



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

**“Cinco passos para...”: os serviços de redes sociais e os horizontes de aspiração das mulheres
das classes populares brasileiras**

Lara Facioli

larafacioli@yahoo.com.br

Universidade Estadual de Londrina (UEL)

Brasil



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

RESUMO

Este trabalho é resultado de minha pesquisa de doutorado em que me proponho a avaliar como o uso da internet por mulheres das classes populares brasileiras interfere no que chamei de horizontes aspiracionais, ou seja, naquilo que anseiam, sejam desejos de cunho econômico, que visam alcançar melhores condições de vida, até mesmo os que estão ligados à esfera afetiva e da família. Tais horizontes seriam aqueles traçados com vistas a superar a experiência de origem subalterna e tudo o que ela teria de tradicional e limitador, seja a manutenção da pobreza, os papéis tradicionais de gênero, os limites a respeito do trânsito pela cidade, o acesso limitado ao mercado de trabalho, as impossibilidades de vivência da sexualidade e da vida íntima, dentre outros fatores. Abordarei como as plataformas de redes sociais apresentam roteiros, principalmente de gênero, que limitam os repertórios disponíveis para as mulheres que as acessam. É comum nas plataformas *online* direcionadas para o público feminino, aspectos que nos conduzem ao que Eva Illouz (2016) chamou de cultura da autoajuda ou cultura do aconselhamento. Ou seja, trata-se de um conjunto de informações, na forma de receituários, que seriam úteis para ter o mínimo de sucesso em diversas áreas da vida e que nos estimulariam a fazer coisas e atuar no cotidiano. A autora Danah Boyd (2001), em um texto a respeito do papel das identidades em comunidades online, abordou como as plataformas em rede se utilizam de três aspectos demográficos para definir o público que as integra, são elas: idade, sexo e localização. Não havendo a possibilidade de recusar se expor por meio dessas categorias, uma vez que, a própria dinâmica online persuade o sujeito a autoclassificação por meio de mensagens como —sexo é um valor necessário para realizar sua conta em nosso site; —saber sua localização melhora os serviços que podemos oferecer para você, dentre outras. Para a autora, tais características fazem das plataformas, espaços que, ao contrário de permitir o reforço da diferença e a diversidade de perfis de sujeitos, nos conduz a uma generificação através do sexo biológico, dando possibilidade de só existirem homens ou mulheres no preenchimento dos perfis e também prevê, por meio da localidade e do código postal, o CEP, recortes de classe social e de raça. Dessa forma, além de mobilizar as teorias que mostram as limitações dos serviços de redes sociais e os interesses de mercado que estão envolvidos nos processos de estímulo à socialidade, pretendo apontar como isso ocorre nas plataformas de pesquisa analisadas e quais estratégias as mulheres usam para lidar com os limites dos roteiros estabelecidos.

ABSTRACT

This work is the result of my doctoral research in which I propose to evaluate how the use of the Internet by women of the Brazilian popular classes interferes in what I have called aspirational horizons. In other words, in their economic desires, that aim to achieve better living conditions, or even those that are linked to the affective sphere and the family. Such horizons would be those designed to overcome the experience of subaltern origin and all that it would have of traditional and limiting, being it the maintenance of poverty, traditional gender roles, limits on circulation in the city, limited access to the labor market, the impossibilities of experiencing sexuality and intimate life, among other factors. I will discuss how social media platforms offer scripts, mainly of gender,



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

that limit the repertoires available to the women who access them. It is common in online platforms aimed at the female audience, aspects that lead us to what Eva Illouz (2016) called a culture of self-help or a culture of counseling. That is to say, it is a set of information, in the form of prescriptions, that would be useful to have the least success in various areas of life and that would stimulate us to do things and act in our daily lives. The author Danah Boyd (2001), in a text about the role of identifications in online communities, addressed how the network platforms use three demographic aspects to define the audience that integrates them: age, gender and location. There is no possibility of refusing to expose oneself through these categories, since the online dynamics itself persuades the subject to self-classification through messages such as "sex is a necessary value to realize your account on our site"; - knowing your location improves the services we can offer you, among others. For the author, these characteristics make platforms, spaces that, contrary to allowing the reinforcement of the difference and the diversity of profiles of subjects, leads us to a generalization through biological sex, giving the possibility of only men or women in the fulfillment of the online profiles and also provides, by means of the locality and the postal code, the Zip code, social class and race cuts. Thus, in addition to mobilizing theories that show the limitations of social networking services and the market interests that are involved in the processes of stimulating sociality, I intend to point out how this occurs in the analyzed platforms and what strategies women use to deal with the limits of the established itineraries.

Palavras chave

Mídias digitais, serviços de redes sociais, horizontes de aspiração

Keywords

digital media, social networking services, aspiration horizons



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

I. Introducción

Este trabalho é resultado de uma pesquisa que se estende há seis anos, ao longo de um mestrado e um doutorado que tiveram como objetivo mais amplo discutir os usos da internet realizados por mulheres das classes populares brasileiras. Como percurso de pesquisa, o mestrado (FACIOLI, 2012) se debruçou sobre a necessidade de compreender as dinâmicas de auto-ajuda entre mulheres que, quando penetram nos Serviços de Redes Sociais (SRS's) da internet, se transformam no que chamei de práticas de ajuda-mútua em rede. Como resultado, o trabalho mostrou as questões de diferenças de gênero, classe social, relações raciais que atravessam tanto as plataformas acessadas pelos sujeitos, quanto suas práticas de socialidade.

De forma a dar continuidade no anseio de compreender as motivações de uso da tecnologia por este público, bem como a modelagem da utilização realizada pela plataforma, meu doutorado se dedicou a entender, de forma mais ampla, como aquilo que os sujeitos esperam para si e para suas vidas, se apresentam nos processos de socialidade em rede e são alterados e transformados por estas relações mediadas. Dessa forma, tratou-se de investigar a relação entre o acesso recente das mulheres das classes populares à internet no Brasil e seus horizontes de aspirações, bem como os limites e possibilidades de negociação que a dinâmica em rede pode trazer a tais horizontes. Compreendo como Horizontes de aspiração:

Tudo aquilo que envolve anseios em relação ao futuro, sejam eles de cunho econômico que visam alcançar melhores condições de vida, até mesmo os que estão ligados à esfera afetiva e da família. Tais horizontes seriam aqueles traçados com vistas a superar a experiência de origem subalterna e tudo o que ela teria de tradicional e limitador, seja a manutenção da pobreza, os papéis tradicionais de gênero, os limites a respeito do trânsito pela cidade, o acesso limitado ao mercado de trabalho, as impossibilidades de vivência da sexualidade e da vida íntima, dentre outros fatores. (FACIOLI, 2017, p. 14)

Os horizontes não são, necessariamente, planos organizados racionalmente e passíveis de realização em curto, médio ou longo prazo, mas tratam daquilo que os sujeitos anseiam, com base



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

no contexto onde se inserem e por meio das informações que acessam a respeito deste contexto e das possibilidades que circulam fora dele. Quanto maior o contato com outras possibilidades de existência, mais amplo será o escopo daquilo que é ansiado. Nesse sentido, acredito que o acesso às mídias interfere nos horizontes na medida em que possibilita tanto contato com outras experiências, vivências e repertórios culturais, quanto com aquilo que é bastante disputado no contexto em que vivemos: as informações.

Isto posto, o objetivo deste trabalho consiste em apontar qual horizonte as plataformas direcionam para as usuárias da pesquisa, por meio da mobilização de um conjunto de categorias fixas de identidade e de que maneira se estabelecem as negociações em torno de tais categorias.

Vale ressaltar que a pesquisa se insere em um contexto mais amplo da sociedade brasileira dos últimos anos onde emerge uma nova realidade tecnológica de maior acesso às mídias pelas classes trabalhadoras. Dessa forma, não se trata de um trabalho sobre a divisão digital da sociedade, entre aqueles que acessam e não acessam a rede, mas sim de um problema que envolve relações sociais contextuais e off-line que não foram, necessariamente, criadas pelas tecnologias.

Ainda que a internet comercial tenha se iniciado no Brasil entre 1996 e 1997, a partir das entrevistas, constatei que minhas interlocutoras são usuárias recentes, que intensificaram sua forma de acesso, principalmente a partir de 2010. Suas conexões iniciais aconteceram, primeiramente através do trabalho, onde tinham contato com computadores conectados em rede, em lan-houses ou apenas nos últimos anos, em meio ao barateamento dos equipamentos e serviços de acesso. Essas usuárias que adentraram a rede recentemente chegaram após aqueles sujeitos de classe média alta que estão na rede, no Brasil, desde seu surgimento, considerados, nos termos de Nancy Baym (2010), netcitizens (cidadãos/ãs digitais).

O aumento de acesso à internet por parte do público de baixa renda tem sido resultado de um processo longo de barateamento do preço das mídias digitais nos últimos anos, cujo principal acontecimento se deu no mês de abril de 2013. A presidenta Dilma Rousseff assinou decreto que zerou as alíquotas da contribuição para o Programa de Integração Social (PIS) e a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) incidentes sobre a receita bruta decorrente da venda



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

de smartphones; tal redução baixou o preço desses equipamentos em 30%, no caso dos importados, fazendo girar o mercado interno deste produto.

A queda dos preços, somados a facilidade no momento da compra, seja por meio do cartão de crédito ou do crediário, faz com que os mais pobres consigam, cada vez mais, acessar essas tecnologias. Dentre elas a que mais se destaca no anseio de aquisição é o telefone celular, especificamente os Smartphones, que já superam o uso de computadores para navegação em rede no país. Em trabalho apresentado no ano de 2016, no Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (ANPOCS), abordei como em meu próprio campo de pesquisa houve uma transformação que aponta para o uso do celular como principal forma de acesso da classe trabalhadora. Se quando iniciei meu trabalho, o computador na esfera profissional, nas *lan houses* ou mesmo na sala de casa figurava como ferramenta fundamental de conexão da família, após 2014 o celular ocupa este lugar no uso individualizado, deixando os computadores obsoletos no canto da casa (FACIOLI, 2016)¹.

Soma-se as transformações na esfera tecnológica, o fato de que o público desta pesquisa vivenciou, nos últimos anos da sociedade brasileira, uma melhoria das condições de vida da classe trabalhadora, de acesso a educação e renda por meio de programas sociais criados e desenvolvidos nos governos Lula e Dilma². Vale ressaltar que este trabalho não se estende a uma análise da atual conjuntura brasileira, posterior ao golpe de Estado, que fez retroceder uma série de direitos na esfera pública. Dessa forma, considero que a relação destes sujeitos com a tecnologia se mostra intensa e se insere em um contexto mais amplo de transformações, o que também causou mudanças em seus horizontes de aspiração.

¹ Link de acesso ao texto: <https://anpocs.com/index.php/papers-40-encontro/spg-3/spg08-3/10031-des-conectadas-espaco-relacional-como-possibilidade-de-aporte-teorico-metodologico-para-pesquisa-com-midias-digitais/file>

² Dentre os programas, destaco aqueles que possibilitaram maior acesso ao curso superior: O Fundo de Financiamento Estudantil (Fies), criado em 2001, é um programa do Ministério da Educação destinado a financiar a graduação na educação superior de estudantes matriculados em instituições não gratuitas. O programa auxilia o estudante pagando a mensalidade do curso e o reembolso ao governo acontece depois da formatura, quando o estudante já está empregado; O Prouni, um programa do Ministério da Educação criado pelo Governo Federal em 2004, que concede *Bolsas* de estudo integrais e parciais (50%) em instituições privadas de ensino superior. Para concorrer às *Bolsas* integrais, o candidato deve comprovar renda bruta familiar, por pessoa, de até um salário mínimo e meio. Para as *Bolsas* parciais (50%), a renda bruta familiar deve ser de até três salários mínimos por pessoa.

II. Marco teórico

Esta pesquisa é informada pela teoria da modelagem social da tecnologia (WAJCMAN, 1999), isto é, compreendo que a tecnologia é moldada em um processo social que não tem uma força dominante única e que não pode ser lida de maneira determinista, como se vivêssemos em uma sociedade dominada por aparatos tecnológicos que nos excluem de relações de socialidade *off-line*. Assim, compreendemos que a tecnologia disponível é o resultado de um conjunto complexo de relações sociais que envolvem ciência, técnica, Estado, mercado, aparatos legais, pessoas entre outros fatores.

Considerar a modelagem social da tecnologia, nos termos dessas teorias, pressupõe compreender que tanto a natureza da mídia como as necessidades e desejos dos usuários moldam o significado e a utilidade de um determinado meio digital em um momento histórico específico. Dessa forma, não se trata de realizar análises generalizantes, otimistas ou pessimistas dos usos da rede pelos sujeitos.

Esta perspectiva, da modelagem das mídias, também se encontra nos escritos da Jose Van Dijck (2016), inspiração das reflexões aqui desenvolvidas e tem origens em pensadores dos estudos culturais dos anos 60 e 70, principalmente, Raymond Willians (1979), em suas análises sobre os usos da televisão.

Para Willians, a disseminação de tecnologias como a TV e o rádio apontam para um contexto social de consolidação da vida privada e em família. Dessa forma, trata-se de uma tecnologia que adentra o lar e que é, ao mesmo tempo, móvel.

Os Estudos Culturais, aos quais se filia o pensamento de Raymond Willians, apontavam a necessidade de abordar os usos das mídias para uma compreensão da vida contemporânea. Este conselho ainda permanece relevante para uma perspectiva que não compreende a tecnologia com efeitos unidirecionais, lineares e estruturantes da realidade. Assim, compartilhamos de uma corrente de pensadoras e pensadores que apontam para a modelagem social das mídias, consideram seus usos contextuais e suas transformações do cotidiano.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Nesse sentido, a afirmação de que as tecnologias transformam o mundo precisa ser compreendida de forma a apontar como elas estimulam a produção de sujeitos, se consolidando enquanto tecnologias de si, mas, por outro lado, analisar as diversas possibilidades de usos realizados em contextos específicos.

As pessoas dizem: “A televisão alterou nosso mundo”, ou “a rádio alterou o mundo” ou, para retomarmos ainda mais o tempo, “a imprensa alterou o mundo”. E, geralmente, sabemos, ao menos inicialmente, que o significa essas afirmações. Sem dúvida todos esses inventos produziram efeitos sociais amplos e evidentes. Mas ao estender as afirmações nesse sentido, temos introduzido, as vezes, sem saber, uma categoria a mais: a dos “usos”. O argumento pode, então, tomar distintas direções. Pode-se dizer que o que alterou nosso mundo não é a televisão, nem a rádio, nem a imprensa como tal, mas os usos que se faz em cada sociedade (WILLIAMS, 1992, p. 183).

Compreender os usos do ponto de vista da modelagem envolve inserir as mídias em seus contextos de utilização e compreender o que está em jogo na dinâmicas das plataformas. Uma abordagem sociológica dos usos sociais das tecnologias precisa considerar não apenas os usos em si, mas também os ambientes estruturais e regulatórios que criam as condições de utilização. Nesse sentido, a teórica Jose Van Dijck nos auxilia a compreender as transformações históricas das mídias que fazem com que a plataformas passem de espaços pautados pela conexão, para aqueles direcionados a conectividade, onde a partilha de informações é regida, acima de tudo, por interesses de mercado. Os usuários da rede na atualidade não estão mais simplesmente conectados uns aos outros, elaborando seus conteúdos de acordo com seus interesses, trata-se de uma dinâmica controlada por grandes indústrias que mobilizam dados produzidos sobre o uso, direcionando-os para a publicidade e, consequentemente, para o consumo.

A princípio, o que atraiu muitos usuários a estes sítios foi a necessidade de conexão. Quando a WEB 2.0 impulsionou o desenvolvimento das mídias sociais, nos primeiros anos do novo milênio, a cultura participativa era a expressão em voga na hora de dar conta do potencial de internet para alimentar conexões, construir comunidades e fomentar a democracia. Várias plataformas fizeram seu este espírito encorajado ao começar a fazer da rede um meio mais social. O veloz crescimento das plataformas de mídias sociais teve como resultado que estes sítios foram incorporados por empresas de comunicação, tanto novas, como já existentes. Estas em



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

geral, se mostraram menos interessadas em formar uma comunidade de usuários que em obter acesso a seus dados pessoais. A conectividade não tardou em evoluir até tornar-se um recurso valioso, na medida em que os engenheiros encontraram métodos de codificar toda essa informação em algoritmos que contribuirão a moldar uma forma particular de socialidade online, a ponto tal de convertê-la também em um mercado global de mídias sociais e conteúdo gerado para os usuários. (VAN DIJCK, 2016, p 19).

A forma de acesso às tecnologias pautadas por um processo de conectividade, atravessada por interesses mercadológicos em um vasto mercado de trânsito de informações traz para a socialidade em rede aspectos que são fundamentais de serem discutidos neste trabalho. Um deles diz respeito ao funcionamento dos Serviços de Rede Social.

A autora Danah Boyd (2001) em um texto a respeito do papel das identificações em comunidades *online* abordou como as plataformas em rede se utilizam de três aspectos demográficos para definir o público que as integra, são elas: idade, sexo e localização. A própria dinâmicas dos sites persuadem os sujeitos a se exporem por meio dessas categorias com frases e chamados como “sexo é um valor necessário para realizar sua conta em nosso site”; “saber sua localização melhora os serviços que podemos oferecer para você”, dentre outras.

Para a autora, estes marcadores fazem das plataformas, espaços que, ao contrário de permitir o reforço da diferença e a diversidade de perfis de sujeitos, nos conduz a uma generificação através do sexo biológico, dando possibilidade de só existirem homens ou mulheres no preenchimento dos perfis e também prevê, por meio da localidade e do código postal, o CEP, recortes de classe social e de raça. Este aspecto facilita a seleção de imagens, propagandas e códigos de consumo que irão aparecer para os frequentadores daquele site ou rede social. Um exemplo disso é o fato de que, na timeline de um sujeito da periferia do Rio de Janeiro, como no caso das mulheres dessa pesquisa, não aparece sugestões de moradia, lazer e consumo na zona sul, no Leblon e em Copacabana.

Este recorte de público elaborado pelas plataformas envolve também um formato de WEB específico, intitulado web 3.0. Conectar-se, nos termos da web 3.0, é navegar entre um conjunto de relações sobre as quais é impossível ter total conhecimento e controle. Mas, para abordá-la devemos ter em mente uma breve exposição dos demais formatos de Web.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

A Web 1.0 é aquela que se desenvolve nos anos 90, caracterizada pelos grandes portais de notícias e plataformas de email por meio das quais os usuários se conectam com o conteúdo. Trata-se de uma interface na qual os conteúdos são apresentados de maneira mais verticalizada e independem dos anseios e vontades de quem usa. Um exemplo significativo desse formato de Web são portais de notícias como UOL e Terra.com. Já a Web 2.0, que tem como marco temporal a década dois mil, tem como principal característica o fato de que o conteúdo passou a ser gerado pelos próprios usuários, embora gerenciado por grandes corporações consolidadas no mercado (BAYM, 2011). Por fim, a Web 3.0, também chamada de Web inteligente ou Web Semântica é aquela que utilizamos atualmente, é caracterizado por uma modulação da Internet na qual toda informação é organizada de modo compreensível, não apenas para humanos, mas também para a máquina. Se a Web 2.0 é comemorada como momento em que os usuários produzem material, o que marca, definitivamente, a Web 3.0 é a produção algorítmica de informações, interpretadas pelas ferramentas de hardware.

Estes aspectos apresentados neste momento do texto são importantes, pois compõem uma forma de olhar os usos das tecnologias de informação e comunicação através de sua modelagem, em outros termos, dos múltiplos fatores que conduzem nossa relação com as mídias digitais. Para a pesquisa em pauta, trata-se de compreender de que maneira as plataformas conduzem os usos feitos por mulheres das classes populares e como, suas relações em rede atuam e interferem em seus horizontes aspiracionais.

III. Metodología

As ferramentas metodológicas utilizadas na pesquisa apresentam como pressuposto uma não separação das esferas *on* e *off-line*. Percebo os espaços de conexão, nos termos de Scott McQuire (2011), enquanto espaços relacionais, ou seja, que levam em conta o local de acesso e de usos dos sujeitos, bem como sua constante relação com outros espaços. Desse ponto de vista, a partir de uma perspectiva sociológica de análise das relações conectadas é de fundamental importância compreender como são construídas e negociadas as fronteiras de classe social, gênero,



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

local de acesso, questões raciais, nível de instrução, local de moradia, entre outras diferenças, que estão postas no plano offline e que produzem um tipo de estratificação digital.

Nestes termos, esta perspectiva se afasta de uma observação das relações atravessadas pela tecnologia que desconsideram os usos feitos no cotidiano. Relacionar o modo como a experiência do uso das mídias digitais integra-se à ampliação de horizontes aspiracionais (FACIOLI; MISKOLCI, 2015) ou como incentivam a circulação de repertórios culturais em comunidades menores (PADILHA, 2015) evidenciam como os contextos sociais e culturais são importantes no modo como as mídias são usadas.

Para dar cabo da pesquisa realizei o que chamei de etnografia mediada e multisituada (FACIOLI, 2017), que consiste em uma pesquisa de campo que considera tanto as relações estabelecidas com e por meio da tecnologia, quanto os contextos de acesso, as histórias e experiências que antecedem a conexão por mídias digitais. Olhar para o campo desta maneira permite entender a importância das relações em rede em suas vidas, seus limites e potenciais de acesso, suas buscas na internet e nos serviços de rede sócia, em que momento estão mais ou menos conectadas, qual a estrutura de acesso, dentre outros fatores. É uma pesquisa mediada, pois utiliza as mídias como parte da observação: o que postam, como postam, o que discutem, o que compartilham, como realizam os usos, em que contextos, etc. É também multisituada, pois na medida em que trata de uma relação conectada, se expande para além das fronteiras geográficas convencionais, sendo que as características dos públicos que compõem essa rede, garantem certa homogeneidade a ela. Em outros termos, reconstituir a rede de mulheres das classes populares brasileiras, abre espaço para que tenhamos públicos de distintos lugares do país que, no entanto, apresentam semelhanças no tocante as relações de classe social, gênero, dentre outras, as quais integram.

A pesquisa etnográfica também é multisituada na medida em que acontece tanto por meio da observação e das dinâmicas online, quanto através da presença e observação direta dos espaços off-line habitados pelos sujeitos.

Como campo off-line escolhi a cidade do Rio de Janeiro, especificamente espaços de periferia e subúrbios como as regiões da Baixada Fluminense e parte da Zona Oeste da cidade.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Estes locais foram escolhidos por apresentarem um amplo público abarcado pelo recorte dessa pesquisa e pelo fato de a rede de colaboradores e colaboradoras ter se dado ativamente, ou seja, o próprio campo *online* indicou os espaços *off-line* que mereciam ser estudados na medida em que apontavam para determinadas regiões do país como locais representativos dos públicos em questão.

Online a pesquisa se iniciou em um site que, naquele momento se constituía enquanto uma rede social, chamado Bolsa de Mulher. O Bolsa era uma plataforma de notícias e de socialidade composta por matérias e fóruns de debate que o próprio espaço considerava compor o chamado universo feminino. Discussões sobre relacionamentos afetivos, família, maternidade, beleza, sexo eram assuntos corriqueiros, tanto em meio as notícias apresentadas, quanto nos tópicos de discussão dos fóruns.

A pesquisa empírica, muito embora tenha se iniciado no Bolsa de Mulher, se dedicou a acompanhar a rede formada por minhas interlocutoras. Dessa forma, integrei os grupos criados no Facebook e, de maneira mais recente, no Whatsapp. Para reconstituir essas redes utilizo a noção de site de campo desenvolvida por Jenna Burrell (2009) que pressupõe a necessidade de situar um espaço básico de análise, onde montamos o acampamento da pesquisa. A partir dele, de suas conexões com outras plataformas, com perfis de páginas e de usuários, se expande a rede analisada e o universo da pesquisa.

O termo *site de campo* refere-se a características espaciais do campo base do projeto de pesquisa, o estado no qual os processos sociais sob estudo tomam lugar. Para etnógrafas/os, definir esse espaço é uma importante atividade que tradicionalmente toma lugar antes e nos estados iniciais do trabalho de campo. Isso envolve identificar onde o/a pesquisador(a) pode idealmente ser alocado como observador participante. Uma vez concluído o trabalho de campo, uma etnografia não pode ser escrita sem algum ponto que define este terreno espacial onde o fenômeno social sob estudo tomou lugar. Este é um ato simultaneamente de exclusão e inclusão, indicando o que a pesquisa circunscreve e o que não circunscreve (BURRELL, 2009, p.182).

Por meio dessas redes estabeleci o que chamei, em minha dissertação (FACIOLI, 2013), de conversas de acompanhamento, tendo em vista que o campo na internet apresenta, dentre suas particularidades, o contato constante com os interlocutores, o que dá outro caráter a coleta de



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

informações. Em outros termos, as conversas se alongam por meses e até mesmo por anos, sem o horário marcado e final previsto por entrevistas com roteiro estruturado ou aberto.

O campo online, também me conduziu na escolha de qual seria meu campo “fora” da internet. Escolhi o Rio de Janeiro, pois o Bolsa de Mulher, site que fundou este trabalho, surgiu em solo carioca e teve, durante toda a pesquisa, um grande público dessa região do país. Realizei, ao todo, três visitas a estes espaços, nas quais acompanhei a rotina de trabalho, lazer, familiar, afetiva, dos sujeitos.

A primeira no ano de 2012 em meio a um evento no qual fui apresentar trabalho. Neste momento, passei dois dias com minhas colaboradas, reunidas na casa de uma delas, uma pequena quitinete em Curicica, na Zona Oeste. Tratou-se de uma primeira incursão etnográfica.

A segunda circunstância se deu em novembro de 2013, já em meu doutorado, por conta do casamento de Patrícia. Fui convidada para a festa e acompanhei todos os preparativos por meio do grupo do Facebook, o que incluiu participar de “vaquinhas” para o presente, de planejamento de passeios, de discussões sobre o matrimônio, a vida a dois, etc. Esta incursão aconteceu durante 15 dias, e por meio dela pude conhecer um número grande de usuárias do Bolsa.

A terceira visita aconteceu em abril de 2015 e durou cerca de dez dias. Neste momento, novamente estive alocada na casa de Mara, em Paciência, e circulei por outros espaços, como a Baixada Fluminense. Vale ressaltar que em todas as visitas ao Rio decidi por circular também na Zona Sul e observar a relação dos sujeitos da pesquisa com essa região da cidade, bem como compreender as dinâmicas e fluxos urbanos.

IV. Análisis y discusión de datos

É comum nas plataformas online direcionadas às mulheres, aspectos que nos conduzem ao que Eva Illouz (2016) chamou de cultura da autoajuda ou cultura do aconselhamento. Ou seja, trata-se de um conjunto de informações, na forma de receituários, que aparecem como úteis para ter o mínimo de sucesso em diversas áreas da vida e que nos estimulariam a fazer coisas e atuar no cotidiano.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

No Bolsa de Mulher surgem chamadas como: “4 coisas devem acontecer entre vocês dois para saber se achou a pessoa certa”; “Passo a passo para montar a mala de viagem sem exageros: veja 5 dicas”; “quatro maneiras de deixá-lo arrepiado com provocações no ouvido”; “5 alimentos e produtos que deixam a mulher excitada por conta de seus odores”; “8 segredos para aumentar o desejo e melhorar muito o sexo”, entre outros.

Essas listas apontam que, tais plataformas pensam o público feminino como um seguimento de consumo e, por isso, partem do pressuposto construído culturalmente e por meios midiáticos de que existe um anseio feminino que se enquadraria em características como: ter uma relação afetiva de sucesso, uma boa saúde, um corpo em forma, um comportamento adequado no cotidiano e nas relações interpessoais e uma esfera doméstica ligada à casa e à família, filhos e marido. Da mesma forma, a circulação dos sujeitos na plataforma é modelada pela própria dinâmica do site, que conduz as temáticas ali tratadas, os temas dos fóruns.

É comum também o bombardeio de mensagens publicitárias de grandes empresas: Petrobrás, Metamucil, L’ocitane, Nutrisse, Granitec Pisos, Fibrilar materiais de limpeza, dentre outros produtos, os quais figuram, em grande maioria, como produtos de beleza, saúde e casa.

Quando reflito sobre o horizonte de aspiração das mulheres das classes populares e em que medida eles são deslocados ou ampliados por meio do acesso às mídias digitais precisamos salientar quais discursos estes sujeitos acessam quando estão conectados.

Além disso, existe a necessidade de entender como os serviços de rede social online são criados com base em um sujeito imaginado. Este sujeito não é tirado da mente de programadores e técnicos dos saberes peritos da informática, mas corresponde a um processo histórico do local onde são desenvolvidas, mas também usadas, tais tecnologias. O sujeito imaginado é socialmente imaginado e construído por um conjunto de discursos e práticas que se apresentam nas relações *offline*.

Os públicos aos quais se direcionam as plataformas online podem ser compreendidos enquanto comunidades imaginadas nos termos de Benedict Anderson (1983) quando aborda o debate sobre Estado-Nação como composto não só por instituições culturais, mas também por símbolos e representações. Dessa forma, para este autor, a cultura nacional seria uma forma de



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

organizar nossas ações e mesmo a concepção de temos de nós mesmos. Os discursos elaborados pelas plataformas em rede partem, igualmente, de um aparato representacional acerca dos sujeitos constituído historicamente e no cotidiano. Assim, temos representações dominantes na cultura brasileira acerca do que se considera ser este público feminino ao qual se direciona sites como, por exemplo, o Bolsa de Mulher.

O site Bolsa de Mulher, que começou essa pesquisa, é um forte exemplo dessas manutenções de desigualdades. Todo o conteúdo do site, desde suas matérias até os antigos fóruns de debate estavam pautados por questões direcionadas a esse sujeito imaginado. As dinâmicas das plataformas e, principalmente aquelas comerciais que constam nos espaços online se assemelham muito à propaganda convencional, abordada por Iara Beleli, em sua tese de doutorado:

Para criar maior intimidade com os consumidores, esses grupos são segmentados através de diferenças de sexo, de gênero, de “raça”, de geração..., distinguindo categorias de pessoas. Independente do público-alvo, as peças publicitárias recorrentemente utilizam a sexualidade como chamariz para despertar a atenção dos consumidores e, de forma ambivalente, ora reiteram, ora desafiam normas vigentes. Para além de promover o consumo, a evocação dessas diferenças informa condutas, procedimentos a partir de uma norma presumida, indicando como esses diferentes corpos movimentam a, e se movimentam na, sociedade, ao mesmo tempo, informa um modo de ser nacional. (BELELI, 2005, p. 154).

As condutas informadas pelas plataformas direcionadas ao público consumidor composto por mulheres o coloca como conduzido basicamente pelas relações afetivas, pela família e, remotamente, por um anseio de liberdade e não submissão, mesma novidade dos manuais de autoajuda direcionados às mulheres. Sobre os manuais, apontei em minha dissertação de mestrado (FACIOLI, 2013), que além de mostrarem uma mulher confusa, que precisa repensar sua personalidade, apontam também para um receituário sobre formas ideais de se comportar na relação de forma a otimizá-la e viabilizá-la; sendo tal tarefa responsabilidade da própria mulher.

No que toca as estratégias que as mulheres da pesquisa utilizam tanto para driblar os discursos limitantes do site, quanto para evitar os próprios problemas de uma plataforma bastante rudimentar como era o caso do Bolsa de Mulher, estão a criação de grupos no Facebook, espaço que proporcionou maior garantia de privacidade e de discussão de aspectos pessoais da própria vida.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Nestes grupos as mulheres trocaram reflexões, experiências, textos, imagens que diziam respeito a situações enfrentadas em seus cotidianos e que envolviam traições dos maridos, dilemas familiares e até mesmo situações de violência doméstica. O acompanhamento da criação dessas redes e da circulação de sujeitos pelas plataformas foi fundamental na compreensão tanto do conteúdo compartilhado e discutido, quanto dos anseios a respeito do que se quer abordar em rede e do que se vivencia fora dela.

Falas como *“eu prefiro as amigas do Bolsa, falo muito mais do que acontece comigo a elas, eu gosto de opinar e de ouvir”*, evidenciam que a rede tem potencial de criação de grupos que compartilham de interesses específicos, o que dá potência frente a uma realidade cotidiana que pode ser hostil e que não permite tantos posicionamentos. Nos espaços dos grupos criados nas redes sociais— que são espaços públicos estruturados em rede – as jovens falam de todos aqueles detalhes que, também por não quererem expor em meio ao contexto do local onde moram, preferem optar pela rede onde estão mais protegidas dos olhares conhecidos, curiosos e, muitas vezes, julgadores da vizinhança e do círculo de amizades.

Por meio da tecnologia é possível, tanto fazer frente aos estímulos da cidade estando em contato com o local de origem e moradia, quanto estabelecer relações consideradas de amizade que podem, inclusive, ultrapassar as fronteiras familiares e de amizade estabelecidas nestes locais. Esta frase, que remete a preferir o espaço online para falar de si, foi dita quando conversávamos sobre os motivos que a levaram a acessar o Bolsa de Mulher e ela relatou-me sua experiência de busca por apoio a respeito de um relacionamento amoroso, apontando a importância do auxílio adquirido em rede.

A plataforma também podia ser usada para relatar situações de desamparo e sofrimento na esfera afetiva, familiar e do casamento. Certa vez, uma das interlocutoras relatou situação enfrentada com o marido que culminou em agressão física. Todo o processo de socialidade proporcionado pelo grupo criado no Facebook, caminhou no sentido do apoio emocional, de relatos que também apontavam para experiências parecidas e como elas poderiam ser transformadas. Uma marca geracional presente entre as usuárias mostra que as mulheres mais jovens compreendem a relação amorosa de forma reflexiva e em construção, onde o término, ainda que acarrete desgaste,



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

não figura como horizonte impossível de ser realizado caso algo fuja do esperado, principalmente se as situações culminarem em arranjos dominados por machismo ou pela submissão feminina. São comuns reclamações relativas à falta de espaço, a relacionamentos que sufocam e que não respeitam limites. Igualmente, elogios são tecidos no sentido de apontar como positiva a não interferência nos espaços um do outro e a manutenção da própria autonomia:

“meu marido respeita muito meu espaço [...] eu achava que casamento era prisão, pois era o que eu via em casa, mas o meu não tem sido assim” (Cássia, 29 anos, em um casamento heterossexual);

“Eu tinha cocias de casamento. Achava ridículo o fato de crescer para me preparar pra alguém. Acho que devemos crescer pra prepararmos a nós mesmos. Mas com minha namorada eu penso em coisas que eu nunca quis, como por exemplo, ter filhos!” (Joyce, 19 anos, solteira, mas namora uma garota há poucos meses);

Por fim, para além das plataformas como o Facebook e o próprio Bolsa de Mulher, serviços de rede social como Whatsapp são usados de forma a permitir aos sujeitos maior trânsito pela rede, de modo que é possível construir outras formas de socialidade que escape das restrições normativas de gênero, de sexualidade pressupostas pelo Bolsa de Mulher. O Whatsapp surgiu, para algumas mulheres da pesquisa como espaço que as projeta para fora de um círculo restrito de possibilidade de vivências que ocorre em seus locais de moradia e de convivência familiar. É o caso, por exemplo, de Luana, mulher lésbica, que se utiliza dessa ferramenta tecnológica para manter contato com amigos que estão distantes da região onde morava com a mãe e o irmão. Luana também coloca a internet como fundamental para saber dos lugares de festa e lazer LGBT, onde pode estar presente com a namorada, uma vez que a família não aceita sua orientação sexual e uma vez que se sente exposta aos olhares curiosos do bairro onde cresceu e viveu parte da vida.

Eu não sou muito adepta dos *app* de relacionamento. Gosto mais de conhecer as pessoas da maneira antiga, conversar e tals, eu não curto essa coisa de marcar pra ficar com alguém. Gosto de estar conversando e rolar [...] A internet ajuda muito a gente a obter informações, dá até pra ver opinião das pessoas a respeito dos lugares...uso pra ficar sabendo dos eventos gay. Aqui no Rio tem muito luau gay nas praias e eles usam a internet pra divulgação por exemplo. (Em conversa com Luana via *Facebook*).



Isto posto, é possível perceber as circulações dos sujeitos pelas múltiplas plataformas e que espaço essas dinâmicas de sociabilidade interferem em suas vidas e seu cotidiano.

V. Conclusiones

Este trabalho é resultado de uma pesquisa mais ampla que se debruçou sobre os usos das mídias digitais por mulheres das classes populares brasileiras. Tentei apontar tanto o repertório teórico, conceitual e metodológico que envolve uma pesquisa preocupada com a utilização que as pessoas fazem da tecnologia, quanto evidenciar aquilo que as plataformas apresentam como socialidade possível para suas usuárias. Por outro lado, mostrei, rapidamente, a circulação dos sujeitos por estes espaços, que constituem estratégias de lidar, inclusive, com a fixidez dos serviços de redes sociais.

As mídias digitais, para os sujeitos da pesquisa, se mostraram espaço muito recentes de compartilhamentos de experiências e troca de informações que permitem expandir os repertórios acessados para lidar, dentre outras coisas, com relações cotidianas. No tocante a esfera afetiva, elas permitem a construção de espaços de apoio emocional, bem como de sustentação frente a realidade que pode ser hostil nos lugares familiares e de moradia.

Em rede as mulheres mostraram ter maior segurança e privacidade para abordar temáticas que podem não ter espaços de acolhimento nas relações estabelecidas sem a mediação da tecnologia. Elas tanto podem criar maiores vínculos com amigos e parentes, quanto serem projetadas para fora de circuitos restritos de socialidade. De qualquer maneira, os horizontes de aspiração são afetados por uma intensa circulação de repertórios não possibilitada com as mídias clássicas de broadcasting, caracterizadas por uma produção vertical de conteúdos. Muito embora as redes sociais apresentem dinâmicas algorítmicas que reforçam relações de desigualdade, intensificam o contato com espaços de apoio emocional e de acesso a conteúdos.

VI. Bibliografía



BAYM, Nancy. **Personal connections in the digital age**. Cambridge: Polity, 2010.

BELELI, Iara. **Marcas da diferença da propaganda brasileira**. Universidade Estadual de Campinas, datilo, 2005.

BOYD, Danah. "Sexing the Internet: Reflections on the role of identification in online communities." Presented at **Sexualities, medias and technologies: theorizing old and new practices**. University of Surrey, June 21-22, 2001.

FACIOLI, Lara. **Conectadas**: uma análise de práticas de ajuda mútua feminina na era das Mídias Digitais. Tese de Mestrado, Universidade Federal de São Carlos, datilo, 2013.

_____; MISKOLCI, Richard. Conectadas: experiência de subalternidade e ajuda-mútua feminina online entre mulheres de classes populares. **Mediações** - Revista de Ciências Sociais, v. 20, n. 2, 2015. pp. 129-159, 2015.

_____; Mídias Digitais e Horizontes de Aspiração: um estudo sobre a comunicação em rede entre mulheres das classes populares brasileiras. São Carlos. 230f. Tese (Doutorado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2017.

ILLOUZ, Eva. No coração pulsante da cultura - Entrevista com Eva Illouz. **Contemporânea** - Revista de Sociologia da UFSCar, v. 6, n. 2, jul.-dez, pp. 299-308, 2016.

MCQUIRE, Scott. **The media city**: media, architecture and urban space. London: Sage, 2008.

PADILHA, Felipe. **O Segredo é a Alma do Negócio**: Mídias Digitais Móveis e a Gestão da Visibilidade do Desejo Homoerótico Entre Homens Na Região De São Carlos. Universidade Federal de São Carlos, datilo, 2015.

VAN DIJCK, Jose. **La cultura de la conectividad**: Una historia crítica de las redes sociales. Buenos Aires: Siglo Veintiuno. Editores, 2016.

WILLIAMS, Raymond. **Television** - Technology and cultural form. Hanover, London : Wesleyan University Press, 1992.

WAJCMAN, Judy. *The social shaping of technology*. 2nd ed., Open University Press, Buckingham, UK, 1999.



XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio