

25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBA – Salvador-Bahia-Brasil

VOYEURISMO MEDIADO: SOBRE VER E SER VISTO

Leandro de Paula Santos¹

Resumo: O artigo discute a emergência de um espaço social mediatizado a partir da popularização das redes sociais digitais no Brasil. Baseado numa abordagem da interação presente no website *Orkut*, o ensaio levanta questões sobre a relação entre a visibilidade e a produção de alteridade no ciberespaço. Dessa forma, pretende-se compreender como a vigilância par-a-par integra as novas experiências de sociabilidade, sendo componente da gestão da informação sobre si mesmo e os outros.

Palavras-chave: redes sociais, voyeurismo, vigilância distribuída

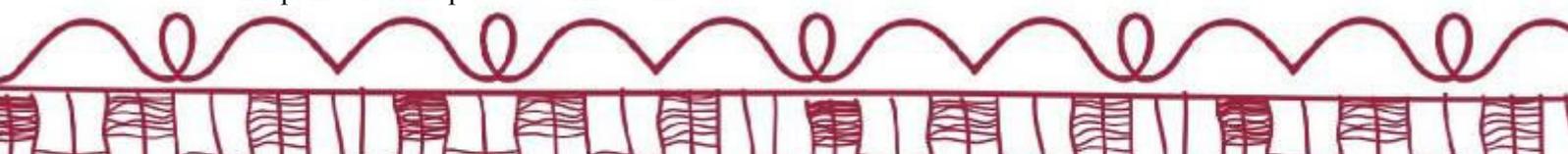
Desde 1995, com a comercialização dos provedores de acesso à Internet, a expansão dos usos da *World Wide Web* tem sido capaz de atribuir às relações sociais novos espaços de convivência e códigos de interação, como também potenciais e reverses em relação às formas de convívio que os antecederam e com as quais elaboramos, historicamente, concepções de *sociabilidade*. A aceleração dos processos comunicacionais na atual circunstância do capitalismo avançado nos impele a uma contínua remodelação do cotidiano, apresentando a *informação* como um valor de troca absoluto.

Este trabalho objetiva investigar de que maneira alguns dispositivos da Comunicação Mediada por Computador têm suscitado experiências de socialização e construção identitária para o jovem no Brasil. Não se pretende aqui uma elucidação teórica sobre estes vetores, mas, antes, a apresentação de ferramentas e práticas cuja mera existência é um comentário relevante sobre os modos de ser em nosso tempo, uma vez que “é fácil fazer corresponder a cada sociedade certos tipos de máquina, não porque as máquinas sejam determinantes, mas porque elas exprimem as formas sociais capazes de lhes darem nascimento e utilizá-las” (Deleuze, 1992; 223).

O *site* de relacionamentos *Orkut*², um dos serviços oferecidos pela empresa norte-americana *Google*, é um dos apoios sobre os quais visamos a compreender a

¹ Mestre em Comunicação Social pela PUC Rio. E-mail: psleandro@gmail.com

² Disponível em <http://www.orkut.com>



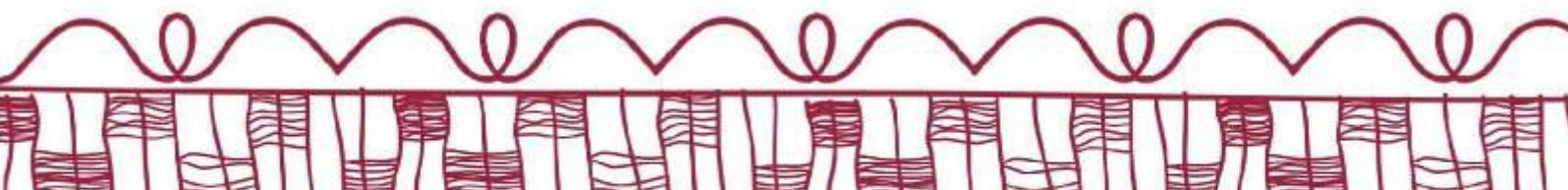
25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBa – Salvador-Bahia-Brasil

dinâmica destes processos. Considerado um sucesso essencialmente brasileiro, já que mais da metade dos usuários em todo o mundo encontra-se no país, o *site* tem tomado relativo espaço na agenda das notícias e capitalizado diferentes estratégias para tornar possível não apenas a comunicação entre as pessoas, mas a própria sintaxe de um estilo pessoal, afirmado através da exposição de fotos, depoimentos sobre si mesmo e da filiação a diferentes tipos de sub-comunidades. Ingredientes que, somados, correspondem ao desenho de um *perfil*.

Como veremos mais adiante, o êxito do *Orkut* parece derivar da disponibilização de uma série de elementos que convidam os usuários à produção de uma narrativa on-line sobre suas próprias vidas e do apelo que estas vitrines biográficas possam vir a exercer sobre o “público”. Tornado em coqueluche no Brasil há mais de cinco anos, o *site* tem sido alvo de estudos que procuram decifrar os motivos de sua popularidade e os impactos que sua crescente utilização tem promovido para as relações entre os jovens contemporâneos.

Neste trabalho, a atenção recairá num dos principais recursos que o *Orkut* oferece: a troca de mensagens entre os usuários. Para além da construção dos perfis, do alistamento a comunidades com que se identifique e da ampliação de sua rede de amigos, é dada ao usuário a oportunidade de se corresponder com os outros integrantes do *site*. As mensagens podem ser enviadas de modo privativo ou postadas no “livro de recados”, uma seção dos perfis individuais em que é possível deixar recados que poderão ser lidos por usuários autorizados (como os amigos do dono do perfil) ou por qualquer pessoa que visite a página. Um filtro que fica à escolha do usuário.

É uma mecânica simples, que não se distingue em muito das regras costumeiras das redes sociais digitais. O que chama atenção é que, especificamente no caso brasileiro do *Orkut*, o “livro de recados” tornou-se “um mural virtual de bilhetes pessoais, onde ficam expostas e acumuladas mensagens direcionadas para uma pessoa – porém, visíveis a qualquer *orkutiano* que tenha acesso a seu perfil” (Hamman & Souza, 2006; 116). Ainda que o recurso de privacidade dos “livros de recados” tenha sido disponibilizado pelo *Orkut* desde dezembro de 2007, ainda é numeroso o contingente de usuários da comunidade que não o utiliza, seja por desconhecimento, desimportância ou



25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBA – Salvador-Bahia-Brasil

pelo desejo de que os recados postados em sua página se apresentem como mais um conteúdo a respeito de si mesmos a ocuparem este espaço de visibilidade.

Esta apropriação do uso do espaço digital poderia até parecer um fato de menor importância para a pesquisa acadêmica não fosse sua relação com a prática da vigilância par-a-par na internet. Tal é o peso que o *Orkut* alcançou enquanto expediente de socialização no Brasil que pode dar espaço à criação de uma iniciativa insólita como *O Curioso*³, um *site* com algumas dezenas de milhares de pessoas cadastradas e que oferece como serviço o monitoramento anônimo e “invisível” dos livros de recados de outros usuários do *Orkut*.

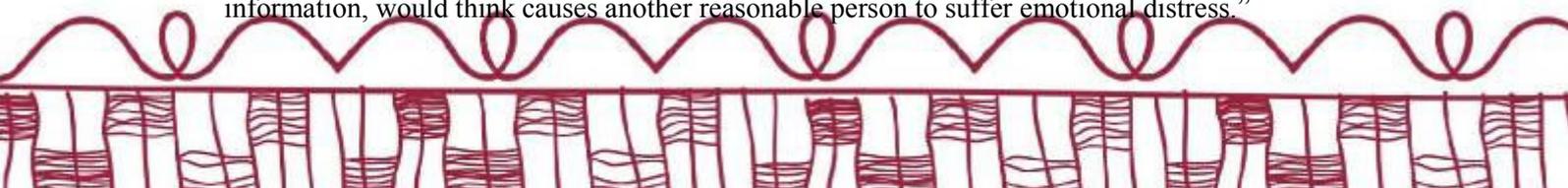
É essa nova dimensão da curiosidade sobre o que chamávamos “vida privada” que interessa analisar, bem como sua irremediável ligação com o valor da visibilidade tão premente no estudo das mídias digitais. O consumo de informações sobre a intimidade alheia na internet é um fenômeno que vem ganhando atenção tanto de estudiosos que pensam na forma descentralizada do controle exercido no ciberespaço como também dos que investigam os comportamentos desviantes originados desses novos arranjos sociais. Paul Bocij, por exemplo, tem se ocupado da conduta *cyberstalker*,

“um conjunto de procedimentos nos quais um indivíduo, grupo de indivíduos ou organização usam tecnologias de comunicação e informação para assediar outro indivíduo, grupo de indivíduos ou organização. Estas ações podem incluir a transmissão de ameaças e falsas acusações, danos a dados ou equipamentos, roubo de identidade ou dados, monitoramento de máquinas, propostas sexuais feitas a menores e qualquer forma de agressão. O assédio é definido como a ação que faz com que uma pessoa, de posse das informações, possa causar distúrbios emocionais em alguém”. (2003) (tradução minha)⁴

Neste trabalho, gostaria de problematizar este quadro a partir de sua reverberação nos novos meios da cibercultura, pois

³ Disponível em <http://www.ocurioso.com>

⁴ “A group of behaviours in which an individual, group of individuals or organisation, uses information and communications technology to harass another individual, group of individuals or organisation. Such behaviours may include, but are not limited to, the transmission of threats and false accusations, damage to data or equipment, identity theft, data theft, computer monitoring, the solicitation of minors for sexual purposes and any form of aggression. Harassment is defined as a course of action that a reasonable person, in possession of the same information, would think causes another reasonable person to suffer emotional distress.”



25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBa – Salvador-Bahia-Brasil

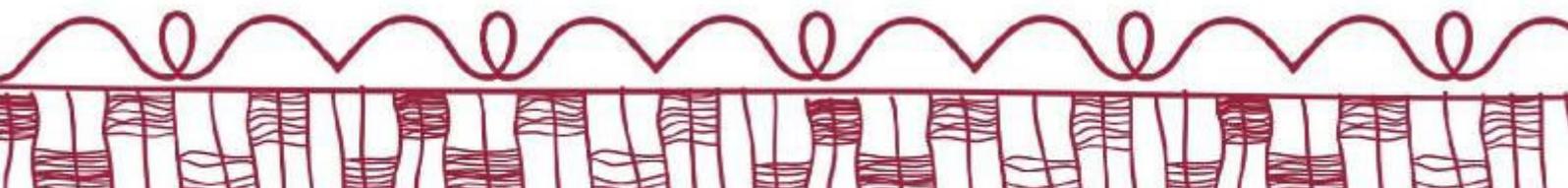
“as mesmas tecnologias que ampliam as possibilidades de emissão, acesso e distribuição da informação tornam-se instrumentos de vigilância e controle; as mesmas tecnologias que possibilitaram o anonimato nas trocas sociais e comunicacionais mostram-se eficientes instrumentos de identificação. A vigilância hoje se confunde com a própria paisagem do ciberespaço”. (Bruno, 2006)

O argumento central da discussão que desejo levantar, dessa forma, diz respeito às vicissitudes da fronteira sabidamente flexível entre o espaço público e o privado, aqui pensados sob a perspectiva dos processos da comunicação em rede. Com a exponencial oferta das *mídias pessoais*, nunca a existência esteve tão conjugada à medida da exposição, o que confere à relação público X privado uma imbricação inédita. Por outro lado, o gradativo esvaziamento da idéia de um *espaço público* nos moldes do que fora vivenciado pelos artífices da *modernidade* anima um novo enquadramento dos indivíduos na sociedade, de acordo com uma lógica que não raramente privatiza preocupações públicas e publiciza o que fora até então reconhecido como privado:

“tornar público o que quer que desperte ou possa despertar curiosidade virou o cerne da idéia de uma coisa ‘ser do interesse público’. O ‘público’ foi despojado de seus conteúdos diferenciais e ficou sem agenda própria – não passa agora de um aglomerado de problemas e preocupações privados.” (Bauman, 2000; 71)

*

O *site* de relacionamentos *Orkut* foi criado em janeiro de 2004 pelo jovem turco Orkut Büyükkökten, analista de sistemas do *Google*. Sua proposta é permitir que o usuário cadastrado construa uma rede de amigos na Internet, transpondo para o espaço digital pessoas que fazem parte de seu convívio real, ou fomentando novos encontros entre indivíduos que não se conheciam. Trata-se do princípio básico de facilitação da vida on-line: superar o espaço georreferenciado para viabilizar redes de relacionamento entre pessoas que compartilhem os mesmos interesses. O imperativo das três frases de boas-vindas do site dá a ver este propósito agregador: “Conecte-se aos seus amigos e familiares usando recados e mensagens instantâneas. Conheça novas pessoas através de



25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBA – Salvador-Bahia-Brasil

amigos de seus amigos e comunidades. Compartilhe seus vídeos, fotos e paixões em um só lugar”⁵.

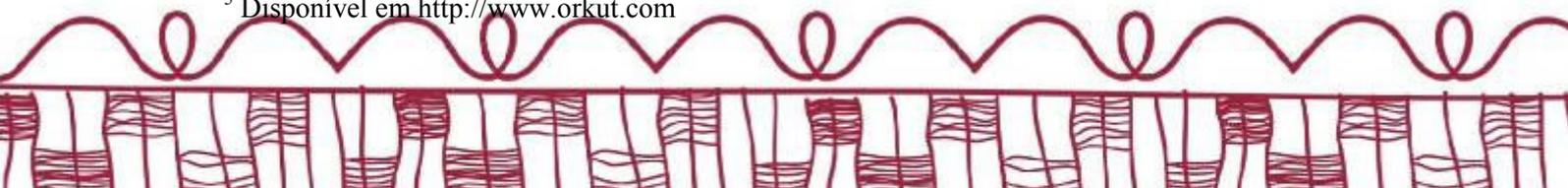
Para tornar possível esta expansão da rede social, o *Orkut* pede ao usuário que fale de si. Ao formatar seu perfil na comunidade, é preciso responder a perguntas que englobam desde suas predileções artísticas (como quais são seus livros, músicas e filmes favoritos) até questões que parecem breves armadilhas existenciais (como ‘quem sou eu?’). Os campos não têm que ser obrigatoriamente preenchidos; contudo, quanto mais – e melhor – se fala de si, mais se está em evidência no volumoso conjunto de perfis que o site já coleciona.

O *Orkut* não apresenta hierarquia em seu funcionamento: a página inicial é sempre o perfil do próprio usuário, que vai se conectando, de forma horizontal, à sua rede de amigos e às comunidades – fóruns virtuais sobre temas livres – que lhe interessem. Logo, nessa ausência de um direcionamento das conexões, os perfis dos usuários vão sendo acessados de forma autônoma, já que “o colega de faculdade com quem se fala todos os dias e o vizinho que se mudou do prédio há quinze anos estão disponíveis em um mesmo espaço presentificado”. (Almeida & Eugenio, 2006: 73)

Este igualamento dos perfis nos domínios do site parece um dado interessante. Ocupando o mesmo destaque na “rede de amigos” podem se suceder os parentes do indivíduo, seus colegas de trabalho, amigos distantes e até pessoas por quem nutra algum interesse afetivo. Todos ao alcance de um clique, como se estivessem ali *presentificados*. O *site* lança mão de um pequeno instrumental de monitoramento dos acessos aos perfis: oferece-se ao usuário a oportunidade de saber quem foram as últimas dez pessoas que visitaram sua página pessoal, bem como a quantidade de acessos que seu perfil alcançou na última semana e o número de visualizações atingido desde sua entrada no *Orkut*, o que corresponde a um tipo de termômetro do grau de curiosidade que cada perfil desperta no “público” da comunidade.

“A Comunicação Mediada por Computador e os projetos colaborativos (fóruns de discussão, redes de compartilhamento de arquivos, leilões virtuais) dão origem a um paradoxo apontado por Henrique Antoun (2005): o anônimo com reputação. Exatamente por não terem instâncias centralizadas de verificação e

⁵ Disponível em <http://www.orkut.com>



25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBa – Salvador-Bahia-Brasil

avaliação, tais projetos dependem necessariamente de sistemas igualmente descentrados de pontuação a fim de valorar tanto a produção compartilhada quanto os próprios participantes”. (Antoun & Pecini, 2007)

Esta valoração age de forma dupla. No caso do *Orkut*, o usuário passa a ser qualificado perante a comunidade por seus diferenciais: o número de sub-comunidades filiadas, amigos, depoimentos, fãs, porcentagens de quanto se é “legal”, “confiável” e “sexy” (todas chancelas atribuídas pelos outros usuários nos esquemas de qualificação da rede). E esta valoração passa também a representar para o próprio indivíduo uma ideia de si mesmo, de sua aceitação naquele ambiente e dos índices de sua popularidade.

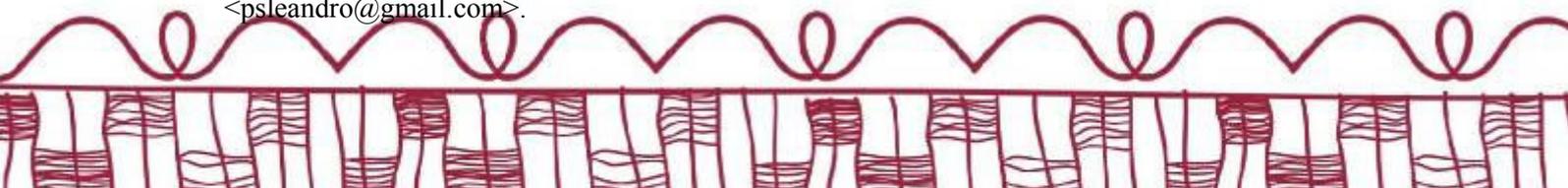
Cabe assinalar que o *Orkut* se apresenta como uma plataforma híbrida de visibilidade, uma vez que convoca o usuário à construção de uma narrativa sobre si mesmo que se faz pela soma: das respostas que concede na formatação de seu perfil, dos depoimentos de outras pessoas sobre ele que se enfileiram em sua página inicial, das comunidades a que se filia, das fotos e dos vídeos que expõe e, também, pelo conjunto de amigos que é capaz de agrupar. Sendo assim, tem início uma espécie de fórum onde o grande assunto são as identidades pessoais, com cada usuário fazendo de seu perfil a plataforma especular de uma idéia de si.

Perguntado sobre a que credita o sucesso do *Orkut* no Brasil, o analista de sistemas Eduardo Rocha avaliza a importância dessa personificação do ambiente digital: “as redes sociais são importantes por isso, é o seu lugar na Web, as pessoas podem te achar, você pode falar de si, colocar suas fotos, ver as fotos dos outros, ver quem conhecem e tudo isso uma rede social Web te permite”⁶. Como apontam Antoun e Pecini (2007),

“as próprias comunidades de interesses típicas da Internet, desde os chats da *WELL* às comunidades do *Orkut*, são um reflexo desta característica da comunicação em rede. Por abarcar virtualmente ‘tudo’, a rede se torna o lugar onde o desejo específico encontra satisfação, seja de produtos, informações ou pessoas”.

A impressionante receptividade da rede social no país levou o *Google* a implantar, um ano após a criação do site, uma interface totalmente traduzida para o

⁶ ROCHA, Eduardo. Entrevista concedida por e-mail. Mensagem recebida por: <psleandro@gmail.com>.



25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBA – Salvador-Bahia-Brasil

português. A iniciativa da empresa respondia a pedidos que se espalhavam em comunidades como “Exigimos *Orkut* em português”, hoje refletidas em outras como “Conseguimos *Orkut* em português: essa comunidade é em homenagem a todos aqueles que lutaram, brigaram e morreram na luta pelo nosso direito de ter *Orkut* em português”⁷. Tais metadiscursos são uma marca do site: mais de mil comunidades criadas (algumas com mais de 700 mil membros inscritos) comentam o próprio *Orkut*, notadamente com tintas de humor. Como sugerem Almeida & Eugenio (2006; 69),

“vale refletir um pouco sobre o uso brasileiro destas ferramentas digitais, marcado não apenas por um movimento de ‘domínio’ – que aponta para uma disposição de receptividade e para um gosto pelo acúmulo e experimentação de novidades -, mas também por um forte traço de intervenção criativa, que converte muitas vezes o usuário em produtor. Isto porque é notável no uso feito destas ferramentas por estes jovens uma intensiva reorganização dos comandos e possibilidades disponibilizados nos sites, bem como da proposta mesma dos seus formuladores.”

*

Numa pesquisa aleatória dentro da comunidade, podemos observar muito facilmente esta apropriação do uso e a contínua exposição de si engendrada pelo site, como por exemplo na resposta à pergunta “Quem sou eu?” do perfil da usuária identificada como *Sou + eu azar de quem me perdeu*:

“Vc anda? Eu desfilo... Vc sonha? Eu realizo... Vc tenta? Eu consigo... Vc quer? Eu tenho... Vc joga? Eu ganho... Tu briga? Eu detono... Tu eh pop? Eu sô star... Tu dança? Eu arraso... Sinto muito, GAME OVER pra VC!!!”⁸.

Nas respostas disponíveis em seu perfil, a jovem revela ter 21 anos e ser moradora de São Luiz, capital do Maranhão, além de gostar de cozinhar, se sentir atraída por “inteligência” e ter aprendido com os relacionamentos anteriores “que quem mente não vale nada”. Seus álbuns no *Orkut* contam com 325 fotos, que ilustram situações entre amigos e parentes, seus ídolos na música, mas preferencialmente autorretratos, nos quais encara a câmera com trejeitos de celebridade. A lista de amigos computa 328 pessoas e o livro de recados apresenta 1.449 mensagens postadas, como esta, legível

⁷ Disponível em

Disponível em <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=258433>.

⁸ Disponível em <http://www.orkut.com.br/Main#Profile.aspx?uid=16540731488708604673>.

25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBA – Salvador-Bahia-Brasil

para qualquer usuário que entre no seu perfil: “Gabby não sei nem como te dizer + vc vai saber do mesmo jeito, estou ficando com Fá... vc deve saber quem estou falando, aparece pra conversarmos. bjs”⁹.

Esta mediatização dos contatos pessoais torna os usuários em imediatos *voyeurs*, já que usufruem de uma plataforma de intercâmbio em que o *outro* é alguém a ser *visto*. No contexto da comunicação aberta pelo ciberespaço, o próprio usuário apresenta sua singularidade participativa ao escrutínio de *seus pares*. “O organismo conectado e estendido pelas redes teleinformáticas” (Sibilia, 2002; 57) se situa no quadro da Web 2.0 tendo a visibilidade como modo de ação e existência em plataformas participativas, mas também se enreda numa forma diferente de observar os demais usuários. Nas redes sociais, aciona-se a objetificação da alteridade, num modo particular e confortável de colocar o outro em foco, que possibilita o hábito da observação distanciada. Um privilégio que tem a ver com o que Clay Calvert denominou *voyeurismo mediado*:

“o consumo de informações e imagens reveladoras sobre a vida aparentemente real e desprotegida dos outros, geralmente visando ao entretenimento, mas frequentemente à custa da privacidade e da interação verbal, através dos meios da comunicação de massa e da internet.” (2000; 2-3) (tradução minha)¹⁰

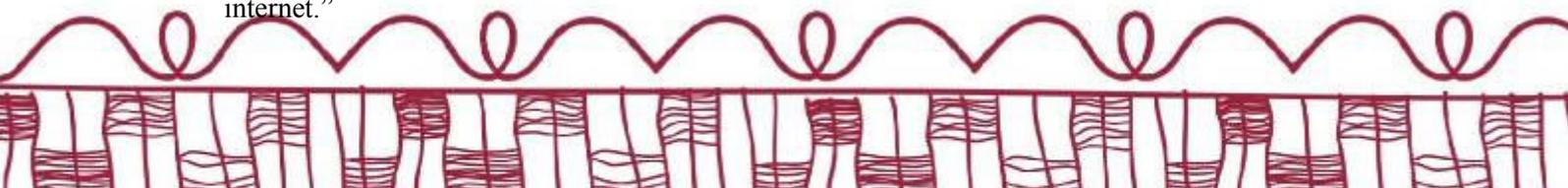
Esse voyeurismo que é retroalimentado pelas leis da visibilidade nas redes sociais ancora-se na coleta dos diversos elementos que tecem cada narrativa pessoal *on-line*. Ao se darem a ver por meio de diferentes discursos, os usuários se candidatam a alguma sociabilidade, compondo perfis mais ou menos convidativos para os demais membros da rede.

O notável surgimento de uma iniciativa como *O Curioso*, contudo, atença este quadro e nos desafia a uma leitura mais atenta do fenômeno. Trata-se de um serviço gratuito no qual, a partir de um cadastramento básico de dados, é possível inscrever até sete perfis do Orkut para serem “perseguidos”. A partir de então, cópias de todas as mensagens recebidas no livro de recados dos usuários vigiados serão entregues ao

⁹ Disponível em

<http://www.orkut.com.br/Main#Scrapbook.aspx?uid=16540731488708604673&pageSize=&na=3&nst=-2&nid=16540731488708604673-1244976187-16811880974211849620>.

¹⁰ Do original: “(...) the consumption of revealing images of and information about others’ apparently real and unguarded lives, often yet not always for purposes of entertainment but frequently at the expense of privacy and discourse, through the means of the mass media and internet.”



25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBa – Salvador-Bahia-Brasil

“curioso”, mesmo aquelas que forem posteriormente apagadas pelos destinatários originais.

“Acompanhe os recados de quem você gosta. Use o *Curioso*. O *Curioso* copia, de hora em hora, os recados de quem você escolhe, e mostra quais são os recados que você ainda não leu. A pessoa vai saber que estou lendo seus recados no *Curioso*? De jeito nenhum, já que o *Curioso* usa perfis próprios para ler os recados.”¹¹

O site, no ar desde julho de 2006, angaria, quatro anos depois, cerca de 925 mil usuários cadastrados, dos quais 125 mil são considerados ativos, ou seja, fizeram ao menos uma visita ao site no mês de maio de 2009. Desse universo, 63% são mulheres, 37% são homens. A faixa etária fica em 70% de cadastrados até 24 anos e 18% de 24 até 34 anos. Os dados são fornecidos pelo próprio criador do site, o jovem analista de sistemas Eduardo Rocha, que explica o funcionamento do *Curioso*:

“De hora em hora, os servidores do *Curioso* varrem a página de recados de todos os adicionados dos usuários. O *Curioso* interpreta a página do *Orkut* e verifica a hora dos recados exibidos na página naquele momento. Se houver algum recado mais recente que o último gravado, o *Curioso* armazena aquele recado e atualiza o status de que o adicionado possui um recado novo”¹².

Tecnicamente, o *Curioso* funciona como um *crawler*, sistema automático de busca que percorre determinados endereços da internet atrás de novos conteúdos postados. Sua lógica é semelhante à das ferramentas de pesquisa, que utilizam um ou mais servidores para realizar metodicamente a varredura de dados e armazenar os resultados.

O *Curioso* é um site independente do Orkut: para utilizá-lo, não é preciso fornecer informações de sua conta na rede social. O importante é que o interessado indique o endereço dos perfis do Orkut que deseja vigiar, cujas mensagens recebidas no livro de recados passarão a figurar na “plataforma de controle” do usuário do *Curioso*. Tudo em nome da comodidade e da economia do tempo na vigilância pessoal: segundo

¹¹ Disponível em <http://www.ocurioso.com/start/about>.

¹² Entrevista concedida por e-mail. Mensagem recebida por: <psleandro@gmail.com>.

25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBa – Salvador-Bahia-Brasil

os termos da política de privacidade do serviço, “o principal aspecto do *Curioso* é o sigilo que você tem ao observar as informações do perfil de outras pessoas”¹³.

“Os paranóicos da internet sabem quanto trabalho dá monitorar pessoas no site de relacionamentos Orkut - nessa atividade de espionagem é necessário digitar *login*, senha, fazer uma busca pelo ‘alvo’ e checar se a pessoa recebeu alguma mensagem recentemente. Para diminuir a mão-de-obra dessa atividade nada nobre, surgiu o site *O Curioso*, que entrega de bandeja todas as informações da pessoa vigiada.”¹⁴

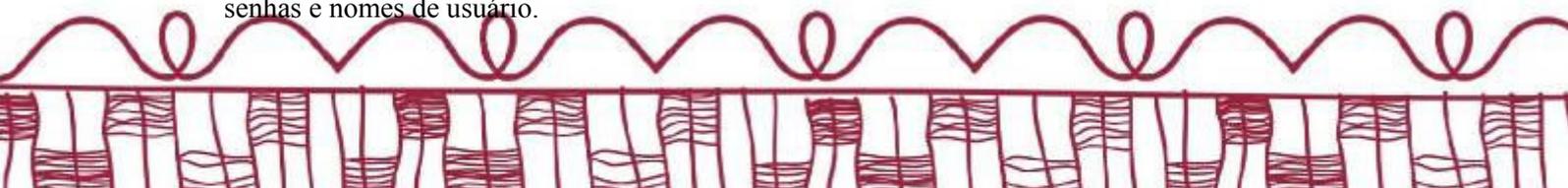
A vigilância a que os servidores do *Curioso* se prontificam não se enquadra como crime, já que está baseada somente em dados públicos. Como exposto anteriormente, cabe ao dono do perfil no Orkut configurar sua própria política de privacidade e decidir se apenas amigos terão acesso aos recados que recebe ou se qualquer usuário da rede social poderá fazê-lo. Eduardo, criador do site, explica que o auge da sua popularidade aconteceu no fim de 2007, e que o número de usuários dois anos depois caiu pela metade, mesmo que isso ainda represente uma quantidade considerável de pessoas. Mas essa queda, sem dúvida, deriva da adoção do bloqueio do livro de recados para leitura de qualquer usuário do Orkut – antes desse recurso ser lançado, o *crawler* do *Curioso* se conectava à rede social e realizava a leitura de qualquer perfil. Com o “trancamento” de muitos dos livros, a espionagem foi intimidada.

Entretanto, um desenvolvimento na ferramenta do *Curioso* fez novamente os usuários se interessarem pelo serviço. Embora não seja mais possível vigiar os recados de qualquer usuário que tenha ativado o recurso de privacidade em seu Orkut, o site continua a poder monitorar tanto os livros abertos como também todas as mensagens recebidas por membros que sejam amigos do curioso na rede social. Eduardo conta que, para isso, o site solicita que o usuário informe seu *login* e senha no Orkut e, gerando um *cookie*¹⁵ no servidor, passa a fazer a vasculha de recados, de hora em hora, conectando-se à rede social pela sua própria conta. Noutras palavras, é como se o usuário estivesse

¹³ Disponível em <http://www.ocurioso.com/start/terms>.

¹⁴ *Site O Curioso dá força à espionagem virtual*, matéria do portal G1, publicada em 23 de maio de 2007. Disponível em <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL40532-6174,00.html>.

¹⁵ *Cookies* são arquivos que ficam alojados em pastas temporárias dos discos rígidos e que contêm informações sobre os sites acessados pelo navegador de internet. Essas informações auxiliam no resgate de sessões já encerradas, facilitando, por exemplo, o preenchimento de senhas e nomes de usuário.



25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBa – Salvador-Bahia-Brasil

ele mesmo entrando no Orkut e verificando, página a página de seus amigos, quem recebeu uma mensagem nova. O destinatário pode até vir a apagar o recado recebido no Orkut, mas caso não o faça no curto intervalo de tempo em que *O Curioso* vasculha sua página, uma cópia de sua mensagem poderá ser lida por outra pessoa, sem que ele jamais desconfie disso.

O Curioso não é a única iniciativa de monitoramento de redes sociais: com outra mecânica de funcionamento, programas como *ScrapBoy*¹⁶ também oferecem o serviço de vasculha dos recados de usuários do *Orkut* ou do *Facebook*, revelando, além da vulnerabilidade das informações on-line, a crescente negociação da “intimidade” como objeto de interesse social. Somente em sua comunidade no *Orkut*, o *Curioso* conta com 4.032 membros. Numa enquete¹⁷ realizada sobre o principal motivo para a utilização do serviço respondida por 553 destes participantes, 72% apontaram que seria para “ver os recados de alguém que gosta/ namorado(a)”. 12% assumiram que o fazem para “fofocar”, 8% para acessar seu próprio livro de recados do Orkut em locais onde o acesso ao site é bloqueado e 8% para “ver o Orkut dos amigos apenas”.

O fórum da comunidade demonstra que o *Curioso* é realmente levado a sério por seus usuários. Entre tópicos diversos, destacam-se aqueles que louvam a iniciativa – “A galera está viciada no *Curioso*... eh muito bom mesmo!” e a preocupação em se ajudar o criador do serviço gratuito: “o cara é um gênio e eu colaboraria sem dúvida alguma. A salvação de todos os neuróticos, obsessivos e curiosos de plantão!”¹⁸. Nutre-se, assim, o sonho de saber tudo o que é dito por aí, especialmente tudo aquilo que se diz sobre si: “Eu vou no Orkut dos meus amigos p/ ver os recados deles rrsrrsrs Pois as vezes pode ter fofokinhas sobre vc la, rerere Por issu ke tem ke ser Curioso msm!”¹⁹.

¹⁶ Disponível em <http://www.scrapboy.com>.

¹⁷ Disponível em

<http://www.orkut.com.br/Main#CommPollResults.aspx?cmm=17196188&pid=176309054&pct=1188139839>

¹⁸ Disponível em

<http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs.aspx?cmm=17196188&tid=2516510328341357179&na=1&nst=1>.

¹⁹ Disponível em

<http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs.aspx?cmm=17196188&tid=251548442599545769>

*

Seria, sem dúvida, equivocado supor que a curiosidade sobre a vida alheia é um fenômeno social recente. Há muito tempo, a questão da violação de correspondências, por exemplo, tornou-se não apenas uma figura criminal, como também uma alegoria sobre as suscetibilidades do território da privacidade no imaginário ocidental. Contudo, interessa comentar a nova modulação de seus apelos junto às formas de subjetivação contemporâneas e sua relação com os poderes e valores que as novas tecnologias nos instilam. A sede de vigilância que a sociabilidade dessas redes estimula é impulsionada por outra força imperiosa, com a qual se coloca em contínua tensão. A popularidade que os sites de relacionamento têm atingido dentro do universo jovem relata o surgimento de espaços e formas de socialização em que a *visibilidade* surge como o próprio motor da experiência, exigindo novos modos de ser e interagir.

Na mediatização do *eu* que se deflagra, repercutem suas narrativas e performances identitárias em perfis digitais, recursos de encaixe do sujeito ao novo campo social. Numa passagem de profética pertinência, Christopher Lasch defendia, já em 1979, que

“a vida moderna é tão completamente mediada por imagens eletrônicas que não podemos deixar de responder aos outros como se suas ações – e as nossas – estivessem sendo gravadas e transmitidas simultaneamente para uma audiência escondida, ou guardadas para serem assistidas mais tarde.” (1979; 97)

Tal superoferta de informação abriga, para o indivíduo contemporâneo, a possibilidade de também *ser visto como imagem eletrônica*, revelando um quadro cheio de sutilezas para a compreensão dos meios de vigilância na cibercultura. Se estamos à mercê de mapeamentos preditivos de ações e comportamentos na Internet, operacionalizados por interesses de mercado e diretivas de consumo, estamos também sujeitos a toda uma ética que já contagia as microformas de subjetivação em tendências outrora impúblicáveis, como vasculhar o repertório da “intimidade” do outro. Esta nebulosa e elástica divisa conceitual entre o público e o privado é, portanto, o que reclama por um contínuo reexame numa circunstância em que visibilidade e vigilância se alimentam *pari passu*.



25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBA – Salvador-Bahia-Brasil

A Comunicação Mediada por Computador surge como elemento complexificador ao apresentar ferramentas e práticas que escapam às noções prévias destas fronteiras. Redimensionados pela Sociedade de Controle (Deleuze, 1992), os pormenores e fragmentos que compõem a minimidade da existência são transformados em matéria de troca, inaugurando valores e desejos que, de tão “íntimos”, podem parecer menores do que, de fato, são.

Bibliografia

ALMEIDA, Maria Isabel Mendes & EUGENIO, Fernanda. *O Espaço real e o acúmulo que significa: uma nova gramática para se pensar o uso jovem da Internet no Brasil*. In: NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria (Org.). *Cabeças Digitais: o cotidiano na era da informação*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2006.

ANTOUN, Henrique e PECINI, André. *A Web e a Parceria: projetos colaborativos e o problema da mediação na Internet*. Intexto, 16, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. *Em busca da política*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

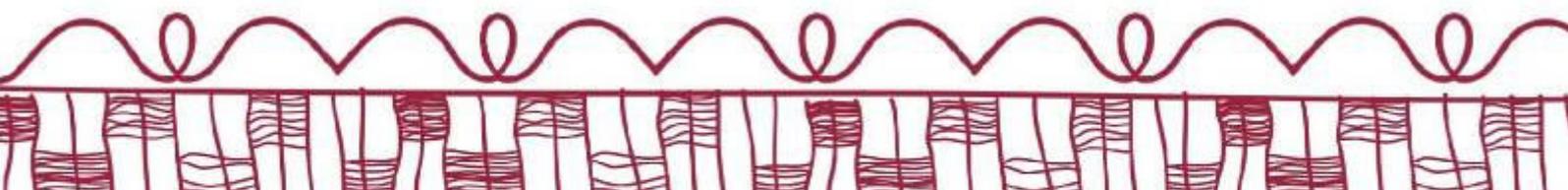
BOCIJ, Paul. *Victims of cyberstalking: An exploratory study of harassment perpetrated via the Internet*. First Monday, Vol. 8 No. 10. 2003. Disponível em <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1086/1006>

BRUNO, Fernanda. *Dispositivos de vigilância no ciberespaço: duplos digitais e identidades simuladas*. In: XV Compós - Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, Bauru, 2006. CD-ROM do XV Compós - Encontro anual da associação nacional dos programas de pós-graduação em comunicação. Bauru : COMPÓS/UNESP, 2006. v. 1. p. 1-14.

CALVERT, Clay. *Voyeur nation: Media, privacy and peering in modern culture*. Boulder, Colorado: Westview Press, 2000. *Apud* BUMGARNER, Brett A.. *You have been poked: Exploring the uses and gratifications of Facebook among emerging adults*. In: *First Monday*, Volume 12, No. 11, novembro de 2007.

DELEUZE, Gilles. *Post scriptum sobre as sociedades de controle*. In: DELEUZE, G. *Conversações: 1972-1990* (p. 219-226). Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

HAMMAN, Fernanda Passarelli & SOUZA, Solange Jobim. *Os jovens e o Orkut: considerações sobre a criação de jogos de linguagem e de identidade em rede*. In: NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria (Org.). *Cabeças Digitais: o cotidiano na era da informação*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2006.



VI ENECULT | encontro de estudos multidisciplinares em cultura

25 a 27 de maio de 2010 – Facom-UFBa – Salvador-Bahia-Brasil

LASCH, Christopher. *The Culture of Narcisism*. Nova Iorque: W. W. Norton & Co., 1979.

SIBILIA, Paula. *O homem pós-orgânico: corpo, subjetividade e tecnologias digitais*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

