



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – DECOM

SANDRO MANGUEIRA BEZERRA JÚNIOR

**O FACEBOOK ZELA POR TI: UM OLHAR ACERCA DA REDE
SOCIAL, EXPOSIÇÃO, VIGILÂNCIA E MÍDIA**

CAMPINA GRANDE – PB
NOVEMBRO / 2012

Sandro Mangueira Bezerra Júnior

**O FACEBOOK ZELA POR TI: UM OLHAR ACERCA DA REDE
SOCIAL, EXPOSIÇÃO, VIGILÂNCIA E MÍDIA**

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado em cumprimento às
exigências legais para a conclusão do
curso de Bacharelado em Comunicação
Social – Habilitação em Jornalismo pela
Universidade Estadual da Paraíba
(UEPB).

Orientador(a): Prof^a Dra. Cássia Lobão de Assis

Campina Grande

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA SETORIAL CIA 01 – UEPB

B574f Bezerra Júnior, Sandro Manguiera.

O Facebook zela por ti: um olhar acerca da rede social, exposição, vigilância e mídia./ Sandro Manguiera Bezerra Júnior . – 2012.

24f.; il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2012.

“Orientação: Profa. Dra. Cássia Lobão, Departamento de Comunicação Social”.

1. Vigilância. 2. Exposição 3. Ciberespaço. 4. Web 2.0. 5. Facebook I. Título.

21. ed. CDD 303.483 3

Novembro / 2012

Sandro Mangueira Bezerra Júnior

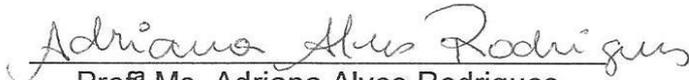
**O FACEBOOK ZELA POR TI: UM OLHAR ACERCA DA REDE
SOCIAL, EXPOSIÇÃO, VIGILÂNCIA E MÍDIA**

Aprovada em: 21 de NOVEMBRO de 2012.

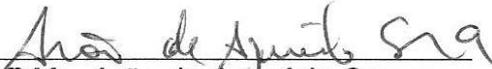
BANCA EXAMINADORA



Profª Dra. Cássia Lobão de Assis
(Orientadora)



Profª Ms. Adriana Alves Rodrigues
(Examinadora)



Profª Ms. Arão de Azevêdo Souza
(Examinador)

RESUMO

No ano de 2012 o site *Facebook* possui mais de 1 bilhão de usuários, consolidando-se entre uma das maiores redes sociais com o desenvolvimento da *Web 2.0*. Em meio ao fluxo da rede, seus usuários disponibilizam textos, imagens, dados, e as mais variadas informações pessoais, sem atentarem-se ao fato de que todos os seus passos são registrados em bancos de dados e posteriormente utilizados com finalidades comerciais e estatais. O narcisismo impulsionado pelas redes de sociabilidade online faz com que pessoas se dediquem diariamente em ceder e buscar informações, tornando-se necessário realizar estudos sobre o tema. Desta forma, o presente artigo aborda a sociabilidade no *Facebook*, as consequências da exposição na web e o aspecto de vigilância e monitoramento no mesmo. Para isto são abordadas matérias veiculadas em um canal de TV que tratam do site em casos variados, confirmando o caráter monitorador deste e as consequências destas novas práticas sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Vigilância; Exposição; Ciberespaço; Web 2.0; Facebook.

SUMÁRIO

1. Introdução	06
2. O ciberespaço e a descentralização da informação.....	09
3. O Facebook e a nova configuração informacional.....	11
3.1 A questão da privacidade	13
3.2 O olhar midiático.....	16
3.3 Aspectos da sociabilidade online	18
4. Considerações finais.....	20
5. Referências	21

1. INTRODUÇÃO

Nesta época onde as coisas acontecem cada vez mais rápidas, em maior escala, de forma urgente e imediata, as significações são modificadas em um piscar de olhos e o que há tempos nos parecia concreto, agora se mostra líquido. As novas tecnologias aceleram estes processos e tornam possível a produção de uma infinidade de informações que nunca poderão ser totalmente assimiladas em sociedades cada vez mais “plugadas” (BAUMAN, 2007, p.7). A constante circulação de pessoas, dados, mercadorias, unidos ao consumismo torna os objetos cada vez mais descartáveis, passíveis de substituição, e isto parece se aplicar também as relações humanas.

É cada vez mais comum o banal sendo exposto nos media – o que antes parecia ser apenas publicidade para celebridades – e a internet vêm acentuar a exposição da vida íntima. A ideia de privacidade, que surge na Europa da Idade Moderna, enquanto algo que o indivíduo resguarda a si próprio, parece não ser a mesma. Na Idade Média, a concepção de privado em contraposição ao público inexistia. Segundo Sibilia:

(...) a esfera da privacidade só ganhou consistência na Europa dos séculos XVIII e XIX, quando um certo espaço de ‘refúgio’ para o indivíduo e a família começou a ser criado no mundo burguês, almejando um território a salvo das exigências e dos perigos do meio público que começava a adquirir um tom cada vez mais ameaçante. (SIBILIA, 2003, p. 2)

Isto é, com o progressivo direcionamento ao ambiente privado, separa-se o íntimo da vida pública, sendo nas residências o quarto pessoal uma espécie de sonho de consumo burguês onde o indivíduo poderia desfrutar de si mesmo, seus pensamentos e reflexões, isolando-se daqueles que o cercam. A essa época são difundidas as “escritas de si” com os diários íntimos, principalmente com o movimento artístico denominado Romantismo, que impulsiona esta prática com autores publicando obras em escritas confessionais. Os diários surgem como algo estritamente pessoal, íntimo e que deve permanecer livre dos olhares e julgamentos públicos. Porém na contemporaneidade vemos que o privado e o público estão em um processo de transposição, que se torna perceptível principalmente com o desenvolvimento da chamada *Web 2.0* e a difusão no ciberespaço de ambientes voltados para entretenimento e sociabilidade como fotologs, weblogs, dispositivos como webcams, sites como youtube, twitter, instagram, myspace, orkut, facebook... Dados, fotos, vídeos são expostos, compartilhando as mais diversas informações pessoais, ações, preferências. Surge um culto ao banal e ao íntimo nos media com programas como os reality shows, e na internet os cidadãos comuns passam a valorizar a exposição e compartilhamento de suas vidas. Estes dispositivos transformam-

se em espécies de cartões de visita dos indivíduos e disponibilizam uma infinidade de informações para seus “amigos virtuais” e/ou seguidores.

A internet – meio que surgiu com finalidades militares para o intercâmbio de dados – parece ser o território perfeito para o desenvolvimento e propagação deste fluxo informacional contemporâneo. Com sua popularização, indivíduos passaram a se corresponder instantaneamente através de *e-mails*, trocando textos pessoais, imagens e arquivos em geral nesta espécie de correio eletrônico. Posteriormente os *chatrooms* viriam a possibilitar conversas entre várias pessoas ao mesmo tempo em um mesmo ambiente virtual. Porém, a evolução das ferramentas no ciberespaço chegou a níveis que muitos teóricos não poderiam imaginar com as sofisticadas redes sociais.

Várias plataformas digitais – com diversas finalidades, desde entretenimento (*Youtube, SecondLife*), busca (*Google Search Engine*), informação (*Google Earth, Google Zeitgeist*), consumo (*E-bay, Amazon.com*), até sociabilidade (*Orkut, Facebook*) – registram e rastreiam todos os passos de seus usuários. Informações são guardadas em bancos de dados, classificando estes indivíduos e gerando perfis virtuais dos mesmos. Estes perfis podem funcionar para prever e interferir em suas ações, como por exemplo, lhes indicando ofertas de serviços, produtos, links, sites. Estes dispositivos configuram novas espécies de vigilância, como Bruno (2008, p. 14) já observou, uma vigilância mais preditiva, oracular e performática do que disciplinar.

Porém é nas redes sociais que a vigilância se torna mais efetiva, com perfis criados pelos próprios usuários, informações por eles mesmos compartilhadas (e confirmadas, cedidas por “amigos” a respeito destes) e registradas em bancos de dados. No *Facebook* (rede social que aprimorou e uniu dispositivos de várias outras redes como *Msn, Twitter, Orkut*) o fluxo informacional é muito rápido graças à diversidade de recursos disponibilizados aos usuários, fazendo com que cada vez mais pessoas utilizem o serviço, expondo sua intimidade. Os bancos de dados do *Facebook* registram desde informações operacionais (como quando o usuário acessa sua conta), como também registram os dados compartilhados e as informações trocadas entre os usuários. Todavia, um fato chama a atenção nos bancos de dados deste site de relacionamentos: estas informações não são apagadas, mesmo que o usuário opte por isto. Da mesma forma que o site reuniu vários serviços em uma única rede, também trouxe consigo um eficiente sistema de registro, armazenando em bancos de dados todas as atividades de seus usuários, mesmo quando estes optam por apagar seus registros, que são apenas omitidos mas permanecem catalogados nos bancos de dados.

Com estes novos dispositivos informacionais e o fluxo crescente destas informações, o anonimato é indesejado, havendo o compartilhamento em

busca de alguma forma de reconhecimento. As pessoas apresentam-se enquanto mercadorias atraentes a serem consumidas pelo público em geral ou um nicho específico (como atesta o sociólogo polonês Zygmunt Bauman em seu livro “Vida para consumo”). Neste cenário as relações sociais se reconfiguram, as vidas pública/profissional e privada se confundem e a vigilância onipresente de um *Big Brother*¹ torna-se cada vez mais difusa e invisível em um mundo que não se apresenta cinzento, mas cada vez mais brilhante.

A utilização da internet em larga escala, chegando a fazer com que pessoas passem dias em frente a computadores, é algo intrigante. Com o surgimento das redes sociais vimos surgir também novas formas de narcisismo, ao passo em que se expressa à ingenuidade em ceder informações pessoais que podem ser utilizadas com más intenções por terceiros. Desta forma, abordaremos matérias veiculadas na mídia televisiva a respeito da rede, como uma forma de buscar demonstrar o quanto este altera as práticas sociais e até onde pode interferir na vida pessoal, trazendo consequências profissionais/sociais aos seus usuários.

Com o cenário apresentado, as relações são modificadas. Buscando compreender estas transformações sob a perspectiva midiática, este artigo visa abordar como funciona o site de relacionamentos *Facebook*, as práticas de sociabilidade no mesmo e como este explora dados pessoais disponibilizados por seus membros, assim como compreender e explicitar de que forma essa vigilância é sutilmente instaurada.

A criação do *Facebook* deu novos ares a problemas cibernéticos indo desde sua política de privacidade, até casos judiciais, questões pessoais e profissionais. Tanto quanto não há modos de mesurar a confusão causada pela internet a certos conceitos sociais arraigados (como “privacidade”), ainda não há meios de diagnosticar a transformação impulsionada pelo “livro de rosto”, que até o momento permanece como a principal rede social e a mais complexa de todas, uma vez que une características de praticamente todas as grandes redes anteriores.

¹ *Big Brother* ou *Grande Irmão* é a figura do governante do regime totalitário do romance “1984” de George Orwell. O livro lançado em 1949 apresenta um futuro distópico, onde cidadãos controlados por um governo ditatorial que regula desde suas concepções de realidade, os produtos a serem consumidos, as informações disponíveis e até a ideia de passado, presente e futuro. A obra aborda o nacionalismo, a censura, a repressão sexual, a vigilância, havendo referências a regimes autoritários europeus do século XX, como a Alemanha nazista, a Itália fascista e a União Soviética comunista. O personagem citado é onipresente e tudo vê através da constante vigilância estatal presente nos ambientes públicos e privados.

As hipóteses levantadas são ainda mais numerosas. Há, por exemplo, a suspeita dos comunicólogos hodiernos de que os novos hábitos do usuário regular desta rede social possam ter um choque pedagógico mundial. Isto é, sendo o facebook uma zona sem fronteiras e imensa (atualmente possui mais de 1 bilhão de contas²), com ferramentas de tradução instantânea e homogeneidade tecnológica para o mundo inteiro, porque não dizer que, virtualmente, o facebook é a maior nação do planeta? Seguindo este raciocínio, investigaremos de que modo as múltiplas *personas* que frequentam diariamente o facebook se expõem através de seus atos virtuais que, desde já interpretaremos como atos sociais.

Deste modo, abre-se um campo vasto de pesquisa e apreciação científica. Pois estas curiosidades, neste contexto histórico, além de genuínas e legítimas revelam-se profundamente úteis, já que o comunicólogo, enquanto cientista social deve compreender as ferramentas que a sociedade utiliza para se comunicar para, então, compreender as motivações de cada caso específico onde a comunicação se torna um ato social historicamente implicante.

2. O CIBERESPAÇO E A DESCENTRALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

O século XX viu nascer e se desenvolver a ideia de ciberespaço, um espaço virtual onde informações e dados circulariam em oposição ao espaço físico. Várias foram as discussões levantadas e idealizações propostas da segunda metade do século até a concretização e avanço das tecnologias da informação na atualidade. Os debates paulatinamente abandonaram o ar futurista de ficção científica e tomaram corpo enquanto o mundo assistia a virtualização das informações, do espaço, e até das relações humanas.

Neste mundo virtual as fronteiras desapareceram, o planeta tornou-se conectado, as distâncias diminuíram. Dados são armazenados, sistemas inteligentes facilitam a comunicação entre pessoas e a presença física não é mais necessária para haver contato. O virtual se mistura ao espaço físico através dos vários dispositivos tecnológicos atuais. Juntamente ao ciberespaço também surge o conceito de cibercultura, trazendo novos valores, novas significações, novas práticas.

² "Facebook Tops Billion-User Mark" (<http://online.wsj.com/article/SB10000872396390443635404578036164027386112.html>). The Wall Street Journal (Dow Jones). 4 de outubro de 2012. Acessado em 10/11/2012

A cibercultura é o conjunto tecno cultural emergente no final do século XX impulsionado pela sociabilidade pós-moderna em sinergia com a microinformática e o surgimento das redes telemáticas mundiais; uma forma sociocultural que modifica hábitos sociais, práticas de consumo cultural, ritmos de produção e distribuição da informação, criando novas relações no trabalho e no lazer, novas formas de sociabilidade e de comunicação social. Esse conjunto de tecnologias e processos sociais ditam hoje o ritmo das transformações sociais, culturais e políticas nesse início de século XXI. (LEMOS, 2010, p. 21-22)

Desta forma, com a cibercultura a organização humana toma novos rumos, as redes e associações estabelecidas anteriormente, agora têm uma enorme possibilidade de ampliação. O ciberespaço abre portas para que sejam desenvolvidas redes virtuais com estruturas verticalizadas e formas de contato variadas de um canto a outro do globo terrestre. Areladas a estas novas formas de interação social e de organização, surgem novos agrupamentos como as comunidades virtuais. Na última década do século XX já se discutia a respeito da problemática do isolamento do convívio social em detrimento da utilização exacerbada da internet. Em 2001 Castells defendia o uso da internet afirmando que esta era uma forma de fortalecer laços entre os indivíduos, entre familiares e pessoas distantes geograficamente, estabelecendo agrupamentos por interesses e comum nas comunidades virtuais. Para ele, laços débeis de amizade que seriam perdidos na “vida *off-line*” passam a ser mantidos graças ao ciberespaço. Assim a internet seria um complemento à vida social, considerando como proporcionalmente reduzidos os casos de isolamento. “A internet parece ter um efeito positivo na interação social e tende a aumentar o grau de exposição a outras fontes de informação.” (CASTELLS, 2001, p. 151)

Na virada do século XX para o século XXI se dá o desenvolvimento da chamada *Web 2.0* onde o usuário passa a ter participação ativa no fluxo informacional, deixando de ser mero espectador do processo comunicativo midiático e passando a produzir e disponibilizar conteúdo na web. Este fenômeno é o que Lemos chamou de liberação do polo de emissão. Segundo o autor:

A transformação da esfera midiática pela liberação da palavra se dá com o surgimento de funções comunicativas pós-massivas que permitem a qualquer pessoa, e não apenas empresas de comunicação, *consumir, produzir e distribuir informação* sob qualquer formato em tempo real e para qualquer lugar do mundo sem ter de movimentar grandes volumes financeiros ou ter de pedir concessão a quem quer que seja. (LEMOS, 2010, p. 25)

Esta nova configuração comunicacional traz impactos políticos, sociais e culturais, interferindo diretamente no fluxo informacional. Este agora deixa de ser monopolizado pela grande mídia corporativa (que passa também a buscar

a adaptação no ciberespaço), havendo diversas formas de expressão proporcionadas pelas novas tecnologias. Discute-se a ideia de “democratização da informação” e expressões como “jornalismo cidadão” passam a ser impulsionadas pela grande mídia, incentivando leitores/espectadores a enviarem vídeos, imagens com denúncias e flagrantes.

Ao mesmo tempo em que esta revolução comunicacional se desenvolve, juntamente a entusiastas também surgem aqueles que enxergam aspectos negativos no poder de voz dado aos cidadãos. Para o ensaísta Andrew Keen, a web 2.0 está proporcionando um descontrole de informação e ameaça à cultura e à economia:

A revolução da Web 2.0 disseminou a promessa de levar mais verdade a mais pessoas – mais profundidade de informação, perspectiva global, opinião imparcial fornecida por observadores desapaixonados. Porém, tudo isso é cortina de fumaça. O que a revolução da Web 2.0 está realmente proporcionando são observações superficiais do mundo à nossa volta, em vez de análise profunda, opinião estridente, em vez de julgamento ponderado. O negócio da informação está sendo transformado pela internet no puro barulho de 100 milhões de blogueiros, todos falando simultaneamente sobre si mesmos. (KEEN, 2007, p. 19-20)

É neste contexto de ebulição que as redes sociais digitais surgem e que o facebook se consolida como o principal ou campo de sociabilidade. O poder de expressão, a variedade de dispositivos e o grande alcance proporcionado pela rede atraem milhões de usuários a compartilhar informações diariamente.

3. O FACEBOOK E A NOVA CONFIGURAÇÃO INFORMACIONAL

Na web 2.0 as redes sociais tomam forma e força servindo aos mais variados interesses como relacionamentos amorosos, relações profissionais, gostos pessoais, amizades, publicidade etc. Nestas plataformas os usuários examinam-se, trocam informações, publicam conteúdos, ganhando a voz que não possuíam na mídia convencional ou até nos ambientes sociais dos espaços físicos. A busca por reconhecimento, por contato, instiga a atuação dos usuários das redes. Estas novas práticas de sociabilidade mediadas por computadores pessoais (PC's) – sem a necessidade do contato “cara a cara” – são bem aceitas entre as pessoas, que se sentem a vontade para utilizá-las e buscam adaptar-se ao novo contexto comunicacional.

O facebook (assim como outras redes) é um *site* de relacionamentos baseado no cadastramento e criação de perfis por parte de seus usuários, que

classificam a si mesmos de acordo com gostos e preferências, cedendo ou não informações pessoais na composição destes perfis (como escolaridade, profissão, empresa na qual trabalha, data de nascimento, estado civil, parentesco com outros usuários, cidade natal, cidade na qual mora, endereço, telefone...), podendo adicionar nos mesmos fotos, vídeos, links. Os usuários também podem criar e/ou participar de grupos (comunidades virtuais), podendo estes serem privativos (apenas os participantes visualizam o grupo e suas postagens e só é possível a um usuário participar deste se for convidado por um membro), fechados (restrito a participantes, porém usuários da rede podem visualizar o grupo e seus membros sem ver o conteúdo das postagens, também podendo solicitar a participação para entrada no mesmo) e abertos (qualquer usuário visualiza o conteúdo do grupo sem necessidade de participar e para ingressar no mesmo não é necessário solicitar participação). Além de perfis e grupos, os usuários podem constantemente divulgar conteúdos (textos, imagens, vídeos, links externos, arquivos multimidiáticos) em seus perfis, no de outros usuários ou nos grupos, para serem visualizados em tempo real ou posteriormente por outros usuários, que podem comentar o conteúdo, compartilhar a publicação ou selecionar a opção “curtir”. Com estes dispositivos “em mãos” os usuários criam e compartilham brincadeiras, piadas, jogos (também são disponibilizados jogos para serem praticados entre os usuários) etc. Há também o recurso “cutucar”, no qual um usuário pode chamar diretamente a atenção de outro usuário sem enviar um texto ou conteúdo específico.

As postagens de conteúdo na rede são passíveis da recepção dos usuários para tornarem-se ou não assuntos populares e comentados. Há sempre tendências: postagens que quando bem aceitas tornam-se assuntos amplamente comentados e compartilhados pelos usuários (ou notícias, assuntos que repercutem na grande mídia como um crime, um fato engraçado ou que cause indignação, ou postagens em tempo real de acontecimentos imediatos como um jogo de futebol, por exemplo). Um caso recente foi uma foto postada por uma usuária no mês de outubro deste ano (2012) mostrando um mendigo na cidade de Curitiba que possuía olhos verdes e pele clara, com o padrão de beleza europeu. A imagem repercutiu nacionalmente e durante alguns dias pessoas duvidaram do fato do “mendigo boa-pinta” ser realmente um morador de rua, outros faziam campanha para tirá-lo das ruas sob o argumento de tornar-se modelo/manequim, e até houve garotas chegando a expressar que o tirariam da rua para acolhê-lo em casa.

As relações de sociabilidade no “livro de rosto” demonstram que o *site* atende duas necessidades básicas de seus usuários: Alimentam com um farto banquete a curiosidade destes, havendo a todo instante publicações sobre suas vidas, opiniões e postagens das mais variadas naturezas e inspiram à exposição, postando informações íntimas, acontecimentos cotidianos,

opiniões, preferências, fotos pessoais e “n” conteúdos. Dessa forma os usuários buscam repercussão, comentários, aprovação, formas de chamar a atenção de outros usuários.

3.1 A QUESTÃO DA PRIVACIDADE

Um fator interessante a respeito das configurações do Facebook e a maneira como este atua, é que o mesmo exige que o usuário registre-se com seu nome e sobrenomes verdadeiros, não permitindo apelidos, pseudônimos ou quaisquer omissões de identidade (apesar de não ser difícil burlar esta exigência). Esta medida, segundo o site, é para proteger seus usuários de indivíduos mal-intencionados e de golpes possivelmente gerados por identidades falsas. Porém este ponto nos faz refletir sobre o verdadeiro caráter da rede social, que é o compartilhamento ilimitado de informações: O próprio Mark Zuckerberg (criador da rede, atual presidente do conselho e diretor-executivo da companhia) já declarou em carta aberta com um idealismo otimista que o objetivo do Facebook é “tornar o mundo mais aberto e conectado”.

A grande questão não está somente no fato da exposição dos usuários na rede (que muitas vezes é voluntária), mas no que é fornecido em troca do poder de compartilhamento: Os dispositivos de vigilância e monitoramento, o armazenamento de informações em infinitos bancos de dados sobre todas as atividades de seus usuários, a utilização destes dados, a quem ou como os mesmos serão repassados e com qual finalidade, até chegarmos na questão da exposição em si. Enquanto os usuários têm espaço irrestrito para expressão e acompanhamento de informações alheias, a plataforma registra suas atividades e os bancos de dados desta são repassados a órgãos de controle estatal e empresas privadas com interesse comercial e publicitário. A principal atividade financeira do Facebook consiste em lucrar com o repasse de dados, vendendo as informações pessoais de seus usuários e estatísticas sobre os mesmos para empresas. Este repasse permite que companhias utilizem marketing direcionado a usuários de acordo com suas classificações e atividades.

Opções de pesquisa, preferências, visualizações, palavras e conteúdos utilizados em postagens permitem a classificação dos usuários e o direcionamento a determinados anúncios que possam ser de interesse destes membros da rede. Porém a probabilidade não é utilizada apenas em anúncios, mas também pode servir de forma preventiva como, por exemplo, para a reprovação de empresas de crédito a usuários da rede que aparentemente não quitar seus compromissos financeiros, ou em reprovação estatal à entrada de

imigrantes (também usuários da rede) que aparentem não ter qualificação e responsabilidade profissionais. Além da utilização dos dados por empresas, há também a venda de espaço para anúncios e páginas comerciais, que os usuários podem acompanhar e divulgar.

Questões sempre recorrentes são a exposição e a privacidade, que surgem como um entrave entre o “livro de rosto” e seus usuários. A rede vem tomando decisões sem transparência, que expõem seus usuários sem o consentimento explícito destes. Para ingressar na rede um internauta leva poucos minutos cadastrando e ativando seu perfil pessoal, porém o mesmo pode não se atentar à política de privacidade do site justamente pela ansiedade de usufruir seus serviços. Os termos de privacidade do *site* vêm se tornando cada vez maiores, mais complexos, menos convidativos à leitura e de difícil compreensão. Segundo o periódico The New York Times (12/05/2010) a política de privacidade cresceu de 1004 palavras em 2005 a 5.830 palavras em 2010. Desta vez, quando se cria um perfil pessoal este se encontra totalmente exposto e cabe ao usuário buscar formas de configurar sua privacidade em meio à complexidade de dispositivos do software. Esta é a argumentação mais comum do Facebook em questões legais e protestos contra seus atos de exposição sem consentimento, responsabilizando o usuário pelo encargo de decidir se quer ou não tornar públicas suas informações.

Em 2007 o site estreou um recurso chamado *Beacon ads*, que gerou polêmica. Através deste, as atividades dos usuários em outros *sites* da web eram expostas no Facebook. Desta forma os *sites* associados ao “livro de rosto” divulgavam involuntariamente se um usuário efetuasse uma compra, escutasse música, assistisse a um filme ou vídeo, lesse um texto, em algum destes *sites* esta atividade seria exposta aos seus “amigos” na rede social, atuando como uma espécie de propaganda “boca-a-boca” automática. Um outro controverso recurso foi o sistema de reconhecimento facial, que através de complexas análises computacionais, permitia a marcação automática de usuários em imagens postadas na rede. Depois de protestos generalizados o *Beacon ads* foi desativado em 2009, assim como o sistema de reconhecimento facial, e Mark Zuckerberg se retratou publicamente aos usuários pela exposição de seus dados sem sua expressa autorização.

Todavia a rede social desativa alguns dispositivos, mas encontra outras formas de monitorar os usuários e expor os mesmos. Em 2010 o *site* lançou o botão “curtir” (em inglês “like”, gostar, recomendar) no qual o usuário aprova e torna visível aos outros alguma informação, postagem, link, anúncio, etc. O “curtir” tornou-se uma das principais maneiras de recolher dados e preferências e foi ligado a um novo dispositivo publicitário, o *sponsored stories*. Se um usuário “curte” uma página isto é divulgado aos seus amigos, sendo muito útil a atividades publicitárias. O *sponsored stories* serve aos anunciantes como forma

de recomendar produtos ou serviços de amigos de usuários que “curtam” suas páginas, utilizando imagem de alguma personalidade pública para atrair possíveis clientes.

É sabido, ainda, que há uma troca voluntária (de acordo com o contrato de privacidade pouquíssimamente divulgado) entre o Facebook e os *sites* que aderem o botão “curtir” através de códigos de programação. Se, por exemplo, o *site* de uma loja de material esportivo instala o botão, isto é feito através de um código que não vem acompanhado de nenhum conselho legal, mas depois de feito o programador do site acaba de firmar um contrato permitindo que o Facebook utilize seus *cookies*, isto é, o rastro deixado pelos seus usuários, que páginas abriram e em qual passaram mais tempo. Em troca, o site ganha divulgação toda vez que alguém o curte, pois seu endereço é imediatamente compartilhado no perfil do usuário.

O novo recurso é claramente uma atualização do *Beacon ads.*, muito embora, segundo defesas do site, este novo serviço só seja incorporado ao perfil se o usuário optar explicitamente por isto. Desta forma o Facebook identifica seu usuário detalhadamente (mapeando, inclusive, atividades constrangedoras, ou mesmo ilícitas) e, conseqüentemente, o oferecendo produtos compatíveis com seu comportamento na web através de propagandas (*adsense*).

Um dos últimos casos polêmicos foi o lançamento da *Linha do tempo* (em inglês “Timeline”) em 2011. Inicialmente opcional, só sendo ativado se o usuário optasse pelo recurso, posteriormente este passou a ser ativado automaticamente nos perfis pessoais à revelia dos membros. A *Linha do tempo*, como o próprio nome indica, consiste em uma linha cronológica de exposição do usuário na rede, desde seu nascimento, passando pela infância até os dias atuais, indicando quando este ingressou na rede e sendo organizadas por conta própria as publicações do mesmo. A repercussão do dispositivo se deu por conta da exposição sem autorização, já que a “linha” fez ressurgir informações que haviam sido postadas em outros tempos, como por exemplo, antigos relacionamentos amorosos ou postagens de quando o usuário possuía poucos “amigos” no site. Apesar das críticas, esta tentativa de catalogar os dados em uma organização histórica humana na web ainda persiste no software até o momento de publicação deste artigo, nos tornando autobiógrafos e servindo como mais um impulso ao narcisismo na rede social.

Porém as atividades do Facebook em registro de dados e exposição de seus usuários vai de encontro a várias ações legais contra o site sob alegação de invasão de privacidade. No dia 23 de novembro de 2011 vazaram na internet relatórios de dados de usuários da rede para aplicação de leis e procedimentos, relatórios estes que seriam entregues a autoridades judiciárias e governamentais. O material continha dados de 2006 a 18 de novembro de

2011 e pertenciam a um investigador aposentado do Departamento de Justiça da Califórnia (EUA). Organizações independentes *anti-copyright* e em defesa da liberdade de informação disponibilizaram os dados brutos para *download*. Os dados eram divididos em dois tipos: O *user-neoprint* (um perfil expandido dos usuários) e o *user-photoprint* (registro de imagens enviadas pelos usuários). Diante do fato o líder do site Wikileaks (famoso por divulgar documentos de sigilo estatal) Julian Assange deu uma entrevista a uma emissora de TV russa, a RT, dizendo que o Facebook está sempre à disposição da inteligência americana sendo “uma máquina de espionagem” a serviço do poder estatal.

Um caso de grande repercussão na mídia internacional é o do estudante de direito Max Schrems, da Áustria. Depois de várias requisições legais o estudante teve acesso a todos os dados que o Facebook possuía armazenados sobre ele, incluindo informações que o próprio havia deletado, como mensagens pessoais. Os dados consistem em 1.200 páginas de informações privadas, assemelhando-se a relatórios militares. O caso levou à contradição declarações da rede, que já havia afirmado que não tem acesso a informações deletadas pelos usuários. Na Europa a quantidade de processos movidos contra a empresa sob acusação de violação de privacidade é grande, havendo várias entidades de defesa à privacidade e proteção de dados atuando legalmente e fazendo com que fossem criadas condições especiais de segurança. Em 2011 autoridades alemãs conseguiram fazer com que o dispositivo de reconhecimento facial fosse desativado por violar as leis de privacidade germânicas e também houve batalhas contra o botão “curtir” sob o mesmo argumento, afirmando ainda que este *plugin* seria um criador de perfis em massa. Nos EUA um projeto de lei foi reprovado, cujo teor era a defesa da proibição da recorrente prática na qual empresas exigem a senha do Facebook de seus funcionários e candidatos à vagas de emprego.

Contudo, mesmo diante de tanto alerta, a rede social caminha cada vez mais em direção ao corporativismo. Com a recente distribuição de papéis na Bolsa de Valores, o Facebook tornou-se uma empresa de capital aberto e agora detém um poder legislativo que pode, em determinados processos legais, praticamente blindá-la. Isto pode ser uma defesa estratégica, uma vez que, sendo os sites monitorados a base da geração de lucro do Facebook, o site torna-se refém dos proprietários de domínios: casos eles simplesmente removam os botões, teremos então decretado o seu fim.

Estes fatos demonstram o caráter ao mesmo tempo expositor e monitorador presente na rede social, que atua desrespeitando a privacidade de seus usuários em nome de uma suposta abertura informacional a nível mundial.

3.2 O OLHAR MIDIÁTICO

Com o crescimento das redes, tornou-se comum a grande mídia abordar a sociabilidade na web em casos que chamam atenção devido a proporção de suas consequências. Os crimes cibernéticos crescem e têm seu espaço midiático garantido, e agora também são feitas reportagens sobre os perigos de exposição, sobre como as pessoas se prejudicam por isto, além das mais variadas notícias envolvendo as redes sociais. Foram escolhidas matérias veiculadas na emissora Rede Globo pelo fato desta abordar constantemente as novas tecnologias e pela sua grande influência na formação da opinião brasileira. As quatro matérias selecionadas foram veiculadas no segundo semestre de 2012:

- **Exemplo 1:** No Jornal Hoje, edição do dia 13 de julho, uma matéria falou sobre o caso de uma enfermeira que foi demitida por justa causa após expor em uma rede social fotos com colegas em seu local de trabalho. Além das fotos, haviam comentários emitidos por ela e por seus amigos em que se subentendia que ao invés de trabalhar eles estariam brincando durante o expediente. A enfermeira recorreu ao Tribunal Superior do Trabalho, porém a decisão foi mantida.
- **Exemplo 2:** Na edição do dia 28 de agosto do mesmo telejornal, foi exibida uma matéria sobre uma estudante de 13 anos que causou polêmica ao criar uma página no Facebook denunciando problemas de estrutura em sua escola. Fechaduras, janelas e ventiladores quebrados e fios expostos são alguns dos problemas denunciados pela garota em busca de melhorias. Na época da reportagem, com cerca de dois meses de existência a página possuía quase 60.000 seguidores.
- **Exemplo 3:** Já na edição do dia 05 de outubro, no quadro “outras notícias em destaque” (que exibe algumas notícias do dia de forma resumida em pouco mais de um minuto) foi exibida uma notícia da prisão de um rapaz acusado de tráfico de drogas no Rio de Janeiro, após postar fotos no Facebook. Em seu perfil o jovem aparecia em imagens munido de granadas, fuzis e pistolas, além de tecer comentários de como agia em guerras com policiais e outros traficantes.
- **Exemplo 4:** O último caso é uma reportagem exibida no programa “Fantástico” do dia 21 de outubro. Na matéria foi montada uma tenda em um *shopping center* do Rio de Janeiro e pessoas foram convidadas a testar a sorte com um vidente. Ao entrarem as pessoas tiveram informações de suas vidas reveladas pelo homem, como nome de pessoas queridas, datas importantes, onde o indivíduo morava, viagens

que já fez e até o número de telefone delas. Depois foi revelado o que estava atrás de uma cortina dentro da tenda: Uma equipe utilizando computadores realizava pesquisas sobre a vida das pessoas na internet (principalmente no Facebook) e informava por rádio os dados ao vidente, que na verdade era um ator. Na matéria ainda mostravam casos de pessoas públicas prejudicados na web, como um empresário que sofria calúnias em uma página anônima e um lutador que possuía vários perfis falsos no Facebook em seu nome sem ter criado nenhum deles.

No primeiro e no último caso são ouvidos advogados especialistas em direito digital, que alertam para o perigo de expor a vida na web, falam como as empresas acompanham seus funcionários nas redes sociais e também como dados expostos na web podem ser utilizados para realização de crimes virtuais. No segundo caso é reforçado o poder de propagação de informação das redes sociais e as dimensões que esta pode tomar, como iniciativas espontâneas podem virar febre na internet. O terceiro caso é mostrado de forma superficial, mas também demonstra o caráter de monitoramento presente na web, proporcionando (assim como no primeiro caso) consequências consideráveis àqueles que se expõe indiscriminadamente.

Devem-se levar em conta alguns aspectos da mídia, como a relevância das informações veiculadas, o ineditismo, a curiosidade de cada caso, a repercussão, os interesses editoriais, etc. É comum o alerta para efeitos negativos que as redes sociais podem trazer, com matérias repletas de especialistas informando sobre os perigos a quem utiliza a web, aquele veículo onde todos têm voz e que parecia ameaçar a mídia dos complexos corporativos informacionais. A mídia também costuma eleger personagens, heróis, cidadãos exemplares, como é o caso da garota de 13 anos, expondo sua opinião e sendo mostrada pela mídia como porta-voz da verdade absoluta, endossando a ideia unilateral da acusação (que é tão comum nos casos veiculados tratando de crimes que chocam a opinião pública e passam dias repercutindo) com um pequeno espaço de defesa aos acusados, aparecendo apenas como a voz dos culpados. É claro que os casos tratados pela imprensa requerem cautela quanto à segurança do internauta e estes casos, no geral, não são repletos de informações falsas, mas não é sensato tomá-los como um retrato exato da realidade. Portanto as informações devem ser interpretadas pelo público, buscando compreender as ideias expostas pela mídia e não adotando-as como fonte da verdade, mas apenas como uma visão dos fatos que se sucedem no cotidiano.

3.3 ASPECTOS DA SOCIABILIDADE ONLINE

Já foi exposto neste artigo como o Facebook atrai um grande número de usuários, sendo atualmente uma das maiores – se não a maior – redes sociais a nível mundial. Um fato que chama a atenção nas redes sociais é que estes serviços não atraem unicamente crianças e adolescentes (como já foi muito comum em outras formas de sociabilidade virtuais, fazendo com que se levantassem discussões a respeito do isolamento social que estes acarretariam nos jovens) e no caso do “livro de rosto” este fato parece confirmar-se sendo acentuado. É grande o número de adultos utilizando a rede, talvez até maior que o número de crianças e adolescentes. Muitas pessoas aderiram à plataforma com finalidades profissionais, enquanto outras buscavam uma forma de reencontrar velhos amigos, manter contato com pessoas distantes, fazer novas amizades... Porém com a utilização da rede, mesmo quem tem finalidades profissionais acaba postando opiniões pessoais, assim como aqueles que não buscam atividades profissionais na rede por vezes publicam imagens ou informações de seus trabalhos/estudos. Desta forma os dois ambientes misturam-se, assim como também misturam-se as esferas íntimas e públicas de seus usuários, fazendo com que crianças, adolescentes e adultos dediquem uma grande quantidade de tempo em atividades no site, visualizando informações, perfis, postagens e publicando conteúdo.

O acesso às mais variadas informações atiza a curiosidade dos usuários, buscando acompanhar o que vem acontecendo com amigos ou desconhecidos. As pessoas passam a satisfazer a vontade de contar detalhes de suas vidas, não existindo apenas a satisfação em realizar determinadas atividades, mas também a satisfação em compartilhar a realização destas com outros usuários da rede. Os usuários não buscam apenas expor suas vidas mas também desejam atenção, desejam que outras pessoas façam comentários, os elogiem, aprovelem suas atividades, desejam ser reconhecidos de alguma forma neste veículo alternativo longe das celebridades de cinema e TV.

Levando em consideração esta configuração, o que os usuários postam, escrevem, não é como os escritos pessoais dos diários íntimos, por mais que os indivíduos se expressem com uma perspectiva pessoal e a respeito de si mesmo. A diferença consiste no fato de que os usuários tem noção de que aquelas palavras/imagens não ficarão guardadas em uma gaveta de cabeceira, mas serão visualizadas por um número indeterminável de pessoas. Os usuários tem ciência de que publicando conteúdos estes estarão visíveis, sendo esta a finalidade de suas postagens. Portanto as pessoas estão acostumadas à exposição na rede e seus possíveis “efeitos colaterais”, sabem que é possível que a situação saia de seu controle e tome proporções não vislumbradas anteriormente. A cada postagem os usuários buscam

repercussão e mesmo que ajam impulsivamente, sabem que seus conteúdos *online* estarão disponíveis à visualização para várias pessoas, como colegas de escola, de trabalho, familiares, seu chefe, ou um possível empregador.

Mesmo havendo a invasão de privacidade por parte do *site*, mesmo o Facebook chegando a expor seus usuários sem consentimento destes, os membros da rede relevam estes fatos em troca do prazer gerado pela utilização da mesma. O ato de compartilhar informações, o poder de se expressar, o caráter *voyeurístico* (BRUNO, 2007, p. 8) de acompanhar a vida alheia, torna os usuários dependentes desta forma de sociabilidade. Tanto é que quem toma a decisão de excluir seu perfil no Facebook e abandonar a rede, não tem seu cadastro apagado, tem apenas sua conta desativada e seus dados omitidos para no caso do usuário mudar de ideia basta acessar a rede com seus antigos login e senha e seu perfil será reativado (demonstrando aqui mais um aspecto preocupante do “livro de rosto”).

Antes da internet e das redes sociais, os segredos, as histórias, casos, boatos, eram passados aos poucos entre as pessoas, seja no “boca-a-boca” ou de outras formas. Porém nesta “nova era digital” é possível que informações sejam espalhadas rapidamente entre um grande número de pessoas de forma intencional ou não. Assim, informações podem tomar consequências inimagináveis e é desta forma que a vigilância atua. Não há aqui a obrigação em ceder dados e não é cobrada uma disciplina, fazendo com que o internauta sinta-se livre, sem amarras, censuras ou mediações, compartilhando espontaneamente informações diversas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tratar de uma temática em ebulição como as redes sociais requer sensibilidade e atenção, na perspectiva de apreender seus aspectos e singularidades, levando a crer que muitos fatores possam passar despercebidos no “calor do momento”. Todavia, buscou-se compreender como a plataforma funciona e atua, como utiliza das informações de seus usuários e qual a relação destes com a rede, com outros usuários e com o mundo que os cerca.

Retornamos ao título, constatando que a mídia televisiva afirma que assim como o *Grande Irmão* de Orwell, o Facebook zela por ti³, controla as pessoas, vigia seus atos, o que elas acessam, o que outros usuários falam a seu respeito, e claro, registra e documenta todas estas informações. A grande questão reside

³ Na frase original em inglês “*Big Brother watches you*” há um duplo sentido, enquanto o verbo *to watch* significa assistir, dar assistência, cuidar, zelar, mas também observar, vigiar.

no fato de como estas informações serão utilizadas, por quem e com qual finalidade. Os impactos sociais do Facebook, como vimos, já são observáveis em círculos de amizade, nas relações trabalhistas, nas relações amorosas, familiares, nas esferas públicas e privadas nas quais os usuários estão inseridos. Porém a profundidade destes aspectos só será possível definir com uma análise mais detalhada, talvez em outro estudo.

Entretanto, no presente momento resta a cautela em relação à utilização do software e a esperança de que serviços de vigilância e monitoramento estatais ou privados não obtenham acesso tão facilmente a quebras de sigilo de contas da rede, da mesma forma que é possível acessar serviços bancários, telefônicos e até residências sob o aparato legal de mandatos judiciais.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Sergio da Motta e. **“Linha do tempo”, a sua vida na vitrine.** Observatório da Imprensa, 2012. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed676_linha_do_tempo_a_sua_vida_na_vitrine Acesso em 14 de novembro de 2012

ALBUQUERQUE, Sergio da Motta e. **Facebook promete condições especiais de privacidade.** Observatório da Imprensa, 2011. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/facebook_promete_condicoes_especiais_de_privacidade Acesso em 14 de novembro de 2012

ALBUQUERQUE, Sergio da Motta e. **O maior espião do mundo.** Observatório da Imprensa, 2012. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_maior_espiao_do_mundo Acesso em 14 de novembro de 2012

ANDREWS, Lori. **O Facebook usa você.** Observatório da Imprensa, 2012. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed680_o_facebook_usa_voce Acesso em 14 de novembro de 2012

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria;** tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BELLO, Cintia Dal. **Visibilidade, vigilância, identidade e indexação: a questão da privacidade nas redes sociais digitais.** CASA - Cadernos de Semiótica Aplicada, 2008. Disponível em: <http://www.e->

publicacoes.uerj.br/ojs/index.php/logos/article/viewArticle/1261 Acesso em 14 de novembro de 2012

BRADSHAW, Tim. **Privacidade põe Facebook sob pressão**. Observatório da Imprensa, 2011. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/privacidade_poe_facebook_so_b_pressao Acesso em 14 de novembro de 2012

BRUNO, Fernanda. **Dispositivos de vigilância no ciberespaço: duplos digitais e identidades simuladas**. Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos, Vol. 8, Nº 3, 2006. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/fronteiras/article/viewArticle/3147> Acesso em 14 de novembro de 2012

BRUNO, Fernanda. **Estética do flagrante: Controle e prazer nos dispositivos de vigilância contemporâneos**. Revista Cinética, 2008. Disponível em: http://www.revistacinetica.com.br/cep/fernanda_bruno.pdf Acesso em 14 de novembro de 2012

BRUNO, Fernanda. **Monitoramento, classificação e controle nos dispositivos de vigilância digital**. Porto Alegre: Revista FAMECOS – nº36, 2008. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4410/3309> Acesso em 14 de novembro de 2012

BRUNO, Fernanda. **Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows**. Contemporanea - Revista de Comunicação e Cultura, 2009. Disponível em: <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewArticle/3461> Acesso em 14 de novembro de 2012

CARDOSO, MF. Ramos, ASM. **Vigilância Eletrônica e Cibercultura: reflexões sobre a visibilidade na Era da Informação**. Revista Espaço Acadêmico, 2010. Disponível em: <http://eduemojs.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/11079> Acesso em 14 de novembro de 2012

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade**; tradução Rita Espanha. Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, 2004.

EZABELLA, Fernanda. **Privacidade no Facebook enfrenta nova derrota**. Observatório da Imprensa, 2012. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed688_privacidade_no_facebook_ok_enfrenta_nova_derrota Acesso em 14 de novembro de 2012

FERRARI, Bruno. **Facebook sabe tudo sobre você**. Observatório da Imprensa, 2012. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed680_facebook_sabe_tudo_sobre_voce Acesso em 14 de novembro de 2012

FOWLER, Geoffrey A. **Facebook tenta lucrar com dados de usuários**. Observatório da Imprensa, 2012. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed715_facebook_tenta_lucrar_com_dados_de_usuarios Acesso em 14 de novembro de 2012

FOWLER, Geoffrey A. **Segredos íntimos ficam públicos no Facebook**. Observatório da Imprensa, 2012. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed717_segredos_intimos_ficam_publicos_no_facebook Acesso em 14 de novembro de 2012

KEEN, Andrew. **O culto do amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores**; tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

LEMOS, André. **Mídias locativas e vigilância: sujeito inseguro, bolhas digitais, paredes virtuais e territórios informacionais**. Vigilância, Segurança e Controle Social na América Latina, Curitiba, 2009. Disponível em: http://www2.pucpr.br/ssscla/papers/SessaoJ_A21_pp621-648.pdf Acesso em 14 de novembro de 2012

LEMOS, André. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia** / André Lemos e Pierre Levy. São Paulo: Paulus, 2010.

LIMA, Samuel. **Facebook e a construção da "verdade"**. Observatório da Imprensa, 2012. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/facebook_e_a_construcao_da_verdade Acesso em 14 de novembro de 2012

MACIEL, S. Dias. DAVID, GS. **"Quem sou eu" no orkut: confissão ou propaganda de si?** Rascunhos Culturais, 2010. Disponível em: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3694498> Acesso em 14 de novembro de 2012

SANTOS, FC dos. Cypriano, CP. **Redes sociais, redes de sociabilidade**. V Simpósio Nacional ABCiber, 2011. Disponível em: <http://simposio2011.abciber.org/anais/Trabalhos/artigos/Eixo%204/4.E4/113.pdf> Acesso em 14 de novembro de 2012

SIBILIA, Paula. **Os diários íntimos na internet ea crise da interioridade psicológica**. XI encontro da Compós, 2003. Disponível em: http://www.antroposmoderno.com/word/osdiar_270408.doc Acesso em 14 de novembro de 2012

TORRES, Fernando. **Zuckerberg terá superpoder de controle no Facebook**. Observatório da Imprensa, 2012. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed680_zuckerberg_tera_superpoder_de_controle_no_facebook Acesso em 14 de novembro de 2012

WINOCUR, Rosalía. **O lugar da intimidade nas práticas de sociabilidade dos jovens.** MATRIZes, 2011. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/206> Acesso em 14 de novembro de 2012