através das posições que ele ocupa nessas redes. A diferença básica entre os dois seria: a rede inteira foca em um grupo determinado e a rede personalizada foca em um indivíduo.

2.2.4.1 Modelos de Redes Aleatórias

Alfred Rényi e Paul Erdős Rényi, matemáticos, foram responsáveis pelo modelo de "grafos aleatórios", que pretendia explicar como se formariam as redes sociais. Nesse modelo, os nós se conectariam aleatoriamente (por isso, a formação dos grafos seria aleatória) e as redes seriam igualitárias, pois todos os nós que as formavam deveriam ter mais ou menos a mesma quantidade de conexões, e a mesma chance de receber novos *links* (SILVA *et al.*, 2006). Surge, aqui, o conceito de *clusters*: grupos de nós conectados.

2.2.4.2 Modelo de Mundos Pequenos

Stanley Milgram foi responsável pelo primeiro experimento para observar o grau de separação entre as pessoas. Cartas foram enviadas aleatoriamente a vários indivíduos, pedindo que eles a enviassem a um alvo específico que, caso não conhecessem, deveria ser acionado através de outra pessoa (SILVA *et al.*, 2006). Chegou-se à conclusão de que as cartas que chegaram ao alvo final, em sua maioria, haviam passado por um pequeno número de pessoas. Isso indicaria que essas pessoas estariam a poucos graus de separação umas das outras. Por isso, a ideia de "mundo pequeno". Esse modelo pode ser especialmente aplicado às redes sociais: cada indivíduo tem amigos e conhecidos em todo o mundo, que, por sua vez, conhecem outras pessoas. Assim, todos estariam "conectados", o que evidenciaria a existência de poucos graus de separação entre as pessoas no planeta.

Mark Granovetter foi responsável por criar conceitos de laços fracos e laços fortes. Para ele, os laços fracos seriam mais importantes que os laços fortes na manutenção da rede social, pois conectariam pessoas de grupos sociais diversos, dando aos *clusters* características de rede (BARABÁSI, 2003). Conceitos como tempo de dedicação, similaridade, hierarquização espontânea e transitividade explicam a força dos laços e a fragilidade deles.

Duncan Watts e Steven Strogatz afirmam que redes sociais apresentam padrões altamente conectados, tendendo a formar pequenas quantidades de conexões entre cada indivíduo (WATTS, 2003). O modelo criado por eles é semelhante ao de Erdős e Rényi, onde os laços são estabelecidos entre pessoas próximas, mais os laços estabelecidos aleatoriamente entre alguns nós transformariam a rede em um único mundo. Assim, a distância média entre

duas pessoas no mundo não ultrapassaria um número pequeno de pessoas, bastando que existissem entre os grupos alguns laços aleatórios.

2.2.4.3 Modelo das Redes sem Escalas

Criado por Barabási, esse modelo faz críticas aos modelos de Erdős e Rényi, e também ao de Watts (SILVA *et al.*, 2006). Discorda da concepção de que, nas redes sociais, as conexões entre nós são estabelecidas de modo aleatório. Para Barabási, há uma ordem na dinâmica de estruturação das redes. Para ele, as redes não seriam igualitárias. Ao contrário, alguns nós seriam altamente conectados, enquanto outros teriam poucas conexões. Os nós ricos seriam os *hubs* ou conectores e tenderiam a receber sempre mais conexões. Barabási denominou esse tipo de rede de “rede sem escalas” (BARABÁSI, 2003).

Quando se fala de redes sociais virtuais, que fazem uso da comunicação mediada por computador, como fala Recuero (2009), é necessário tratar também das limitações digitais dos atores. As limitações digitais serão discutidas na próxima seção.

2.3 LIMITAÇÕES DIGITAIS

Na presente pesquisa, a tecnologia em foco é a Internet, que foi criada por meio de uma gama de inovações e invenções, desde computação e comunicações até políticas regulatórias, negócios e finanças, conforme afirmam Mowery e Simcoe (2002). Brandtweiner *et al.* (2010) sugerem duas dimensões para o uso da Internet: a primeira é a Internet servindo como ferramenta administrativa, e a segunda como meio de comunicação de massa.

Em sua origem, a Internet fazia parte da vida de um grupo pequeno de pessoas, com foco na colaboração e acesso aberto. Todos tinham poderes equivalentes, mas, segundo Witte e Mannon (2010), devido à popularização dessa tecnologia, passou-se a refletir os valores que têm seu enfoque na competição, status e hierarquia. Disseminação de tecnologias é majoritariamente guiada pela orientação de mercado (MORI, 2011). Por esse motivo, ao passo em que as TICs se tornam disponíveis no mercado, as pessoas adotam-nas a diferentes custos, suscitando variações no nível de acesso (DEWAN; RIGGINS, 2005). Isso faz com que

governo e pesquisadores voltem suas atenções para a discussão da exclusão digital (AGARWAL *et al.*, 2009).

Mesmo com o número de indivíduos que se beneficiam com o uso da Internet e computadores aumentando, surge um questionamento sobre as consequências para aqueles que estão à margem do uso e do acesso a essas TICs. Estudos são desenvolvidos nesta esfera de preocupações, com o objetivo de caracterizar e propor soluções que auxiliem quem está em desvantagem no uso e acesso às TICs. Embora as definições operacionais de acesso variem de estudo para estudo, a maior atenção, apontam DiMaggio e Hargittai (2001), tem sido dada a explorar a distância entre as pessoas que utilizam a Web e outros serviços da Internet e as pessoas que não utilizam.

Valadez e Duran (2007) apontam a existência de uma diferença na difusão da tecnologia entre pobres e ricos. Dessa maneira, os grupos mais prováveis a serem digitalmente excluídos continuam a ser aqueles rotulados como já sendo socialmente excluídos, principalmente em termos de renda (SELWYN, 2006). A solução para a exclusão digital, frequentemente observada nas ações de políticas públicas, torna-se perceptível na criação de locais comunitários para acesso popular (SILVINO; ABRAHÃO, 2003). Contudo, a exclusão digital não é marcada somente pela falta de acesso físico a computadores e conectividade, mas também pela falta de acesso a recursos adicionais que possibilitem às pessoas fazerem bom uso da tecnologia (WARSCHAUER, 2003).

Não há consenso acerca da definição, extensão ou impacto da exclusão digital (DEWAN; RIGGINS, 2005). Em alguns estudos, encontram-se termos que são utilizados para denominar fenômenos que apontam dificuldade de uso e acesso às TICs, entre eles "exclusão digital" (visão dicotômica de acesso e não-acesso) e "desigualdade digital" (visão comparativa entre indivíduos), segundo Bellini e Isoni Filho (2012). Em pesquisa sobre essa temática, Bellini *et al.* (2010) alteram a perspectiva de análise e propõem o termo "limitações digitais" para destacar o indivíduo e seus níveis de acesso e de uso das TICs. Este será o termo utilizado no presente estudo. Serão aqui utilizadas as expressões "exclusão digital" e "desigualdade digital" para referenciar estudos anteriores englobados pela perspectiva das limitações digitais.

O termo *digital divide* é definido por Sipior *et al.* (2004) como uma lacuna entre indivíduos, famílias, negócios e áreas geográficas, em diferentes níveis socioeconômicos, no que diz respeito a oportunidades para acessar TICs e seus usos da Internet. Hargittai (2003) aponta que esse conceito é, geralmente, entendido em termos binários, o que, afirma

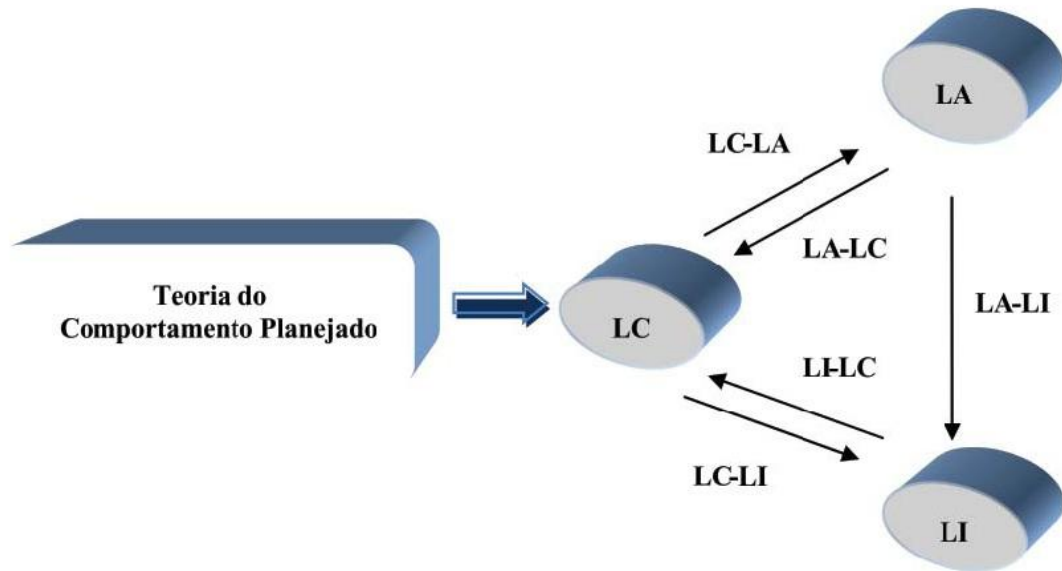
Warschauer (2003), está implícito na própria palavra *divide*, sugerindo uma divisão bipolar entre os que têm e os que não têm.

No Brasil, o uso do conceito de *digital divide*, sob o rótulo de “exclusão digital” (GOMES, 2002; SORJ; GUEDES, 2005; LUCAS, 2002), é aplicado para caracterizar aqueles que não têm acesso e estão excluídos das vantagens advindas das TICs. A exclusão digital vem sendo explorada com maior foco no acesso, visto como conveniente e de fácil mensuração (BARZILAI-NAHON, 2006), porém é preciso tratar fatores mais complexos, tais como os de natureza cognitiva e comportamental. De fato, esses aspectos parecem estar presentes na base do fenômeno e, por isso, necessitam ser levados em consideração na análise da efetividade do uso das TICs (BELLINI *et al.*, 2010). Para os autores, a exclusão digital se refere ao extremo da falta de acesso, ao passo que a desigualdade digital sugere a comparação entre indivíduos. Já a limitação digital diz respeito aos níveis de acesso e de uso das TICs verificados em um único indivíduo. Preocupados com esse fenômeno, Bellini *et al.* (2010) propõem um modelo, como mostra a Figura 5, que aborda três tipos de limitações digitais: limitação de acesso, limitação cognitivo-informacional e limitação comportamental.

2.3.1 Modelo Tridimensional de Limitações Digitais

O modelo da Figura 5, que recebe contribuição da Teoria do Comportamento Planejado (TPB), é composto por três formas básicas de limitação digital que "equilibra a responsabilidade dos agentes externos e a responsabilidade do próprio indivíduo na busca por soluções" (BELLINI *et al.*, 2010): limitação de acesso, que se refere a dificuldades do indivíduo em acessar as TICs; limitação cognitivo-informacional, que se refere a dificuldades do indivíduo desenvolver habilidades digitais; e limitação comportamental, que se refere a dificuldades do indivíduo em aplicar suas habilidades digitais.

Figura 5 – As três dimensões da limitação digital



Fonte: Bellini *et. al.* (2010).

Este modelo será utilizado no presente estudo, mais especificamente fazendo uso de duas dimensões (LA e LC) para retratar o fenômeno do GI em uma rede social virtual. Por se tratar de um modelo novo em sua concepção e, portanto, com um histórico curto de pesquisas, não é possível um maior aprofundamento nas análises do estudo. Dessa forma, a pesquisa compromete-se a adotar uma perspectiva exploratória.

2.3.2 Limitação de Acesso

Este tipo de limitação é o mais abordado na literatura (BRANDTZÆG *et al.*, 2011). O modo mais simples, e também o mais limitado, de pensar sobre o acesso às TICs é possuir ou não um dispositivo. Para Valadez e Duran (2007), possuir um computador e estar com conexão à Internet definem características primordiais do acesso físico, embora Bellini *et al.* (2010, p. 30) afirmem que:

A limitação de acesso (LA) refere-se à dificuldade social e material do indivíduo em acessar as TICs. Isso pode ser devido a formas de exclusão social, à falta de acesso voluntário à Internet,

à inadequação dos recursos de hardware e software disponíveis, a interfaces homem-máquina de baixa ergonomia, etc.

Klecun (2008) aponta que os indivíduos não se engajam em atividades mediadas por TICs porque essas atividades não fazem parte de suas vidas diárias. Portanto, não há motivação para dedicar-se a elas. Katz e Rice (2002) destacam o custo e a complexidade da Internet como sendo aspectos limitantes do acesso às TICs. Embora o custo do computador tenha diminuído, ainda há custos adicionais com aquisição de softwares, manutenção, periféricos, treinamento, planejamento e administração.

Bellini *et al.* (2010) também discutem as implicações ergonômicas advindas das interfaces homem-máquina. Ainda que as TICs estejam disponíveis, é preciso observar as condições físicas e ambientais que podem se tornar prejudiciais à saúde e ao bem-estar do usuário, limitando sua capacidade de uso. Efeitos negativos dos computadores à saúde dos seus usuários são subestimados (BAYIR; KESER, 2009), dado que doenças como lesões por esforços repetitivos (LER) e distúrbios osteomusculares relacionados ao trabalho (DORTs) são recorrentes.

Apesar de o problema de acesso ter a possibilidade de ser visto de forma mais ampla, WEI *et al.* (2011) apontam que se tem buscado solucionar sua limitação através do provimento de acesso público a computadores e à Internet em diversos lugares como escolas e bibliotecas, visando a possibilitar acesso principalmente àqueles em baixas condições socioeconômicas. Hsieh *et al.* (2008) ressaltam que criadores de políticas públicas acreditam que os indivíduos responderão de forma equivalente à mesma tecnologia, e buscam, naquele estudo, demonstrar que o pressuposto não é válido.

Não se deve, no entanto, pensar que políticas públicas de acesso não são importantes, mas não é clara a efetividade dessa abordagem (DEWAN; RIGGINS, 2005). Drouard (2010) reconhece que ter acesso à Internet é apenas o primeiro passo; depois, é necessário estar preparado para usar a Internet de maneira efetiva e autonomamente.

2.3.3 Limitação Cognitivo-Informacional

Ferro *et al.* (2011) apontam que a capacidade de usar as TICs e trabalhar com informações pode ser considerada a gramática indispensável da vida moderna e também um aspecto fundamental da cidadania na era da informação. Do mesmo modo que a pessoa

precisa ter letramento de leitura para aproveitar informações impressas, também é necessário ter letramento em computador, para se beneficiar da informação que circula por esse meio (POYNTON, 2005). Haigh (1985) define letramento em computador como um conjunto de conhecimentos e habilidades que as pessoas precisam ter sobre computadores para exercer suas funções de maneira efetiva tanto no trabalho como em suas vidas pessoais.

Bellini *et al.* (2010, p. 30) definem limitação cognitivo-informacional da seguinte maneira:

A limitação cognitivo-informacional (LI) refere-se a deficiências do indivíduo em nível de habilidades digitais necessárias para fazer uso efetivo das TICs. As deficiências podem se manifestar no saber buscar, selecionar, processar e aplicar as informações disponibilizadas pelas TICs, e as causas disso podem ser diversas – como aspectos neurológicos e psicológicos, formação formal deficiente, experiências de vida pouco ricas, etc.

Determinadas habilidades, especialmente técnicas, podem ser adquiridas através de treinamento. Um aspecto apontado por Brandtweiner *et al.* (2010) é que, ainda que sejam importantes as oportunidades de aprendizagem na utilização de computadores em locais oficiais como trabalho e escola, a posse de um computador em casa aumenta a possibilidade de aprendizagem. Para Warschauer (2003), a aquisição de letramento, incluindo o digital, necessita de uma variedade de recursos, isso inclui artefatos físicos como livros, periódicos, computadores, conteúdo relevante transmitido por esses artefatos, habilidades, conhecimento e atitudes apropriadas do usuário, e os tipos certos de suporte da comunidade.

2.3.4 Limitação Comportamental

Agarwal *et al.* (2009) destacam que, quando se trata de comportamento humano relacionado às TICs, diversas pesquisas têm procurado entender e influenciar uma variedade de experiências, aspirações, predileções e objetivos no uso da tecnologia, apoiadas pela psicologia cognitiva e psicologia social. Entender os fatores que impedem ou ameaçam o uso efetivo das TICs é considerado relevante, pois o uso é uma condição necessária para assegurar a produtividade e o retorno do investimento, afirmam Taylor e Todd (1995). Entender esses fatores que podem prejudicar o uso efetivo é justamente um dos objetivos da presente pesquisa.

A terceira e última dimensão das limitações digitais é definida por Bellini *et al.* (2010, p. 31) como:

A limitação comportamental (LC) refere-se à dificuldade do indivíduo em aplicar plenamente as suas habilidades digitais, mesmo que as possua em nível elevado. Essas dificuldades podem incluir desde um bloqueio psicológico ao uso das TICs até um uso excessivo das mesmas. Neste sentido, condicionado em alguma medida por sua constituição neurológica, seu poder discricionário e seus traumas e vícios desenvolvidos espontaneamente ou estimulados por agentes externos, o indivíduo pode apresentar comportamentos positivos em relação às TICs [...] ou negativos [...].

Os comportamentos negativos aos quais Bellini *et al.* (2010) se referem são, por exemplo, utilizar abusivamente as TICs para lazer em horário de trabalho, acessar determinados tipos de conteúdo em intensidade superior à necessária, aplicar a tecnologia para fins escusos, não dedicar atenção às informações disponíveis, entre outros. E os comportamentos positivos seriam, por exemplo, utilizar de maneira racional ou produtiva os ambientes virtuais de comércio eletrônico, governo eletrônico, bancos eletrônicos, educação a distância, redes sociais virtuais, entre outros.

É importante salientar que esse tipo de limitação expõe um fenômeno sutil e grave – a efetividade do uso das TICs, ou seja, "a aplicação do acesso material e das habilidades cognitivas do indivíduo para um uso alinhado às suas necessidades funcionais, sejam elas voluntariamente esposadas ou não" (BELLINI *et al.*, 2010, p. 31).

2.3.5 Relações entre as Dimensões do Modelo de Limitações Digitais

Bellini *et. al.* (2010, p. 31) destacam que "as relações entre as possíveis formas de limitação digital representam caminhos (sequências cronológicas ou sequências causais, dependendo do caso) que iniciam com a solução satisfatória de uma forma de limitação e terminam com a identificação de outra forma de limitação", ou seja, os caminhos possíveis são: LA-LI, LA-LC, LI-LC, LC-LI e LC-LA.

As relações entre as dimensões são descritas no Quadro 4:

Quadro 4 – Resumo das relações entre as limitações digitais

Caminho	Sequência Cronológica	Sequência Causal
LA -> LI	Inicia com a solução satisfatória de limitações de acesso e termina com a identificação de limitações cognitivo-informacionais.	A ocorrência de condições insatisfatórias de acesso pode acarretar prejuízos cognitivos ao indivíduo
LA -> LC	Inicia com a solução satisfatória de limitações de acesso e termina com a identificação de limitações comportamentais.	Limitações de acesso podem desenvolver comportamentos contrários ao uso previsto de TICs.
LI -> LC	Inicia com a solução satisfatória de limitações cognitivo-informacionais e termina com a identificação de limitações comportamentais.	Limitações cognitivo-informacionais podem fazer surgir comportamentos contrários ao uso previsto de TICs.
LC -> LI	Inicia com a solução satisfatória de limitações comportamentais e termina com a identificação de limitações cognitivo-informacionais.	Limitações comportamentais podem restringir o desenvolvimento cognitivo-informacional em relação às TICs.
LC -> LA	Inicia com a solução satisfatória de limitações comportamentais e termina com a identificação de limitações de acesso.	Limitações comportamentais podem restringir o acesso do indivíduo às TICs.

Fonte: Garcia (2012, p. 37).

O modelo desenvolvido por Bellini *et al.* (2010) até o momento só trabalhou com um indivíduo por vez. O presente estudo, por outro lado, propõe-se a estudar dois indivíduos em dimensões distintas, como mostra a Figura 6: um presente na dimensão LA e o outro na dimensão LC. Além disso, quer-se investigar a relação causal entre LC e LA de indivíduos distintos. Dessa forma, a pesquisa adiciona novidade ao modelo e inova em sua forma de aplicação.

Figura 6 – Dimensões e indivíduos distintos

Fonte: Elaboração própria.

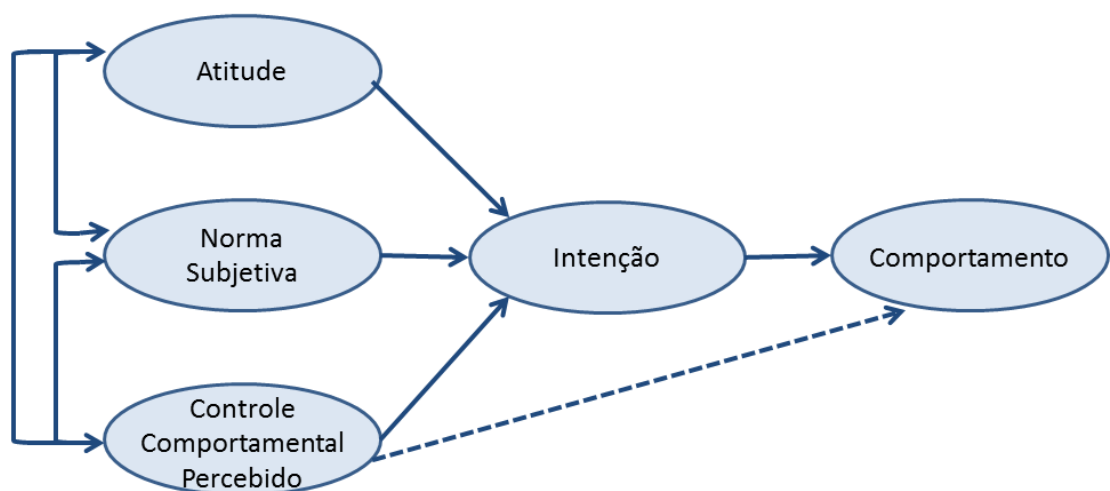
O estudo trata a possibilidade da LC de um indivíduo influenciar a LA de outro indivíduo, prejudicando-o e tornando-o menos efetivo em suas atividades em TICs. Esta é uma contribuição importante da presente pesquisa no sentido de operacionalizar e validar o modelo das limitações digitais.

Um dos principais fatores presentes nas limitações é o comportamento. Como dito anteriormente, o modelo de Bellini *et al.* (2010) baseou-se também na TPB para sua construção. A teoria é explorada no tópico a seguir.

2.3.6 Teoria do Comportamento Planejado

A *Theory of Planned Behavior* (Teoria do Comportamento Planejado – TPB) tem origem na Psicologia Social. Elaborada por Isek Ajzen, é vinda da Theory of Reasoned Action (Teoria da Ação Racional – TRA). De acordo com Ajzen (1991), a TRA tem limitações para lidar com comportamentos nos quais as pessoas têm controle volitivo incompleto. A TPB é um modelo de intenção que se mostrou ser eficaz na predição e explicação do comportamento de uma ampla variedade de domínios, de acordo com Lin *et al.* (2000). A Figura 7 apresenta a rede nomológica da TPB.

Figura 7 – Teoria do comportamento planejado



Fonte: Ajzen, (1991, p. 182).

De acordo com a TPB, o comportamento real de um indivíduo é diretamente influenciado por suas intenções e, portanto, é determinado em conjunto com atitudes, normas subjetivas e controle percebido para realizar determinado comportamento (YOON, 2011). A atitude ainda seria definida como avaliação favorável ou desfavorável de um indivíduo em relação ao comportamento em questão. Normas subjetivas referem-se à pressão social percebida para realizar ou não determinado comportamento (YOON, 2011). Em sequência, destaca-se que o controle comportamental percebido reflete a percepção de uma pessoa em achar fácil ou difícil implementar um comportamento. Trata-se de crenças sobre a presença de fatores de controle que podem facilitar ou dificultar o desempenho (AJZEN, 1991).

Atitude é fator de alta relevância para o modelo. Pesquisadores veem a atitude como um “construto que, embora não seja diretamente observável, precede o comportamento e guia as escolhas e decisões dos indivíduos para ação” (HOGG; VAUGHAN, 2011).

Ao tratar da relação entre atitude e comportamento de uso de computadores, Hsu *et al.* (2009) relatam que estudos empíricos encontraram relações significantes entre os construtos. Atitudes em relação a computadores, em sentido cognitivo, são pensamentos positivos ou negativos que um indivíduo tem em relação a computadores quanto a sua utilidade e seus papéis sociais (SCHULENBERG; MELTON, 2008).

2.4 MODELO CONCEITUAL DE PESQUISA

GI é conceituado de diferentes formas por autores distintos, mas eles partem do mesmo princípio, onde GI é considerado uma forma de influência social onde as pessoas procuram afetar os seus próprios resultados somente para tentar influenciar as impressões que os demais formam delas, e procuram também estar continuamente visíveis. Neste sentido, ganha destaque a definição de Goffman (1959) de que GI compreende a tentativa de estabelecimento do significado ou o propósito de interações sociais, as quais guiarão as ações dos indivíduos, auxiliando na projeção das expectativas.

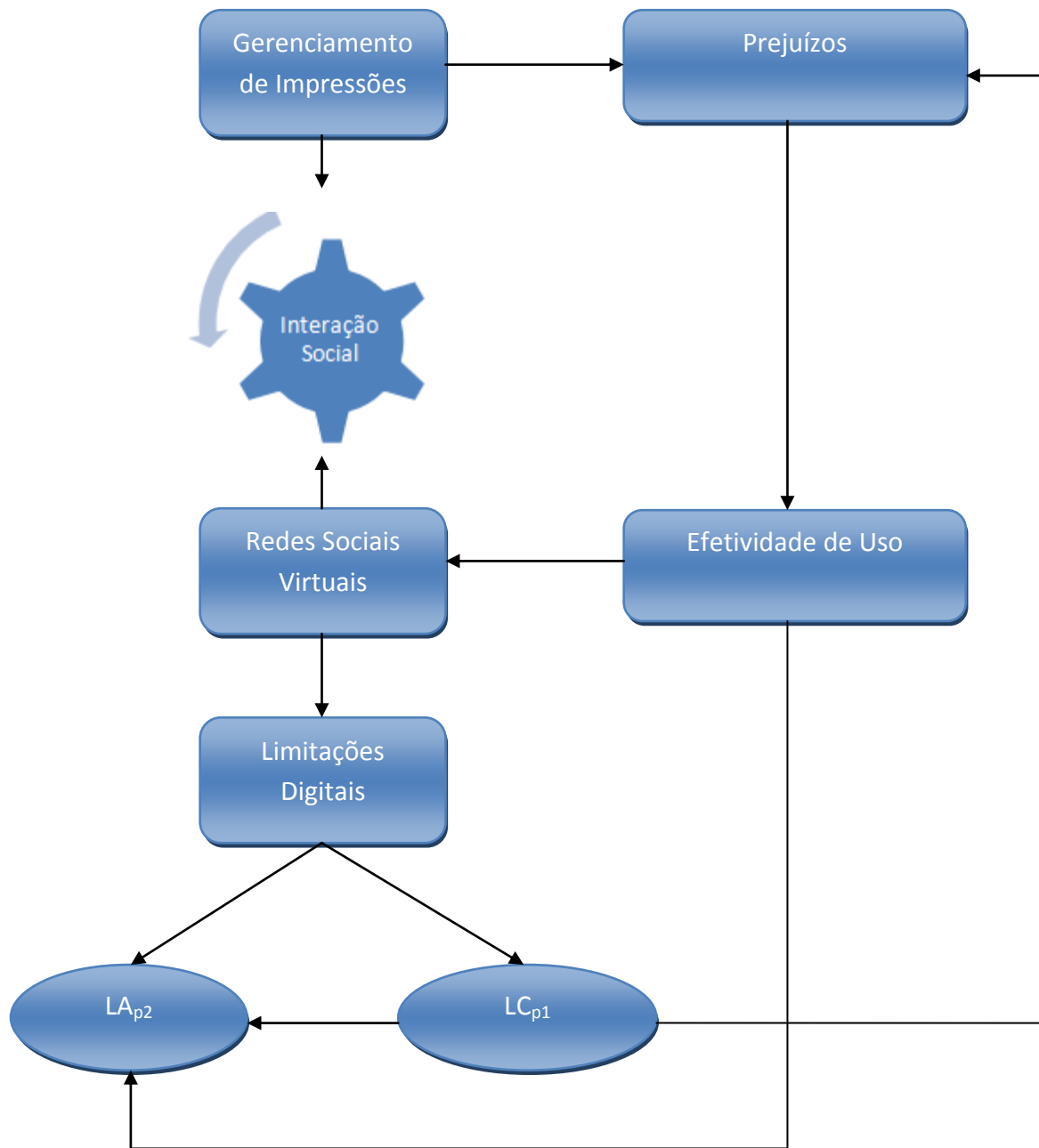
Quatro dimensões são encontradas em GI: intencionalidade; comportamento assertivo ou defensivo; tático ou estratégico; e autenticidade. Além disso, há também as estratégias e táticas de GI. As estratégias, propostas por Jones e Pittman (1982), têm objetivos de longo prazo e procuram estabelecer identidades que envolvam credibilidade, competência e confiabilidade: insinuação, autopromoção, exemplificação, intimidação, suplicação. As

táticas, que têm o objetivo de criar impressão positiva rápida, de curto prazo, podem ser assertivas (ostentar, alardear, polir e infamar) ou defensivas (encobrir, ofuscar, encorajar e menosprezar).

GI é considerado por Schlenker (1980) como parte central da natureza da interação social, e as redes sociais virtuais representam algo central na interatividade entre indivíduos. Marteleto (2010) afirma que o conceito de redes sociais leva a uma compreensão de sociedade a partir dos vínculos relacionais entre indivíduos, os quais reforçariam suas capacidades de atuação, compartilhamento, aprendizagem, captação de recursos e mobilização.

Para usufruir das redes sociais, reforçando as capacidades citadas anteriormente por Marteleto (2010), de maneira efetiva, é preciso tratar das limitações digitais. Diferente de "exclusão digital", que se refere ao extremo da falta de acesso, e de "desigualdade social", que sugere a comparação entre indivíduos, a limitação digital diz respeito aos níveis de acesso e de uso de TICs verificados em um único indivíduo. Para tratar disso, adota-se o modelo tridimensional de limitações digitais desenvolvido por Bellini *et al.* (2010), que aborda três tipos de limitações digitais: LA, LI e LC. No presente estudo, espera-se uma possível influência negativa do GI sobre alguns usuários de redes sociais virtuais, como quando alguém interfere negativamente na efetividade de outra pessoa em acessar informações. Assim, supõe-se possível influência de limitações comportamentais (de aplicação dos recursos TICs) de um indivíduo sobre limitações de acesso (a informações) de outro.

A Figura 8 apresenta o modelo conceitual da pesquisa, reunindo as dimensões de GI, as características principais das redes sociais virtuais, e dimensões das limitações digitais. A compilação de todos esses elementos permite uma maior compreensão das ligações entre os tópicos abordados no estudo.

Figura 8 – Modelo conceitual da pesquisa

Fonte: Elaboração própria.

GI e redes sociais virtuais são movidas pela interação social. As limitações digitais surgem em decorrência do uso das redes sociais, e as dimensões trabalhadas na pesquisa são LC da pessoa 1 causando prejuízos devido a ações negativas de GI, e esses prejuízos afetariam a efetividade de uso de redes sociais virtuais, sugerindo LA da pessoa 2.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa é operacionalizada por meio de um processo sistemático, deliberado, que agrupa uma série de decisões (ALVES-MAZZOTTI; GEWANDDSZNAJER, 1999), as quais direcionam os esforços do pesquisador e orienta de modo particular os seus fins (FLICK, 2009). Portanto, faz-se necessário explanar os meios a serem utilizados no presente estudo, para sua posterior aprovação e comprovação (MARCONI; LAKATOS, 2008).

3.1 ANÁLISE DO DISCURSO

O presente estudo faz uso da análise do discurso (AD), que é uma abordagem transdisciplinar, ou seja, desenvolvida e usada por várias disciplinas das ciências humanas e sociais, muito mais ampla que uma metodologia (IÑIGUEZ, 2004; FERNANDES, 2008): “origina-se, do entrecruzamento do materialismo histórico, da linguística e da teoria do discurso” (FERNANDES, 2008, p. 52). Apresenta como elemento comum “uma consideração da análise do idioma em seu uso, seja esse falado ou escrito” (IÑIGUEZ, 2004, p.107). Para Gill (2002, p. 266), “é uma interpretação, fundamentada em uma argumentação e uma atenção cuidadosa ao material que está sendo estudado”. Tem como principal característica a descrição textual e contextual por considerar não apenas o texto, mas os aspectos cognitivos, sociais e culturais do uso da linguagem; apresenta interesse pela fala da cotidianidade, pela multiplicidade de gêneros do discurso e a abertura da base teórica. Trata-se do estudo da língua em seu núcleo instável, composto por um contexto e intenções.

Em AD, Não se trata apenas de transmissão de informação, nem há linearidade na disposição dos elementos de comunicação; as relações de linguagem são relações de sujeitos e sentidos, e seus efeitos são múltiplos e variados. O discurso é efeito de sentidos entre locutores (ORLANDI, 2007).

Em AD, tudo “fala” ao redor dos indivíduos: as roupas, a postura, o olhar e o silêncio (ALMAIR, 2011). Este último “não está disponível à visibilidade, não é diretamente observável. Ele passa pelas palavras. Não dura. Só é possível vislumbrá-lo, de modo fugaz. Ele escorre por entre a trama das falas” (ORLANDI, 1997, p. 34). Trata-se de um processo de interpretação e descrição que se confundem, alternam-se, mas que são identificáveis

(PÊCHEUX, 1938). Permite-se “ultrapassar o problema semântico para colocar-se no nível do processo de enunciação de um discurso determinado a um interlocutor num contexto determinado” (POSSENTI, 2008, p. 130). “Nega-se a iminência do significado uma vez que interessam os sentidos produzidos em decorrência da inscrição socioideológica e histórica dos sujeitos envolvidos” (FERNANDES, 2008, p. 60). Não se trata de identificar o certo ou o errado, mas de compreender o porquê do discurso empregado, já que todos possuem elementos argumentativos (FIORIN, 2008). O caráter interpretativo que baliza a prática da análise do discurso não impede destacar como o processo de análise foi realizado.

3.2 NATUREZA DA PESQUISA

O presente estudo é **qualitativo**, balizado pelos pressupostos do paradigma **interpretativista**, de ontologia nominalista, voluntarista, e faz uso do método idiográfico, como destaca o Quadro 5 (BURREL; MORGAN, 1979).

Quadro 5 – Pressupostos do Paradigma Interpretativista

Nominalismo Não admite a existência de qualquer estrutura real para o mundo. Tudo é produto da cognição do indivíduo. A realidade é produto da própria mente.	Ontologia
Interpretativista O mundo social é relativista, e pode ser entendido do ponto de vista dos indivíduos envolvidos na atividade estudada. Rejeita o ponto de vista do observador.	Epistemologia
Voluntarismo Homem autônomo e possuidor do livre arbítrio.	Natureza humana
Idiográfico (singular) Entender o mundo social pela obtenção, em primeira mão, do conhecimento sob investigação. Foco como o indivíduo cria, modifica e interpreta o mundo no qual ele se descobre.	Metodologia

Fonte: Burrel e Morgan (1979).

Com base nestes pressupostos, o presente estudo está interessado em entender como o significado é construído; como as pessoas atribuem sentido a esses significados, possibilitando as suas interpretações (MERRIAM, 2009). Antonello e Godoy (2010) esclarecem que, apesar da associação frequente do uso da abordagem qualitativa no

paradigma interpretativista, isto não é uma obrigação, mas algo que nos últimos anos tem se tornado comum.

O termo “qualitativo” tem sido comumente usado, por atender várias formas de pesquisa e permitir o menor distanciamento possível do fenômeno a ser estudado; tornou-se, portanto, um termo guarda-chuva (MERRIAM, 2009). Neste sentido, busca-se entender como a realidade é construída, por meio da compreensão do “o quê”, “como” e “por que” dos fenômenos (FLICK, 2009).

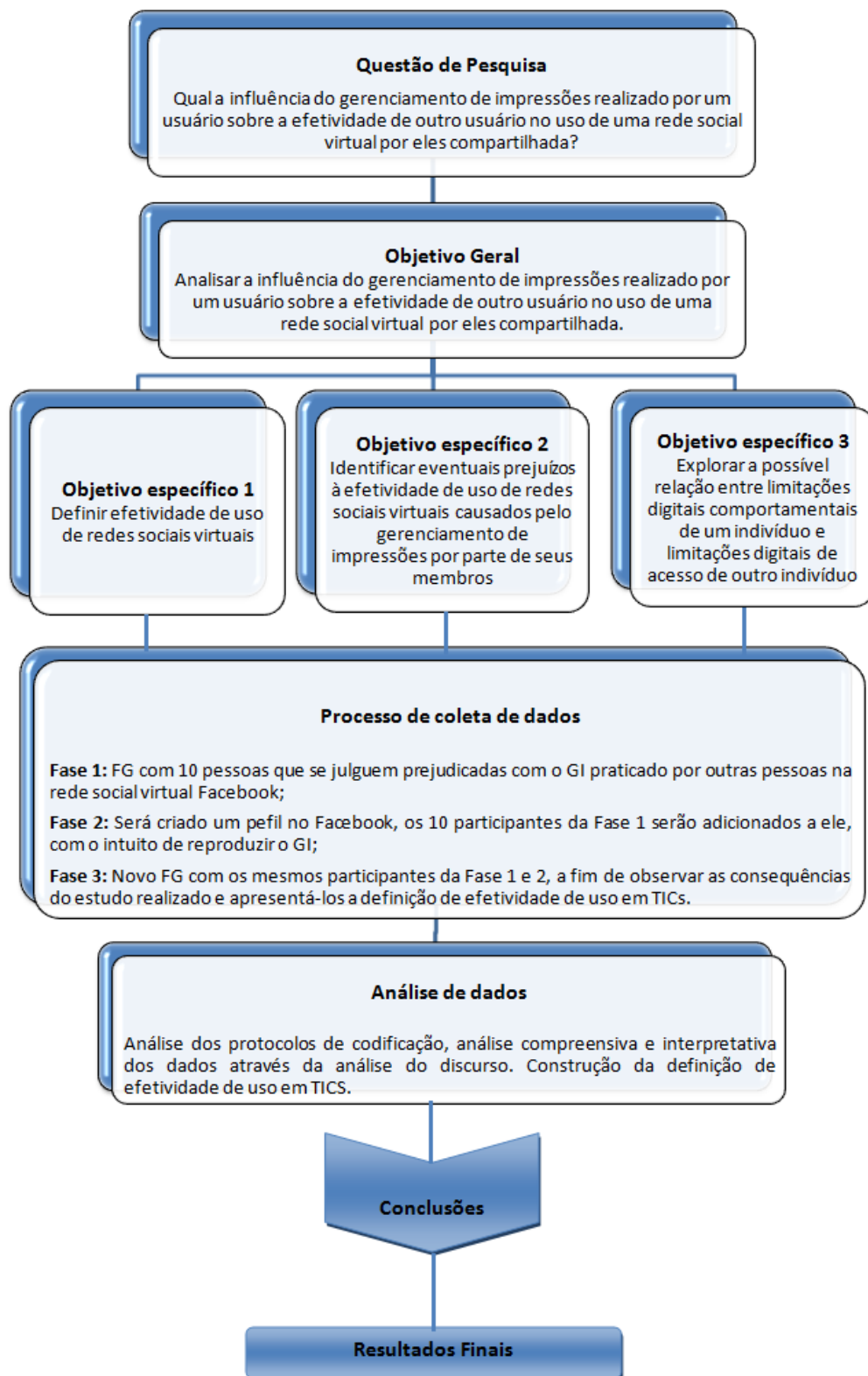
Para tal, há necessidade de adentrar profundamente na interpretação dos sujeitos, para alcançar as suas perspectivas de significados e explicação de seus motivos. Assim, procura-se compreender como as pessoas interpretam as suas experiências, como constroem seus mundos e quais são os significados que atribuem às suas experiências (ALVES-MAZZOTTI, GEWANDDSZNAJER, 1999; MERRIAM, 2009; FLICK, 2009).

Com base nas ideias de Flick (2009), a postura teórica subjacente à pesquisa qualitativa adotada é o interacionismo simbólico, já que pode ser usada no nível individual e demanda a compressão com base nos significados resultantes da interação social, uma vez que se busca analisar a influência do comportamento de GI realizado por um usuário sobre a efetividade de outro usuário no uso de TICs. Essas decisões servirão de base para o modelo da pesquisa, apresentado a seguir.

3.3 MODELO DA PESQUISA

Inicialmente, foi definida a questão de pesquisa e os objetivos geral e específicos, os quais se articulam em ações a serem desenvolvidas ao longo da pesquisa. Com base nestas decisões, classifica-se o presente estudo como **aplicado** quanto a sua natureza, visto que é balizado pelos interesses práticos e por meio do conhecimento apresenta soluções específicas. Quanto aos fins, classifica-se como **exploratória**, uma vez que objetiva realizar um levantamento de concepções acerca do fenômeno estudado com vistas a permitir o direcionamento do estudo (SAMPEIRI; COLLADO; LUCIO, 1991). A Figura 9 explicita o caminho metodológico utilizado.

Figura 9 – Caminho Metodológico da Pesquisa



Fonte: Elaboração própria.

A pesquisa foi desenvolvida em três fases, a saber:

Na primeira fase, foi realizado um grupo focal ou *focus group* (FG), que teve duração de aproximadamente uma hora, com dez pessoas que se julgavam prejudicadas com a prática de GI por outras pessoas na rede social virtual Facebook. Essas pessoas foram selecionadas por meio da rede social da pesquisadora, que buscou usuários que relatavam sentirem-se incomodados com tal prática. As pessoas selecionadas, por serem conhecidas da pesquisadora, revelam certeza de que se encaixam de forma adequada à pesquisa. No FG, foi discutido qual o prejuízo no uso das TICs acarretado por GI.

Com base nas respostas sobre o que é prejuízo para o grupo pesquisado, foi definido o que é “efetividade de uso na rede social virtual”. Para tal, foram usados os tópicos do Quadro 6.

Quadro 6 – Tópicos usados na coleta de dados

Objetivo Geral	Objetivos Específicos:	Tópicos de Discussão
Analisar a influência do gerenciamento de impressões realizado por um usuário sobre a efetividade de outro usuário no uso de uma rede social virtual por eles compartilhada.	Identificar os prejuízos causados na rede social virtual por GI	Qual tipo de atividade feita por outros usuários da rede social atrapalham o uso da mesma?
		Quando esse tipo de atividade acontece, o que está sendo prejudicado no uso do Facebook?
	Definir efetividade de uso em rede social virtual	Quais as influências negativas desse tipo de atividade?
		O que, na realidade, é prejuízo em rede social virtual?
	Compreender as relações entre limitação comportamental e limitação de acesso no presente contexto	Quantas postagens diárias, em média, feitas por outros usuários da rede social virtual começam a incomodar?

Fonte: Elaboração própria.

Na segunda fase, foi criado, pela pesquisadora, um perfil no Facebook intitulado “Pesquisadora PPGA”, no qual foram adicionados os dez participantes da etapa anterior e, diariamente, ao longo de um mês, foram inseridas (postadas) informações variadas com o intuito de reproduzir práticas de GI. O ritmo dessas postagens foi baseado no ritmo de postagens que prejudicam os usuários participantes do FG indicados na primeira fase.

Nessa fase, os participantes foram informados sobre a identidade da pesquisadora e suas intenções, o que pode levá-los a não serem totalmente naturais em suas reações às

práticas de GI da pesquisadora. As sensações podem não terem sido perfeitamente espontâneas, mas, em contrapartida, a interação deles com as postagens da pesquisadora auxiliou as análises e os resultados da pesquisa. Eles se dedicaram na análise da influência dessas atividades sobre suas vidas digitais. Além disso, a pesquisadora permaneceu ao lado de cada um dos participantes, em um período de 15 minutos, observando as reações e a quantidade de postagens que levam cada participante a se sentir prejudicado.

Essa fase foi realizada em aproximadamente 30 (trinta) dias sendo que, a cada sete dias, ou seja, semanalmente, eram enviados *emails* para os participantes da pesquisa com o objetivo de coletar opiniões sobre as mensagens postadas pela pesquisadora no Facebook, de forma a auxiliar a interpretação do fenômeno GI.

Finalizada a segunda fase, a terceira e última foi marcada por um novo FG, com os mesmos participantes, a fim de finalizar a investigação e observar as consequências do estudo realizado, como, por exemplo, mudanças em comportamentos ou na forma de acessar a rede social, e, ainda, com o propósito de apresentá-los à definição de efetividade de uso em rede social virtual.

A seguir será explicado o instrumento de coleta e análise de dados.

3.4 INSTRUMENTO DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

O instrumento de coleta de dados foi o FG, visto que o objetivo foi identificar os significados de um grupo que comunga da mesma experiência: julgam-se prejudicados com a prática de GI realizada no Facebook por outros usuários. Trata-se de “um tipo de entrevista em profundidade, realizada em grupo, cujas dimensões têm características definidas quanto à proposta, ao tamanho, à composição, e aos procedimentos de condução” (OLIVEIRA; FREITAS, 2006, p. 325). Os autores esclarecem que:

É possível dar referencial a investigação ou à ação em novos campos; gerar hipóteses baseadas na percepção dos informantes; avaliar diferentes situações de pesquisa; desenvolver planos de entrevistas ou questionários ou ainda, gerar informações adicionais a um estudo em larga escala.

Este instrumento é multidisciplinar, derivado das entrevistas em grupo e entrevistas focalizadas, pelo qual se busca a opinião das pessoas quando envolvidas por um grupo (FERNANDES; FLORES; LIMA, 2010). Assim, permite o envolvimento dos respondentes

nas reuniões em série e discussões focadas em um único tópico, determinado, neste caso, pelo objetivo geral: analisar a influência do gerenciamento de impressões realizado por um usuário sobre a efetividade de outro usuário no uso de uma rede social virtual por eles compartilhada. Por fim, esta técnica possibilita a proximidade das pessoas e seus mundos, visões, crenças e comportamentos, e a homogeneidade entre os participantes aos interesses da pesquisa (OLIVEIRA; FREITAS, 2006).

O primeiro FG foi realizado no mês de março de 2013. Foram selecionados, na rede social, dez sujeitos que se julgavam prejudicados com práticas de GI no Facebook. Esta quantidade foi definida conforme explica Oliveira e Freitas (2006): pequena para viabilizar as discussões, e grande o suficiente para obter as respostas pretendidas. O roteiro foi apresentado em projetor multimídia e aplicado sequencialmente com os participantes. O ambiente foi organizado com cadeiras em círculo, para maximizar o compartilhamento de ideias levantadas pelos participantes. O moderador teve o papel de condução, explicação e estimulação dos questionamentos, e se esforçou para não apresentar comportamentos de aprovação ou reprovação. Foi gravado em meios digitais e contou com anotações realizadas durante as entrevistas.

O segundo e último FG foi realizado quarenta dias após o primeiro, e seguiu as mesmas decisões de ambiente, apresentação e papel do moderador. Neste segundo, o objetivo foi finalizar a pesquisa e endossar a definição de efetividade de uso da rede social virtual construída com base nos significados dos sujeitos, além de detectar se houve mudança de comportamento dos participantes em suas redes sociais virtuais.

O processo de análise de dados foi viabilizado por análise interpretativa, da seguinte forma:

1. Transcrição tradicional dos relatos;
2. Destaque das principais ideias com o aporte das observações da pesquisadora;
3. Análise reflexiva quanto às respostas que emergiram dos dados, através da análise do discurso;
4. Associação e identificação das respostas do grupo;
5. Elaboração dos resultados, que envolve a realização dos dois FGs e a interação vivenciada por meio da rede social.

O próximo capítulo apresenta e discute os resultados da pesquisa. Os resultados apresentados a seguir incorporam elementos de todas as etapas.

4 RESULTADOS

Este capítulo terá como propósito apresentar os resultados de cada objetivo específico proposto nesta pesquisa. Apresenta, analisa e discute os resultados da pesquisa. As análises abrangem interpretações vinculadas às repetições de ideias expostas por meio dos discursos dos participantes.

4.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS

O levantamento dos dados presentes na Tabela 1 foi realizado na primeira etapa da pesquisa, abrangendo as seguintes variáveis: gênero, faixa etária e quantidade de contatos no Facebook.

Com o intuito de compor um grupo heterogêneo, buscou-se equilíbrio no número de participantes dos sexos masculino e feminino, mas que se diferenciasssem, principalmente, pelo número de contatos em suas redes sociais, a fim de tornar o estudo mais abrangente e heterogêneo. Para manter o anonimato dos participantes, foram atribuídas as identidades P1, P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P9 e P10, a serem referenciadas doravante.

Tabela 1 – Perfil dos participantes 1

Participante	Sexo	Idade	Nível de Escolaridade	Vínculo Empregatício	Contatos	Anos de uso do Facebook	Periodicidade e de uso do Facebook (turnos diários)	Fins
P1	F	25	M	Não	867	2	1	AA, T, D
P2	M	26	M	Sim	558	4	1	AS, AA, D, T
P3	M	22	E	Sim	319	2	2	AA, D, T
P4	M	25	SC	Sim	356	2	1	AS
P5	F	30	D	Não	993	4	1	AA
P6	F	17	NM	Não	1109	3	1	AA
P7	F	22	SI	Não	643	3	2	AA
P8	M	24	E	Sim	1748	4	2	AA, D, T
P9	M	29	SC	Sim	731	3	3	AA, T
P10	F	24	M	Não	315	2	3	AA, D

Sexo: F=feminino, M=masculino;

Nível de Escolaridade: NM=Nível Médio, SI=Superior Incompleto, SC=Superior Completo, E=Especialização, M=Mestrado, D=Doutorado;

Fins: AS=Ativismo Social, AA=Atualizado com os amigos, D=Diversão, T=Trabalho, O=Outros.

Fonte: Elaboração própria.

O sexo dos participantes não se mostrou um fator diferenciador de opiniões, mas em alguns momentos o número de contatos no Facebook sugeriu algumas diferenças. Por exemplo, a alta frequência de compartilhamento de informações de alguns indivíduos não é percebida tão nitidamente, por estar mesclada com outras tantas informações dos demais contatos.

O nível de escolaridade e o vínculo empregatício estão ligados ao tempo que os participantes dedicam para utilizarem a rede social virtual. Quanto maior o nível de escolaridade, mais responsabilidades são obtidas e por isso um tempo menor a ser dedicado as redes sociais. O mesmo se aplica ao vínculo empregatício, pois na maior parte do tempo o indivíduo se dedica ao seu trabalho. Este último só não se aplica a uma situação em específica encontrada no FG1, um dos participantes trabalha com publicidade e propaganda, parte de suas obrigações é estar atualizado nas mídias sociais, por isso passa boa parte do dia no Facebook:

Minha rotina no Facebook é ver as notificações, depois ver o *feed* de notícias até a última que eu havia visualizado, pra ter certeza que vi todas as novidades, atualizo todas as minhas páginas e pronto, basicamente é isso. Ele fica aberto em paralelo durante o trabalho e eu fico acompanhando somente as notificações, já que no meu trabalho eu uso muito o Facebook, por se tratar de uma agência de publicidade, tenho essa vantagem. (P9).

A média de idade dos participantes é de 24 anos, variando entre 17 e 30 anos. A média de contatos dos participantes no Facebook é de 663, variando entre 315 e 1748 participantes, para que se possa ter acesso às opiniões daqueles que possuem poucos contatos e também daqueles que possuem um número alto de contatos. Observou-se que há uma diferença entre esses dois tipos de participantes, os que têm poucos contatos são menos pacientes em relação ao GI no Facebook.

Os participantes, em média, possuem três anos de uso do Facebook. Isso reflete que eles têm capacidade de avaliá-lo, pois possuem certa experiência com a ferramenta. Além disso, os participantes utilizam, em média, o Facebook dois turnos por dia, uma utilização alta da rede social virtual.

Foram elencadas algumas categorias para demonstrar os fins para os quais a rede social virtual estava sendo utilizada, as categorias foram: ativismo social, atualizado com os amigos, diversão, trabalho e outros. Constatou-se que a maioria (90%) mencionou a categoria "atualizado com os amigos", mostrando-se a atividade mais recorrente, seguida da "diversão" (50%), "trabalho" (50%) e por fim "ativismo social" (10%).

Ainda caracterizando os participantes, tem-se a Tabela 2:

Tabela 2 – Perfil dos participantes

Participante	Categoria causadora de incômodo	Grau de Paciência
P1	O	3
P2	AS	5
P3	AS	2
P4	O	3
P5	O	3
P6	T, D	3
P7	AS	3
P8	O	5
P9	AS	4
P10	O	3

Categorias: AS=Ativismo Social, AA=Atualizado com os amigos, D=Diversão, T=Trabalho, O=Outros (Violência, Preconceito, Religião, Política)

Grau de Paciência: 1=Mínima / 5=Máxima

Fonte: Elaboração própria.

As categorias que mais causam incômodo aos participantes também foram coletadas, tais categorias são as mesmas usadas para os fins. A mais citada foi "ativismo social" (40%), seguida de "outros" (50%), essa dividida em violência, preconceito, religião e política. As categorias "trabalho" e "diversão" foram citadas somente por um participante, o de menor idade e menor nível de escolaridade. Assim pode-se dizer que a depender da idade e nível de escolaridade os interesses são diferentes.

Quanto ao grau de paciência, apesar de uma rede social ser vista como leio de lazer, nem todos (P1, P3, P4, P5, P6, P7, P10) a utilizam de forma paciente.

A fase 2 da pesquisa, referente ao compartilhamento de informações no perfil da Pesquisadora PPGA (Figura 10) no Facebook. Foram feitas dez postagens diárias, uma média do número de postagens reveladas através das entrevistas com os participantes. Metade dessas postagens eram feitas de uma só vez, pois foi observado que a frequência das informações também é um fator que gera incômodo aos participantes. As informações eram

compartilhadas em diferentes turnos, para atingir todos os participantes, já que eles acessavam o Facebook em turnos distintos.

Figura 10 – Perfil da Pesquisadora PPGA no Facebook



Fonte: Imagem extraído do site Facebook¹

Em seguida tem-se exemplos de postagens efetuadas pela Pesquisadora PPGA, todas com temas relacionados ao GI e mencionados pelos participantes no FG1. Na Figura 11, Figura 12 e Figura 13 tem-se mensagens ligadas à religião e autoajuda.

Figura 11 – Religião1



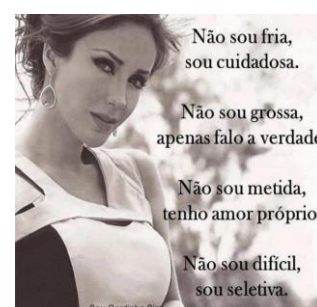
Fonte: Imagem extraída do site Facebook²

Figura 12 – Religião2



Fonte: Imagem extraída do site Facebook³

Figura 13 - Autoajuda



Fonte: Imagem extraída do site Facebook⁴

¹ <https://www.facebook.com/pesquisadora.ppga>

² <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=512857568760424&set=a.488577401188441.111115.448751008504414&type=1&theater>

³ <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=461991477201349&set=a.352646198135878.77721.352644454802719&type=1&theater>

⁴ <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=478825438851286&set=a.352646198135878.77721.352644454802719&type=1&theater>

Na Figura 14, Figura 15 e Figura 16, tem-se mensagens relacionadas ao preconceito e violência:

Figura 14 – Violência 1



Fonte: Imagem extraída do site Facebook⁵

Figura 15 – Violência 2



Fonte: Imagem extraída do site Facebook⁶

Figura 16 - Preconceito



Fonte: Imagem extraída do site Facebook⁷

Mensagens ligadas ao humor e exposição da figura estão presentes na Figura 17, Figura 18 e Figura 20:

Figura 17 - Exposição



Fonte: Imagem extraída do site Facebook¹

Figura 18 – Humor 1



Fonte: Imagem extraída do site Facebook¹

Figura 19 – Humor 2



Fonte: Imagem extraída do site Facebook¹

⁵<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=509314672441378&set=a.178449035527945.34453.100000885491060&type=1&theater>

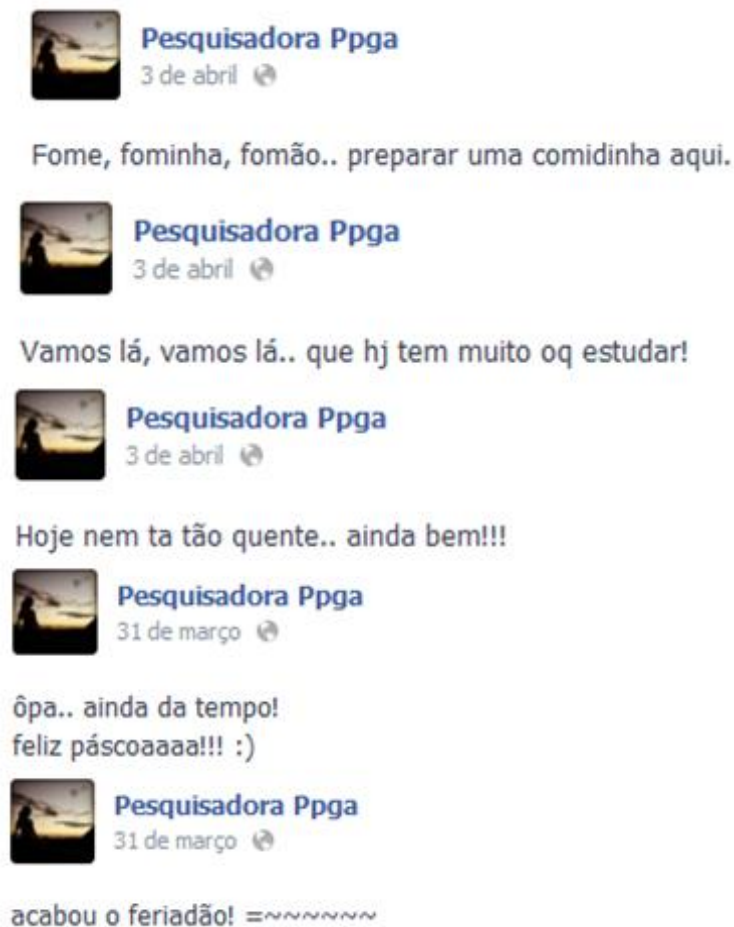
⁶ Endereço eletrônico da imagem:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=437299259643258&set=a.436445436395307.102583.100000895626546&type=1&theater>

⁷<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=352816061486422&set=a.137228593045171.20432.135647029869994&type=1&theater>

Além de todas essas mensagens, contendo informações sobre diferentes temas, compartilhou-se também as informações sem valor agregado, exposta na Figura 20, aquelas que não possuem relevância para os participantes.

Figura 20 – Mensagens sem valor agregado



Fonte: Imagem extraída do site Facebook⁸

De acordo com os objetivos específicos propostos pela pesquisa, foi elaborada a Tabela 2, que exhibe alguns trechos colhidos através do FG efetuado na primeira etapa. Tais trechos fazem menção e exemplificam alguns prejuízos, efetividades e relação entre limitação comportamental e limitação de acesso.

⁸ <https://www.facebook.com/pesquisadora.ppga>

Tabela 3 – Trechos categorizados

Prejuízos	Efetividade	Relações entre limitação comportamental e de acesso
Fotos com pessoas deficientes, deformadas. (FG1) .	Está ligado à questão do tempo. (FG1) .	Não aguento e vou no perfil da pessoa e coloco “cancelar <i>feed</i> de notícias”. (FG1) .
Existem outras coisas chatas, mensagens de igrejas, coisas engraçadas o tempo todo. (FG1) .	Fica muito misturado, tudo junto, amigos passados com amigos presentes, com professores. A rede perfeita seria se pudesse separar um pouquinho isso. (FG1) .	Tem spams que se adaptam e veem de outra forma, melhor cancelar logo a amizade. (FG1) .
Quando tem coisas de acidentes, coisas pornográficas eu saio bloqueando ou desfaço a amizade, porque não tenho paciência. (FG1) .	Talvez a rede social perfeita fosse aquela que tivesse somente as pessoas com as quais eu falo. O Facebook ultimamente está empurrando muita coisa na sua <i>timeline</i> , “coisas que talvez você possa curtir”, que não tem relevância alguma, como se fosse panfletagem. (FG1) .	Foi por causa de coisas desse tipo, imagens violentas, que eu fiquei um bom tempo sem entrar no Facebook. (FG1) .
Você vai para o Facebook pra relaxar e encontra esse tipo de coisa. Isso acaba me prejudicando de certa forma. (FG1) .	Acima de 3 postagens da mesma pessoa por dia pra mim já incomoda. (FG1) .	Tem aquelas pessoas que você está ali conversando e ela começa a falar algo que ninguém está falando, então automaticamente você ignora. (FG1) .
O mais comum na minha <i>timeline</i> é aquela pessoa que quer ser modelo, pras meninas tem aquela história de sempre postar fotos aparentando ser mais velha, mais bonita, mais descolada. (FG1) .	Eu tenho 600 amigos, então minha <i>timeline</i> é muito rápida, pra quem tem poucos amigos, talvez tenha sido horrível receber muitas postagens minhas ao mesmo tempo. (FG1) .	Se eu tiver na dúvida se vai ter alguma imagem negativa, algo assim, eu não posto. Prefiro ficar calada. Eu chego a abrir a página, mas na hora de enviar mudo de ideia. (FG1) .
Por exemplo, aquelas dicas de livros que tem no Facebook, como se fosse um aplicativo, PE legal, mas aí chegam pessoas que não te veem há muito tempo e comentam só pra “manter o contato”, ou seja, elas acabam usando de forma errada a ferramenta, isso é chato. (FG1) .	Se postam algo que me interessa, não importa a quantidade de postagens, mas se é algo que não é relevante pra mim, 2 postagens já me incomodam. (FG1) .	Eu nunca bloqueei ninguém, mas eu simplesmente nem paro pra ver o que aquela pessoa foi lá e postou. (FG1) .

Fonte: Elaboração própria.

As próximas seções esclarecem como os fatores causadores de prejuízos foram definidos e categorizados, além de identificar os impactos e reações causadas no acesso à rede social virtual por meio desses prejuízos. Apresentar-se-ão os resultados que procuram responder cada um dos objetivos específicos. Evidenciam-se elementos da teoria e dos discursos, coletados nas fases 1, 2 e 3 do estudo.

4.2 ANÁLISE DOS DADOS

4.2.1 Análise da efetividade de uso

A fim de cumprir o primeiro objetivo específico, definir efetividade de uso em redes sociais virtuais, levou-se em consideração o relato de todos os participantes ao longo das etapas da pesquisa. A efetividade de uso em redes sociais virtuais, como vista anteriormente, não possui definição clara e objetiva.

Mesmo com dificuldade de se expressar e entender o que seria efetividade de uso em redes sociais virtuais, os participantes expuseram diversas ideias, que remetem essencialmente a cinco fatores. O primeiro deles é **contato com pessoas mais próximas**. Poder estar próximo a pessoas com as quais se tem maior convivência é julgado por alguns como sendo um ponto positivo em uma rede social virtual. Alguns relatos confirmam:

A rede social fica muito misturada, tudo junto, amigos passados com amigos presentes, com professores. A rede perfeita seria se pudesse separar um pouquinho isso. (FG1).

O problema do Facebook é que tem amigos que estudaram comigo da 5ª e 6ª série e tem pessoas que estudam comigo agora no mestrado, não sei, às vezes fica meio confuso, por exemplo, as pessoas que estudaram comigo antes, normalmente não tenho mais proximidade, mas deixo-as no Facebook porque algum dia posso precisar de alguma coisa, talvez fosse melhor se tivesse somente as pessoas as quais eu falo. (FG1).

Ouvi dizer que se você tem cerca de 500 amigos no Facebook, 400 estão em excesso. Quando eu disse que estava saindo do Facebook, quase ninguém veio dar tchau, quando voltei apenas 3 vieram falar. (FG1).

Após falar da proximidade entre contatos exaltando o desejo de fazer parte de uma rede social virtual com contatos que tenham maior ligação, os participantes partiram para o segundo fator, **comunicação clara e obtenção de dados agregadores de valor**. Fazer parte

de uma rede social virtual que possua somente informações relevantes e que essas informações sejam compartilhadas com linguagem clara é outro ponto positivo encontrado no FG1. Mensagens que causam mal-estar e irritabilidade são ignoradas e bloqueadas, inibindo o acesso. Alguns relatos reiteram:

Cancelo o *feed* de notícias quando a pessoa realmente não tem o que proporcionar de bom para mim. (FG1).

Por causa de postagens violentas fiquei um bom tempo sem entrar no Facebook, não sabia como agir em relação a isso, depois que eu fui ver que posso bloquear, excluir, mas quando eu não sabia, não conseguia, via uma foto de uma pessoa toda estrçalhada e as vezes não conseguia nem pensar naquilo, acabava não querendo mais entrar no Facebook. Isso não me acrescentava nada, pelo contrário. (FG1).

Tem aquelas pessoas que você está ali conversando e ela começa a falar algo fora de contexto, então automaticamente você ignora. (FG1).

O Facebook ultimamente está empurrando muita coisa na sua *timeline* “coisas que talvez você possa curtir”, que não tem relevância alguma, como se fosse panfletagem, odeio esse tipo de coisa. (FG1).

Tem pessoas que sempre fazem a mesma coisa, postam exatamente o mesmo tipo de coisa, eu já ignoro. Acho ruim quando tenho que ficar passando muita coisa e penso “ah ninguém posta nada, pra que estou aqui?” (P7).

O terceiro fator se refere às **informações excessivas**. Muitas postagens de uma só vez prejudicam o usuário, pois o acesso às informações relevantes para determinada pessoa se torna mais difícil. Encontrar algo interessante em meio a tantas informações pode ser exaustivo e trabalhoso. Relatos confirmam:

Algo muito chato é narrar debates, quando acontece debate na TV a galera começa, pra quem está assistindo o debate, é uma coisa, mas pra quem está assistindo um jogo, aquilo não faz

sentido algum. Só percebi isso quando assisti a um debate, porque eu fui uma dessas pessoas que narrou. É como se eu estivesse em um barzinho gritando o assunto e quem está de fora se incomoda com aquilo, pra quem está na mesa é bom, é relevante. Eu tenho 600 amigos, então minha *timeline* é muito rápida, mas pra quem tem poucos amigos, talvez tenha sido horrível receber muitas postagens minhas ao mesmo tempo. (FG1).

Um dia eu precisei achar uma postagem um pouco antiga e fui voltando a minha *timeline* e pensei “alguém acessou minha conta, não fui eu”, estava começando a ter vergonha do meu passado. Não pelos interesses, mas pela frequência com que eu postava as coisas. (FG1).

Outro fator a ser mencionado é relativo à **deturpação de funcionalidades**. Muitas vezes, as funções da rede social virtual não são utilizadas de maneira adequada, mensagens são enviadas por onde não deveriam, fotos são expostas em lugares inadequados. Esse tipo de atividade irrita alguns participantes e, algumas vezes, prejudica o acesso. Quando um aplicativo começa a ser utilizado de maneira inadequada, muitos preferem não mais utilizá-lo, privando-se do acesso. Alguns relatos ilustram isso:

Por exemplo, aquelas dicas de livros que tem no Facebook, como se fosse um aplicativo, PE legal, mas aí chegam pessoas que não te veem a muito tempo e comentam só pra “manter o contato”, ou seja, elas acabam usando de forma errada a ferramenta, isso é chato. (FG1).

Não sabe a diferença entre “curtir” e “compartilhar” e faz tudo errado, isso me deixa irritada. (FG2).

Compartilho um artigo bem legal, e aí alguém vai nessa postagem e pergunta pra onde eu irei à noite. Existe o chat no Facebook pra isso, mas parece que ela faz questão de bagunçar tudo. (FG2).

O último fator observado se refere à **otimização do tempo** gasto em redes sociais virtuais. A maioria dos participantes, relatara que o maior prejudicado é o tempo. Boa parte dele é gasto em maneiras de se chegar às informações importantes e relevantes. Observou-se

que algumas pessoas entram no Facebook com um tempo pré-determinado para permanecer naquela rede social virtual. Quando esse tempo é utilizado com informações irrelevantes, ao procurar maneiras de bloquear determinadas informações, o desperdício do tempo é notório.

Alguns relatos reiteram:

Prejuízo está ligado ao tempo. (FG1).

Eu não vejo o *feed* de notícias completo, porque as atualizações são muitas, não dá tempo. (P8).

Aí você vê uma postagem bem medíocre, irrelevante de um dos seus amigos, só que são os amigos que você sempre está conversando, aí entra numa discussão épica onde praticamente todo mundo que você conhece está discutindo sobre aquilo, mas é uma coisa bem ridícula, aí você pensa “eu não vou perder meu tempo com isso”, aí quando menos você espera está lá participando da discussão. Ou seja, você poderia ter gasto o seu tempo de uma forma bem melhor, ao invés de ficar falando lorota com as pessoas. (FG1).

Acho muito ruim quando tenho que passar meia hora rolando a página principal até encontrar algo que me interesse, perco muito tempo e perco minha paciência também. (P7).

Tem dias que eu entro no Facebook somente pra ficar conversando, mas tem dias que eu entro bem rápido, porque estou apressada. Quando isso acontece, não tenho como dar atenção a todas as bobagens que chegam até mim, por causa delas perco muito tempo. Às vezes nem consigo ver o que realmente quero porque o tempo se esgotou. (FG2).

Todos esses fatores são advindos de limitações comportamentais dos indivíduos que interferem no funcionamento da rede social virtual e causam uma limitação de acesso (a informações desejadas mediadas por TICs) em outros indivíduos. Os níveis dessas limitações são variados, como se pode observar nos relatos expostos.

A partir dessas reflexões, chegou-se a um conceito de efetividade de uso em redes sociais virtuais: **Usar uma rede social virtual de forma efetiva é estar em contato com**

peessoas mais próximas, comunicar-se de forma clara, obter informações que agreguem valor pessoal, e evitar informações desnecessárias e deturpação de funcionalidades para otimização do tempo.

Este conceito, elaborado ao longo da pesquisa, especialmente com auxílio dos participantes, foi exposto no FG2 e avaliado por todos. Houve confirmação da existência dos cinco fatores encontrados e concordou-se plenamente com o conceito exposto.

4.2.2 Análise dos prejuízos causados pelo GI

Giacalone e Rioedan (2002) consideram GI como o conjunto de atividades que um ator social desenvolve com o intuito de influenciar o modo como os demais o vêem, ou seja, a imagem ou impressão que criam a seu respeito. Na presente pesquisa, GI é compreendido como todas as atividades que um indivíduo (ator social) desenvolve no sentido de estar sempre em evidência e influenciar a maneira como os outros o enxergam, ou seja, a imagem ou impressão que criam a seu respeito.

Supõe-se que o estudo em redes sociais virtuais, por ser de natureza pública, motiva as pessoas a gerenciarem suas impressões de maneira mais cuidadosa, pois futuras interações com os contatos de uma rede social virtual são prováveis, o que faz aumentar a motivação para gerenciar suas impressões de forma mais cautelosa.

O gerenciamento estratégico de impressões, o qual se analisa no momento, tem objetivos de longo prazo e tenta estabelecer identidades que envolvam credibilidade, competência e confiabilidade (ROSENFELD, 1997). As pessoas têm a possibilidade de adotar estratégias de GI de insinuação, autopromoção, exemplificação, intimidação e suplicação, no sentido de serem percebidos, respectivamente, como simpáticos, competentes, moralmente confiáveis, perigosos e merecedores de pena.

Nos relatos, foram encontrados exemplos de cada uma dessas estratégias. Em alguns momentos, o relato se dá em primeira pessoa e, algumas vezes, os participantes falam sobre as experiências de outros indivíduos. Em todos os exemplos mostrados na Tabela 3, os participantes se mostraram insatisfeitos com tais comportamentos e se julgaram prejudicados, em termos de acesso, por eles. O compartilhamento de informações se tornou menos efetivo e, por consequência, mais difícil utilizar a rede social virtual de forma agradável, acessando informações importantes de maneira mais vantajosa.

Tabela 4 – Relatos de estratégias de GI

Estratégia	Descrição	Relato
Insinuação	Tentativa de parecer mais atraente e simpático para os demais.	Entrei em contato com algumas pessoas de televisões importantes e passei a me preocupar muito com a opinião, porque eu estou vendendo meu peixe pra o pessoal, mas acabei me prejudicando muito com alguns de meus amigos porque deixei de postar aquilo que realmente importava pra mim, pra causar uma boa impressão aos produtores e acabei fazendo propagandas em excesso da emissora. (FG1)
Autopromoção	Tentativa de se mostrar mais competente.	O mais comum na minha <i>timeline</i> é aquela pessoa que quer ser modelo, pras meninas tem aquela história de sempre postar fotos aparentando ser mais velha, mais bonita, mais descolada. (FG1)
Exemplificação	Tentativa de ser moralmente confiável, podendo também servir para induzir os seguidores.	Minha cunhada teve dois filhos e não está nem aí pra educação desses dois meninos, não os vê. Um dos filhos foi criado em minha casa, foi deixado já tem 5 anos e ela não tem nenhum tipo de aproximação, o outro foi deixado na casa da outra avó ainda criança, mas no Facebook ela é uma mãe amorosa, atenciosa, que se preocupa. É a mãe perfeita. Quem não conhece acredita. (FG1)
Intimidação	Tentativa de se mostrar uma pessoa perigosa que é capaz de causar sofrimento aos demais.	Quando namorados brigam, por exemplo, ficam colocando aquelas indiretas no Facebook. Trocando xingamentos, alfinetando um ao outro e até ameaçando os possíveis terceiros da relação, já vi isso. (FG2)
Suplicação	Tentativa de se mostrar desamparado para solicitar ajuda aos demais.	Tenho um contato que posta muita coisa de autoajuda, quando passa de três me da uma agonia e eu chego a querer perguntar se ele esta precisando de psicóloga. (FG1)

Fonte: Elaboração própria.

Em determinados momentos, participantes relatam o fechamento do seu perfil no Facebook, cancelamento de *feed* de notícias e amizades desfeitas em redes sociais virtuais por causa das estratégias de GI utilizadas por seus contatos em suas redes sociais virtuais.

Após alguns desses comportamentos de GI, uma parte dos participantes passa a ignorar o contato, de maneira que nada que ele compartilha na rede social virtual é levado em consideração. Se os seus contatos o julgam como irrelevante durante um tempo, passam a não mais dar atenção às suas informações. Caso venha a compartilhar alguma informação interessante, provavelmente poucos de seus contatos interagirão e darão prioridade a tal

informação, o número de acessos aos seus compartilhamentos cairá e essa informação não será levada adiante.

A estratégia de insinuação, usada para ilustrar alguém como amigável e simpático, além de bajulador (CARVALHO; GRISCI, 2002), é exemplificada aqui por alguém que expõe vários adjetivos a uma determinada emissora para se mostrar simpático aos olhos dela. Essa atitude fez com que o indivíduo passasse a não compartilhar informações sobre ele próprio, mas apenas da emissora. Isso afastou alguns contatos e muitos deixaram de acessar suas informações.

A autopromoção procura expor uma imagem de competência, destacando as habilidades (CARVALHO; GRISCI, 2002). O exemplo utilizado na Tabela 3 mostra que algumas garotas se promovem por meio de belas fotografias. Quando esse se torna um assunto recorrente, a reação de alguns usuários da rede social virtual é ignorar e relevar tudo aquilo compartilhado pela garota. Se, em algum momento, ela compartilhar algo de valor, é provável que poucos deem atenção e acessem aquela informação.

Exemplificação é usada quando o objetivo é expressar uma imagem de virtudes morais como: honestidade, lealdade e ética (CARVALHO; GRISCI, 2002). O relato na Tabela 3 mostra uma mãe que, apesar de não cuidar de maneira adequada dos filhos, compartilha informações em sua rede social virtual como sendo a “melhor mãe do mundo”, uma atitude hipócrita que, caso seja descoberta por algum contato da rede social virtual, terá seu perfil bloqueado ou outro meio de privar informações.

A estratégia de intimidação transmite uma imagem de ameaça e de agressão, tanto física quanto verbal (CARVALHO; GRISCI, 2002). O relato expõe a discussão entre casais, troca de xingamentos e reclamações acerca de relacionamentos; são assuntos que devem ser tratados de maneira reservada, como alguns participantes relataram no FG1, não compartilhando informações para todos em sua rede social virtual. Essa atitude prejudica o bom funcionamento da rede social virtual, torna-a mais exaustiva e com informações irrelevantes para a maioria dos contatos. Por isso, alguns participantes (P2, P5, P6, P7, P10) se privam do acesso a esse determinado perfil do Facebook.

A suplicação, normalmente usada quando o indivíduo não acredita que possui um atributo valorizado pelos demais (GARDNERIII, 1992), demonstrando sinais de fraqueza. Geralmente é visto pelos demais contatos de sua rede social virtual como alguém infeliz. O exemplo na Tabela 3 mostra que o indivíduo ficou irritado ao ponto de perguntar se o outro estará precisando de um psicólogo. Quando muitas mensagens compartilhadas contêm esse

teor “autoajuda”, como mencionado pelos participantes do FG1, diversos contatos se mostram incomodados e passam a ignorar as informações advindas do contato praticante da suplicação.

O acesso também é prejudicado quando reproduzidas algumas táticas de GI. Os participantes, indiretamente, sugerem que, ao praticar tais táticas, deixam de compartilhar muita informação ou acabam compartilhando informações excessivas sem muito conteúdo, caracterizando perda no nível de acesso pelos outros contatos de sua rede social virtual.

Rosenfeld (1997) afirma que as táticas de GI têm objetivo de criar impressões positivas rápidas e de curto prazo. Ao analisar os relatos, percebe-se que, quando os demais indivíduos enxergam falsidade nas informações, tendem a se afastar do contato que fez uso dessas táticas de GI em sua rede social virtual. Esse afastamento priva o indivíduo de continuar observando as informações compartilhadas na rede. Alguns priorizam perder certas informações ao invés de manterem contato com o indivíduo que faz uso das táticas assertivas e defensivas de GI.

Na Tabela 4, estão presentes relatos que exemplificam os comportamentos tático-assertivos propostos por Cialdini (1992):

Tabela 5 – Exemplificação de táticas assertivas de GI

Tática	Descrição
Ostentar	Quando você é vocalista de uma banda as pessoas querem ficar próximas, te viu na frente de uma bodega um dia e em seguida adicionou. Como você é uma pessoa pública, então pra ele é interessante isso. Eu tenho muita gente que me adicionou na época que eu tocava guitarra numa banda que daqui a pouco troca a foto do perfil e você não reconhece mais. (FG1)
Alardear	Minha mãe fez um Facebook e me adicionou. Gente, pelo amor de Deus! Comecei a não colocar várias coisas. (FG1)
Polir	Às vezes você nem é tão próximo a uma pessoa, mas no Facebook você é. Isso acontece muito, por exemplo, quando compartilho alguma coisa de uma banda minha ou então de algo que tenha relação à musica, tem gente que me tem adicionado, não sei como, pode ser por causa das bandas que tenho ou por meio profissional, e compartilha meu <i>post</i> . (FG1)
Infamar	Tem um menino no meu Facebook que é extremamente chato, acho que sou masoquista, só pode, porque fico querendo ver qual a próxima pérola que ele vai soltar. Ele postou a foto de uma campanha contra o cerol (pó de vidro) em pipas, colocando um motoboy degolado. (FG1)

Fonte: Elaboração própria.

Algumas táticas fazem com que o indivíduo se sinta incomodado e por isso se prive de determinadas informações. Vangloriar-se por ser vocalista de uma banda (ostentar), desassociar sua imagem à imagem desfavorável de sua mãe (alardear), mostrar-se próximo a artistas (polir) e denegrir a imagem de um amigo por ele compartilhar más informações (infamar) fazem com que parte dos indivíduos reaja de diferentes maneiras, mas boa parte dessas reações está ligada ao fato de bloquear informações e desfazer laços em sua rede social virtual, tornando o acesso restrito.

Na Tabela 5, exemplificam-se os comportamentos tático-defensivos propostos por Cialdini (1992):

Tabela 6 – Exemplificação de táticas defensivas de GI

Tática	Descrição
Encobrir	Eu costumava cancelar a amizade, mas eu descobri que é possível cancelar somente o <i>feed</i> de notícias, vi que existia uma solução intermediária. Descobri que é uma situação um tanto quanto constrangedora quando a pessoa tenta interagir com você e descobre que estava lá como “adicionar como amigo”. (FG1)
Ofuscar	Toda vez que eu vou postar uma foto eu coloco “personalizar” e escolho quem não pode ver. Quando vejo que vai causar uma impressão negativa nos professores eu saio excluindo eles de visualizar a postagem e aí quando é uma coisa bem intelectual que eu acho que eles vão gostar, dou permissão, ou seja, nesse sentido eu tento gerenciar pra que eu não fique com uma imagem distorcida, que eles me achem muito superficial. (FG1)
Encorajar	Um dos meus contatos se tornou homossexual e começou a postar muitas fotos sensuais, mas se ele não está preocupado com essa imagem que vai gerar tudo bem, inclusive ele coloca “se você está se incomodando pode bloquear”. Dizendo como se não estivessem ligando pra o que estão achando. Ele resolveu se assumir e o incomodado que cancele. Eu concordo com isso. (FG1)
Menosprezar	Existem pessoas de dupla personalidade, é de uma forma no virtual e no real é outra. Tem pessoas, por exemplo, que eu falo, tenho certa intimidade no Facebook, mas quando passamos um pelo outro, se cruza, não da nem um “bom dia”. Interessante, não é? (FG1)

Fonte: Elaboração própria.

Dentre as táticas defensivas de GI, delas chamam atenção quando se trata de limitação de acesso. Na tática de encobrir, onde o participante afirma que costumava “cancelar amizade” e “cancelar *feed* de notícias” – funcionalidades oferecidas pela rede social para diminuir contato com outro indivíduo da rede social virtual –, é notório que ocorrerá uma privação de informação. A partir do momento em que se cancela uma amizade ou *feed* de notícias, não se tem mais acesso fácil àquelas informações. Na tática de ofuscar, tomando como exemplo o relato do participante, nota-se que, ao customizar a forma de visualização da informação, é possível não permitir que algumas pessoas a acessem, bloqueando a informação de alguns contatos, contatos esses que ficarão sem ter conhecimento daquela notícia compartilhada.

4.2.3 Análise da relação entre limitação digital comportamental e limitação digital de acesso

A limitação digital diz respeito aos níveis de acesso e de uso das TICs verificados em um indivíduo. De acordo com Bellini *et al.* (2010), LA refere-se à dificuldade social e material, em diferentes níveis, em acessar as TICs; já LC refere-se à dificuldade do indivíduo em aplicar plenamente as suas habilidades digitais.

Ao observar o modelo tridimensional de limitações digitais desenvolvido por Bellini *et al.* (2010), na Figura 5, nota-se que há uma seta de LA apontando para LC; é esse o caminho aqui estudado, na sequência cronológica "inicia com a solução satisfatória de LC e termina com a identificação de LA" (GARCIA, 2012, p. 37).

Diante desses conceitos, pode-se observar uma gama de relatos exemplificadores:

Não aguento e vou no perfil da pessoa e coloco “cancelar *feed*” de notícias. (FG1).

Foi por causa de coisas desse tipo, imagens violentas, que eu fiquei um bom tempo sem entrar no Facebook. (FG1).

Tem aquelas pessoas que você está ali conversando e ela começa a falar algo que ninguém está falando, então automaticamente você ignora. (FG1).

Eu nunca bloqueei ninguém, mas eu simplesmente nem paro pra ver o que aquela pessoa foi lá e postou. **(FG1)**.

Esses relatos mostram as reações dos participantes frente a LC de outros indivíduos pertencentes à sua rede social virtual Facebook. Reações detectadas foram: bloqueio do *feed* de notícias, em que o indivíduo ao escolher essa opção passa a não ter mais acesso às informações do contato bloqueado em seu mural de notícias (*timeline*); amizade desfeita, em que o indivíduo opta por não ter mais vínculo com o contato; e ocultação de mensagens/marcações, em que o indivíduo priva os demais contatos de sua rede de terem acesso direto aos compartilhamentos que estão ligados a ele.

Essas reações, em diferentes níveis, causam LA aos indivíduos, e tais reações são praticadas devido a LC de outros indivíduos, como já mencionado. Observou-se que essa LC na rede social virtual Facebook pode ser dividida, em princípio, em três fatores: frequência, que se refere ao número de postagens feitas pelo indivíduo; tema, que se refere ao conteúdo da informação compartilhada; e visibilidade exagerada, que se refere ao ato de estar sempre em evidência para outros contatos de sua rede social virtual.

A Tabela 6 traz relatos exemplificadores desses fatores.

Tabela 7 – Exemplificação de fatores geradores de LA

Frequência	Tema	Visibilidade Exagerada
Eu cancelei o <i>feed</i> de notícias uma vez porque estava insuportável, eram 50 postagens de uma vez só! A pessoa não tem o que fazer e chega a esse ponto, né?! (FG1) .	Existem coisas muito chatas, mensagens de igrejas, coisas engraçadas o tempo todo. (FG1) .	O mais comum na minha <i>timeline</i> é aquela pessoa que quer ser modelo, pras meninas tem aquela história de sempre postar fotos aparentando ser mais velha, mais bonita, mais descolada (FG1) .
O Facebook ultimamente esta empurrando muita coisa na sua <i>timeline</i> “coisas que talvez você possa curtir”, que não tem relevância alguma, como se fosse panfletagem. (FG1) .	Quando tem coisas de acidentes, coisas pornográficas eu saio bloqueando ou desfaço a amizade, porque não tenho paciência. (FG1) .	Percebi algo muito chato durante a campanha eleitoral, tenho amigos que estão vinculados ao partido, então eles vestem o personagem. Algo muito chato é narrar debate, quando acontece debate na TV a galera começa a narrar, pra quem esta assistindo o debate, é uma coisa, pra quem está assistindo um jogo aquilo não faz sentido algum. (FG1) .
Acima de 3 postagens da mesma pessoa por dia pra mim já incomoda. (FG1) .	Você vai pra o Facebook pra relaxar e encontra esse tipo de coisa, fotos de acidentes. Isso acaba me prejudicando de certa forma. (FG1) .	Tem gente que pensou alto, posta no Facebook, exemplo “estou com fome”, “ai que bolo
Eu tenho 600 amigos, então minha <i>timeline</i> é muito rápida, pra quem tem poucos amigos, talvez tenha sido horrível receber muitas postagens minhas	Foi por causa de coisas desse tipo, imagens de violência, que eu fiquei um bom tempo sem entrar no Facebook, porque eu não sabia como agir em relação a isso, depois que eu fui ver que posso bloquear, excluir. (FG1) .	

ao mesmo tempo. (FG1).

Uma coisa que me incomoda bastante é quando a pessoa publica, sei lá, umas 10 notícias de uma vez. É como se, de repente, a pessoa tivesse a oportunidade imperdível de acessar a internet e resolveu colocar tudo que pensou nos últimos 50 dias de uma vez. Isso me dá uma agonia gigante. (P5).

Quando vi a foto de campanha de órgãos me incomodou bastante, mas relevei. Sou muito nervosa com coisas de morte, acidente, sangue e não consigo me sentir bem e relaxar utilizando o Facebook quando sei que o risco de aparecer isso no mural é eminente. (P1).

De uma média de 30 postagem só prestei realmente atenção em apenas umas 2 ou 3 por causa da futilidade de seus temas. (P3).

gostoso”, “pow, que massa”. Tem as indiretas, se você não entendeu é porque não foi pra você, mas pra alguém fez sentido, está direcionado pra alguém, mas muitas são sem nexos. (FG1).

Fonte: Elaboração própria.

Na terceira fase da pesquisa, FG2, os participantes tiveram acesso à Tabela 6 e concordaram de forma unânime com os fatores encontrados. Esses fatores fazem com que os indivíduos restrinjam o acesso em sua rede social virtual e, por isso, deixam de tomar conhecimento de diversas informações, sugerindo que há relação entre LC e LA de indivíduos diferentes.

A utilização dos fatores frequência, tema e visibilidade exagerada afetam diretamente e indiretamente o uso de uma rede social virtual. Através de relatos, observou-se que esses fatores prejudicam o tempo gasto no Facebook, e o tempo é o ponto de maior importância quando se fala de efetividade de uso em uma rede social virtual, como observado através dos relatos obtidos ao longo das etapas da pesquisa.

4.3 CONSEQUÊNCIAS DO ESTUDO

Na terceira e última fase da pesquisa, realizou-se o segundo FG, o qual trouxe a definição de efetividade de uso em redes sociais virtuais para os participantes avaliarem, além dos fatores causadores de prejuízos e as reações observadas frente a esse comportamento.

Todos os participantes concordaram com os pontos principais do conceito de efetividade de uso em redes sociais virtuais elaborados na pesquisa: contato com pessoas mais próximas, comunicação clara e obtenção de dados agregadores de valor pessoal, informações excessivas, deturpação de funcionalidades e otimização do tempo. Mostraram-se satisfeitos, também, com os causadores de prejuízos (frequência, tema e visibilidade exagerada) e com as

reações observadas (bloquear *feed* de notícias, desfazer amizade e ocultar mensagens/marcações).

Além de avaliar os achados do estudo, os participantes puderam expor seus pensamentos acerca do comportamento por eles praticado na rede social virtual Facebook após a primeira e segunda fases da pesquisa. Dessa forma, obteve-se acesso a relatos que expuseram a mudança de comportamento que ocorreu devido à participação dos dez indivíduos escolhidos para participar desta pesquisa.

Boa parte dos participantes se mostrou satisfeita e surpresa em observar o quanto seus comportamentos alteraram-se em função desta pesquisa. Alguns perceberam que também praticavam GI em suas redes sociais virtuais e reduziram a prática. Como o seguinte relato afirma:

Essa pesquisa foi muito importante pra mim, mais do que eu imaginei, porque eu me vi fazendo muita besteira no Facebook e acabei me corrigindo, isso foi extremamente benéfico pra mim. (P2).

Outros participantes começaram a perceber um número maior de praticantes de GI em suas redes sociais virtuais e tomaram alguma atitude para se sentirem menos prejudicados com essa prática. Mostra o relato a seguir:

Acho que comecei a perceber exatamente como eu gasto tempo no Facebook vendo essas coisas – práticas do GI. Então comecei a perceber que é sempre a mesma coisa, ou uma imagem bonita com uma frase legal ou algum questionamento do tipo "quantas cervejas alguém pode tomar?- em Blumenau (*check in*)", mais pra que os outros vejam que ele está/esteve em tal lugar. Por isso, pude ser mais imparcial e começar a checar o comportamento de um e outro que batia com essa rotina de postagens, e daí ver quem eu queria mesmo manter no *feed* de notícias. (P7).

Alguns participantes se mostraram preocupados com as possíveis informações que estivessem perdendo por terem bloqueado determinados perfis em seus perfis no Facebook, ou por terem desfeito uma amizade; então, desbloquearam os perfis, obtendo acesso novamente às informações, e acharam isso positivo. O relato a seguir exemplifica:

Bem, eu achei muito interessante esta ideia de limitação digital e, sinceramente, nunca tinha pensado sobre isso... Eu tinha tirado minha cunhada do meu *feed* de notícias. Depois que eu tive contato com sua pesquisa, a coloquei de volta e percebi que ela está compartilhando informações muito interessantes. (P5).

Diante dos relatos e ao interagir com os participantes através no perfil Pesquisadora PPGA na rede social virtual Facebook, perceberam-se alterações nos comportamentos de alguns participantes. Muitos, na primeira semana da pesquisa, fizeram uma varredura no Facebook e avaliaram todos os seus contatos, de forma a manterem somente aqueles que se mostrassem interessantes. Outros reduziram suas práticas de GI para que outras pessoas não ignorassem ou reduzissem o acesso às suas informações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao ampliar os conceitos de desigualdade digital e exclusão digital, as limitações digitais permitem abordagens com assuntos que não são comumente pesquisados. Bellini *et al.* (2010) sugerem alguns exemplos para as três principais formas de limitações por eles definidas: LA – limitação de acesso às tecnologias, LI – limitação cognitivo-informacional para uso das tecnologias, e LC – limitação comportamental de uso das tecnologias. O estudo aborda o conceito de limitações digitais e contribui para validação do modelo, além disso a presente pesquisa propôs considerar o lado negativo do gerenciamento de impressões (GI) de um usuário como sendo instância de LC e verificar as possíveis influências disso em outro usuário, pertencente à sua rede de contatos no Facebook, causando LA neste último, foi feita uma aplicação que não havia sido pensada inicialmente no modelo, utilizando-se dois indivíduos. Utilizou-se uma abordagem distinta, onde efetividade de uso de TIC não está relacionada somente ao âmbito profissional, a efetividade de uso de uma rede social virtual está ligada a cinco fatores, conforme os participantes da presente pesquisa: contato com pessoas mais próximas, comunicação clara e obtenção de dados agregadores de valor, informações excessivas, deturpação de funcionalidades e otimização do tempo. A partir desses fatores, formulou-se a definição de efetividade de uso em redes sociais virtuais. Usar uma rede social de forma efetiva é estar em contato com pessoas mais próximas, comunicar-se de forma clara, obter dados que agreguem valor pessoal, e evitar informações excessivas e a deturpação de funcionalidades da rede social, para otimização do tempo.

Além de observar os fatores referentes à efetividade, trabalharam-se os prejuízos causados por GI (aqui enquadrado como limitação comportamental digital de um indivíduo). Ao fazer uso de determinadas táticas e estratégias, alguns indivíduos procuram recursos do Facebook para minimizarem esse problema. As reações observadas foram: cancelar *feed* de notícias, desfazer amizade e ocultar mensagem/marcação. Todas essas reações limitam o acesso (geram LA em indivíduos), pois restringem as informações compartilhadas na rede social virtual.

Os maiores responsáveis por prejuízos no uso da rede social virtual, conforme relatado pelos participantes, são: frequência, tema e visibilidade exagerada. Eles levam os participantes a reagirem de forma a restringir informações na rede social virtual. A ocorrência de prejuízos, através de comportamentos insatisfatórios, pode desenvolver LA.

O presente estudo, além de sugerir definições e fatores, fez com que os participantes analisassem melhor sua atuação no Facebook e, a partir disso, melhorassem seus comportamentos para tornarem a rede social virtual mais fluida e diminuíssem os possíveis prejuízos que estivessem causando a outros contatos. As pessoas, em alguns momentos, se mostram não ter plena consciência sobre suas ações em redes sociais virtuais. Pois uma parcela dos participantes, em sua autopercepção, observaram que praticam GI negativamente.

As limitações desta pesquisa incluem o uso de um modelo relativamente novo e, portanto, com pouco histórico de pesquisas que apontem fatores consolidados para estudo; este é o motivo de a presente pesquisa ser de natureza claramente exploratória. Contudo, o presente estudo tem elevada relevância no momento em que dá continuidade às primeiras investigações empíricas para validação do modelo de base, bem como estende o modelo para aplicação em indivíduos diferentes em uma mesma investigação – diferentemente do que é proposto no modelo original.

Outra limitação da pesquisa diz respeito ao pressuposto de que GI em redes sociais virtuais pode ser enquadrado como limitação digital comportamental. Esta proposição deve ser tomada com cuidado, já que a própria definição de limitação digital comportamental encontra-se em estágio de desenvolvimento. Também há que se dizer que todos os impactos negativos (prejuízos) percebidos pelos informantes desta pesquisa foram medidos em nível qualitativo e perceptual, de modo que ferramentas de medição mais precisas e independentes de relatos pessoais poderiam fornecer medidas mais confiáveis sobre se as ações de GI/LC de alguém aumentam significativamente os níveis de LA de outro indivíduo pertencente à sua rede.

Além disso, a validação dos resultados foi feita apenas pelos participantes dos focus groups, e não por outro pesquisador. Outra limitação refere-se ao perfil dos dez participantes da pesquisa, pois não se coletou informações suficientes para saber se eles representam a maioria dos usuários do Facebook ou redes sociais virtuais em geral.

Sugere-se que, em estudos futuros, seja feita uma abordagem mais específica sobre os fatores prejudiciais à efetividade de uso em redes sociais virtuais. Outra investigação possível é interagir com indivíduos que praticam GI, para verificar se de fato estão praticando GI em nível consciente. Outra sugestão para pesquisas futuras é estimar o que efetivamente é perdido em nível de qualidade de acesso a informações em redes sociais virtuais como consequência de ações de GI/LC. Por exemplo: quanto tempo em média se perde até encontrar algo interessante nas conversações online; que tipo de informação pode ser perdido caso alguém seja bloqueado em função de ser fonte de GI indesejável; qual a perda no "clima" ou no

"ritmo" de pensamento quando alguém intervém com ações de GI indesejável em meio a conversações online; etc.

REFERÊNCIAS

- ADLER, R. B.; TOWNE, N. **Comunicação interpessoal**. 9. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2002.
- AGARWAL, R; ANIMESH, A.; PRASAD, K. Social Interactions and the "Digital Divide": explaining variations in Internet use. **Information Systems Research**, v. 20, n. 2, p. 277-294, 2009.
- AJZEN, I. The Theory of Planned Behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**. v. 50, p. 179-211, 1991.
- ALMAIR. **Na trilha de Foucault: a análise do discurso, a genealogia e a história**. IN: LUCENA, I. T.; SANTOS, A. G. P.; LOPES, P. A. D. L. (Orgs.). **Análise do discurso: das práticas discursivas a modalidades dos dizeres**. João Pessoa: Ideia, 2011.
- ALVES-MAZZOTTI, A. J. ;GEWANDDSZNAJER, F. **Os Métodos nas Ciências Sociais e Naturais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. São Paulo: Thompson, 1999.
- ANTONELLO, C. S.; GODOY, A. S. A Encruzilhada da Aprendizagem Organizacional: uma Visão Multiparadigmática. **RAC**, Curitiba, v. 14, n. 2, art. 7, pp. 310-332, Mar./Abr. 2010.
- BARABÁSI, A. **How Everything is Connected to Everything else and What it means for Business**. Science and Everyday Life. Cambridge: Plume, 2003.
- BARZILAI-NARON, K. Gaps and Bits: Conceptualizing Measurements for Digital Divide/s. **The Information Society**, 22:269-278, 2006.
- BAYIR, S.; KESER, H. Information and Communication Technologies Coordinator Teachers' Evaluations of Computer Working Environments in Terms of Ergonomics. **Social and Behavioral Sciences**, v. 1, n. 1, p. 335-341, 2009.
- BELLINI, C.G.P.; GIEBELEN, E.; CASALI, R.R.B. Limitações digitais. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 20, n. 2, pp. 25-35, 2010.
- BELLINI, C.G.P; ISONI FILHO, M.M. Limitações Digitais: evidências teóricas preliminares. **Análise**, v. 23, n. 1, 2012.

- BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BOTT, E. **Family and social network**. London: Tavistock, 1957.
- BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. **Social Network Sites: definition, history and scholarship**. Michigan State University, 2007.
- BOZEMAN, D. P.; KACMAR, K. M. A cybernetic model of impression management process in organizations. **Organizational Behavior & Human Decision Process**. v. 69, n. 1, 1997, p. 9-30
- BRANDTWEINER, R.; DONAT, E.; KERSCHBAUM, J. How to become a sophisticated user: a two-dimensional approach to e-literacy. **New Media & Society**, v. 12, n. 5, p. 813-833, 2010.
- BRANDTZÆG, P. B.; HEIM, J.; KARAHASANOVIC, A. Understanding the new digital divide – A typology of Internet users in Europe. **International Journal of Human-Computer Studies**, v. 69, p. 123-138, 2011.
- BUCHANAN, M. **Nexus: Small Worlds and the Groundbreaking Theory of Networks**. New York: W.W. Norton e Company, 2002.
- BURRELL; MORGAN. **Sociological Paradigms and Organizational Analysis**. London: Heinemann, 1979. Tradução livre de prof. Wellington Martins, EA/UFBA.
- CAPRA, F. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável**. São Paulo: Cultrix, 2002.
- CARVALHO, M.; GRISCI, C. Gerenciamento de impressão em entrevista de seleção: Camaleões em cena. **Anais do EnANPAD**: Salvador, 2002.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CHEUNG, C. M. K.; CHIU, P.; LEE, M. K. O. Online social networks: Why do students use Facebook? **Computers in Human Behavior**, 2011.
- CIALDINI, R. B. Indirect tactics of image management: beyond basking. In: GIANCALONE, R. A.; ROSENFELD, P. (Orgs.). **Impression Management in the organization**. Hillsdale: Erlbaum, 1992, p. 45-56.

COOPER, C. L.; ARGYRIS, C. **Dicionário enciclopédico de administração**. São Paulo: Atlas, 2003.

CORREIA, M.; MENDONÇA, J. O ator social e a gestão de impressões positivas nas organizações: uma discussão sobre comportamentos de insinuação e de auto-promoção. **Anais do EnANPAD**: 2007.

COSTA, L.; JUNQUEIRA, V.; MARTINHO, C.; FECURI, J. **Redes: uma introdução às dinâmicas da conectividade e da auto-organização**. Brasília: WWF-Brasil, 2003.

DEGENNE, A.; FORSÉ, M. **Intoducting Social Networks**. London: Sage, 1999

DEWAN, S.; RIGGINS, F. J. The Digital Divide: current and future research directions. **Journal of the Association for Information Systems**, v. 6, n. 12, p. 298-337, 2005.

DIMAGGIO, P.; HARGITTAI, E. **From the “digital divide” to “digital inequality”:** **Studying Internet use as penetration increases**. Princeton: Center for Arts and Cultural Policy Studies, Princeton University, 2001

DÖRING, N. Personal Home Pages on the Web: A Review of Research. **Journal of Computer-Mediated Communication**, n. 7, vol.3, 2002.

DROUARD, J. Computer Literacy, Online Experience or Socioeconomic Characteristics: what are the main determinants of broadband Internet adoption and Internet usage. **Communications & Strategies**, v. 80, n. 4, p. 83-103, 2010.

ELLISON, N. B.; STEINFELD, C.; LAMPE, C. The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 12, 1143-1168. 2007.

FERNANDES, C. A. **Análise do Discurso: Reflexões introdutórias**. 2 ed. São Carlos, SP: Editora Claraluz, 2008.

FERRO, E.; HELBIG, N.; GIL-GARCIA, J. R. The role of IT literacy in defining digital divide policy needs. **Government Information Quarterly**, v. 28, p. 3-10, 2011.

FIORIN, J. L. **Elementos de análise do discurso**. 14 ed. São Paulo: Contexto, 2008.

FLICK, U. **Introdução à Pesquisa Qualitativa**. 3 Ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

GARCIA, D.A. **Cyberslacking como Limitação Digital no Setor Público: Um Estudo sobre Acesso e Comportamento de Servidores da Universidade Federal da Paraíba**. 2012.102 f. Dissertação (Mestrado em Administração)– Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2012.

GARDNER III, W. Lessons in organizational dramaturgy: the art os impression management. **Organizational Dynamics**, v.21, n.1, p. 33-47. 1992.

GARDNER, W. L.; MARTINKO, M. J. Impression management in organization. **Journal of Management**, v.14, p. 311-338, 1988.

GIANCALONE, R. A. e ROSENFELD, P. **Impression management in the organization**. Hillsdale: Erlbaum, 1992.

GILL, R. **Análise do discurso**. In: BAUER, M.W. e GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Petrópolis: Vozes, 2002.

GOFFMAN, E. **The presentation of self in everyday life**. New York: Anchor Books. 1959.

GOMES, E. **Exclusão digital: um problema tecnológico ou social?** Trabalho e Sociedade, p. 1-8, 2002.

GOOFMAN, E. **The presentation of self in everyday life**. Garden City: Doubleday Anchor Books, 1959.

GROVE, S. J.; FISK, R. P. **Impression management in services marketing: A dramaturgical perspective**. In: GIANCALONE, R. A.; ROSENFELD, P. (Orgs.). **Impression management in the organizacion**. Hillsdale: LEA, 1989.

HAIGH, R. W. Planning for Computer Literacy. **The Journal of Higher Education**, v. 56, n. 2, p. 161-171, 1985.

HARGITTAI, E. **The Digital Divide and What To Do about It**. In: JONES, D.C. (Org.). **New Economy Handbook**. San Diego: Academic Press, 2003, p. 821-839.

HARRINGTON, M.; LEVY, M. **Call begins with a "C": Interaction in Computer-mediated Language Learning**. System, 29:15-26. 2001.

HOGG, M. A.; VAUGHAN, G. M. **Social Psychology**. 6. ed. Harlow (Inglaterra): Pearson Education, 2011.

HSIEH, J.J.; RAI, A.; KEIL, M. Understanding digital inequality: Comparing continued use behavioral models of the social-economically advantaged and disadvantaged. **MIS Quarterly**, v. 32, n. 1, p. 97-126, 2008.

HSU, M. K.; WANG, S. W.; CHIU, K. K. Computer attitude, statistics anxiety and self-efficacy on statistical software adoption behavior: an empirical study of online MBA learners. **Computers in Human Behavior**, v. 25, n. 2, p. 412-420, 2009.

IÑIGUEZ, L. **Manual de análise do discurso em ciências sociais**. Tradução de Vera Lúcia Joscelyne. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

JONES, E. E.; PITTMAN, T. S. **Toward a generical theory os strategic self presentation**. In: SULS, J. (Org.). *Psychological perspectives on the self*. Hillsdale: Erlbaum, 1982.

KATZ, J. E.; RICE, R. E. **Social Consequences of Internet Use: access, involvement, and interaction**. Massachusetts: The MIT Press, 2002.

KEBEDE, W.; BUTTERFIELD, A.K. **Social networks among poor women in Ethiopia**. International Social Work, 2009.

KLECUN, E. Bringing lost sheep into the fold: questioning the discourse of the digital divide. **Information Technology & People**, v. 21, n. 3, p. 267-282, 2008.

LEARY, M. R. **Self-presentation: impression management and interpersonal behavior**. Boulder: Westview Press, 1996.

LEARY, M. R.; KOWALSKI, R. M. Impression management: A literature review and two-component model. **Psychological Bulletin**, 107, 34-47, 1990.

LEE, S.; QUIGLEY, B. M.; NESLER, M. S.; CORBETT, A. B.; TEDESCHI, J. T. Development of a self-presentation tactics scale. **Personality & Individual Differences**, 26, 701-722. 1999.

LEMOS, A. **Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002

LIN, T.C.; SUN, P.C.; HSU, J.C. The Determinants of Information System Resistance Behavior: An Empirical Study based on Theory of Planned Behavior. **Journal of Information Management**, 2000.

LUCAS, C. R. As Tecnologias da Informação e a Exclusão Digital. **Transinformação**, v. 14, n. 2, p. 159-165, 2002.

MALLE, B. F.; KNOBE, J. The folk concept of intentionality. **Journal of Experimental Social Psychology**, v.33, p. 101-121, 1997.

MALLE, B. F.; MOSES, L. J.; BALDWIN, D. A. The significance of intentionality. In: MALLE, B. F.; MOSES, L. J.; BALDWIN, D. A. (Orgs.). **Intentions and Intentionality: foundations of social cognition**. Cambridge: Bradford Books, 2003.

MARCONI, M. A. LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, 2001.

MARTELETO, R. M. **Redes e configurações de comunicação e informação: construindo um modelo interpretativo de análise para o estudo da questão do conhecimento na sociedade**. Investigación Bibliotecológica, México, v. 14, n. 29, p. 69-94, jul./dic. 2000.

MARTELETO, R. M. Redes sociais, mediação e apropriação de informações: Situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em ciência da informação. **Ciência da Informação**, v.3, n.1, p.27-46, 2010.

MERRIAM, S. B. **Qualitative Research: a guide to design and interpretation**. San Francisco: Jossey-Bass, 2009.

MITCHELL, J. C. **Social networks in urban situations: analyses of personal relationships in Central Africa towns**. Manchester: Manchester University, 1969

MORI, C. K. **'Digital Inclusion': are we talking about the same thing?** In: STEYN, J.; JOHANSON, G. (Orgs.). **ICTs and Sustainable Solutions for the Digital Divide: theory and perspectives**. Hershey (EUA): IGI Global, 2011.

MOWERY, D. C.; SIMCOE, T. Is the Internet a US Invention? An economic and techonological history of computer networking. **Research Policy**, v. 31, n. 8-9, p. 1369-1387, 2002.

MURRAY, K. E.;WALLER, R. Social networking goes abroad. **International Educator**, 2007.

MUSSALIM, F. **Análise do discurso**. In: MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. (Orgs.) Introdução à Linguística: domínios e fronteiras. 4 ed. São Paulo: Cortez, 2004. Vol 2.

NAHAVANDI, A.; MALEKZADEH, A. R. **Organizational behavior: the person-organization fit**. New Jersey: Printice-Hall, 1999.

NEUMANN, M.; O'MURCHU, I.; BRESLIN, J.; DECKER, S.; HOGAN, D. Semantic social network portal for collaborative online communities. **Journal of European Industrial Training**, v.29, n.6, 2005.

NICOLIS, G.; PRIGOGINE, I. **Exploring Complexity. An Introduction**. New York: W. H. Freeman and Company, 1989

OLIVEIRA, M.; FREITAS, H. Focus group: instrumentalizando o seu planejamento. IN: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (Orgs.) **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais:paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006.

ORLANDI, E. P. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. 7 edição, Campinas, SP: Pontes, 2007.

PARSONS, T.; SHILL, E. A interação social. In: CARDOSO, F. H.; IANNI, O. (Orgs.) **Homem e Sociedade: Leituras Básicas de Sociologia Geral**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1975.

PÊCHEUX, Michel. **Sobre os contextos epistemológicos da Análise e Discurso**. UFRGS. Instituto de Letras. Cadernos de Tradução, n.01, novembro de 1998. 2 edição.

POSSENTI, S. **Discurso, estilo e subjetividade**. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

POYNTON, Timothy A. Computer literacy across the lifespan: a review with implications for educators. **Computers in Human Behavior**, v. 21, n. 4, p. 861-872, 2005.

RECUERO, R. **Comunidades em Redes Sociais na Internet: Proposta de Tipologia baseada no Fotolog.com**. Porto Alegre: UFRGS, 2006. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2006.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROSENBERG, J., EGBERT, N. Online Impression Management: Personality Traits and Concerns for Secondary Goals as Predictors of Self-Presentation Tactics on Facebook. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 17, 1-18. 2011.

ROSENFELD, P. Impression management, fairness and the employment interview. **Journal of Business Ethics**. Dordrecht; jun, 1997.

ROSENFELD, P.; GIANCARLONE, R. A.; RIORDAN, C. A. **Impression management in organization: theory, measurement, practice**. New York: Routledge, 1995.

SAMPEIRE R. H.; COLLADO C. F.; LUCIO B. P.; **Metodología de la investigación**. México: McGraw Hill, 1991.

SCHLENKER, Barry R. **Impression Management: the self-concept, social identity, and interpersonel relations**. Monterrey: Brooks/Cole, 1980.

SCHULENBERG, S. E.; MELTON, A. M.A. The Computer Aversion, Attitudes, and Familiarity Index (CAAFI): a validity study. **Computers in Human Behavior**, v. 24, n. 6, p. 2620-2638, 2008.

SELWYN, Neil. Digital Division or Digital Decision? A study of non-users and lowusers of computers. **Poetics**, v. 34, n. 4-5, p. 273-292, 2006.

SIBILIA, P. Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica do sujeito. Grupo de Tecnologias Informacionais da Comunicação e Sociedade, **XII Congresso da Associação Nacional de Programas de Pós Graduação em Comunicação – COMPOS**, Niterói/RJ, 2003.

SILVA, A. B. O.; MATHEUS, R. B.; PARREIRAS, F. S.; PARREIRAS, T. A. S. Análise de redes sociais como metodologia de apoio para a discussão da interdisciplinaridade na Ciência da Informação. **Ciência da Informação**, v.35, n.1, 2006.

SILVINO, A. M. D.; ABRAHÃO, J. I. Navegabilidade e Inclusão Digital: usabilidade e competência. **RAE-Eletrônica**, v. 2, n. 2, p. 1-17, 2003.

SIPIOR, J.; WARD, B. T.; VOLONINO, L.; MARZEC, J. Z. A Community Initiative that Diminished the Digital Divide. **Communications of the Association for Information Systems**, v. 13, n. 1, p. 29-56, 2004.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SORJ, B.; GUEDES, L. E. Exclusão Digital: problemas conceituais, evidências empíricas e políticas públicas. **Novos Estudos**, n. 72, p. 101-117, 2005.

TAYLOR, S.; TODD, P. A. Understanding Information Technology Usage: a test of competing models. **Information Systems Research**, v. 6, n. 3, p. 144-176, 1995.

TEDESCH, J. E MELBURG, U. **Impression Management and influence in the organization**. In: BACHARACH, S.; LAWLER, E. J. (Orgs.). *Research in the sociology of organization*. (v.3) Greenwich: JAIPress, 1981. p.31-38.

TEDESCH, J.; RIESS, M. Identities, the phenomenal self, and laboratory research. In: TEDESCH, James. (Org.) **Impression management theory and social psychological research**. New York: Academic Press, 1981.

THACKER, E. **Networks**. Swarms and Multitudes. 2004

TONG, S. T.; VAN DER HEIDE, B.; LANGWELL, L.; WALTHER, J. B. Too much of a good thing? The relationship between number of friends and interpersonal impressions on Facebook. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13, 531-549. 2008.

VALADEZ, J. R.; DURAN, R. Redefining the Digital Divide: beyond access to computers and the Internet. **The High School Journal**, v. 90, n. 3, p. 31-44, 2007.

WALTHER, J. B.; VAN DERHEIDE, B.; KIM, S.; WESTERMAN, D.; TONG, S. T. The role of friends' appearance and behavior on evaluations of individuals on Facebook: Are we known by the company we keep? **Human Communication Research**, 34, 28-49. 2008.

WARSCHAUER, M. Dissecting the "Digital Divide": a case study in Egypt. **The Information Society**, v. 19, p. 297-304, 2003.

WASSERMAN, S.; FAUST, L. **Social Network Analysis**. Methods and Applications. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1994

WATTS, D. J. **Six Degrees**. The Science of a Connected Age. New York: W.W. Norton & Company, 2003

WATTS, Duncan J. **Six Degrees. The Science of a Connected Age**. New York: W. W. Norton & Company, 2003.

WATZLAWICK, P.; BEAVIN, J. H.; JACKSON, D. D. **Pragmática da Comunicação Humana**. 11ªed. São Paulo: Cultrix, 2000

WEI, K., TEO, H., CHAN, H.C., TAN, B.C.Y. Conceptualizing and Testing a Social Cognitive Model of the Digital Divide. **Information Systems Research**, v. 22, n. 1, p. 170-187, 2011.

WITTE, J. C.; MANNON, S. E. **The Internet and Social Inequalities**. Nova Iorque: Taylor & Francis, 2010.

WOOD JR., T. **Organizações de Simbolismo Intensivo**. São Paulo: Atlas, 1999.

YOON, C. The theory of planned behavior and ethics theory in digital piracy: an integrated model. **Journal of Business Ethics**, v. 100, n. 3, 405-417, 2011.

ZHAO, S.; GRASMUCK, S.; MARTIN, J. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. **Computers in Human Behavior**, v. 24, 1816-1836. 2008.

ANEXO A – *Focus Group* 1 (FG1)

Dividido em blocos e obedece a seguinte sequência:

1. Apresentação da pesquisa;
2. Exposição dos tópicos de discussão;
3. Encerramento.

Tópicos:

- 1 - Qual tipo de atividade feita por outros usuários da rede social atrapalham o uso desta? Porque?
- 2 - Quando esse tipo de atividade acontece, o que está sendo prejudicado no uso do *Facebook*?
- 3 - Quais as influências negativas desse tipo de atividade?
- 4 - O que, na realidade, é prejuízo em rede social virtual?

TRANSCRIÇÃO FOCUS GROUP 1

1. Qual tipo de atividade feita por outros usuários da rede social atrapalham o uso desta?

Porque?

Postagem do tipo “jantar fui!”, “tomar café fui!”, “bom dia faces!” “#partiu”, “academia #partiu!”, “#partiu focus group”, essas coisas.

As fotos com pessoas deficientes, deformadas.

Tem um lance também da rede social que ela é mutável, o que hoje é normal, amanhã pode ser antigo e virar piada, esse “#partiu” 2 anos atrás todo mundo usava, hoje em dia é piada. Então tem muito isso, tem aquela pessoa que vai colocar o #partiu que você sabe que está zoando, tem aquela pessoa que vai colocar o #partiu falando sério.

A forma de uso também é o que caracteriza isso, colocar *hashtag* em qualquer coisa, não precisa colocar isso, a partir do momento que você começa a fazer isso a galera começa a “ahh.. esse bixo esta tirando onda.” Vai virando um ciclo. Quando as pessoas começam a fazer muito isso, eu ignoro o máximo possível, mas eu não bloqueio.

Eu não aguento e vou no perfil da pessoa e coloco “cancelar *feed* de notícias” , porque pra mim aquilo não dá, acho que tem umas 20 pessoas que eu não vejo o *feed* de notícias, porque não consigo.

Eu fiz isso uma vez porque estava insuportável, eram 50 postagens de uma vez só!

A pessoa não tem o que fazer e chega a esse ponto ne?!

Eu costumava cancelar a amizade, mas eu descobri que é possível cancelar somente o *feed* de notícias, vi que existia uma solução intermediária. Fazia um certo tempo que isso vinha acontecendo aí eu descobri que é uma situação um tanto quanto constrangedora quando a pessoa tenta interagir com você e descobre que estava lá como “adicionar como amigo”, mas geralmente a solução é essa mesmo.

Existem outras coisas chatas, mensagens de igrejas, coisas engraçadas o tempo todo. Já teve corrente do tipo no chat a pessoa “o papa Bento XVI tomou uma decisão sábia, passe para 15

peessoas que uma coisa boa vai acontecer com você no final do dia” eu “meu Deus do céu, como é que uma criatura chega a esse ponto, pelo amor de Deus”.

Isso nunca aconteceu comigo não, mas tem aquele lance de colocar as fotos e “curta ou compartilhe” pra o cara sair curtindo ou compartilhando isso caracteriza uma corrente dessas, isso realmente é chato.

Tem também as solicitações de jogos nel? Que é um saco, eu ainda não aprendi a bloquear. Isso não tem como bloquear, cancelar a amizade resolve!

É porque começa a vir sempre das mesmas pessoas, acho que cancelar a amizade deve servir mesmo.

Têm spans que se adaptam e veem de outra forma, melhor cancelar logo a amizade.

A gente hoje em dia reage como aquela tia chata que manda email, recebe Power Point e manda pra todo mundo que é um pouco do “compartilhar” tem aquelas postagens que a pessoa acha engraçada e meio que, as vezes até sem pensar você acha engraçado ali na hora e compartilha. Um dia eu precisei achar uma postagem um pouco antiga minha e fui voltando a minha *timeline* e disse “alguém acessou minha conta, não fui eu”, eu estava começando a ter vergonha do meu passado. Não pelos interesses, mas pela frequência de coisas que, enfim.

2. Quando esse tipo de atividade acontece, o que esta sendo prejudicado no uso do Facebook?

Quando eu chego a cancelar o *feed* de notícias é porque a pessoa realmente não tem o que proporcionar, ao meu ver.

Eu nunca bloqueei ninguém, mas eu simplesmente nem paro pra ver o que aquela pessoa foi lá e postou. Vou passando e quando vejo que foi aquela determinada pessoa, já desconsidero.

Quando é algo que realmente incomoda, começo a soltar indiretas. Já cheguei a esse ponto também. Dependendo do seu nível de intimidade com a pessoa, você fala.

Quando tem coisas de acidentes, coisas pornográficas eu saio bloqueando ou desfaço a amizade, porque não tenho paciência. Agora quando tem piadas com algumas coisas que me incomoda eu relevo e não dou muita atenção.

Quando a pessoa começa a soltar muita piadinha é porque está querendo passar a impressão de que é engraçada.

Às vezes, a pessoa não está nem preocupada com o que pensam dela. Às vezes, não tem nem a maturidade de pensar. Agem mais por impulso, sai colocando as coisas sem sentido, sem pensar no que os outros vão achar.

É porque, eu mesmo, por exemplo, tem coisa que eu tipo “ahh isso aqui é minha cara! (compartilhar)”, não vou compartilhar isso aqui porque senão vão achar que eu estou com dor de cotovelo e eu não quero passar essa mensagem para as pessoas. Mas eu tenho a consciência. Eu estava com dor de cotovelo, mas não queria passar essa imagem para as pessoas.

Várias vezes eu cliquei em várias coisas interessantes e na hora que abre a janelinha para compartilhar eu fico pensando “se eu postar, como isso vai repercutir? O que as pessoas vão achar?” Aí as vezes, eu deixo pra lá.

O que acontece comigo é uma coisa meu reversa porque eu além de ser estudante de mestrado do PPGA, eu sou ator e trabalho com arte e quem é artista gosta de aparecer, vive disso, de aparecer. Aí eu entrei em contato com algumas pessoas de televisões importantes e passei a me preocupar muito com a opinião, porque eu estou vendendo meu peixe pra o pessoal. Só que acabei me prejudicando muito com alguns de meus amigos porque eu deixei de postar aquilo que realmente importa pra mim, pra causar uma boa impressão aos produtores de lá e acabei fazendo propagandas em excesso da emissora, então tudo o que eu via de novidade eu postava e é uma emissora grande, mas não é a mais querida, é a mais querida em termos de divulgação de pesquisas só que o povo não assiste não, não gostam. Aí o que acontece, acabei me prejudicando com isso também, e percebi que isso não vai chamar atenção daquele produtor, é como se eu tivesse puxando sardinha pra eu ter alguma coisa em benefício, então tive que me tocar, saí até do Facebook, cancelei a minha assinatura de maneira momentânea,

o povo até se surpreendeu por conta disso, porque eu vi que estava me prejudicando enquanto pessoa.

Nesse sentido, aconteceu a mesma coisa, eu fiquei pensando, tem muitos professores do mestrado que são meus amigos no facebook, pessoas que eu não quero que venham minhas palhaçadas, minhas fotos engraçadas, então o que foi que eu fiz? Toda vez que eu vou postar uma foto eu coloco “personalizar” e escolho quem não pode ver. Quando eu vejo que vai causar uma impressão negativa nos professores eu saio excluindo eles de visualizar a postagem e aí quando é uma coisa bem intelectual que eu acho que eles vão dizer “olha, num sei o quê...” eu dou permissão, ou seja, nesse sentido eu tento gerenciar pra que eu não fique com uma imagem distorcida, que eles me achem muito superficial.

Uma coisa que eu acho interessante é que as vezes inconscientemente você molda sua imagem ou tenta demonstrar alguma coisa, a medida que você passa a ser estudante de pós-graduação de determinados programas, por exemplo, você tem uma imagem a zelar ou a criar. Minha mãe fez um facebook e me adicionou gente, pelo amor de Deus, eu comecei a não colocar várias coisas, tem uma coisa de religiosidade ali que eu já não coloco mais. Um dia desses me peguei olhando o histórico, ao longo dos últimos meses, e percebi isso, tem um “antes e depois” da minha mãe ali, e é inconsciente.

Isso varia também, é o seguinte, eu trabalho com publicidade e lá tem pelo menos umas 10 pessoas que passam o dia no facebook porque trabalham com isso, então talvez o meu nível de atividade no facebook é diferente do deles, que vai ser diferente do da Tia Cotinha que acessa o facebook só a noite e terá só uma ou duas postagens. Então se for comparar com ela realmente deve ser um saco minha timeline pra quem está acompanhando. A questão de passar a frente a informação, compartilhar, tem duas variações: tem a pessoa que vê e meio sem pensar compartilha e passa pra frente; e tem aquela pessoa que gera o conteúdo, ela pega o que alguém está falando, um bebê bonitinho, um gato com um prato de comida e posta porque acha fofo, gera uma piada a partir disso.

Se afastar de alguém no facebook por causa de sua fama, ou má fama, acontece pra quem é mais de colégio, de ensino médio que tem aquela preocupação com a popularidade, do que as pessoas vão pensar, algo assim, mas pra mim não importa.

A preocupação é maior em você parecer próximo de alguém talvez, do que distante.

As vezes você nem é tão próximo a uma pessoa, mas no facebook você é.

Isso é mais comum, isso acontece muito, por exemplo, quando eu compartilho alguma coisa de alguma banda minha ou então de algo que tenha relação à musica, tem gente que me adicionou, não sei como, pode ser por causa das bandas que eu tenho ou por meio profissional e compartilha meu post. Aí eu me pergunto “essa pessoa é de onde?”, da vontade de conversar e perguntar o porque daquilo.

Isso acontece porque você é artista também! Eu tenho um colega que trabalha na Madrugada Correio, não sei se vocês já ouviram falar, aí eu disse “Miguel, tu tem ciência de que está entrando em um buraco sem fundo ne? Porque são pessoas que tem um nível intelectual, social totalmente diferente do meu, as vezes escuto, mas não sou de ligar e tal. O Madrugada Correio é um programa na rádio 98 que é como se fosse uma rede social via telefone, troca de telefones com o intuito de fazer amizades, encontro e tal. No meio disso tudo está o apresentador, e ele tem um facebook, onde só tinha amigos e conhecidos, depois que ele começou a trabalhar nisso, ele começou a ter pessoas desse perfil adicionado, e ele percebeu que não podia sair rejeitando todo mundo porque ele vive disso é a mídia, eu entrei no perfil dele por curiosidade e realmente é muito complicado lidar com isso, mas é o trabalho dele. Ele tem 5000 amigos já, lotado o perfil dele. Você deve ter muitos também ne Rodrigo!?

São uns 1700 amigos que eu tenho no facebook. Mas eu sei as pessoas que estão, por incrível que pareça eu sei das 1700 que estão lá, posso conhecer de longe, tem muita gente de fora, Europa, conheço uma menina da Lituânia, da Suécia e por aí vai, eu sei quem são, mas é muita gente que também eu só vi “passando”, foi ao meu show, é esse o critério que eu uso pra adicionar, quando me adiciona sem eu nunca ter visto eu rejeito e também já tirei muita gente.

Isso também pode ser porque você é vocalista de uma banda e as pessoas querem ficar próximas, te viu na frente de uma bodega um dia e em seguida adicionou. Como você é uma pessoa pública, então pra ele é interessante isso. Eu tenho muita gente que me adicionou na época que eu tocava guitarra numa banda que daqui a pouco troca a foto do perfil e você não

reconhece mais, a sua referência é na foto, quando muda você passa a não saber mais quem é, de onde é, tem que perguntar.

É porque da um “q” de status pra aquela pessoa que adiciona músicos, artistas.

De vez em quando eu dou palestras nas faculdades que tem cursos de design, então geralmente depois de uma palestra tem um certo acréscimo de convites.

Mas tu divulgas teu perfil no face?

Não, eles vão atrás e acham. Coloca o nome e o sobrenome e já acha a pessoa.

Geralmente eu divulgo o twitter e o email aí uma coisa leva a outra e as pessoas me acham, eu faço aquele filtro, fica muita gente esperando. Quem é irrelevante ser adicionado fica lá. Quando passa a palestra o contexto acaba, então você para de falar com essa pessoa. Eu tenho quase 700 amigos e maior parte tem um pouco disso, de gente de bandas e eventos, essas coisas.

No nível menos elevado, mas eu trabalhei com sala de aula muito tempo e aí você entra numa sala de aula, da aula pra 60 alunos e os 60 querem te adicionar e eu não lembro de nenhum. Talvez dos que sentam na frente ou alguém que fez alguma pergunta. Aí você tem que filtrar ou fazer um perfil paralelo.

Eu não teria um facebook se eu fosse professor.

Não mesmo!

Já fui parado na rua e não reconheci a pessoa, você tem que pensar em que contexto você interagiu com ela, é meio assustador você ver pessoas da rede interagindo com você na rua e sem contexto algum, porque na rede social quando você fala com alguém tem um motivo.

Aconteceu uma coisa com um amigo meu, ele trabalhava numa empresa que demitiu ele e ele quis acabar com a empresa entrando pelo facebook dela e falando com o cliente, aí esculhambou e disse que ia assaltar ele, essas coisas.

3. Quais as influências negativas desse tipo de atividade?

Por exemplo, tem um menino que é extremamente chato, eu acho que sou sadomazoquista, só pode, porque eu fico querendo ver qual a próxima pérola que ele vai soltar. Ele postou a foto de uma campanha, mas que acho que ele trabalha com publicidade, mas você não vai postar uma campanha contra o cerol (pó de vidro) em pipas colocando um motoboy morto com o pescoço degolado. Toda semana ele está postando essas notícias, isso me prejudica de alguma maneira, porque eu estou já bitolado com os textos, já estou enxergando borboletas ali nos textos do mestrado e entro no facebook para fofocar um pouco, relaxar, aí quando eu vejo está lá o pescoço degolado na página, isso me prejudica.

Você vai pra o facebook pra relaxar e encontra esse tipo de coisa. Isso acaba me prejudicando de certa forma.

Foi por causa de coisas desse tipo que eu fiquei um bom tempo sem entrar no facebook, porque eu não sabia como agir em relação a isso, depois que eu fui ver que posso bloquear, excluir, mas quando eu não sabia eu não conseguia, via uma foto de uma pessoa toda esfaçalhada e as vezes não conseguia nem pensar naquilo e acabava não querendo mais entrar no facebook. Muito tempo depois um amigo me disse que eu poderia bloquear, ou desfazer a amizade. Aí com muita dificuldade eu fui fazendo isso e consegui voltar as atividades normais, sabendo que tinha essa ferramenta pra poder me ajudar.

Quando eu penso em “influência negativa”, algo que possa me influenciar no facebook, quando eu entro no facebook penso “entrei aqui pra fazer somente o que eu preciso fazer”, falar com as pessoas etc.. Aí você vê uma postagem bem medíocre, irrelevante de um dos seus amigos, só que são os amigos que você sempre esta conversando com eles, aí entra uma discussão épica onde praticamente todo mundo que você conhece esta discutindo sobre aquilo, mas é uma coisa bem ridícula, aí você pensa “eu não vou perder meu tempo com isso”, aí quando menos você espera vocês está lá participando da discussão. Ou seja, você poderia ter gasto o seu tempo de uma forma bem melhor, ao invés de ficar falando lorota com as pessoas. Ao mesmo tempo eu não bloqueio, porque são os meus amigos.

Se a gente tentar trazer isso pra o real, seria aquele momento que você esta falando com um grupo de pessoas sobre teoria da relatividade e tem aquela coisa de você estar falando uma merda, mas o papo está fluindo e tem aquela pessoa que você está cagando e andando pra o

que ela tem pra dizer que eu acho que é aquela pessoa que geralmente você bloqueia do facebook, você ignora. Tem aquelas pessoas que você está ali conversando e ela começa a falar algo que ninguém está falando, então automaticamente você ignora. Seria um paralelo do que Raisa falou. Não é por falar besteira, porque tem gente que você gosta de conversar besteira com ela, mas é por falar algo que não agrega. A parte negativa, na vida real, se eu ignoro Sheyla, por exemplo, numa conversa aqui, ela está percebendo que ela está sendo ignorada, talvez no facebook se eu ignoro Sheyla, vai chegar uma hora que, em teoria, ela vai perceber que está sendo ignorada porque ela vai falar alguma coisa que ela fez no facebook que eu não saberei. Você pode passar uma vergonha por causa disso.

O que aconteceu comigo recentemente foi que minha irmã tem 14 anos, ela começou a postar umas coisas e um amigo dela começou a tratar ela muito mal “ah sua viadinha”, começou a chamar muito palavrão com ela no facebook, e aí todo mundo viu. Só que eu, como já saí de casa, era a única que tinha acesso ao facebook dela, minha mãe, meu pai e as minhas outras irmãs já tinham sido cancelados do facebook dela, pra ninguém vê. Daí eu vi o tratamento desse menino com ela, achei muito estranho, porque na casa dos meus pais não se tem o hábito de falar palavrão, falamos do lado de fora, mas entrou em casa é diferente, leva um tapa na boca. Daí eu vi isso e mostrei a minha mãe, sei que isso causou o maior rebuliço na casa da minha mãe, porque minha mãe ficou revoltada com o tratamento desse garoto, porque os palavrões eram de baixo nível e numa rede social, pra todo mundo ver. Acho que isso foi um pouco da mistura no real com o virtual. Minha mãe tomou algumas providências, foi na escola pra saber quem era esse menino.

Existem pessoas de dupla personalidade, é de uma forma no virtual e no real é outra. Tem pessoas, por exemplo, que eu falo, tenho uma certa intimidade no facebook, mas quando passamos um pelo outro, se cruza, não dá nem um bom dia. Interessante né!?

O mais comum na minha timeline é aquela pessoa que quer ser modelo, pras meninas tem aquela história de sempre postar fotos aparentando ser mais velha, mais bonita, mais descolada e #partiuAcademia #partiuBalada e que na realidade é uma guria de 16 anos tentando se passar por alguém mais velho, não sei se está relacionado com idade, porque também conheço muitas pessoas mais velhas que também tem esse mesmo comportamento.

Já vi esse caso em minha casa. Minha cunhada teve dois filhos e não está nem aí pra educação desses dois meninos, não vê eles, somente a noite. Um dos filhos foi criado em minha casa, foi deixado lá em casa, já tem 5 anos e ela não tem nenhum tipo de aproximação e outro foi deixado na casa da outra avó criancinha e no Facebook ela é uma mãe amorosa, atenciosa, que se preocupa, é a mãe perfeita. Quem não conhece acredita.

A gente volta pra aquela questão da criação da imagem. A imagem que você quer transmitir pras outras pessoas de fora através do seu perfil no facebook, se mostrando uma boa mãe, uma boa pessoa, religiosa.

Tem aquela pessoa que na frente da família é de um jeito, por questão de educação, manter uma aparência. Na frente da galera da faculdade ou escola, é de outro jeito. Na frente da galera da igreja, vai ser uma pessoa recatada, isso estou falando na vida real e que quando joga pra o facebook não é fácil gerenciar porque estão todos os grupos lá, é como se você estivesse sozinho com todos os seus ciclos de amizade ao redor.

É difícil, a não ser que você aprenda a gerenciar muito bem as permissões de fotos. Ou separe por grupos “universidade”, “igreja”. Mas geralmente, chega um momento que ele tem que escolher qual a cara que ele quer que os outros vejam no facebook, se é a religiosa ou uma das outras. Eu tenho muitos sobrinhos, uns 6 ou 7 adicionados no facebook, alguns moram longe. Teve um ponto que eu parei pra pensar que era tarde demais pra passar a me preocupar com o que meus sobrinhos viam, porque alguns são crianças, eu falo palavrão, postagens que seu pai não se orgulhará, tiração de onda que no meu ciclo de amizades aquilo é normal, faz sentido, mas que pra minha família aquilo não fará sentido algum. Essas coisas dependem do perfil e até do caráter de cada um. Se minha variação de personalidade é muito ampla “eu sou a piriguete aqui e sou a religiosa ali” aí você tem um problema.

Vocês acham que as postagens de vocês são totalmente não negativas ou vocês acham que postam coisas negativas também?

Se eu tiver na dúvida se vai ter alguma imagem negativa, algo assim, eu não posto. Prefiro ficar calada.

Eu chego a abrir a página, mas na hora de enviar mudo de ideia.

Lembrei de um caso de um professor que tivemos na graduação, ele era casado e tinha filho, uma família super estruturada, de repente ele se separou e se assumiu homossexual, até aí tudo bem, mas no facebook ele começou a postar coisas que davam vergonha, porque ele postava homem nu, homem agarrando homem. Isso com certeza tem uma influência negativa na vida dele, porque as pessoas na universidade vão estar comentando, porque todos veem aquilo, colegas do mestrado, doutorado, alunos. Tem amiga nossa que já bloqueou ele.

Mas se ele talvez não está preocupado com essa imagem que ele vai gerar, inclusive ele coloca “se você está se incomodando pode bloquear”. Dizendo como se não estivessem ligando pra o que estão achando. Ele resolveu se assumir e o incomodado que cancele.

4. O que, na realidade, é prejuízo em rede social virtual?

Prejuízo pra mim é, eu ter que estudar “n” coisas pra fazer, mas eu vou só dar uma olhadinha aqui no facebook e aí encontra alguém pra conversar, fica vendo as postagens e você já não queria mesmo estudar, então vamos ficar aqui no facebook mesmo.

Prejuízo está ligado a questão do tempo.

Prejuízo é você tentar criar relações pessoais numa coisa que é virtual, querer tornar aquilo realidade, se aproximar. As vezes você está tão íntimo no meio virtual que na frente da pessoa você não tem coragem de se aproximar daquela forma.

Em termos de acesso, a internet 3G lá de casa é péssima.

Por exemplo aquelas dicas de livros que tem no facebook, como se fosse um aplicativo, PE legal, mas aí chegam pessoas que não te veem a muito tempo e comentam só pra “manter o contato”, ou seja, elas acabam usando de forma errada a ferramenta, isso é chato.

Fica muito misturado, tudo junto, amigos passados com amigos presentes, com professores. A rede perfeita seria se pudesse separar um pouquinho isso. Também nem sei dizer se seria perfeito, porque o mundo pede pra que a gente se relacione com tudo ao mesmo tempo.

O problema do facebook é que tem amigos que estudaram comigo da 5ª e 6ª série e tem pessoas que estudam comigo no mestrado, não sei, às vezes fica meio confuso, por exemplo,

as pessoas que estudaram comigo antes, normalmente, não tenho mais proximidade, mas deixo ela no facebook porque algum dia posso precisar de alguma coisa, talvez a rede social perfeita fosse aquela que tivesse somente as pessoas as quais eu falo. Só que isso ia se reduzindo a 15 pessoas, 20.

Mas você pode ter somente as 20 pessoas, é uma escolha sua.

Facebook é como se fosse uma garagem velha, que você fica guardando as coisas lá, caso um dia precise é só ir buscar.

O Facebook ultimamente está empurrando muita coisa na sua timeline “coisas que talvez você possa curtir”, que não tem relevância alguma, como se fosse panfletagem.

Saiu uma pesquisa americana dizendo que se você tem cerca de 500 amigos no Face, 400 estão em excesso. Quando eu disse que estava saindo do Face, quase ninguém veio dar tchau a mim, quando voltei, 3 vieram falar.

O Facebook veio resolver o problema de você não ter que ligar pra 800 pessoas pra dar boa noite, você só dá uma vez.

Acima de 3 postagens da mesma pessoa por dia pra mim já incomoda.

Percebi algo muito chato durante a campanha eleitoral, tenho amigos que estão vinculados ao partido, então eles vestem o personagem. Algo muito chato é narrar debate, quando acontece debate na TV a galera começa a narrar, pra quem está assistindo o debate, é uma coisa, pra quem está assistindo um jogo aquilo não faz sentido algum. Só percebi isso quando assisti a um debate, porque eu fui uma dessas pessoas que narrei. É como se eu estivesse em um barzinho gritando o assunto e quem está de fora se incomoda com aquilo, pra quem está na mesa é bom, é relevante. Eu tenho 600 amigos, então minha *timeline* é muito rápida, pra quem tem poucos amigos, talvez tenha sido horrível receber muitas postagens minhas ao mesmo tempo.

Se postam algo que me interessa, não importa a quantidade de postagens, mas se é algo que não é relevante pra mim, 2 postagens já me incomodam.

Tem uma pessoa no meu Facebook que posta umas coisas muito ruins, acima de 3 eu já fico incomodada, não cancelei ainda porque de vez em quando ela posta algo interessante, relevante. Ela posta muita coisa de autoajuda, quando passa de três me dá uma agonia e eu chego querendo perguntar se ela está precisando de psicóloga.

Quando acho uma *fan page* engraçada, que eu me identifico, começo a olhar e a probabilidade de compartilhar 10 coisas seguidas é imensa, porque vai achando engraçado, curtindo.

Às vezes, você vê algo interessante e não curte por não gostar muito da pessoa que fez a postagem.

Às vezes, acho uma postagem legal, mas é de “Wesley safadão”, eu jamais vou curtir algo assim, mesmo tendo gostado. Porque não quero passar a imagem de forrozeira pra o pessoal. Eu faço parte de uma banda de metal, e uma vez postei algo engraçado, o pessoal foi compartilhando e um integrante da banda deixou de falar comigo e acabou saindo da banda por causa disso, por eu estar passando uma imagem que pra banda não seria boa.

Essa questão de frequência de postagens é complicado mencionar. Se for de autoajuda 3 é o limite, mas se for de algum animal maltratado, 1 já é o suficiente.

Geralmente eu comento, quando vejo alguém postando muita besteira digo “sua cota diária de [palavra chula] não acabou n?”. Geralmente comento ou falo com a pessoa pelo *chat*. Sempre comento de alguma forma, mas depende do nível de intimidade.

Tem gente que pensou alto, posta no Facebook, exemplo “estou com fome”, “ai que bolo gostoso”, “pow, que massa”. Tem as indiretas, se você não entendeu é porque não foi pra você, mas pra alguém fez sentido, está direcionado pra alguém, mas muitas são sem nexo. Conheço pessoas que chegaram ao ponto de controlar isso assim, eu posto lá uma pseudopiada, que em 2 minutos, 20 pessoas curtiram, isso pra mim é porque fez sucesso, e tem aquela pessoa que postou algo não tão inteligente, não gerou nenhum “like”, comentário ou interação e aquela pessoa apaga aquilo no Facebook, é meio que uma preocupação de status por tentativa e erro. Tenta ser alguém descolado, inteligente.

ANEXO B – Roteiro de Entrevista

1. Quantos contatos tem em sua rede social virtual Facebook?
2. Qual sua rotina de atividades no Facebook? Demonstre.
3. Que tipo de postagem é irrelevante pra você?
4. Quantas postagens diárias começam a gerar incômodo?
5. Qual sua atitude ao perceber que um contato compartilha muitas informações irrelevantes?
6. Já se sentiu prejudicado com esse comportamento? Qual sua reação?
7. Da a mesma atenção a todas as informações?

ANEXO C – *Focus Group* 2 (FG2)

Apresentação da definição de efetividade de uso em redes sociais virtuais.

Apresentação das reações observadas ao longo da segunda etapa da pesquisa.

Apresentação dos causadores de prejuízo detectados ao longo da segunda etapa da pesquisa.

Debate final: Depois da participação nesta pesquisa mudaram seus comportamentos em sua rede social virtual Facebook?

TRANSCRIÇÃO FOCUS GROUP 2

A conversa hoje será mais rápida, será um resumo e considerações obtidas através das informações que foram trocadas ao longo desse mês, por meio de emails, mensagens e também baseadas no primeiro *focus group*.

Uma das proposições era elaborar uma definição para efetividade de uso em rede social virtual. “Usar uma rede social de forma efetiva é estar em contato com pessoas mais próximas, se comunicar de forma clara obtendo dados que agreguem valor, evitando informações excessivas e a deturpação de funcionalidades da rede social para otimização do tempo.”

- “em contato com pessoas mais próximas”: mais de 1000 pessoas amigas no Facebook, mas não tem contato com metade delas, conhece apenas de vista e isso é como se poluísse o Facebook;

- “se comunicar de forma clara obtendo dados que agreguem valor”: adquirir informações que sejam relevantes pra você, independente do tipo de informação, porque p que é relevante pra um pode não ser para outro, mas, de qualquer forma, que agregue algum valor;

- “evitando informações excessivas”: que seria aquela chuva de postagens;

- “deturpação de funcionalidades”: por exemplo, existe um “aplicativo” inserido no facebook que é somente para livros e você o utiliza somente para indicar livros ou receber indicações, mas alguém vai e pergunta “como você está?” nos comentários onde, a princípio, deveriam ser relacionados aos livros. Ou seja, não está usando de forma correta a ferramenta.

Concordo com tudo que você falou, está bem completo!

Quais as reações observadas ao longo desse mês?

- Bloqueio do *feed* de notícias;
- Amizade desfeita;
- Ocultação de mensagens (postagens, marcações);

Eu tirei as marcações.

Eu não tirei, comigo aconteceu o seguinte, eu ia ver suas postagens, mas quando eu ia clicar já aparecia outra coisa, aí desistia de olhar.

Quando marquei vocês naquelas fotos, algumas pessoas não ligaram, outras gostaram, outras ocultaram, teve alguma outra reação que eu não consegui observar de vocês?

Existe as reações que estão por trás do computador, por exemplo, as caras de desprezo que fazemos quando encontramos algumas postagens nada relevantes. Nos perguntando “Sheyla, de novo!? Mais uma vez!?” Porque antes de entrar na minha *timeline* passa pela avaliação, nas notificações tinha “você tem 4 marcações” achei super legal, quando entro pra olhar, é Sheyla mais uma vez, isso chateia muito.

Há um recurso no Facebook que só permite que algo apareça em sua *timeline* depois de passar por uma avaliação sua.

É eu bloqueei várias marcações. Você pode bloquear e mesmo assim interagir naquela postagem, então eu interagiu, mas não permitia que aquilo fosse para a minha *timeline*. Se fosse você de verdade eu aceitaria.

Teve isso sim, por mais que eu soubesse qual era o propósito, tinha coisas que dava vontade de dar risada porque não é uma pessoa tosca que está fazendo isso é alguém que está ali pra fazer exatamente isso. Tem uma reação que costumo fazer que é o seguinte, alguém faz algo que acho idiota aí eu ignoro, depois ele repete aí chego um ponto que eu vou bloquear. Mas tem pessoas que não bloqueio, porque ele faz tanta questão de ser idiota nas redes sociais que eu não consigo ignorar, pra mim surtiria mais efeito se eu falasse com ele “melhore”, porque só desfazer a amizade, nesse caso, pra mim não seria suficiente. Enfrentar, nesse caso, é a melhor opção, pra mim.

Fui bloqueada por alguém?

Sim, eu já sabia que você ia começar a colocar foto de acidente, quando eu vi que você tinha compartilhado uma campanha sobre fumo, onde aparecia um pulmão preto, vi que começaria

a aparecer fotos de acidentes. Logo na semana seguinte apareceu a fotografia de um acidente, eu nem consegui olhar e já fui bloquear. Eu não gosto disso aí bloqueei. Acabei perdendo muito contato, não tive mais acesso, a não ser quando você começou a me marcar, foi quando eu comecei a ver aqueles cachorrinhos fofos e outros. O resto não tive mais acesso, nem lembrava que eu te tinha, pra ser sincera.

Aquelas correntes por mensagens são muito chatas, quando eu vi a caixa de mensagem piscando, fui olhar e percebi que era uma corrente, daí já coloquei como “não visualizado” pra depois você não reclamar comigo. Nem correntes, nem coisas relacionadas à religião eu gosto.

Eu também não gosto. Teve uma corrente que até os professores aqui da UFPB estavam participando que eu critiquei, só critico quando estou muito abusada, normalmente eu relevo, mas essa eu critiquei, era sobre o câncer de mama que falava sobre o país e os dias que você passaria nesse país, achei isso ridículo, o que isso vai influenciar em câncer de mama? Até coloquei um protesto lá. Isso de campanha detesto, se puder até falo que sou contra, eu sempre quebro essas correntes.

No meio de todas essas mensagens, enviei algumas que eram de alguma importância, sobre passagens aéreas e fatos relacionados à universidade, por exemplo. Vocês perceberam?

Não vi nem um desses. Acho que é como se nossa mente já estivesse treinada pra não te levar a sério.

Quase ninguém prestou atenção nessas postagens.

Maiores causadores de prejuízos:

- Frequência;
- Tema;
- Visibilidade forçada;

Aff.. muitas postagens ao mesmo tempo é um saco.

Eu odeio quando falam sobre religião!

Eu também não gosto!

Tem também a forma como a pessoa conduz o assunto, as vezes as pessoas fazem isso, por exemplo, coloca um assunto super interessante, um artigo bem legal, mas quando você compartilha também pode escrever algo na caixa, aí a pessoa deturpou todo o assunto. Quem lesse somente o comentário dele a respeito do artigo iria entender uma coisa, mas o artigo falava algo bem diferente, errado.

E muita gente vai decidir ler ou não o artigo dependendo do que ele escreveu na hora de compartilhar esse artigo.

Depois de inserir vocês nesse assunto, conseguiram observar mais pessoas com esses comportamentos aqui discutidos?

É só o que tem na minha *timeline*.

Depois dessa reunião aqui acho que em uma semana exclui cerca de 100 pessoas do meu Facebook. Pessoas que não eram mais próximas de mim ou aquelas que postavam coisas que eu nunca gostava. Deixei minha rede social mais estreita.

Eu fiz pior, adicionei minha conta do Facebook a um cliente de mensagens pra não ter que ficar vendo os *feeds* de notícia. Fico somente com o bate-papo, se eu quiser falar com alguém, está ali a minha disposição, mas preferi passar um tempo sem ver o *feed* de notícias. Mas depois voltei, por causa do vício.