

Visibilidade, vigilância, identidade e indexação: a questão da privacidade nas redes sociais digitais¹

Visibility, surveillance, identity and indexation: the issue of privacy in digital social networks

Cíntia Dal Bello² | pubcintia@yahoo.com.br

Doutoranda em Comunicação e Semiótica do PEPGCOS-PUC-SP e bolsista CAPES; coordenadora, docente e pesquisadora do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Nove de Julho; membro do grupo de estudos Plurimídia. Sua pesquisa versa sobre cibercultura, subjetividade e visibilidade mediática, com interesse particular pelas emergentes redes sociais digitais.

Resumo

Nas redes sociais digitais, a exposição generalizada da intimidade dá margem a novos modelos de exploração das informações pessoais ali depositadas (à revelia de autorização prévia). Neste contexto cibercultural, visibilidade, vigilância, identidade e indexação tornam-se indiscerníveis e remetem à versão *up-to-date* e transpolítica do ideal utópico e teleológico de uma *sociedade transparente*, contribuindo para a desvalorização da “privacidade”. Palavras-chave: Futebol; Televisão; Políticas Públicas.

Palavras-chave: Cibercultura; Redes sociais digitais; Privacidade.

Abstract

In digital social networks, widespread exposure of intimacy gives rise to new models of exploitation of personal information deposited in them (in the absence of previous authorization). In this cybercultural context, visibility, surveillance, identity and indexation become indiscernible and evoke the up-to-date and transpolitical version of the utopian and teleological ideal of a transparent society, contributing to the devaluation of “privacy.”

Keywords: Cyberculture; Digital social networks; Privacy.

Introdução

Em tempos pós-modernos, na era da *visibilidade mediática cibercultural* (TRIVINHO, 2010), tornou-se lugar comum afirmar que as fronteiras entre espaço público e privado dissolveram-se. Inclusive, parece inapropriado falar em *invasão de privacidade* quando se observa nas práticas cotidianas de publicação e compartilhamento de informações (em *blogs*, *fotologs*, redes sociais e metaversos) um movimento crescente em busca de exposição e audiência – o que Sibilía (2008) chama, muito apropriadamente, de *evasão de privacidade*.

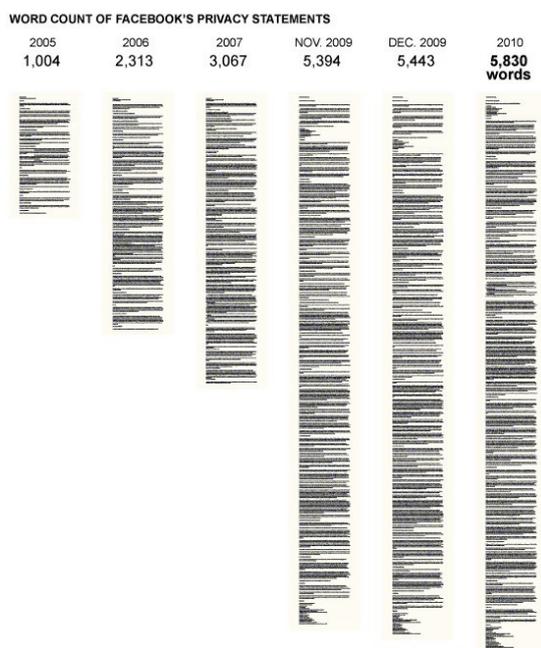


Figura 1. O “tamanho” da política de privacidade do Facebook (New York Times, 12 mai 2010).

Apesar de soar obsoleta, a tal “privacidade” permanece insolente, uma questão que não se dissolve mesmo quando o mais jovem bilionário do ramo das redes sociais – Mark Zuckerberg, cofundador do *Facebook* – decreta que esse tipo de preocupação é um exagero. O fato é que, sob alegação de oferecer um controle preciso, a plataforma transfere ao usuário o ônus de operar cerca de 50 configurações de privacidade, com mais de 170 opções (CORBIN, 2010), ao passo que sua *política de privacidade* torna-se cada vez mais complexa: cresceu de 1.004 palavras para 5.830 em cinco anos (figura 1). No Brasil, o *Orkut*, sensível à necessidade do usuário de compartilhar informações de acordo com seus círculos sociais, lançou um recurso que facilita a publicação de conteúdo por *Grupos de Amigos* cadastrados no perfil – uma reviravolta em relação à propalada tendência de tudo exibir e mostrar sem restrições. O *Facebook*, na sequência, também adotou o recurso.

Ao que parece, a questão da privacidade nas redes sociais do *ciberespaço* não está superada ou exaurida; antes, comparece reconfigurada nos deslocamentos, paradoxos e hibridações característicos da época. O conjunto de exemplos denota uma escalada que acompanha, por sua vez, a crescente

complexidade das plataformas ciberculturais de relacionamento e projeção subjetiva. Eles apontam para a necessidade premente de reflexão sobre a pertinência do conceito de “privacidade” em meio a tantos mecanismos de busca, rastreamento, indexação, vigilância e visibilidade que dão lastro tecnológico a novas formas de ser, estar e relacionar-se com o mundo.

Privacidade e individualidade: deslocamentos pós-modernos

Privacidade, individualidade, identidade e sujeito são conceitos que se irmanam nas concepções políticas, ideológicas e teleológicas do projeto moderno. Para Sibilia (2008), os quartos privados do mundo burguês foram fundamentais para o desenvolvimento das noções de individualidade e identidade – pois era no silêncio dessas fronteiras físicas que os indivíduos podiam perscrutar seu íntimo (para aquém das fronteiras da pele, do corpo) e dar vazão, em diários pessoais, aos pensamentos constitutivos de sua essência, seu núcleo interior, seu “eu”. Esta prática solitária era compreendida como uma forma de se chegar ao conhecimento daquilo que diferencia e torna autêntico o sujeito centrado e pensante (cartesiano). Constituir-se como indivíduo tratava de perceber-se como único e indivisível; ter uma identidade coerente, linear e contínua temporalmente, em constante evolução – razão de ser dos registros diários íntimos que permitiam a tomada de perspectiva sobre a história da própria existência, uma busca da verdade sobre si. Esses diários particulares invariavelmente tinham circulação restrita, quando não eram objetos “cadeados”, guardados no segredo de baús ou gavetas.

No século XX, foram diversos os abalos sísmicos que implodiram a confiança generalizada da modernidade na racionalidade científica e tecnológica como determinante de um futuro melhor – afinal, essa mesma “racionalidade” conduziu a humanidade ao Holocausto e às bombas de Hiroshima e Nagasaki. Todas as certezas teleológicas que conformavam a atuação no presente com vistas à conquista do destino pulverizaram-se em face do horror.

Ao *indivíduo* resultante da luta coletiva pelo direito à liberdade, igualdade e fraternidade – luta em que o direito à privacidade ganhou o contorno moderno –, sobram a urgência do presente e uma pluralidade de incertezas, inclusive sobre *quem é* ou *quem deve ser*.

Por essa razão, não é possível mais falar em *sujeito* sem considerar que este, agora, é outro: descentrado, encadeado no discurso, atravessado pelos contextos, diluído, inexistente; o mesmo ocorre com *identidade* (plural, contraditória, temporária, múltipla, fragmentada). Por seu turno, as tecnologias do tempo real, ao facultar ubiqüidade na projeção e manifestação cibermediática, fazem surgir (*in*)*divíduos*: aqueles que não são mais redutíveis a si mesmos na medida em que espalham-se e colocam-se (*in*) nos diversos fragmentos ou constructos subjetivos (*divíduos*) que espargem pelas redes. De fato, não são sujeitos (na acepção de “mônadas”), mas *subjetividades* flutuantes ou rarefeitas, quando não completamente liquefeitas ou pulverizadas.

Não seria diferente com o conceito de *privacidade*. Se a privacidade estava intrinsecamente vinculada à existência de espaços privados (como a

residência, em primeira instância, e o quarto de dormir, ainda mais privativo), identificáveis por efeito de contraste com aqueles que são de domínio público, o que pensar sobre todo o conjunto de dispositivos tecnológicos que confere acesso público ao ambiente privado? Embora câmeras de vigilância e escutas telefônicas estejam associadas à *invasão de privacidade*, webcams instaladas pelos próprios (*in*)*divíduos* em seus quartos são indicativos de um movimento de evasão das paredes protetoras (e “sem graça”) do espaço privado – haja vista a prática do *sexting*, que tem ganhado cada vez mais adeptos entre jovens brasileiros (inclusive menores de idade).

A espetacularização da *intimidade* nos diários *online* (SIBILIA, 2008) sinaliza que não apenas muros e paredes (contornos fronteiros concretos entre público e privado) foram transpostos, mas também baús, gavetas e cadeados que guardavam os pequenos e grandes segredos do cotidiano. Embora o sistema de arquivamento de *posts* dos *blogs* ainda tenha alguma relação com o encadeamento do discurso na passagem do tempo inerente aos antigos diários de papel, que perspectiva histórica da própria vida é possível desenvolver na visibilidade histórica e “ensurdecadora” do *Twitter*, *microblogging* comprometido de forma inexorável (não com o presente, mas) com o instantâneo?

Privacidade, identidade, vigilância e controle: o indivíduo moderno

De acordo com a proposição de Jameson (1994), a pós-modernidade não representa, necessariamente, uma ruptura total com a modernidade, correspondendo antes ao recrudescimento de tendências que já estavam presentes³. Nesse sentido, talvez seja possível e apropriado retomar as discussões de Foucault sobre visibilidade e vigilância – principalmente quando Mark Zuckerberg assume que a missão do *Facebook* é tornar o mundo “mais aberto e conectado”.

A instituição da visibilidade como instância de vigilância global e, ao mesmo tempo, individualizante é uma estratégia moderna de resolução do “problema da acumulação dos homens” (FOUCAULT, 1979, p. 214) associado ao perturbador crescimento demográfico nos centros urbanos no século XVIII. A arquitetura do *Panopticon*, de Bentham, aplicável a hospitais, prisões, escolas e fábricas, visa à restauração da disciplina quando *muitos* precisam ser “administrados” por *poucos*. A adoção do projeto pelos revolucionários franceses, em plena época das Luzes, está em consonância com a ideia de que a opinião pública, como instância de visibilidade total, é preventiva: o “olhar dos outros, o discurso dos outros” (Ibid., p. 215-216) constituiriam fatores impeditivos de que qualquer um fizesse algo passível de punição.

Este reino da ‘opinião’, invocado com tanta freqüência nesta época, é um tipo de funcionamento em que o poder poderá se exercer pelo simples fato de que as coisas serão sabidas e de que as pessoas serão vistas por um tipo de olhar imediato, coletivo e anônimo. Um poder cuja instância principal fosse a opinião não poderia tolerar regiões de escuridão. Se o projeto de Bentham despertou interesse, foi porque ele fornecia a fórmula, aplicável a muitos domínios diferentes, de um ‘poder exercendo-se por transparências’, de uma dominação por ‘iluminação’ (Ibid., p. 217).

O modelo estrutural do *Panopticon* de Bentham propõe o exercício do poder pelo *olhar*, ou seja, pela instituição da visibilidade e da transparência como estratégias de submissão e dissuasão, materializando, na prática, a esfera da opinião pública como instância preventiva: “o simples fato de que as coisas são sabidas e de que as pessoas serão vistas por um tipo de olhar imediato, coletivo e anônimo” (Ibid., p. 216-217) parece suficiente para *inibir* o outro de agir mal. A fórmula disciplinar moderna, ao conjugar visibilidade e vigilância, esconjura a privacidade (rincão de obscuridade e articulação de interesses particulares) e sonha com uma sociedade transparente em que cada um, tendo interiorizado o olhar do vigia, pudesse exercer uma vigilância contínua sobre e contra si mesmo.

Assim, para os reformadores do século XVIII, sob a vigília constante dos olhares alheios o indivíduo perderia sua capacidade de querer fazer o mal. Por essa razão, qualquer zona de obscuridade ou invisibilidade – zonas opacas que não permitem o exercício da opinião pública pelo corpo social e a instituição de uma *sociedade transparente* – deveriam ser repudiadas.

Um medo assombrou a segunda metade do século XVIII: o espaço escuro, o anteparo de escuridão que impede a total visibilidade das coisas, das pessoas, das verdades. Dissolver os fragmentos de noite que se opõem à luz, fazer com que não haja mais espaço escuro na sociedade, demolir estas câmaras escuras onde se fomentam o arbitrário político, os caprichos da monarquia, as superstições religiosas, os complôs dos tiranos e dos padres, as ilusões da ignorância, as epidemias (Ibid., p. 216).

Os espaços privados neste período (de 1789 a 1794, principalmente) são considerados facciosos e dados à conspiração interesseira, contrários aos ideais da nação. Antes, portanto, da ascensão do movimento romântico, em que o indivíduo fecha-se sobre si e sua família. Desconfiar-se-á de todo e qualquer interesse privado que possa conturbar a dimensão da esfera pública – modelo de comportamento a ser seguido. Só mais tarde a esfera privada bem como a inviolabilidade do corpo e da residência do indivíduo serão delineadas (por efeito de contraste e graças às pressões da dimensão pública).

Com o condicionamento sistemático da opinião pública aos interesses econômicos e políticos que comandam os *media*, o caráter utópico desta política ficou evidente desde o século XIX. A instauração do poder do olhar pelo dispositivo de vigilância de Bentham não ocorreu sem sofrer efetiva resistência (FOUCAULT, 1979), além de revelar-se ineficiente mediante o crescimento da multidão. O modelo panóptico de controle, dependente da memória visual de seus agentes para reconhecimento interpessoal, cedeu lugar a mecanismos de identificação mais refinados: o porte de papéis de identificação para operários, domésticos, militares, prostitutas, crianças abandonadas e viajantes (1854); emprego de fotografia (1876), identificação antropométrica (1882) e registro de marcas corporais e digitais (início do século XX) no sistema prisional e, a partir de 1912, aos nômades, comerciantes e industriais itinerantes (CORBIN, 1991, p. 429-435).

A nova ameaça que tais procedimentos fazem pesar sobre o segredo da vida privada começa a inquietar. [...] o temor da violação do eu e seu segredo engendra o fantástico desejo de decifrar a personalidade que se oculta e de intrometer-se na intimidade dos outros; muda preocupação que embasa o esnobismo do incógnito, atíça a tentação da carta anônima, contribui para o prestígio do voyeurismo do fim-de-século, explica a emergência da personagem do detetive em busca de pistas (Ibid., p. 435-436).

O sentido de *invasão de privacidade* emerge como algo indesejável na medida em que pululam os símbolos do eu, reforçadores do sentimento de *individualidade*. Corbin (1991) inventaria uma série de práticas novas para a época: a contemplação diária da silhueta corporal com a popularização dos espelhos, a posse da imagem própria com a difusão de retratos e fotografias, a marcação dos objetos pessoais com monogramas, o uso social de objetos de distinção (prêmios, diplomas, quadros de honra ao mérito, condecorações), a prática do diário íntimo, a montagem do álbum, a leitura silenciosa, a coleção de objetos antigos e a manutenção do museu familiar, a vigilância sobre o corpo e a disciplina de suas pulsões. O indivíduo comparece ensimesmado, introspectivo. As pressões de *ser alguém*, de ser único, levam ao aparecimento de novos sofrimentos íntimos: o indivíduo moderno teme fracassar no imperioso esforço de delimitar sua singularidade.

A espetacularização da vida pessoal: dissolução de fronteiras, inversão de valores e evasão de privacidade

No século XX, o sentido de *vida pessoal*, ainda mais privada, reescala as normas da vida privada familiar e da vida pública/profissional. Sua emergência é possível, segundo Prost (1992), graças à ampliação das moradias e seus espaços de conforto. A construção de residências e conjuntos habitacionais funcionais contribui para a desvalorização das relações de vizinhança e a decadência dos espaços de convívio responsáveis pela transição gradual entre a privacidade da casa e a total impessoalidade da esfera pública do trabalho, agora burocratizado. A socialização dos filhos, a liberalização da mulher e a dissociação entre sexualidade e procriação abrandam os imperativos da instituição familiar. O corpo reabilitado pode ser olhado sem pudor e é cuidado para ser exibido; exige-se respeito categórico à integridade física e a recusa à velhice generaliza-se.

De fato, o corpo se tornou o lugar da identidade pessoal. Sentir vergonha do próprio corpo seria sentir vergonha de si mesmo. [...] Mais do que as identidades sociais, máscaras ou personagens adotadas, mais até mesmo do que as idéias e convicções, frágeis e manipuladas, o corpo é a própria realidade da pessoa. Portanto, já não existe vida privada que não suponha o corpo (Ibid., p. 105).

A conquista do lazer, tempo das férias e espaço dos clubes, bem como os jogos, levam à suspensão de normas e hierarquias, instituindo outras regras e critérios de relacionamento e convívio. A ascensão da moda, do humor e da inconsistência das mensagens publicitárias, o abrandamento dos formalismos e a desmistificação dos registros e referências da vida pública levam ao

apagamento das diferenças de posição e à diluição dos papéis, embora os códigos sociais, mais discretos e complexos, não deixem de ser efetivos.

Em contrapartida, os meios de comunicação de massa e a publicidade modelam os comportamentos cotidianos, uniformizam gostos, ideias e opiniões, colonizam o imaginário pessoal e engendram mercados para produtos em série enquanto “cada qual julga que está se personalizando mais” (Ibid., p. 148). O caráter transpolítico da revolução em curso, delineadora da cultura mediática, pode, assim, ser ilustrado:

Não se trata, porém, de uma maquinação, e sim do próprio funcionamento de nossa sociedade. Não são decisões de alguns agentes maquiavélicos que teriam decidido impor suas ideologias. Nem as pessoas dos meios de comunicação nem os publicitários alimentam tais intenções. Aliás, eles formam uma nebulosa de contornos fluidos, onde ninguém detém um verdadeiro poder. Dentro desse grupo, cada qual simplesmente executa sua tarefa. Mas a rede das comunicações é tal que, mesmo sem um acordo prévio, todos se interessam pelos mesmos assuntos nos mesmos momentos, para desenvolver as mesmas opiniões. [...] E, para não cansar, é preciso personalizar. Entre a mídia e o público, a comunicação substitui a informação (Ibid., p. 148-149).

Na cultura mediática, a notoriedade pública torna-se medida de sucesso e a dimensão do espetacular avança para a vida privada de políticos, artistas e campeões. O desvanecimento das fronteiras entre público e privado e a contaminação recíproca entre seus códigos produzirão uma crescente desvalorização da privacidade – a celebração da individualidade move-se do interior para o exterior: abandona o reduto íntimo (da mente, do corpo, do quarto, da residência) para alcançar as superfícies (da pele, da imagem, da espacialidade pública dos *media*).

Se antes os mecanismos de identificação feriam a privacidade do indivíduo (moderno, romântico e introspectivo) e eram sentidos como uma verdadeira *invasão*, a larga adesão às redes sociais digitais parece testemunhar, na modernidade tardia, o arrefecimento do sentimento de “eu” em perfis e avatares publicizados nas instâncias midiáticas da visibilidade ciberespacial.



Figura 2. Capa da Time (20 mai. 2010).

Como ápice dessa inversão de valores, a “popularização” das plataformas ciber culturais de relacionamento deve-se principalmente à facilidade de publicação e projeção das subjetividades nos rincões locais de visibilidade mediática (Dal Bello, 2009). No âmbito das redes sociais digitais, a privacidade é considerada um obstáculo concreto à realização de *um mundo mais aberto*, razão pela qual o *Facebook* sentiu-se no direito de suprimi-la em diversas ações inventariadas⁴ por Fletcher (2010) na reportagem que foi capa da *Time* (figura 2).

A privacidade, compreendida como um conjunto de direitos, comparece como detestável opacidade que relega o indivíduo ao anonimato. O exercício da cidadania jaz inscrito no paradigma sociocultural da visibilidade mediática e testemunha o entranhamento da lógica da indústria cultural no imaginário social. Nesse sentido, pode-se afirmar que a “cibercultura, mesmo fincada em personalização tão peculiar do uso das interfaces tecnológicas, não trouxe, a rigor, nada de novo, ao ter, quando muito, apenas requestrado a tradição” (TRIVINHO, 2010, p. 11). Eis porque a privacidade, nos discursos mediáticos, é apresentada como algo em vias de superação (ou a ser superado) em prol de uma sociedade mais aberta em que seja possível celebrar a vista de larga audiência a normalidade do cotidiano e a banalidade massificante do “eu sou eu”. Para além da perspectiva ingênua de que este discurso *apenas* reflete um comportamento ou uma mentalidade de época, há que se contrapor o fato de que a *evasão de privacidade* é estimulada quando valorizada como diferencial da novíssima *Geração Y*.

Visibilidade, vigilância, identidade e indexação: privacidade como resistência?

Se, do ponto de vista da arquitetura, o modelo de visibilidade centralizado- ra, omnividente e disciplinar do *Panopticon* não seja aplicável à nuvem difusa de informações do ciberespaço, por outro lado, a frase “cada camarada torna-se um vigia” nunca foi tão atual, bastando adaptar “camarada” para “amigo” ou “seguidor”, denominações comuns nas redes sociais digitais para designar aqueles que configuram a audiência particular de um usuário. Obviamente, existem limitações que restringem sua transposição imediata para a leitura da dinâmica visibilidade- vigilância nas redes sociais digitais, tendo em vista que o panóptico foi concebido para a manutenção da rotina e da ordem em locais físicos fechados e populosos cujos integrantes não estão necessariamente por livre e espontânea vontade. Neste sentido, a naturalização da cultura da delação (de comportamentos ou conteúdos inadequados, conforme figura 3) como recurso para atender à necessidade de controle sobre a publicação de seus usuários não se aproxima (bastante) da ideologia disciplinar?

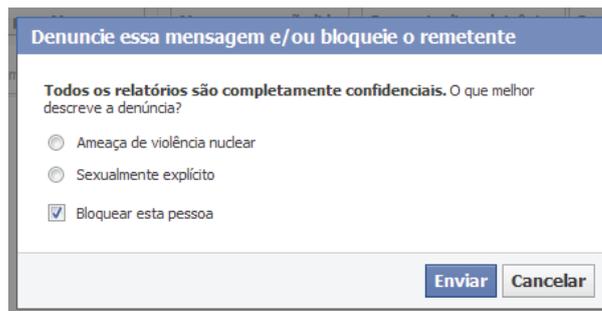


Figura 3. Opções de denúncia no Facebook (10 jan. 2011).

O que muda, em essência, não é a paridade entre visibilidade e vigilância, mas a predisposição pessoal à exibição pública e sua crescente naturalização. A Geração Y não parece se incomodar com as possibilidades de rastreamento, controle e indexação a que está sujeita quando se inscreve nas redes. A sedução dos jogos de sociabilidade calcados na lógica do “apareser” (Dal Bello, 2009), somada à sensação de segurança no conforto das residências e à superficialidade dos relacionamentos, sítiam possíveis temores no “universo paralelo” do ciberespaço. O senso comum expresso por esta figura do imaginário coletivo deve sofrer inevitável transformação com o avanço das tecnologias móveis de conexão contínua, geolocalização no território e sobreposição (ou hibridação) entre ambientes digitais e físicos. Mas a troca de uma metáfora (falaciosa) por outra (?) custará aos indivíduos o pouco de privacidade que lhes resta, já que os mecanismos de indexação estão em vias de se tornar ainda mais totalitários e precisos.

A explosão demográfica das redes sociais digitais, que possibilitam a manifestação subjetiva e a promoção do “eu” para uma audiência cativa, formada por *amigos* ou *seguidores*, assinala o quanto tais plataformas parecem corresponder à necessidade de *ser reconhecidamente alguém*, democratizando o acesso à realização do sonho de ser *star* em um *star system* particular. Por confundir-se tão intimamente com o imaginário do espetáculo, a visibilidade facultada pelas redes torna-se imprescindível e desejável – ainda que traga consigo, pois lhe é intrínseca!, a faceta da vigilância.

É exatamente neste ponto que reside o valor mercadológico de uma rede social: ela congrega indivíduos que a utilizam como base de apresentação, comunicação e ambiente de relacionamento; classifica-os em grupos de perfis combinando variáveis diversas; rastreia deslocamentos coletivos ou individuais de interesse; indexa, a qualquer tempo, qualquer *um* para entregar-lhe mensagens (em geral publicitárias) particularmente significativas. Para que essas considerações não pareçam abstratas ou teóricas, basta acrescentar que *Orkut* e *Facebook* têm operado “no azul”. Ao passo que configuram entre os *sites* mais acessados do mundo, tais plataformas consolidam um rentável modelo de negócio baseado em visibilidade, vigilância, identidade e indexação. Em decorrência, é óbvio que suas políticas

de privacidade tornam-se cada vez mais complexas, de modo a assegurar a exploração comercial dos recursos subjetivo-informacionais e resguardá-las da responsabilidade por eventuais problemas que os indivíduos tenham ao se tornarem cada vez mais *abertos e conectados*.

Nesse sentido, cabe um rápido comentário: o *Google* tem anunciado, muito oportunamente e na contramão das práticas do *Facebook*, um processo de simplificação de suas múltiplas políticas de privacidade. O lançamento do *Grupo de Amigos*, para a nova versão do *Orkut*, sinaliza sua preocupação em não desmerecer a confiança de seus usuários. Ao subsidiar e promover recursos mais simples de controle de privacidade, o *Google* espera que os usuários sintam-se seguros para *compartilhar mais*. A inversão da lógica é estupefante: trata-se de reabilitar a privacidade para poder explorar melhor as preciosas informações que só trafegam em sua esfera.

Embora os proponentes de uma *sociedade transparente* não tenham vivido para montarem seus perfis no *Facebook*, é possível inferir que teriam reivindicado, em nome dos interesses públicos, acesso irrestrito às informações ali depositadas. Afinal, o potencial deste dinâmico banco de dados não passou despercebido às autoridades de segurança dos Estados Unidos que têm estudado a proposição de “novas leis e formas de controlar as mensagens que os usuários trocam pela web”. A campanha contra o terrorismo, a grande obscuridade do século XXI, exige que se contemple “a necessidade de equilibrar a segurança nacional e a privacidade dos usuários” (AGUIARI, 2010).

Novas tecnologias, velhas tensões: talvez seja o momento de reabilitar a privacidade como novíssimo rincão de resistência e afirmação dos direitos individuais ao invés de qualificá-la de obsoleta, declará-la morta e entregá-la aos cães. Nesse sentido, não apenas a sociedade civil organizada tem se mobilizado; são inúmeros os casos de usuários que adotaram, por iniciativa própria, um padrão de uso moderado das plataformas ciberculturais. A despeito do discurso corrente de dissolução de fronteiras entre público e privado, compreendem que ainda há *algo* de absolutamente particular cuja preservação depende *em parte*⁵ de como utilizam o instrumental das redes. Suas estratégias, entre outras, incluem:

- a) sonegação parcial ou adulteração de informações pessoais;
- b) dissimulação da identidade oficial por meio da adoção de *fake profile*;
- c) uso superficial de múltiplas plataformas e perfis;
- d) restrição do número de *amigos*;
- e) classificação dos *amigos* em grupos para personalizar a publicação dos conteúdos;
- f) aplicação de “cadeados” aos conteúdos publicados (o que limita sua visibilidade à rede de *amigos* autorizados);
- g) seleção de imagens (para publicação) que não revelem a localização geográfica da residência, da escola e do ambiente de trabalho;

h) uso de canais de comunicação mais apropriados para tratar de assuntos privados.

Para concluir, um breve relato: em 1 de outubro, por ocasião do lançamento do *Google Street View* no Brasil, perguntei a um jovem (aqui nomeado Jr., 19 anos) se ele não ficava “assustado” com tamanha exposição. Afinal, lá estava a sua rua, a sua casa, o seu portão. Ele respondeu que não, afinal, “*minha geração cresceu com a Internet. A gente não está muito preocupada com essa tal privacidade. Pra gente, isso é normal*”. Ficou patente que o termo marcava um diferencial entre nós: seu descaso pela problemática estava em consonância com o orgulho por pertencer a uma nova geração. “*Não sou funcionário público, nem terrorista. Não faço nada de errado. Por isso, eu não ligo. Pelo menos até certo ponto*”.

A partir daí, narrou três casos particulares de *invasão de privacidade* (no primeiro, foi vitimado pela própria namorada; no segundo, localizou uma pessoa pelo *Orkut* em menos de trinta minutos partindo do cruzamento de informações mínimas; e no terceiro, descobriu que o *link* para os perfis falsos utilizados no *Formspring* para trocar confidências com a namorada fora publicado pelo *Facebook* sem sua permissão). Também falou sobre como essas situações alteraram seu comportamento em relação ao uso das redes, tornando-o mais cuidadoso. No terceiro caso, por exemplo, ao ver sua intimidade exposta, deletou imediatamente todo o conteúdo e bloqueou a visibilidade dos perfis – o que parece incoerente e desnecessário, pois neles já não havia mais nada.

Ao término da entrevista, Jr. ficou bastante surpreso ao perceber o quanto sua prática cotidiana recente destoava de sua crença (mais “antiga”): ele zelava pela “tal” privacidade muito mais do que supunha, embora ainda guarde certa ingenuidade em relação às tecnologias de indexação – “*Se você quiser, pode divulgar meu nome verdadeiro. Imagina, meus amigos e minha namorada não têm interesse em cibercultura, nunca achariam o seu blog!*”.

Referências

AGUIARI, Vinícius. Governo Obama quer grampear redes sociais. 27 set. 2010. *Portal Exame*. Disponível em: <http://info.abril.com.br/noticias/internet/governo-obama-quer-grampear-redes-sociais-27092010-37.shl>. Acesso em 29 set. 2010.

BILTON, Nick. *The price of Facebook Privacy?* Start clicking. 12 mai. 2010. *The New York Time*. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2010/05/13/technology/personaltech/13basics.html>. Acesso em 18 set. 2010.

CORBIN, Allain. Bastidores. In: PERROT, Michelle et al. (org.). *História da vida privada, 4: da Revolução Francesa à Primeira Guerra*.

São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

DAL BELLO, Cíntia. *Cibercultura e subjetividade: uma investigação sobre a identidade em plataformas virtuais de hiperespetacularização do eu*, 2009. 130 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=9410.

FLETCHER, Dan. *How Facebook is redefining privacy*. Time. 20 mai. 2010. Disponível em:
<http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1990582-1,00.html>. Acesso em: 17 set. 2010.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

JAMESON, Frederic. *Espaço e imagem: teorias do pós-moderno e outros ensaios de Frederic Jameson*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1994.

PROST, Antoine. *Fronteiras e espaços do privado*. In: PROST, Antoine et al. (org.). *História da vida privada, 5: da Primeira Guerra a nossos dias*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

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

TRIVINHO, Eugênio. *Visibilidade mediática, melancolia do único e violência invisível na cibercultura: significação social-histórica de um substrato cultural regressivo da sociabilidade em tempo real na civilização mediática avançada*. In: XIX Encontro Nacional da COMPÓS, 19., 2010, Rio de Janeiro. Disponível em: http://compos.com.puc-rio.br/media/gt1_eugenio_trivinho.pdf. Acesso em: 15 set. 2010.

Notas:

1- Este artigo é uma adaptação estendida do texto originalmente apresentado no IV Simpósio Nacional da ABCiber (eixo temático “Redes sociais, comunidades virtuais e sociabilidade”) com o título “Sorria, você está sendo indexado! A questão da privacidade nas plataformas de relacionamento e projeção subjetiva”.

2- Doutoranda em Comunicação e Semiótica do PEPGCOS-PUC-SP e bolsista

CAPES; coordenadora, docente e pesquisadora do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Nove de Julho; membro do grupo de estudos Plurimídia. Sua pesquisa versa sobre cibercultura, subjetividade e visibilidade mediática, com interesse particular pelas emergentes redes sociais digitais.

3- Para Jameson (1994, p. 38-39), a investigação sobre o pós-moderno pode ser reveladora do moderno e, talvez, “o inverso também seja verdadeiro, embora os dois nunca tenham sido pensados como constituindo opostos simétricos. Uma alternância ainda mais rápida entre eles poderá, pelo menos, evitar que se cristalizem a postura celebratória ou o anacronismo do fulminante gesto moralista”.

4- Dentre elas, as iniciativas Facebook Beacon, em 2007, Facebook Connect, em 2008 e Open Graph, com o Facebook Like Button, em 2010. Além disso, Fletcher (2010) chama a atenção para os seguintes fatos: (a) no passado, o padrão de exibição das informações foi alterado para a exposição máxima, exigindo que o usuário arcasse com o ônus de configurar suas restrições de privacidade; (b) em dezembro de 2009, não-usuários passaram a visualizar informações de seus membros, incluindo lista de amigos e interesses; e, embora muitos tenham reconfigurado suas opções de privacidade, “ainda é quase impossível burlar a forma como os dados podem ser usados em outros lugares”, considerando-se a variedade de aplicativos e sites parceiros da plataforma; (c) em 5 de maio de 2010, a Electronic Privacy Information Center apresentou uma queixa à Federal Trade Commission contra o Facebook, relatando as mudanças frequentes em sua política de privacidade e a “tendência de projetar controles de privacidade que, se não enganosos, não são intuitivos”.

5- Há inúmeros recursos de rastreamento e indexação difíceis (se não impossíveis) de serem burlados pelo usuário comum. Além disso, ainda que o indivíduo faça uso de identidade falsa ou do anonimato para comunicar-se pelas redes, algo de sua subjetividade ficará latente – o que permitirá a entrega de mensagens publicitárias customizadas.