

Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook

Like, share, comment: facework, conversation and social networks on Facebook

Raquel Recuero

Universidade Católica de Pelotas. Rua Félix da Cunha, 425, Caixa Postal: 402, 96010-000, Pelotas, RS, Brasil
raquel@pontomidia.com.br

Resumo. O presente trabalho busca explorar os usos conversacionais das ferramentas “curtir”, “compartilhar” e “comentar” no Facebook, bem como seus efeitos sobre o capital social e as redes sociais, a partir da noção de “face” de Goffman (1967). A partir de um estudo empírico com 20 entrevistas e um questionário com 300 respostas, este artigo trabalha a manutenção da face como consequência dos usos conversacionais dessas ferramentas. Dentre os principais resultados, aponta-se também que a intersecção das redes promovida pelo Facebook e suas apropriações conversacionais têm efeitos no trabalho de face, aumentando a percepção do risco de atos de ameaça à face e levando, inclusive, alguns atores a não interagir, o que também poderia ter efeitos de redução de capital social no Facebook para as redes sociais.

Palavras-chave: conversação mediada pelo computador, trabalho de face, redes sociais, capital social.

Abstract. This paper aims to explore the conversational uses of the Facebook tools “share”, “like” and “comment”, as well as their effects on the social capital and the social networks, based on Goffman’s (1967) idea of “face”. The discussion is based on an empirical case study with 20 interviews and a survey with 300 users and focuses on facework as a consequence of the negotiations for conversational usages of these tools. Our results show that the intersection of networks promoted by these practices have an effect on facework, elevating the perception of risk for face-threatening acts which, sometimes, may be sufficient cause for the actors to decide not to interact, which also may reduce the tool’s value for social networks.

Keywords: computer mediated conversation, facework, social networks, social capital.

Introdução

O avanço dos *sites* de rede social é hoje uma realidade. Apenas o Facebook, por exemplo, congregava, em maio de 2013, mais de 1,1 bilhões de usuários ativos (Protalinski, 2013) dos quais mais de 70 milhões deles estão no Brasil hoje (*Folha de S. Paulo*, 2013). Ele, como muitos *sites* de rede social, é uma ferramenta apropriada simbolicamente para construir o espaço social no cotidiano dos atores, gerando práticas que ressignificam seus usos¹. Dentre

essas apropriações, está a conversação. Essa prática, geralmente focada nas trocas que acontecem entre falantes, passa a ser um uso dessas ferramentas, que são adaptadas para ferramentas primariamente textuais, muitas vezes assíncronas, através da criação de convenções e novos sentidos entre os atores. E esses sentidos são constantemente adaptados e reconstruídos pelas redes sociais que estão em movimento na ferramenta, pela dinâmica sistêmica que envolve esses grupos. Compreender essas práticas e seus sentidos,

¹ No sentido da apropriação simbólica explicitado por Lemos (2003).

assim, é essencial para compreender também os efeitos desses *sites* na sociedade.

A partir dessas considerações, o presente trabalho busca explorar os usos conversacionais das ferramentas presentes no Facebook, de forma específica, das ferramentas “curtir”, “compartilhar” e “comentar”, e seus efeitos em termos de valor (aqui compreendido como capital social, conforme discutiremos adiante) para os atores. Para interseccionar esses conceitos e as práticas conversacionais, focamos também o conceito de “face” e “trabalho de face”, a partir de Goffman (1967, 2001). Essa discussão será realizada através de um estudo empírico, onde, além da observação dos usos dessas ferramentas, foram realizadas entrevistas e questionário com usuários brasileiros do Facebook.

A conversação e a conversação em rede

Marcuschi define a conversação como “uma interação verbal centrada, que se desenvolve durante o tempo em que dois ou mais interlocutores voltam sua atenção visual e cognitiva para uma tarefa comum” (2006, p. 15). Nesse conceito, observa-se a conversação como um evento temporal, com objetivos, e, portanto, organizada, entre dois ou mais atores. Assim, podemos dizer que a conversação é um fenômeno que foca principalmente as interações orais, que ocorrem entre atores em um determinado contexto, com alternância na tomada de turno de fala (Marcuschi, 2006; Kerbrat-Orecchioni, 2006). A conversação é também um evento organizado que, por isso, necessita de algum nível de cooperação entre os envolvidos, seja na negociação das regras, seja no objetivo, seja na legitimação dos discursos. Kerbrat-Orecchioni (2006, p. 11) explica que “na interação face a face, o discurso é inteiramente ‘coproduzido’”.

Assim, embora a conversação seja compreendida primariamente como um fenômeno falado, oral (Pridham, 2001; Marcuschi, 2006), a apropriação das ferramentas textuais da mediação do computador passou a indicar uma simulação da conversação e uma percepção de uso conversacional (Herring, 1996 explica, por exemplo, o uso das palavras “falar”, “dizer” e etc. como referência ao que foi escrito a alguém na Internet). O uso de convenções para simular elementos da

fala e criar semelhanças com a conversação, tais como *emoticons*, onomatopeias e etc., passou a ser comumente observado por diversos pesquisadores e com isso, a conversação mediada pelo computador passou a ser comparada com a oral (vide Boyd e Heer, 2006; Herring, 1996; Primo e Smaniotto, 2006, entre outros).

Dizemos que a conversação mediada pelo computador é, assim, uma apropriação, ou seja, uma adaptação de meios que originalmente são textuais e não propícios às interações orais para um fim, que é aquele da conversação. Embora essas apropriações sejam mais visíveis nos meios que proporcionam a sincronia (ou seja, aqueles onde a interação acontece quando os envolvidos estão conectados ao mesmo tempo, como os *chats*, vide Ko, 1996; Araújo, 2004), também naqueles onde as interações assíncronas acontecem (ou seja, aquelas onde as interações acontecem espalhadas no tempo, quando os envolvidos não estão conectados ao mesmo tempo, como *blogs*, *e-mails* e etc.) há conversações (Scoble e Israel, 2006; Primo e Smaniotto, 2006). Assim, dizemos que as práticas conversacionais que emergem das apropriações das ferramentas da mediação são o objeto deste trabalho.

Essas práticas tornam-se relevantes também com o surgimento dos *sites* de rede social e dos públicos em rede. Esses *sites* são compreendidos como aqueles que permitem (i) que os atores sociais criem perfis individualizados, que vão funcionar como representações de si; (ii) que suas redes sociais sejam publicizadas pelas ferramentas (Boyd e Ellison, 2007); e (iii) que esses atores possam ainda utilizar esses *sites* como plataformas de conversação e interação uns com os outros. São ferramentas como o Facebook (<http://www.facebook.com>), o Orkut (<http://www.orkut.com>), o MySpace (<http://www.myspace.com>) e mesmo o Twitter (<http://www.twitter.com>). Esses *sites* impactaram profundamente as redes sociais por não apenas as traduzirem para o digital, mas porque as reconstróem nesse espaço, gerando novas formas de estar conectado, principalmente através das chamadas conexões associativas (Recuero, 2009). Essas conexões são representações dos laços sociais, reconstruídas e mantidas através desses *sites*, relacionadas aos laços fracos (Huberman *et al.*, 2009)². Assim, cada vez que um

² A definição de laços fortes e fracos foi inicialmente construída pelo sociólogo Mark Granovetter (1973), onde os primeiros teriam uma relação maior com a intimidade e formas de capital social mais complexas para a rede; enquanto os segundos seriam responsáveis pelas “pontes” (Burt, 2001), ou seja, pelas interconexões entre os grupos de “amigos”, relacionados ao capital social menos complexo, com menor intimidade e investimento nas relações e mais relacionado à circulação de informações.

“amigo” é adicionado numa ferramenta dessas, a conexão torna-se permanente no *site*, onde não ocorre desgaste e nem distanciamento, como nos laços sociais *offline*. Além disso, essas conexões tornam-se canais permanente de informação entre os atores, pois cada um que acrescenta outro a sua rede passa a ter acesso a tudo aquilo que o “amigo” publica na rede.

Nesses *sites*, as conversações, como apropriações, precisam nascer das ferramentas para a interação que estão disponíveis. Com isso, novos usos e novos sentidos são construídos nas ferramentas, de modo a permitir que os elementos da conversação, como a interação entre dois ou mais sujeitos, sua organização (a criação e o espalhamento das convenções) e mesmo os contextos sejam divididos pelos participantes. Além disso, as conversações, no espaço dos *sites* de rede social, também adquirem os contornos associados aos públicos em rede. Boyd (2007, p. 126) explica que há quatro características desses públicos em rede, a saber, a persistência, a replicabilidade, a buscabilidade e as audiências invisíveis. Essas características dariam uma nova dimensão para a audiência das ferramentas mediadas. As interações, nesses *sites*, assim, são persistentes, ou seja, são registradas pelas ferramentas e ali permanecem, a menos que exista uma ação no sentido de excluí-las (e, mesmo assim, muitas vezes, essas interações permanecem). Do mesmo modo, porque permanecem, essas interações são replicáveis por outros atores e buscáveis dentro das ferramentas digitais.

Assim, as características iniciais da mediação digital proporcionam que as conversações que são criadas nesses espaços permaneçam, sejam buscáveis e replicáveis independentemente da presença *online* dos atores. Com isso, as conversações tomam outra dimensão: elas são reproduzidas facilmente por outros atores, espalham-se nas redes entre os diversos grupos, migram e tornam-se conversações cada vez mais públicas, moldam e expressam opiniões, geram debates e amplificam ideias. Tem-se o que chamamos de conversações em rede (Recuero, 2012). São, assim, conversações públicas que tomam espaço nesses *sites*, coletivas, que se espalham pelas redes e que suplantam as limitações dessas, mantendo-se de forma síncrona e assíncrona³ no ciberespaço.

Essas conversações expressam, geralmente, a participação de centenas de pessoas, por vezes, com milhares de interações que são acessíveis, de forma assíncrona, por todos os atores. Essa assincronia é que permite que pessoas temporalmente distantes tomem o turno e recuperem as conversações, espalhando-as e fazendo com que migrem entre os grupos e entre os *sites* de rede social.

Face, capital social e conversação

Uma vez discutida o que é conversação e o que é conversação em rede e seu impacto nos *sites* de rede social, passaremos a um outro ponto importante para a discussão que queremos fazer neste trabalho, que foca elementos que, do nosso ponto de vista, influenciam profundamente essas práticas: a face e o capital social. Dissemos que os *sites* de rede social proporcionam novas formas de conexão social e de manutenção dessas conexões aos atores. Por conta disso, esses *sites* também são capazes de gerar valores diferenciados específicos para os atores. Chamamos esses valores de capital social. O capital social é constituído dos valores negociados e embebidos na estrutura dos grupos sociais (Coleman, 1988; Putnam, 2000; Bourdieu, 1983). Refere-se, assim, *grosso modo*, aos valores associados ao fazer parte de redes sociais. Nesse sentido, Coleman (1988) argumenta que toda a ação social é motivada pelos interesses individuais no capital social. Ou seja, os atores participam de grupos e redes porque percebem valores constituídos nessas ações, que são acessíveis a eles. Fazer parte de uma rede, estar conectado, é um valor por si, porque, conforme Burt (2001), os recursos que estão disponíveis a cada ator são dependentes daqueles que estão disponíveis a seus contatos ou conexões. Logo, quanto mais contatos, maior a quantidade de recursos a que alguém potencialmente tem acesso, o que justificaria a valorização das conexões associativas nos *sites* de rede social.

A natureza desses valores é, entretanto, polêmica. Neste artigo, consideraremos que o capital social é definido “por sua função”, a partir da visão de Coleman (1988). Os valores embebidos na estrutura, assim, seriam percebidos pela sua função para os demais.

³ A sincronia, ou a assincronia é menos uma característica do meio do que da apropriação. Ferramentas geralmente tidas como síncronas, como os *chats*, podem assim tomar dimensões assíncronas e vice-versa. No caso da conversação em rede, é a assincronia que a caracteriza, na medida em que ela vai migrando entre os diversos grupos e abrindo-se a participação de atores que não estão conectados diretamente aos participantes originais do evento.

Além disso, esse capital social, como recurso, é construído coletivamente, mas pode ser apropriado individualmente na mesma linha (Lin, 2001). Ainda sobre o capital social, Bertolini e Bravo (2004) explicitam seus tipos baseados no trabalho de Coleman (1988), como capital social de primeiro nível (relacionados aos chamados “laços fracos”), composto de suporte social, conhecimento das normas de interação e acesso à informação; e capital social de segundo nível (relacionado aos chamados “laços fortes”), composto de uma maior confiança no ambiente social e o reconhecimento do grupo enquanto grupo.

Estar conectado em um *site* de rede social, deste modo, proporcionaria acesso a valores de capital social, conforme demonstra o trabalho de Ellison *et al.* (2007) a respeito dos tipos de capital social que seriam disponíveis no Facebook. Para os autores, o *site* proporciona a seus membros acesso a um tipo de valor específico, denominado por eles de “capital social de manutenção”, ou seja, o Facebook torna mais fácil a manutenção das conexões sociais já existentes. Por outro lado, este não é o único valor discutido nos *sites* de rede social. Ao permitir a manutenção, ela também facilita a associação com outros atores que não conhecemos ou que conhecemos muito pouco e com os quais dificilmente teríamos oportunidade de aprofundar os laços sociais. Essa associação também produz tipos de valores diferenciados e relevantes para os atores. Primo (2009, 2010), por exemplo, demonstrou como é possível construir, através dessas conexões associativas, valores conectados à fama e à popularidade do ator na rede. Hogg e Adamic (2004), em uma via semelhante, demonstraram como as redes sociais são capazes de engrandecer a reputação dos atores, outro valor associado às conexões associativas dos *sites* de rede social. Portanto, estar mais conectado através desses *sites* representa, também, ter acesso a tipos diferentes de valores sociais. Por conta disso, o comportamento de adicionar outras pessoas à rede social é relativamente comum nos *sites* de rede social.

Backstrom *et al.* (2012), recentemente, publicaram um trabalho onde explicitam que o distância social entre quaisquer dois perfis no Facebook é bem menor do que se esperava, em

torno de 3,74 (o que significa que duas pessoas estão conectadas, em média, por outras duas pessoas no Facebook). Isso significa que há maior associação entre os perfis do Facebook, tornando as redes mais densas (e os atores mais próximos uns dos outros), o que é uma possível consequência da busca individual pelos valores associados às conexões no sistema. Este trabalho mostra claramente que estamos diante de outro fenômeno, gerado e mantido pelos *sites* de rede social: o *fenômeno da hiperconexão das redes sociais online*.

Enquanto os *sites* de rede social mantêm as conexões que são estabelecidas ali, permitem que essas conexões não se desgastem com a falta de investimento, mantendo-as ativas e capazes de transitar informações e outros tipos de valores. Entretanto, isso não acontece sem um custo. A hiperconexão é uma forma de agregar tipos de capital social que não estariam normalmente acessíveis aos atores, mas também tem custos importantes. Com a redução da distância social, por exemplo, as interações estão mais públicas. As informações disponibilizadas nos *sites* de rede social tornam-se mais acessíveis, menos privadas, mais circulantes. Além disso, por conta das características dos públicos em rede (Boyd, 2007), as interações tornam-se mais rastreáveis, mais capazes de espalhamento e acessíveis a atores que, aproximados pela ferramenta, pertencem a grupos mais heterogêneos. Ou seja, esses *sites* também aproximam redes heterófilas⁴, diferentes, e tornam suas interações mais visíveis.

Mas como a conversação influencia esses valores nas redes sociais presentes no Facebook?

Dissemos, no primeiro capítulo, que um dos elementos que caracteriza a conversação são os rituais, que são construídos culturalmente pelas sociedades e pelos grupos de atores. Goffman (1967) explicita essas normas como rituais, convenções que guiam o processo da conversação, cujo sentido é construído culturalmente. Há rituais para a troca de falantes, para o contexto, para aquilo que é dito e etc. Nos *sites* de rede social, esses rituais são confusos, justamente pela ausência de um contexto claro para cada enunciado publicado. Além disso, outros fatores característicos da própria estrutura das redes sociais na ferramenta criam novos contextos para a interpre-

⁴ Essas redes são compreendidas como aquelas constituídas por grupos sociais diferentes, heterogêneos. Grupos sociais constituídos de laços mais fortes tendem a conectar atores a outros atores com crenças, *backgrounds*, classe social e etc. mais semelhantes a si mesmos. Grupos sociais tendem a formar-se, assim, entre atores mais parecidos entre si, mais homogêneos.

tação desses enunciados. Assim, por exemplo, referências feitas a um determinado arcabouço cultural podem ser esvaziadas quando atores pertencentes a grupos sociais diferentes têm acesso ao que foi dito. Com isso, novas convenções precisam surgir. É o caso, por exemplo, do uso de *hashtags* como âncoras contextuais no Twitter (Honeycutt e Herring, 2009); ou mesmo, dos mecanismos de *retweet* (RT) na mesma ferramenta (Boyd *et al.*, 2010).

Goffman (1967) explica que para compreender esses rituais é preciso também compreender a noção de face. A face, para o autor, é constituída pelos “valores sociais positivos” que um determinado ator reivindica através de sua expressão, de sua participação em situações de interação com outros. “A face é uma imagem do *self* delinada em termos de atributos sociais aprovados”⁵ (Goffman, 1967, p. 5), ou seja, uma imagem positiva constituída por um ator diante dos demais. A face é mantida através de um “trabalho de face”, ou seja, negociações entre os atores de modo a manter os valores sociais positivos atribuídos à face proposta e que precisam ser legitimados pelos demais. O trabalho de face, assim, está diretamente relacionado ao capital social. Propor e receber legitimação de uma determinada face em uma determinada conversação é essencialmente uma negociação de valor que envolve o suporte ao ator que reivindica a face, o conhecimento das normas de interação, a informação e outras formas de capital social (Bertolini e Bravo, 2004). Estar ou manter uma face com sucesso implica, explica Goffman (1967), sentimentos positivos e valores para um ator e para um determinado grupo, na medida em que gera algum tipo de segurança social. A representação do “papel” social (Goffman, 2001) só pode ser bem sucedida na medida em que há legitimação do contexto e da face apresentada. A face buscada e a legitimação dessa face pelos demais atores, assim, influenciam as escolhas discursivas dos envolvidos na interação.

Entretanto, interagir também apresenta risco para a face. Esse risco é baseado na possibilidade de que atos de ameaça à face venham a surgir de situações de interação. Goffman (1967) argumenta que esse risco pode levar desde a tentativas de salvaguarda da face até mesmo o recolhimento do ator que não participa da interação para não sofrer essas ameaças. Em geral, as normas de interação pregam o

respeito à face a alheia. Assim, atos de ameaça à face são aqueles que colocam em risco a face proposta, quebrando as normas de interação (por exemplo, falas ofensivas, descrédito e etc.). Assim, interagir é sempre um risco.

Uma face positiva, desse modo, constitui-se quando a interação legitima a face apresentada, ou seja, quando as normas da interação são respeitadas, gera-se capital social para a relação entre os atores (fortalecendo, por exemplo, o laço social e criando maior confiança na relação e no ambiente da conversação, conforme Bertolini e Bravo, 2004). Quando há atos de ameaça à face, há também tentativas de salvaguarda da face na interação. Esses atos, entretanto, podem prejudicar a relação entre os envolvidos na conversação, quebrando as normas (Coleman, 1988) que governam a interação nos grupos sociais, gerando tensão e conflito.

Os *sites* de rede social, assim, permitiriam aos atores que maximizassem o capital social a que tem acesso na medida em que sustentam mais conexões do que seria possível obter no espaço *offline*. Ribeiro (2009) salienta ainda a importância da “identidade pessoal” nessas tecnologias, como um guia unificador dentre os diversos papéis (e faces) propostos pelos atores na Comunicação Mediada pelo Computador. Assim, um dos valores fundamentais das redes sociais está relacionado à face. Está na reputação, ou seja, a legitimação obtida pelos atores da face que apresentam nessas ferramentas, que acrescenta valores positivos ao ator e à identidade.

Abordagem metodológica

Dissemos, no início deste trabalho, que nosso objetivo é buscar compreender como a apropriação das ferramentas do Facebook, de forma específica, das ferramentas “curtir”, “compartilhar” e “comentar” é construída diante das conversações em rede, e quais implicações essas apropriações têm para o capital social e para as redes sociais que estão expressas na ferramenta. Para explorar esse objetivo, utilizamos uma proposta metodológica com três focos, todos qualitativos no sentido de construir um estudo empírico. Inicialmente, realizamos uma observação deste uso *in loco*. Para tanto, observamos diariamente, durante o período de três meses (maio, junho e julho de

⁵ “Face is an image of self delineated in terms of approved social attributes”.

2012), como as pessoas utilizavam essas ferramentas. Durante essa observação, foram recolhidos exemplos e realizadas anotações para que, em um segundo momento, pudéssemos explorar aquilo que vimos em entrevistas. Em um segundo momento, entrevistamos 20 atores escolhidos de forma arbitrária a respeito de seu uso e sua compreensão das convenções estabelecidas sobre as ferramentas (entrevistas realizadas em junho de 2012). Essas entrevistas seguiram apenas um roteiro informal, buscando explorar de forma mais aprofundada aquilo que tinha sido selecionado na fase de observação. Nessas duas primeiras fases, observou-se como as pessoas utilizavam o “curtir”, o “compartilhar” e o “comentar” na ferramenta. Foram recolhidos exemplos considerados relevantes para o trabalho em cima dessa observação. As entrevistas com os atores foram realizadas através da mediação do computador, principalmente através das ferramentas de Mensageiro Instantâneo (GTalk e MSN), Facebook Chat, e do Twitter. Na maior parte, essas entrevistas constituíram-se em conversas informais em torno dos tópicos e das questões elencadas no instrumento de pesquisa (roteiro). Também foram explorados os valores que os atores percebiam nesses usos. Dentre os entrevistados, conversamos com 13 mulheres e 7 homens, com idade variada entre 20 e 36 anos⁶.

Em um terceiro momento, construímos um questionário com 13 questões, todas baseadas nos dados obtidos nas fases anteriores da pesquisa. Esse questionário foi disponibilizado publicamente durante um período de 15 dias, e as pessoas foram convidadas a respondê-lo através de mensagens e da propagação do convite dentro do próprio Facebook. Foram obtidas 300 respostas no período, com a participação de 140 homens (47%) e 160 mulheres (53%), das quais 152 (50,6%) entre 16 e 25 anos; 98 (32,6%) entre 26 e 35 anos; 34 (11,4%) entre 36 e 45 anos; e 16 (5,4%) acima de 46 anos.

Curtir, compartilhar e comentar: funções conversacionais

Como os usuários apropriam simbolicamente os botões “curtir”, “compartilhar” e “comentar” como forma de tomar parte na conversação no Facebook?

O botão “curtir” parece ser percebido como uma forma de tomar parte na conversação sem precisar elaborar uma resposta. Toma-se parte, torna-se visível a participação, portanto, com um investimento mínimo, pois o ator não necessariamente precisa ler tudo o que foi dito. É uma forma de participar da conversação sinalizando que a mensagem foi recebida. Além disso, ao “curtir” algum enunciado, os atores passam a ter seu nome vinculado a ele e tornam público a toda a sua rede social que a mensagem foi “curtida” (essa mensagem aparece como uma notificação para as conexões de quem “curtiu”) (Figura 1).

Nesse sentido, “curtir” algo adquiriria uma série de contornos de sentido. Primeiro, seria uma forma menos comprometida de expor a face na situação, pois não há a elaboração de um enunciado para explicitar a participação do ator. Segundo, seria visto como uma forma de apoio e visibilidade, no sentido de mostrar para a rede que se está ali. São duas formas de capital social, focadas na difusão da informação para a rede social e na difusão do apoio/contato entre os dois participantes da conversação (formas de capital social de primeiro nível, de acordo com Bertolini e Bravo, 2004).

“Vejo como uma participação mesmo, sem precisar se expor muito...” (usuário, 20 anos)

Quando questionados a respeito de seu uso da ferramenta “curtir” no questionário, 277 respondentes (92,3%) argumentaram que serve para mostrar que viram a informação e que a consideram interessante, ou digna de atenção. Além disso, 228 (76%) associam a ação de “curtir” como uma forma explícita de concordância, de apoio ao enunciado. “Curtir”, por-



Figura 1. Exemplo de “curtidas” (“likes”) no Facebook.

Figure 1. “Like” example on Facebook.

⁶ As declarações selecionadas dos entrevistados aparecerão anonimizadas neste trabalho e apenas como ilustrações dos dados do questionário.

tanto, parece ser percebido não apenas uma forma de divulgar a informação, também uma forma de legitimar a face do outro através de concordância e apoio. Não se trataria, assim, de apenas tomar parte na conversação, mas, igualmente, de legitimar aquilo que é dito pelo outro. Curiosamente, “curtir” também pode denotar agradecimento pela informação (32%), 97 das respostas. Nesse sentido, as pessoas agradecem a publicação de uma informação considerada relevante. Além disso, outro elemento importante observado é a prática de curtir comentários. Essa prática tem um grande valor por apoiar o comentarista, manifestando concordância (80%, N=241), mas igualmente serve para mostrar que o comentário foi lido (38%, N= 113). Neste último caso, vemos que existe a intencionalidade de tomar parte na conversação, assentindo e demonstrando que a mensagem foi vista e compreendida.

“Às vezes curto minhas postagens para dar visibilidade mesmo” (usuário, 25 anos)

Curtir uma informação, assim, parece ter uma série de funções conversacionais. É vista como uma ação positiva, no sentido de gerar valores de capital social e agregar esses valores à relação entre os atores envolvidos. Curtir é também legitimar a face e apoiar a mensagem (e aquele que a divulgou), no sentido que Goffman (1967) propõe. Não apenas recebe-se um reforço da aceitação da face, como também manifestações que são compreendidas como reforços de capital social reconhecendo a relevância, a importância e o apoio àquilo que foi publicado.

O botão “compartilhar”, por outro lado, tem outras funções e valores associados. Sua

principal função parece ser a de dar visibilidade para a conversação ou da mensagem, ampliando o alcance dela (Figura 2).

No questionário, a principal função elencada para a ferramenta foi justamente a divulgação de algo relevante (81%, N=243). A percepção deste algo como relevante para a rede social é igualmente um valor para aquele que compartilha e para aquele que foi compartilhado.

“Compartilho aquilo que acho importante ou que acho que interessa aos meus amigos” (usuária, 30 anos)

Um percentual igualmente alto de respondentes explicou que sua decisão de compartilhar era baseada na percepção de algo como “interessante” para sua rede social (73%, N=219). Nesse sentido, parece-nos que compartilhar algo que seja valorizado pela rede é um valor positivo. Compartilhar uma informação também é tomar parte na difusão da conversação, na medida em que permite que os usuários construam algo que pode ser passível de discussão, uma vez que é de seu interesse, para sua rede social. O compartilhamento também pode legitimar e reforçar a face, na medida em que contribui para a reputação do compartilhado e valoriza a informação que foi originalmente publicada. Embora tenhamos observado em alguns casos, o compartilhamento para crítica, de um modo geral, o compartilhamento parece ser positivo, no sentido de apoiar uma determinada ideia, um manifesto ou uma mensagem. Assim, portanto, é também uma forma de legitimar a face e construir capital social através da cessão da informação para a rede (Bertolini e Bravo, 2004).

Os comentários, por sua vez, são as práticas mais evidentemente conversacionais. Trata-se de uma mensagem que é agregada através do botão da postagem original, é visível tanto para o autor da postagem quanto para os demais comentaristas, atores que “curtam” e compartilhem a mensagem e suas redes sociais. É uma ação que não apenas sinaliza a participação, mas traz uma efetiva contribuição para a conversação (Figura 3).

O comentário compreenderia assim uma participação mais efetiva, demandando um maior esforço e acontecendo quando os usuários têm algo a dizer sobre o assunto (84%, N= 252).

“Ah, pra comentar tem que ser algo que realmente chame a atenção e que eu possa contribuir” (usuário, 26 anos)

Pessoal, hoje é dia de votar nas prioridades do Orçamento 2013 do RS! Dá pra votar online – <http://www.participa.rs.gov.br/> (basta título de eleitor e identidade) e escolher 4 prioridades! Não esqueçam de votar no projeto da UTI pediátrica e neonatal do Hospital Universitário São Francisco de Paula, nas prioridades da saúde!

<http://www.vpr.rs.gov.br/>
www.vpr.rs.gov.br

Like · Comment · Share

40

Figura 2. Exemplo de compartilhamentos (número abaixo, à direita).

Figure 2. “Share” example on Facebook.



Figura 3. Exemplo de comentários no Facebook.
Figure 3. “Comment” example on Facebook.

O comentário, portanto, parece envolver um maior engajamento do ator com a conversação e um maior risco para a face, pois é uma participação mais visível. Isso porque aquilo que é dito pode ser facilmente descontextualizado quando migrar para outras redes através das ferramentas de compartilhamento, de curtida e mesmo de comentário. Essa compreensão do comentário como um risco para a face também leva muitos usuários a desistir de comentar e optar por apenas “curtir” a postagem, uma vez que o risco para a face é melhor.

“Já deixei de comentar sim. Achei que ia rolar xingamento e discussão e não quis me expor” (usuária, 25 anos)

“quando a pessoa tem um monte de amigo que eu nunca vi é mais provável de alguém se ofender [com o comentário]” (usuária, 29 anos)

Com a hiperconexão proporcionada pelo Facebook, onde os grupos vão ficando cada vez mais próximos na rede, conforme Backstrom *et al.* (2012) mostraram, o risco é ainda maior. Essa aproximação, gerada pelas práticas de ampliação das conexões associativas na ferramenta, coloca grupos diferentes em contato direto, fazendo com que contextos diferentes colidem na conversação e gerem maior risco para a face.

O exemplo (Figura 4) demonstra uma das discussões onde há ameaças à face observadas nesse contexto dos comentários. Observa-se que o “tom” daquilo que é dito é evidentemente-

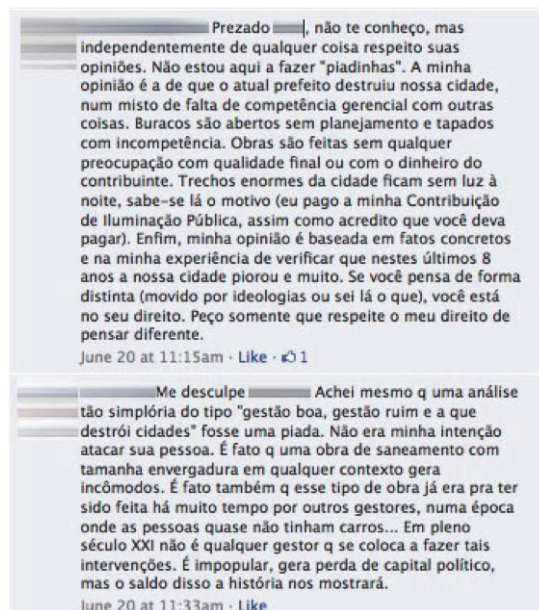


Figura 4. Exemplo de ato de ameaça a face em conversação no Facebook.

Figure 4. Face threatening act example on Facebook.

te discordante, por vezes, sarcástico, portanto, gerador de tensão e insegurança com relação à conversação e à manutenção da face. Com efeito, tais discussões em comentários foram observadas com relativa frequência no período pelo qual se estendeu este estudo. Observamos, assim, que os usuários participantes da pesquisa parecem mais reticentes em comentar do que em curtir mensagens, justamente porque parecem perceber que há maior risco para a face e para a reputação nessas interações.

A manutenção da face e o capital social no Facebook

Como vimos no capítulo anterior, participar de uma conversação, no Facebook, parece ter uma relação direta com a manutenção da face positiva. Há quase um acordo de troca na interação entre os usuários (capital social normativo, de acordo com a classificação de Bertolini e Bravo, 2004), onde o objetivo do uso de ferramentas como o curtir e o compartilhar é aquele, justamente, de legitimar o que está sendo dito, concordando ou assertindo, atuando na manutenção da face (no sentido do “trabalho de face” construído por Goffman, 1967). Ou seja, o que discutimos até agora é que as ferramentas que o Facebook disponibiliza para

a participação na conversação seriam usadas através de um acordo tácito entre os grupos envolvidos: aquele de usá-las de forma a manter a face alheia e a própria e, através dessas práticas, construir laços sociais mais fortes e confiança no ambiente social da conversação. Essa confiança, um dos tipos de capital social de segundo nível na discussão que Bertolini e Bravo (1994) fazem a partir das noções de capital social de Coleman (1988), seria associada a uma maior segurança do ambiente. Essa segurança tem uma implicação direta com a manutenção da face (Goffman, 1967), uma vez que é uma negociação anterior ao momento da interação, onde cada ator que irá colocar-se na conversação confiando que sua colocação não sofrerá tensões que possam resultar em ameaça a sua face.

Entretanto, vimos que o Facebook, por conta de sua dimensão globalizada, tem reduzido as distâncias sociais entre os atores que dele fazem parte (Backstrom *et al.*, 2012). Com isso, grupos mais heterogêneos tornam-se mais próximos dentro da ferramenta, e as ações de compartilhamento, curtidas e comentários tornam mais visíveis as conversações para os atores que fazem parte de grupos diferentes, justamente por conta das características dos públicos em rede (Boyd, 2007) e da própria conversação em rede (Recuero, 2012). Deste modo, há também o surgimento de contextos de interpretação diferentes, por conta da heterofilia da rede participante da conversação. Esses elementos parecem colocar em risco, muitas vezes, a interação e a participação ativa na conversação por parte dos atores, especialmente naquelas onde a apresentação da face possa deixar um número maior de interpretações, como os comentários.

Dentre os usuários entrevistados, claramente há uma reticência em comentar. A maioria deles explicitou um certo receio com as interpretações de suas falas em contextos diferentes, receios com relação à tensão com outros usuários, receios com a ocorrência de atos de ameaça a face e efeitos negativos sobre sua reputação.

Essa observação parece relevante na medida em que expõe um evidente conflito e um dilema para a conversação (e, por conseguinte, para as práticas sociais no Facebook): Se por um lado, um dos grandes valores de capital social encontrados no Facebook é aquele de proporcionar uma maior facilidade de manutenção e acesso as conexões sociais (Ellison *et al.*, 2007); por outro, parece ser justamente

a busca por esse valor que, ao fazer com que práticas associativas emergem cada vez mais, cria contextos conflitantes e tensos de interação que parecem impactar a decisão de participar ou não de forma mais ativa da conversação. Com isso, menos valores de manutenção da face, tais como as formas de capital social de primeiro e segundo nível (Bertolini e Bravo, 2004) são gerados, também tornando a participação na conversação mais arriscada. Com mais risco, há menos investimento em manter as conexões no sistema. Com menos engajamento dos usuários nas práticas conversacionais, menos capital social é gerado, menos grupos sociais emergem e possivelmente, haja um esvaziamento do valor social da ferramenta. É um risco, portanto, presente para a interação.

Enquanto trabalhos como o de Backstrom *et al.* (2012) têm demonstrado que a rede social no Facebook está mais clusterizada, portando, com atores mais próximos entre si, o esvaziamento do capital social pode gerar um movimento inverso na rede social, aumentando a distâncias e criando grupos mais privados, onde é possível construir mais capital social para a manutenção da face.

Conclusão

Neste trabalho, procuramos explorar os usos conversacionais convencionados sobre as ferramentas “curtir”, “compartilhar” e “comentar” do Facebook, buscando discutir os efeitos desse uso no capital social e nas redes sociais, a partir da noção de face (Goffman, 1967). A partir de um estudo qualitativo, buscamos explorar as funções adotadas para as ferramentas, notadamente a de legitimar a face, dando visibilidade e apoio ao ator autor da postagem; construindo, assim, capital social para os atores envolvidos. Entretanto, observou-se também que há um certo receio com relação a atos de ameaça à face em participações mais extensas e engajadas na conversação, como o comentário. Por conta da percepção da conversação em rede, onde há registro e migração daquilo que foi dito, parece haver, entretanto, uma redução do capital social de segundo nível, pela igual redução da confiança no ambiente para a manutenção da face. Com essa percepção, parece que há atores evitando investir em participações mais complexas na conversação para evitar expor a face a atos de ameaça.

Esses resultados também são relevantes na medida em que pensamos na hiperconexão

proporcionada pelas redes, onde as conversações, que antes aconteciam em espaços privados, tornam-se rapidamente mais públicas e escaláveis, acrescentando novos problemas para a mediação, a construção e a proposição da face.

Tais indícios, que ainda carecem de maior aprofundamento, são relevante na medida em que geram um tensionamento nas práticas de manutenção dos laços sociais no Facebook (Ellison *et al.*, 2007), reduzindo o valor da ferramenta para os usuários. Outros estudos, entretanto, são necessários para que se possa verificar, com maior aprofundamento, como os processos de manutenção da face são influenciados pelas práticas conversacionais e os demais efeitos que podem gerar nas redes sociais.

Referências

- ARAÚJO, J.C. 2004 A Conversa na Web: Um estudo da Transmutação em um Gênero Textual. In: L.A. MARCUSCHI; A.S. XAVIER, *Hipertexto e Gêneros Digitais: novas formas de construção do sentido*. Rio de Janeiro, Lucerna, p. 91-109.
- BACKSTROM, L.; BOLDI, P.; ROSA, M.; UGANDER, J.; VIGNA, S. 2012. Four Degrees of Separation. Disponível em: <http://arxiv.org/pdf/1111.4570v3>. Acesso em: 01/06/2012.
- BERTOLINI, S.; BRAVO, G. 2004. Social capital, a multidimensional concept. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20030318075349/http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>. Acesso em: 08/06/2008.
- BOURDIEU, P. 1983. The Forms of Capital. In: J.G. RICHARDSON, *Handbook of theory and Research for Sociology of Education*. Westport, Greenwood Press, p. 241-258.
- BOYD, D. 2007. Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In: D. BUCKINGAN (ed.), *MacArthur Foundation Series on Digital Learning - Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge, MIT Press, p. 119-142.
- BOYD, D.; HEER, J. 2006. Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster. In: Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-39), Persistent Conversation Track. Kauai, 2006. *Proceedings...* IEEE Computer Society. Disponível em: <http://www.danah.org/papers/HICSS2006.pdf>. Acesso em: 12/07/2012.
- BOYD, D.; GOLDBER, S.; LOTAN, G. 2010. Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter. In: *Hawaii International Conference on System Sciences - HICSS-43, Kauai, 2010. Proceedings...* Disponível em: http://ieeexplore.ieee.org/xpl/login.jsp?tp=&arnumber=5428313&url=http%3A%2F%2Fieeexplore.ieee.org%2Fxppls%2Fabs_all.jsp%3Farnumber%3D5428313. Acesso em: 20/07/2014.
- BOYD, D.; ELLISON, N.B. 2007. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>. Acesso em: 10/07/2008.
- BURT, R. 2001. Structural Holes Versus Network Closure as Social Capital. In: N. LIN; K. COOK; R. BURT, *Social Capital: Theory and Research*. New York, Aldine de Gruyter, p. 31-56. (Sociology and Economics: Controversy and Integration series).
- COLEMAN, J.S. 1988. Social Capital and the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94:S95-S120. <http://dx.doi.org/10.1086/228943>
- ELLISON, N.B.; STEINFELD, C.; LAMPE, C. 2007. The benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer - Mediated Communication*, 12(4):1143-1168. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x/full>. Acesso em: 10/07/2014.
- <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- FOLHA DE S. PAULO. 2013. Brasil chega a 76 milhões de usuários no Facebook; mais da metade acessa do celular. *Caderno Tec*. 14/08/2013. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/08/1326267-brasil-chega-a-76-milhoes-de-usuarios-no-facebook-mais-da-metade-acessa-do-celular.shtml>. Acesso em: 10/07/2014.
- GOFFMAN, E. 2001. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. 9ª ed., Petrópolis, Vozes, 233 p.
- GOFFMAN, E. 1967. *Interaction Ritual: Essays on Face-To-Face Behavior*. New York, Pantheon Books, 270 p.
- GRANOVETTER, M. 1973. The Strength of Weak Ties. *The American Journal of Sociology*, 78(6):1360-1380. <http://dx.doi.org/10.1086/225469>
- HERRING, S. 1996. Introduction. In: S. HERRING (ed.), *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam, Benjamins, p. 1-10. Disponível em: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/cmc.intro.1996.pdf>. Acesso em: 12/2011.
- HONEYCUTT, C.; HERRING, S. 2009. Beyond microblogging: Conversation and collaboration via Twitter. In: Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-42), 42, Los Alamitos, 2009. *Proceedings...* IEEE Press. Disponível em: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/honeycutt.herring.2009.pdf>. Acesso em: 06/2012.
- HOGG, T.; ADAMIC, L. 2004. Enhancing reputation mechanisms via online social networks. In: Association for Computing Machinery Conference on Economics and Computation - ACM EC'06, New York, 2004. *Proceedings...* New York, p. 236-237.
- HUBERMAN, B.; ROMERO, D.; WU, F. 2009. Social Networks that Matter: Twitter under the microscope. *First Monday*, 14(1). Disponível em:

- <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2317/2063/>. Acesso em: 12/07/2012.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. 2006. *Análise da Conversação. Princípios e Métodos*. São Paulo, Parábola Editorial, 143 p.
- KO, K.-K. 1996. Structural Characteristics of Computer-Mediated Language: A Comparative Analysis of InterChange Discourse. *Electronic Journal of Communication*, 6(3). Disponível em: [http://www.cios.org/EJCPU-BLIC\\$964733218640\\$\\$/006/3/006315.HTML](http://www.cios.org/EJCPU-BLIC$964733218640$$/006/3/006315.HTML). Acesso em: 20/06/2008.
- LEMOS, A. 2003. *Cibercultura*. Porto Alegre, Sulina, 320 p.
- LIN, N. 2001. *Social Capital. A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge, Cambridge University Press, 279 p.
<http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511815447>
- MARCUSCHI, L.A. 2006. *Análise da Conversação*. São Paulo, Editora Ática, 94 p.
- PRIDHAM, F. 2001. *The Language of Conversation*. London, Routledge, 112 p.
- PRIMO, A. 2010. De narcisismo, celebridades, celestoides e subcelebridades: o caso Tessália e sua personagem Twittess. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 7:159-189.
- PRIMO, A. 2009. Existem celebridades da e na blogosfera? Reputação e renome em blogs. *Líbero*, 12:107-116.
- PRIMO, A.; SMANIOTTO, A. 2006. Blogs como espaços de conversação: interações conversacionais na comunidade de blogs insanus. *E-Compos*, 1(5). Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/conversacao.pdf>. Acesso em: 20/06/2008.
- PROTALINSKI, E. 2013. Facebook passes 1.19 billion monthly active users, 874 million mobile users, and 728 million daily users. Coluna The Next Web, 30/10/2013. Disponível em: <http://thenextweb.com/facebook/2013/10/30/facebook-passes-1-19-billion-monthly-active-users-874-million-mobile-users-728-million-daily-users/#!pwHzc>. Acesso em: 01/07/2014.
- PUTNAM, R. 2000. *Bowling Alone*. New York, Simon & Schuster, 544 p.
- RECUERO, R. 2009. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre, Sulina, 192 p.
- RECUERO, R. 2012. *A Conversação em Rede*. Porto Alegre, Sulina, 238 p.
- RIBEIRO, J.C. 2009. The increase of the experiences of the self through the practice of multiple virtual identities. *Psychology Journal*, 7(3):291-302.
- SCOBLE, R.; ISRAEL, S. 2006. *Naked Conversations: How Blogs are Changing the Way Businesses Talk with Customers*. New York, John Wiley & Sons, 272 p.

Submetido: 12/03/2014
Aceito: 07/06/2014