

A COMPREENSÃO DO QUE SÃO OS ESPAÇOS PÚBLICOS NO CIBERESPAÇO¹

Flavio Salcedo Rodrigues Moreira ²; Laiza Fernanda dos Santos Hofmann ³

A internet, através das redes sociais, desenvolveu um novo ambiente para interação social. Uma realidade paralela e interligada com a analógica: o ciberespaço. Este local virtual possui suas regras de interação e comportamento social que por vezes são similares as do espaço analógico, em outras apresenta normas novas que geram um novo tipo de comportamento e de compreensão sobre as interações sociais. Uma destas normas envolve a compreensão sobre o que são espaços públicos. Tal entendimento é de suma importância para o relacionamento social dentro do ciberespaço, haja visto que a cultura atual é permeada por conceitos sociais advindos do “mundo analógico” e catalisados pelo “mundo virtual”. O presente artigo tem como objetivo fazer uma análise sobre a compreensão dos usuários do Facebook e sobre o que eles consideram como espaço público dentro da rede social. O trabalho utiliza-se, primeiramente, de uma abordagem teórica baseada em autores que trabalham o conceito de espaço público na sociologia e no ciberespaço. Seu desenvolvimento se deu através de entrevistas em profundidade com usuários do Facebook. Estas entrevistas foram avaliadas mediante o método de análise de conteúdo. Por fim, chegou-se a ideia de que a concepção do usuário do Facebook sobre espaços públicos e privados dentro do ciberespaço é pautada pelas ferramentas de privacidade oferecidas pela rede social. Mas isto também gera uma confusão na mente dos usuários. Mediante estas configurações gera-se uma infinidade de possibilidades de espaços públicos/privados gerenciados pelos gostos e preferências de cada usuário.

Palavras-chave: Ciberespaço; espaços públicos; espaços privados; Facebook.

1. Introdução

A internet, com ajuda das redes sociais, desenvolveu um novo ambiente para interação social. Segundo SILVA, este novo ambiente é uma realidade paralela e interligada com a nossa: o ciberespaço. Este ambiente possui suas próprias regras de interação e comportamento social, Algumas vezes são similares as do espaço analógico, em outras são totalmente novas. Podemos observar isso quando alguma *persona* posta algo em um dos seus perfis nas redes sociais e qualquer outra *persona* sente-se no direito de comentar, positiva ou negativamente o

¹. Artigo apresentado ao Painel Temático 32 - "Ciberespaço e espaço público" do IX Simpósio Nacional da ABCiber.

². Pesquisador é professor da Faculdade Adventista de Hortolândia (FAH). É Mestrando em Comunicação e Consumo (ESPM) e participa do Grupo de Pesquisa Membro do grupo de pesquisa GeCCom, (Unasp-EC) e do GECIM (FAH). E-mail: flavio.salcedo@ucb.org.br

³. Pesquisadora é professora da Faculdade Adventista de Hortolândia. É Mestra em Administração (UEM) e participa do Grupo de Pesquisa GIPEM (UEM) e GECIM (FAH). E-mail: exemplo@exemplo.com.br

conteúdo. Isso ocorre pois compreenderem que as publicações nos murais dos perfis das redes sociais são públicas e, portanto, de livre acesso a quem conseguir visualizar o seu conteúdo. Neste contexto, o objetivo deste trabalho é entender qual a concepção do que são os ciberespaços públicos para os usuários das redes sociais. Ao atingir este objetivo poderemos entender como são vistos os ciberespaços públicos das redes sociais e compreender melhor a interpretação de seus usuários.

Iniciamos esclarecendo que este trabalho, está voltado para os “conteúdos limosos e lamacentos da experiência” (BAUMAN, 1998, p. 106). Já que se volta para a experiência do usuário no ciberespaço e sua forma de interação neste meio. Leva em consideração sua visão comum e suas práticas e cotidianas, desprovidas de pretensão acadêmica. Essa análise foi feita partindo da percepção de alguns dos usuários da rede social Facebook, através de entrevistas estruturadas.

Ciberespaço

Rheingold (1998) diz sobre a natureza do ciberespaço o seguinte: “Não existe uma única metáfora que transmite completamente a natureza do ciberespaço”. É uma definição que acolhe bem a grandeza simbólica e de possibilidades que o ambiente virtual oferece. Tomaz (2013) apresenta o ciberespaço como o ambiente virtual constituído pelos meios de comunicação em tempo real, ambiente que, nas últimas décadas os seres humanos têm povoado. Este ambiente é, fruto da união entre o físico e o virtual. Sua parte física é caracterizada pelos componentes que constituem o hardware: fios, processadores e máquinas nos quais as informações são transmitidas e processadas, formando uma grande rede. O virtual é composto pelo software – programas e ferramentas digitais que decodificam/traduzem os códigos binários, transformando-os em informações, textos, imagens, sons e uma infinidade de símbolos que serão utilizados pelos usuários. Isto, que não era possível algumas décadas atrás, tem aumentado gradativamente nos últimos anos.

Devido a um desenvolvimento veloz e as novas possibilidades, que o ciberespaço, oferece, Lévy (2013) apresenta: As inovações técnicas abrem novos campos de possibilidades que os atores sociais negligenciam ou apreendem sem qualquer predeterminação mecânica. Um vasto campo político e cultural, quase virgem, abre-se para nós (LÉVY, 2013, online). Desta afirmação podemos retirar duas proposições. A primeira, este espaço criado pelas inovações técnicas é povoado por atores sociais. Esta colocação desdobra a ideia de que há uma interação social no sentido pleno da palavra, e não apenas uma troca de informações através de códigos binários. A segunda é que estes atores sociais interagem entre si, sem haver

regras pré-determinadas. Mesmo que não haja um órgão regulador do comportamento online, há um “contrato social”, regras de comportamento que guiam a conduta dos atores sociais. Com essa interação surgem divergências na compreensão do fenômeno ciberespaço.

Uma das características sensíveis ao ciberespaço é a “violência invisível da técnica sofisticada”, apresentada por Trivinho (2005) derivada da não neutralidade da tecnologia, leia-se ciberespaço. Esta afirmação leva a crer que o ambiente tecnológico tende a violência/opressão de alguns de seus extratos sociais independentemente das boas intenções humanas em suas interações. Compreendemos por violência no ciberespaço, não a agressão física, verbal ou ideológica, mas a imprevisibilidade de comportamentos dos autores sociais no ciberespaço por meio da tecnologia. A esta imprevisibilidade de comportamento retornaremos mais adiante neste artigo.

Este estudo considera o Ciberespaço como uma realidade cultural contemporânea e um ambiente de vida, o qual não pode ser desassociado do comportamento humano e nem tratado como uma realidade paralela. Ele não está a parte da realidade. Conforme Silva (online), que o tem como “um aspecto da cultura contemporânea e estando nela inserido”. Ou como Lemos (2002) apresenta o que ciberespaço “não é desconectado da realidade, mas um complexificador do real”. Ao olhar por essa perspectiva Palacios (1995) complementa dizendo que o “sistema técnico deixa de ser pensado e vivenciado como um sistema isolado e separado da cultura cotidiana” (PALACIOS, 1995, p.4).

Ao compreender o ciberespaço desta forma percebemos muitas características do comportamento analógico na vida digital e, cada vez mais, a influência dos conteúdos e ações realizados no ciberespaço na realidade não virtual. Um dos principais pontos em que o ciberespaço reflete a realidade analógica é a estratificação social de seus personagens através de seus interesses, hábitos, afinidades identidade cultural. (CASTELLS, 2001). “O Ciberespaço, assim definido, configura-se como um *locus* de extrema complexidade e heterogeneidade, estabelecendo-se em seu interior as mais diversas e variadas formas de interação, tanto entre homens, quanto entre homens e máquinas” (GUIMARÃES JR, 1999, p. 2).

Comunidades Virtuais e Redes sociais

O ser humano sempre foi compreendido como um ser gregário e inclinado a interação em comunidade. Assim no contexto do ciberespaço poderíamos deixar de citar Howard Rheingold (1996), o cunhador do termo Comunidade Virtual. Ele utilizou o termo

Comunidade Virtual pela primeira vez em 1987, em um ensaio feito para descrever a experiência no WELL. Ele foi um dos pioneiros nos estudos sobre o desenvolvimento da internet e da construção cultural que ela proporcionou.

Poderíamos dedicar toda uma seção para a compreensão de Rheingold (1996) sobre comunidades virtuais, mas por hora voltaremos a comparação sociológica entre comunidades off-line e virtuais. Palacios (1995) sobre o conceito de comunidade.

Com relação ao sentimento de pertencimento, destaca dois pontos: o desencaixe entre pertencimento e localização, e a questão da elegibilidade. No aspecto do desencaixe, observamos que um indivíduo não está fadado a pertencer a uma comunidade a qual ele está localizado. Agora este indivíduo pode pertencer a uma, ou várias, comunidades sem estar limitado a sua localização ou até mesmo tempo. Já na questão da elegibilidade vemos que os atores sociais no ciberespaço têm o direito e o acesso a escolher qual comunidade desejam participar. Há uma ruptura do determinismo social. Com relação a territorialidade, este é o conceito que mais produz oposição entre comunidade real vs comunidade virtual é o conceito de territorialidade. Isto, obviamente, por considerarmos o ciberespaço como um “não lugar” (AUGÉ, 1994) físico, mas um ambiente constituído por símbolos e informações. No que diz respeito a permanência, percebemos que há uma volatilidade entre a permanência dos membros nas comunidades virtuais. Isso se dá pelo fato de que não há a necessidade da presença física do indivíduo, de que não há um vínculo de compromisso/necessidade de permanência mínima de um usuário em uma comunidade social para sua existência.

Um dos pontos mais convergentes entre os conceitos clássicos e ciberculturais de comunidade se trata da ligação entre sentimento de comunidade, caráter cooperativo e emergência de um projeto comum. O princípio das comunidades sociais sempre foi baseado na troca de informações para o desenvolvimento mútuo. Tanto na vida off-line quanto na on-line. Seguindo este último ponto, surge a questão existência das próprias formas de comunicação. Vemos que as comunidades de tipo clássico sempre possuíam meios próprios para comunicação e divulgação de informações: “jornais, newsletters, serviços de autofalantes, jornais murais, circuitos de fofocas e mexericos, etc” (PALACIOS, 1995, pág 8). Mas ao olharmos para trás na história da humanidade, podemos perceber que em qualquer comunidade organizada, mesmo antes da escrita, sempre houve meios ou lugares, que fomentavam a comunicação entre os indivíduos. Vemos isto desde as antigas cidades, onde os mercados públicos, os templos, ou até mesmo as casas de banho eram os meios/ambientes de sociabilidade para troca de informações. Nas comunidades virtuais podemos observar o seguinte:

No caso da comunidade virtual, o meio de comunicação (as redes interativas) é a própria razão de existir da comunidade. Não há separação possível entre a comunidade virtual e o meio de comunicação que dá origem a ela. A comunidade virtual se estabelece nesse meio (PALACIOS, 1995, p. 8).

Estas “redes interativas” citadas por Palacios em 1995, hoje seriam chamadas de redes sociais. São elas que dão origem a estas comunidades virtuais.

E por fim, há o processo de institucionalização. Palacios (1995) apresenta que há uma projeção das comunidades da “vida real” em comunidades virtuais no ciberespaço. O autor também apresenta que há uma migração dos indivíduos que são membros das comunidades off-line para as respectivas comunidades on-line. Este fenômeno também é apresentado por Castells (2001), no livro *A Galáxia Internet*. Ele apresenta que nos primórdios da internet, houve o surgimento de quatro extratos sociais no ciberespaço, que eram reflexo de comunidades off-line. Estas comunidades ao se projetarem no ciberespaço trouxeram junto consigo suas tradições, regras de etiqueta e costumes culturais. Estes fatores foram catalisados pelas condições de interação e comportamento que o ciberespaço oferece, formando o que Castells (2001) chamou (naquele momento) de cultura tecnomeritocrática.

Tendo todas estas informações sobre o que são comunidades virtuais, temos base para localizar, identificar e definir o que são redes sociais dentro do contexto ciberespacial. Comunidade virtual é o conjunto de *personas* que interagem no ciberespaço interligados. Já as redes sociais são, o que Guimarães Jr. (1999) chama de: “ambiente de sociabilidade”, *locus* virtual onde ocorrem estas interações sociais.

Ainda sobre as redes sociais em âmbito geral, elas são compostas por indivíduos provenientes dos mais variados ambientes off-line. Estes indivíduos se utilizam as redes sociais como forma de comunicação ou de compartilhamento de interesses em comum. Ao fazerem isso, trazem consigo seus juízos de valores e regras de comportamento, que utilizam na “vida real” para o ciberespaço. Desta forma criam uma cultura híbrida: a cibercultura. Vale lembrar que a cibercultura também é considerada como um período cultural que a humanidade vive. Tomaz (2013) apresenta a cibercultura como:

“Uma época, um período que se estende a partir de meados da década de 1970 até o momento, pelo menos. É a época em que as tecnologias digitais se tornaram centrais nas sociedades contemporâneas. Ou seja, é a época em que o ciberespaço se tornou um espaço (ou espacialidade) privilegiado de povoamento humano.” (TOMAZ, 2013).

Ainda assim podemos ter a compreensão de que ao povoar o ciberespaço, os humanos trouxeram consigo seus costumes e hábitos culturais. Um dos traços mais marcantes que esta cultura híbrida apresenta através das redes sociais é a emergência. Segundo Recuero (2009),

emergência é uma série de propriedades que os sistemas complexos possuem. Estes fatores, ou “dinâmicas sociais”, são construídos coletivamente. Isso quer dizer que as regras de comportamento e interação dentro das redes sociais não são, em sua grande maioria, geradas por um sistema centralizado, mas surgem “de baixo para cima”. Nas redes sócias as regras de convivência são criadas pelos próprios usuários, sem um acordo pré-determinado. E é nesta nova forma de cultura, focando o conceito de lugar público, que voltaremos a tratar mais adiante. Por hora, abordaremos um pouco sobre esta rede social chamada Facebook.

Facebook

Redes sociais são uma coisa antiga. Pelo menos desde o princípio da internet. Licklider e Taylor (1968), engenheiros que desenvolveram as bases para a internet, apresentaram em um ensaio quais suas perspectivas para o ciberespaço. Em 1968 já concebiam o ambiente virtual como um lugar povoado por “comunidades on-line interativas”. Também apresentaram estas comunidades como sendo utilizadas por pessoas geograficamente distantes, mas agrupadas por seus interesses: “Não serão comunidades de localização comum, mas de interesses comuns” (Licklider e Taylor, 1968). Ainda neste mesmo ensaio eles apresentam o que seria o que mais tarde seria uma das bases do conceito de redes sociais: “você não vai enviar uma carta ou telegrama; simplesmente vai identificar as pessoas cujos arquivos devem ser ligados aos seus” Licklider e Taylor (1968). Estes princípios, o de identificação, conectividade entre usuários e interação entre eles, foi o que algumas décadas mais tarde foi utilizado por Mark Zuckemberg para a criação do Facebook.

O site Facebook.com surgiu em 2004 como thefacebook.com, criado por Mark Zuckemberg. A principio o site foi voltado apenas para alunos de Harvard, mas com o passar do tempo a possibilidade de acesso foi estendida para outras universidades da Ivy League e posteriormente para as demais universidades dos Estados Unidos. Seu sucesso foi muito grande. Em um mês o thefacebook.com conquistou 10 mil usuários ativos e hoje possui cerca de 1,11 bilhões de usuários ativos mensais. Sua dinâmica era simples: para você criar seu *login* como usuário era necessário possuir um e-mail .edu da faculdade a que você pertencia. Desta forma seria possível saber se você era realmente quem dizia ser. “O Thefacebook não tinha nenhum conteúdo próprio. Era meramente um software – uma plataforma para o conteúdo criado por seus usuários”. (KIRKPATRICK, p. 33, 2010)

No início do site ele era extremamente simples, com o passar do tempo e através da observação do comportamento dos usuários, a equipe de desenvolvimento do Facebook foi

adicionando funções ao site. Um exemplo disso é a funcionalidade de Fotos. No início do Facebook cada usuário tinha direito a utilizar uma única foto, que era a de seu perfil. Mais tarde os desenvolvedores do site perceberam um novo tipo de comportamento: os usuários passaram a trocar com frequência as suas fotos de perfil, em alguns casos várias vezes por dia. Por volta de outubro de 2010, após algumas reuniões a funcionalidade de Fotos começou a se delinear. Ela utilizaria marcações, mas nelas só seriam marcados os usuários que fossem seus amigos no Facebook. Este conceito foi desenvolvido por Sittig. Segundo ele, em Sittig *apud* Kirkpatrick (2010) “bom, você sabe, a coisa que mais importa na fotografia é quem aparece nela”.

O Mural de publicações do Facebook – evolução

Antes de começar a trabalhar o desenvolvimento do “mural de publicações”, precisamos entender um conceito, que inconscientemente influenciou o desenvolvimento desta ferramenta e de todas suas funcionalidades. Este conceito é o da Interação Mútua, que compreende o seguinte:

A interação mútua se dá de forma negociada, que acontece entre agentes, de forma aberta, através de um processo de negociação, com ações independentes que geram interpretações, possuem fluxo dinâmico e cuja relação se dá através da construção negociada (...) A interação mútua é, portanto, a interação onde as trocas não são predeterminadas, mas caóticas, complexas e imprevisíveis. (RECUERO, p.8)

Tendo isto em mente, observaremos a seguir os processos que levaram a equipe de desenvolvimento do Facebook a construir suas funcionalidades através do tempo. Ainda na fase TheFacebook, o site oferecia a oportunidade de os usuários publicarem em seus perfis pequenas frases, onde poderiam expressar opiniões ou comentar o que estava fazendo. Esta função era chamada de “atualização de status”. Esta função foi inspirada nas mensagens de ausência do AIM. Apesar de ser algo bem simples, a estrutura do TheFacebook fazia com que os estudantes que possuíam acesso a ele ficassem envolvidos durante horas, bisbilhotando os perfis uns dos outros. Não havia muito mais para se fazer além de atualizar seu próprio perfil com fotos e informações e visitar perfis alheios. Mas em setembro de 2005 a equipe de desenvolvimento do site adicionou uma nova ferramenta que aumentou a interatividade entre os usuários. Esta ferramenta é conhecida como “mural”. Neste espaço presente nos perfis, qualquer um poderia escrever algo. Poderia ser uma mensagem para você ou sobre você. Agora todos tinham a oportunidade de reagir aquilo que viam nos perfis de outras pessoas.

Este foi um grande salto em direção a interatividade. A princípio esta funcionalidade tinha o objetivo de fazer com que os usuários passassem mais tempo visitando e observando perfis (o que foi atingido plenamente), mas percebeu-se um gigantesco aumento na troca de informações e na forma de comportamento dos usuários diante desta nova função.

No dia 5 de setembro de 2006 a equipe de desenvolvimento do Facebook lançou uma das ferramentas mais controversas desde a criação da empresa, chama-se Feed de notícias. Segundo Kirkpatrick: “O modelo conceitual para o Feed era o de um jornal customizado e entregue a cada usuário. O software que calculava quais histórias deveriam ir para cada pessoa era chamado de “o editor” Kirkpatrick (p. 173, 2010).

Este “jornal customizado” era gerado por um software que analisava quais as informações que você havia visto recentemente e gerava uma lista de conteúdos que provavelmente fossem do seu interesse. Sendo assim, se você havia visto com frequência as atualizações de determinada pessoa, ou procurado informações sobre alguma banda ou filme, todas as informações geradas que fossem relativas a elas apareceriam no seu Feed, sendo atualizado toda vez que algo novo fosse produzido. Esta funcionalidade foi desenvolvida devido a uma característica de comportamento observada entre os usuários do Facebook.

Normalmente quando se queria encontrar uma informação sobre alguma pessoa era necessário ir até o perfil dela. A ideia do Feed era oferecer facilmente uma informação que levaria horas para ser encontrada. Mas ao invés de causar contentamento, houve uma revolta entre os usuários do site. Agora eles se sentiam como invasores da privacidade alheia, mas também sentiam a sua própria privacidade invadida. A partir de agora tudo relacionado a você seria enviado automaticamente para o Feed de notícias de seus amigos que visitassem seu perfil mais frequentemente. Não só o que era postado em seu perfil, mas tudo aquilo postado no perfil de outras pessoas e que você houvesse sido marcado seria enviado a outros usuários.

O Facebook oferecia opções de privacidade para cada publicação, mas era muito difícil, por exemplo, um usuário desmarcar aquela foto ou comentário depreciativo em que havia sido marcado sem que aquele conteúdo já não houvesse sido encaminhado a várias pessoas relacionadas a ele. A revolta causada pelo Feed fez com que os desenvolvedores do site desenvolvessem novos parâmetros de compartilhamento e de ferramentas de privacidade, para que os usuários se sentissem mais seguros com relação às informações fornecidas sobre eles. Além disso surgiu uma nova discussão sobre o que é público e privado dentro desta rede social. Mais em breve voltaremos a este tópico.

O próximo grande passo foi a combinação de dois componentes do perfil do usuário: o mural e o minifeed. O mural era o espaço em seu perfil onde os amigos poderiam escrever

comentários para você e o minifeed onde eram exibidas informações sobre você. Mas a partir da mudança ambas informações estariam juntas. O objetivo era proporcionar mais pontos de partida para a troca de informações e opiniões, gerando assim mais discussões entre os usuários. Somado a isso veio a funcionalidade editor, que ficava no topo da página do perfil. Esta versão melhorada do espaço onde eram atualizadas as atualizações de perfil (mensagens de ausência do AIM), agora tinham a opção de postar vídeos, fotos, links, e é claro, frases sobre o que você estava fazendo. Estas mudanças vieram em setembro de 2008 e faziam parte de um projeto do Facebook para intensificar a troca de informações entre usuários. Previa-se que com estas mudanças fosse possível inaugurar uma nova fase de desenvolvimento do site. Para aclimatar os usuários a estas novas funções foi planejado um período de transição, onde por dois meses foi possível utilizar a versão de teste antes da mudança final. Mas ao contrario do que se esperava, grande parte dos usuários do Facebook ficaram descontentes com as alterações. Foram feitas várias petições contra o que foi chamado de “FriendFeedização” do Facebook, uma referência ao site FriendFeed, que gerenciava as informações dos usuários de forma similar.

Já em março de 2009, surge uma nova funcionalidade com a intenção de competir com o Twitter. A funcionalidade se encontra na página inicial quando você faz seu *login* no site. Era constituída por um editor onde você poderia compartilhar fotos, vídeos, links ou mensagens. Abaixo havia o Feed de notícias, onde há um fluxo de atualizações contínuas. Essas atualizações vinham do conteúdo publicado por seus amigos, e agora também, pelas páginas que você tivesse se tornado fã. Neste novo Feed, chamado “determinista”, o próprio usuário seria o responsável por gerenciar aquilo que apareceria em suas atualizações. Além destas funções havia algumas pequenas alterações no layout do site. Mais uma vez houve revolta generalizada dos usuários com as novas alterações.

É interessante notar que todas estas alterações desenvolvidas no Facebook foram baseadas em estudos do comportamento dos usuários no site. Mas, ao serem aplicadas, causaram desconforto em seus usuários, desde desagrado com o layout até o pânico pelo sentimento de invasão de privacidade. Mais uma vez retornamos ao conceito, já apresentado por Trivinho (2005), de que não há uma previsibilidade nas formas de comportamento e interação entre homem vs máquina e homem vs homem no ciberespaço. Isto ficou bem claro no caso do Feed de notícias lançado em 2006 que apresentava, através de um software baseado em logaritmos, quais as publicações que provavelmente seriam mais interessantes para cada usuário. Como vimos no início desta seção sobre o conceito de “interação mútua”, percebemos que na trajetória do Facebook houve vários momentos de interação não

predeterminada entre a equipe de desenvolvimento de softwares vs usuários do site, e entre usuários vs software.

Nesta relação de estímulo e resposta, complexa e imprevisível, surgiu uma nova forma de compreensão e comportamento diante daquilo que muitas vezes causou atritos entre os usuários e o site: a questão do que é privado e o que é público. A este tópico dedicaremos a seção a seguir.

Configurações de Privacidade – o que é público e o que é privado

Nos últimos anos a discussão sobre o que é público e o que é privado nos meios comunicacionais, principalmente nos CMC, aumentou consideravelmente. Não que estes conceitos já não fossem discutidos antigamente, mas diante deste novo contexto comunicacional o debate sobre tem se tornado mais frequente. As relações entre o homem e a tecnologia desenvolveram, como dito anteriormente, uma certa imprevisibilidade às formas de comportamento. Diante disto, ou por meio disto, o homem tem desenvolvido e trazido para seu cotidiano novas maneiras de compreender e agir diante de antigos costumes. Isto se aplica aos conceitos de público e privado. Antigamente aquilo tido como público possuía um lugar específico para ser tratado e discutido adequadamente. Habermas (2003) nos apresenta um pouco sobre este conceito da seguinte forma: “Na cidade-estado grega desenvolvida, a esfera da pólis que é comum aos cidadãos livres (koiné) é rigorosamente separada da esfera do oikos, que é particular a cada indivíduo (idia).”. (HABERMAS, p. 15, 2003)

Aqui vemos duas esferas distintas e separadas. É interessante notar que estas duas esferas eram frequentadas pelo mesmo indivíduo, mas dependendo em qual delas ele se encontrava, seu comportamento mudava. Na pólis havia o comportamento público, onde o cidadão livre exercia seu direito de opinar nos rumos da comunidade. Ali eram apresentados e discutidos assuntos que diziam respeito a todos os cidadãos livres. Já no oikos o mesmo cidadão livre assumia outro papel, o de marido, pai, irmão, filho, e os assuntos ali tratados são de âmbito particular. Também há uma clara distinção entre o indivíduo (do meio) público e o indivíduo (do meio) privado.

No decorrer dos anos os lugares e nomenclaturas mudaram, mas suas funções sempre foram as mesmas. Na época das grandes navegações os portos eram responsáveis pela disseminação das novas descobertas, os pátios das universidades eram os locais para o compartilhamento do saber, e as praças nas pequenas cidades eram o lugar onde as últimas notícias eram contadas. A seu modo, cada lugar estava associado ao compartilhamento de

informações entre pessoas e a validação dos seus direitos como cidadãos. Estes lugares, conhecidos como lugares públicos, permitiam não só um acesso a qualquer pessoa que fosse, mas também o acesso e o compartilhamento de informações aos que ali estivessem. Já no âmbito privado, a convenção tomava o interior das casas, ou o quarto de dormir, como o espaço sacrossanto da privacidade e da intimidade entre família ou amigos.

Era neste recôndito, entre o menor número de pessoas, que confissões eram feitas e as intimidades do relacionamento compartilhadas. Mas a tecnologia desenvolveu novas formas de comportamento. Em uma praça ou rua no centro da cidade podemos ver um rapaz brigando com sua namorada pelo telefone. Ali, em meio a muitas outras pessoas, o jovem expõe seus problemas e intimidade com sua namorada através do telefone. É como se o aparelho celular criasse um casulo que transformasse aquele momento/espço num ambiente privado. Desta forma o jovem discutindo com a sua namorada não se sente embaraçado de expor sua privacidade (algo que antigamente só seria feito na intimidade entre quatro paredes), em meio a outras pessoas. O mesmo se dá na forma contrária. Podemos imaginar outra pessoa, em seu quarto, o ambiente mais privado de seu lar, participando de uma discussão pública com dezenas, e até centenas, de outras pessoas. Como isso se dá? Graças a comunicação mediada por computador. Utilizando seu computador, esta pessoa consegue acesso a uma rede social onde pode ver e ser visto por um sem número de *personas*. De dentro da intimidade de seu quarto ela consegue acesso a um dos maiores ambientes públicos de interação já desenvolvidos pela humanidade: o ciberespaço. Esta ideia é abrangida pelo conceito de Bunker Glocal (TRIVINHO, 2008). Há uma inversão, ou confusão na compreensão do que são ambientes públicos e privados. Esta inversão é percebida tanto em ambientes online quanto off-line. Aqui nos deteremos na compreensão de espaço público, no âmbito online, dentro das redes sociais, mais especificamente dentro do Facebook.

Percebe-se que muitas pessoas ao utilizarem o Facebook sentem-se no direito de comentar tudo aquilo que aparecer em sua *timeline*, mesmo sem conhecer o dono da informação. Ao serem indagadas do por que fazem isso, a resposta geralmente é: “aqui é um lugar público”. Mas, por que as pessoas atribuem isto ao Facebook? Talvez a resposta para esta questão se encontre ao analisar a dinâmica e evolução desta rede social.

Em primeiro lugar, como já foi dito, o Facebook possuía acesso exclusivo àquelas pessoas que possuíam um email .edu. Mais tarde o acesso foi aberto para outras instituições de ensino e redes corporativas. Ainda assim isso trazia um certo ar exclusivista. Mas em setembro de 2006 aconteceu algo que ficou conhecido como “registro aberto”. A partir daquele momento toda e qualquer pessoa que desejasse poderia criar seu perfil no site. Esta

atitude por parte dos dirigentes do Facebook trouxe, possivelmente, a compreensão de que o site era um espaço mais público.

Outro fator interessante a ser observado é o desenvolvimento da interação usuário vs perfil. No início do Facebook cada usuário possuía seu perfil. Apenas ele teria o direito de fazer alterações nas informações apresentadas ali ou adicionar novos conteúdos. Com o tempo foi criada a opção de que terceiros poderiam publicar algo em seu perfil. Esta opção é o “Mural”. Mesmo com as configurações de privacidade para gerenciar o que outras pessoas poderiam publicar em seu “Mural”, surgiu uma nova possibilidade. De certa forma um perfil que antigamente era apenas do seu proprietário, agora já passa a ser um espaço utilizado por outras pessoas. Há uma abertura na forma de interação entre usuários. Agora cada perfil pessoal pertence um pouco a todos aqueles que têm acesso e desejam publicar algo naquele “Mural”.

O terceiro momento que podemos apresentar como responsável por esta compreensão pública do Facebook foi a criação do Feed de notícias. Ali são apresentadas todas as atualizações dos perfis ou páginas de interesse do usuário. Cada informação vem de uma fonte diferente, produzida por meios diferentes, mas o que unifica todas elas em um só lugar é o feed. Agora todas estas informações são compiladas e apresentadas como um jornal pessoal na página inicial de cada perfil. Há a sensação de que estas informações não pertencem mais somente a quem as produziu, mas também a quem as recebe. Isto parte da lógica de que “o que aparece na minha página do meu Facebook, é meu!”. Talvez aqui aconteça o processo inverso. Ou até composto do processo privado/público. A informação está ao alcance de todos, mas também aparece em minha página pessoal. O que é público também é privado. É como se o que fosse comentado em praça pública também fosse ouvido no interior do quarto. Há uma apropriação da informação pública pelo foro privado. É este efeito que o feed de notícias talvez produza na compreensão dos usuários do Facebook.

Mais um fator importante na discussão privado/público são as configurações de privacidade que o Facebook oferece. Já em vários momentos da história do site houve controvérsias sobre estas funcionalidades. Os desenvolvedores desta rede social apresentaram elas como soluções para manter as informações dos usuários em suas devidas esferas de privacidade. Estas funcionalidades são protocolos utilizados para gerir a privacidade do material publicado pelos usuários. Mas destaca-se um fato importante:

Em termos práticos, se os protocolos são construídos pelo próprio ser humano para possibilitar as trocas em rede, então é condição inerente da rede a existência do controle da forma de acesso e a construção lógica das informações que nela circulam. Instala-se aqui uma

vivência ainda não consciente por todos os conectados em rede: a vivência do controle e uma nova visão do público e do privado. (CÔRREA, p. 49, 2009)

É exatamente aqui, nesta “vivência ainda não consciente” sobre as funções de privacidade, que os usuários do site acabam desenvolvendo “uma nova visão do público e do privado”. O Facebook apresenta como funções de privacidade as seguintes opções: “Público”, “Amigos”, “Somente Eu”, “Configurações Especiais” e “Círculos de Amigos”. Na opção “Público” todas as informações postadas estarão ao acesso de todos que utilizam o site. Em “Amigos”, apenas os usuários que já aceitei como amigos. “Somente Eu” apenas o próprio usuário pode ver o que foi postado. Na opção “Configurações Especiais” o usuário pode definir pessoas específicas a quem serão apresentadas aquelas informações. Já na parte “Círculo de Amigos” a informação será compartilhada com grupos de amigos já predeterminados. Somadas aos fatores anteriores, estas configurações contribuem grandemente para a compreensão do Facebook como um espaço público. Isso acontece porque quando uma pessoa recebe uma informação, mesmo que ela faça parte da configuração mais restrita que houver, para ela aquela *persona* informação é pública. Ou seja, se um usuário compartilhar uma informação apenas com sua namorada utilizando as “Configurações Especiais”, aquela informação será pública para ela. Isto a dá o direito de comentar o gerir aquela publicação como bem entender. Este *modus operandi* vai se estendendo em cada uma das configurações e níveis de privacidade. Um usuário pode postar uma foto e permitir a visualização apenas para o “Círculo de Amigos” de seus colegas de trabalho. A partir de agora aquela foto passa a ser de todas as pessoas que fazem parte daquele “Círculo de Amigos”. É a “vivência não consciente” dos protocolos gerando uma confusão na questão público/privado.

Outro conceito que pode ajudar a elucidar o comportamento dos usuários do Facebook com relação ao que é público e privado é o de indivíduo (do meio) público e o indivíduo (do meio) privado. Como já foi dito no início desta seção, um mesmo indivíduo, dependendo do lugar onde ele se encontrasse (polis ou oikos), poderia se comportar de forma diferente e discutir assuntos diferentes de formas diferentes. Já no Facebook isto não é possível, e até mesmo não é incentivado. O propósito dos criadores do site sempre foi de que ao usuário criar um perfil, este perfil representasse a pessoa em sua totalidade de comportamento e personalidade. Ao contrário de alguns sites na época em que foi lançado, o Facebook não permitia que você criasse um perfil social, outro familiar e mais um profissional. Em apenas um perfil cada usuário deveria se representar por completo. Segundo Kirkpatrick (2010) “Zuckerberg concebeu o Facebook desta maneira”. Zuckerberg apud Kirkpatrick diz:

“Você tem uma única identidade”, disse ele de modo enfático, três vezes em um único minuto, durante uma entrevista em 2009. Ele lembra que, nos primeiros dias do Facebook, algumas pessoas argumentavam que o site deveria oferecer aos usuários adultos tanto um perfil de trabalho quanto um “perfil social divertido”. Zuckerberg sempre se opôs a essa ideia. “A época de ter uma imagem para seus colegas de trabalho e outra para as demais pessoas que você conhece provavelmente logo vai chegar ao fim”, diz ele. (KIRKPATRICK, p. 183, 2010)

Sendo assim, as atribuições do site, as intenções de seus desenvolvedores ao criarem sua dinâmica e funcionalidades, direciona os usuários a terem uma só identidade comportamental. Isso faz com que a distinção feita por Habermas (2013) do indivíduo (do meio) público e o indivíduo (do meio) privado caiam por terra. Agora cada usuário é uma mescla dos dois, agindo em um único ambiente que é público e privado ao mesmo tempo. Por isso há uma mistura entre o que é público e privado, tanto nos conteúdos publicados pelos usuários quanto na forma de reagir diante do que é visto no site.

Todos os avanços e funcionalidades citados nesta seção são fatores que com certeza influenciaram na compreensão do que é público ou privado no Facebook. Mas vale lembrar que esta compreensão passa despercebida pelo usuário. E é esta “inconsciência coletiva” que rege as novas formas de comportamento no ciberespaço de forma autoregulamentatória, conforme apresenta Côrrea (2009):

“Assim, encerro esta reflexão com a afirmação de que as práticas ciberculturais num futuro próximo deverão ocorrer sob uma nova instância de autorregulação do público e do privado (...).” (CÔRREA, p. 50, 2009).

É claro que já vemos “o futuro próximo” citado por Côrrea (2009) acontecendo em nossos dias. Isto ocorre não só aos fatores indicados no texto, mas a uma série de variáveis que podem ser observadas in loco, na prática. Por isto, na próxima sessão nos dedicaremos a estudar os “campos limosos da experiência” para compreender a visão dos usuários sobre o que é espaço público no Facebook e quais os fatores os levaram a pensar assim.

Materiais e métodos:

Neste artigo serão realizadas 10 entrevistas em profundidade com usuários Facebook. Estas entrevistas têm por finalidade compreender qual a concepção dos usuários das redes sociais sobre o que é privado e o que é espaço público nas redes sociais. Para esta análise será utilizada a análise de conteúdo. (BARDIN, 1977).

A Visão dos Usuários

Nesta seção faremos uma avaliação da concepção dos usuários do Facebook sobre os espaços públicos e privados na internet e dentro desta rede social. As bases para a avaliação da visão dos usuários do Facebook sobre o que é público e privado na citada rede social foram elencadas a partir dos seguintes tópicos: (a) qual a diferença para o entrevistado entre um espaço público e um privado; (b) a existência de espaços públicos na internet; (c) a compreensão do usuário sobre o Facebook como um espaço público; (d) o Facebook é considerado pelo usuário como um espaço público na sua totalidade ou há ambientes dentro dele que são privados; (e) o entendimento dos usuários do Facebook sobre as publicações feitas no site como sendo de caráter público ou privado; (f) a atitude de comentar a publicação de algum desconhecido; (g) motivos que levam as pessoas a comentarem publicações de desconhecidos; (h) quais os mecanismos que levaram a pessoa a efetuar esta ação; (i) a reação dos usuários do Facebook ao ter uma publicação sua comentada por um estranho. Esta avaliação será feita por meio de análise de conteúdo (BARDIN, 1977), utilizando a metodologia apresentada por Vergara (2005), baseado numa coleta de dados através de uma pesquisa de campo. Para esta coleta de dados faremos entrevistas semiestruturadas, com cerca de 10 usuários do Facebook, estudantes universitários. Para um refinamento melhor da pesquisa, utilizaremos na entrevista um roteiro com perguntas pré-estabelecidas, baseadas em percepções já apresentadas no decorrer deste artigo, caracterizando uma grade fechada. Como unidade de análise utilizaremos expressões e frases das respostas obtidas nas entrevistas.

Resultados

Após terem sido feitas entrevistas com os 10 jovens universitários chegou-se às seguintes compreensões sobre qual a diferença para o entrevistado entre um espaço público e um privado, os entrevistados foram unânimes em dizer que espaço público é aquele a que todos possuem acesso e privado é aquele que somente um determinado grupo de pessoas pode fazer parte. Como peculiaridades nas respostas houve um participante colocou o espaço público como pertencente a todos e privado pertencente a alguém que tem direitos sobre este ambiente e outro que apresentou o espaço público e privado relacionados com o valor financeiro que se paga para “participar” destes ambientes.

Com relação a existência de espaços públicos na internet começam a surgir algumas diferenças. Três dos entrevistados consideram a internet e as redes sociais como espaços públicos. Um dos entrevistados considerou toda a internet como um grande espaço público. Outros três consideraram apenas as redes sociais como um espaço público. Já outros dois

entrevistados disseram que sites de todo tipo, em que não há a necessidade de *login*, se caracterizavam como públicos. E por fim, um dos entrevistados cogitou a ideia de que não há espaços públicos na internet. Esta opinião se baseia no fato de que para ele os espaços públicos físicos são assim considerados por causa da sua função social e estão ligados à captação de impostos para sua manutenção. Como praças e parques públicos. Sendo assim, seu entendimento de espaço público real é transposto para o ambiente virtual. É interessante perceber que neste ponto já começam a surgir divergências quanto às conclusões sobre o que são os espaços públicos na internet.

Já em relação a compreensão do usuário sobre o Facebook como um espaço público há uma certa confusão nas compreensões. Todos os entrevistados disseram que sim, consideravam o Facebook como um espaço público. Mas também o apresentaram como privado. Para justificar sua resposta disseram que devido às configurações de privacidades do site é possível tornar ele privado, ou “público para determinadas pessoas”. Esta é uma consideração muito relevante, mas que passa despercebida aos próprios usuários nas suas ações cotidianas. No dia a dia utilizam o site com a compreensão de que ele é um espaço público, e utilizam as ferramentas de privacidade como se já fossem algo pertencente a esta dinâmica do ambiente público. Só ao serem indagados sobre isso que começam a levantar colocações sobre os limites entre o que é público e o que é privado em suas interações dentro do site.

Decorrente destas reflexões chegamos a discussão sobre se Facebook é considerado pelo usuário como um espaço público na sua totalidade ou há ambientes dentro dele que são privados. Aqui todos os entrevistados concordam que há espaços públicos e privados dentro do Facebook. Mais uma vez o fator das configurações de privacidade foi levantado. Como exemplos foram utilizados os grupos do Facebook e as publicações. Nos grupos são aceitas pessoas de acordo com os parâmetros de privacidade pré-definidos e o conteúdo postado neles é divulgado apenas para estas pessoas. Nas publicações da mesma forma. Você pode configurar quais tipos específicos de pessoas podem ver suas publicações. Sendo assim, os espaços públicos no Facebook são aqueles em que as configurações permitem que assim sejam. Que atinjam o maior número de pessoas. Indo mais além, podemos considerar que nenhuma pessoa tem acesso a todas as publicações e grupos do Facebook. Logo o que é público, é para aquele grupo de selecionados nas configurações. Ou para aqueles que passaram incólumes às configurações. Muito semelhante ao conceito de privado, onde só aqueles selecionados têm acesso a determinados tipos de publicações.

Com relação ao entendimento dos usuários do Facebook sobre as publicações feitas no site como sendo de caráter público ou privado, os entrevistados concordam que nem tudo que é publicado é do interesse de todos. Desta forma, nem tudo publicado no Facebook é público. Muitas coisas postadas no site são de caráter exclusivamente privado. Já no que diz respeito a atitude de comentar a publicação de algum desconhecido, as posições se dividiram. Dois dos entrevistados disseram nunca ter comentado nenhuma publicação de uma pessoa desconhecida. Oito dos entrevistados assumiram já ter comentado algo de uma pessoa que não conheciam.

Sobre motivos que levam as pessoas a comentarem publicações de desconhecidos. Aqui os entrevistados que disseram já ter comentado alguma publicação de um estranho, apresentaram alguns fatores que os levou a fazer isso: curiosidade, estranheza, era algo do seu interesse. Motivados por estes fatores os entrevistados interagiram com o conteúdo, mesmo ele tendo sido postado por um desconhecido. Mas o que é relevante perceber neste momento são as causas que levaram os entrevistados a tomar conhecimento destas publicações.

Estas causas estão diretamente relacionadas com quais os mecanismos que levaram a pessoa a efetuar esta ação. Os entrevistados apresentaram três mecanismos. O primeiro é que foram marcados, era algo relacionado a algum conhecido, apareceu na sua timeline. Os que foram marcados se sentiram impelidos a comentar por causa da curiosidade. Eles não conheciam o dono da postagem, mas foram marcados por alguém que os conhecia, sendo assim, eles se sentiram no direito de interagir com aquele conteúdo. Aqueles que comentaram algo relacionado com algum conhecido o fizeram por se sentir no direito de interagir com o conteúdo que tinha a ver com um conhecido seu. E aqueles que comentaram o fato de ter aparecido na sua timeline, interagiram com o conteúdo mesmo não tendo sido marcado nele ou por ter algum conhecido, mas pelo fato de que isto apareceu no “seu facebook”. De certa forma esta informação os pertencia agora, pois lhes era pública.

Por fim, sobre a reação dos usuários do Facebook ao ter uma publicação sua comentada por um estranho. Podemos dizer que todos já tiveram alguma publicação sua comentada por um estranho, mas que as reações foram diversas. Alguns acharam normal e sem importância. Um entrevistado achou “legal, porque quanto mais visibilidade você tem no Facebook né, é legal”. Outros acharam algo estranho e desconfortável. Outros acharam engraçado ou ficaram surpresos.

Deferências conclusivas

Ao chegarmos neste ponto, sobre como os usuários do Facebook enxergam o conceito de espaço público e privado na dinâmica do site. Há uma grande confusão sobre se o Facebook em si é um espaço público ou não.

Para eles, muito do que podemos dizer sobre o público e o privado está diretamente relacionado às configurações de segurança oferecidas pelo site. E embora elas restrinjam o acesso apenas àqueles a quem interessar possa, a informação sempre se torna pública para aqueles passam pelos filtros. Desta forma, tudo que aparecer em sua timeline faz parte do seu espaço público.

Com isto, há uma confusão sobre o que é público e privado dentro da rede social. Ou melhor, há uma dissolução destas fronteiras. Não há mais espaços públicos ou privados claramente determinados. A questão é: “aparece na minha timeline? Então é público. Pelo menos para mim!”. É uma concepção totalmente construída pelo usuário e sua vivência através das ferramentas que o sistema lhe oferece. Esta quebra das compreensões sobre o público e o privado, ou quem sabe, nova compreensão, pode permear o mundo off-line e trazer ao espaço analógico novas regras de conduta e comportamento.

De qualquer forma, cabe aqui concluir este trabalho com o pensamento de Corrêa (2009, p. 50), que exprime bem a ideia de que as concepções sobre público e privado dentro do ciberespaço serão definidas pelo cotidiano do usuário juntamente com as configurações dos sistemas:

Assim, encerro esta reflexão com a afirmação de que as práticas ciberculturais num futuro próximo deverão ocorrer sob uma nova instância de autorregulação do público e do privado, condicionada às características da ubiquidade e dos protocolos computacionais. Iniciamos, portanto, um novo ciclo de saberes/vivências.

Referências bibliográficas

AUGÉ, Mark. Não Lugares: **Introdução a uma Antropologia da Supermodernidade**. São Paulo: Papyrus, 1994.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUMAN, Zygmunt. **O Mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet**. Barcelona: Plaza & Janés Editores, 2001.

CÔRREA, Elizabeth Saad. **A Cibercultura e Seu Espelho**: Campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa. São Paulo: ABCiber; Instituto Itaú Cultural, 2009.

_____. **Cibercultura**: Um novo saber ou uma nova vivência? In: TRIVINHO, E.; CAZELOTO, E. (Orgs.) *A cibercultura e seu espelho [recurso eletrônico]: campo de conhecimento*

emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa. São Paulo : Instituto Itaú Cultural, 2009.

GUIMARÃES JR., Mário J. L. **Sociabilidade no Ciberespaço**: Distinção entre Plataformas e Ambientes. Trabalho apresentado na 51a Reunião Anual da SBPC – PUC/RS, julho de 1999. http://www.cfh.ufsc.br/~guima/papers/plat_amb.html

HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

KIRKPATRICK, David. **O Efeito Facebook**: Os Bastidores da Empresa que Conecta o Mundo. Intrínseca: Rio de Janeiro, 2010.

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

LÉVY, Lupion Bruno.: **‘Não sou contra o ativismo de sofá’**, 11 mar. 2013. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/pierre-levy-nao-sou-contra-o-ativismo-de-sofa/>>. Acesso em: 08 de set. 2013.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva** - Por uma Antropologia do Ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1998.

LICKLIDER, J. C. R., TAYLOR, Robert W. **The Computer as a Communication Device**. Palo Alto: Digital Systems Research Center, 1968. Online em: <http://memex.org/licklider.pdf>

PALACIOS, Marcos Silva. **Cotidiano e sociabilidade no Cyberespaço**: Apontamentos para Discussão. Originalmente apresentado no **Encontro Nacional da COMPÓS** 1995, no Rio de Janeiro.

RECUERO, Raquel. **Comunidades Virtuais**: Uma abordagem teórica. 2001

_____. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulinas, 2009.

RHEINGOLD, Howard A. **A Comunidade Virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996.

SILVA, Adelina Maria Pereira da. **Ciberantropologia**: O estudo das comunidades virtuais. Universidade Aberta. Site: <http://bocc.ubi.pt/pag/silva-adelina-ciberantropologia.html>

TOMAZ, Tales. _____ material enviado por e-mail _____. 2013

TRIVINHO, Eugênio. **Introdução a Dromocracia Cibercultural**: contextualização sociodromológica da violência invisível da técnica e da civilização mediática avançada. FAMECOS: Porto Alegre, 2005.

_____. **Cibercultura e Existência em Tempo Real**: Contribuição para crítica do modus operandi da reprodução cultural da civilização mediática avançada. Texto apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Cibercultura”, no **XVI Encontro Nacional da COMPÓS**, realizado na Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), em Curitiba/PR, em junho de 2007.

_____. Bunker glocal: configuração majoritária sutil do imaginário mediático contemporâneo e militarização imperceptível da vida cotidiana. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo: ESPM, 2008.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

