

O indivíduo, o espaço público e as redes sociais digitais: diálogos e problematizações

Nadia Garlet¹

Elisângela Carlosso Machado Mortari²

Universidade Federal de Santa Maria

Resumo: Este trabalho é um resumo de uma pesquisa monográfica e expõe a problemática do tensionamento entre o indivíduo e o espaço público nas redes sociais digitais a partir da exemplificação e de uma abordagem teórica. Para isso, usou-se como metodologia a revisão bibliográfica a fim de entender a relação dos indivíduos com as redes sociais digitais, a partir da forma como eles foram se fazendo presentes nessas redes; o estudo de caso, para verificar se o indivíduo perde a sua individualidade no espaço público das redes sociais digitais; a entrevista em profundidade, como forma de entender se os indivíduos representativos de uma organização podem dissociar-se da imagem dela nessas redes. A partir do estudo realizado pode-se ter uma pequena visão do modo como os indivíduos estão utilizando as redes sociais digitais e as consequências de seu uso inadequado.

Palavras-chave: indivíduo; redes sociais digitais; espaço público.

¹ Autora da pesquisa. Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria.

² Orientadora da Pesquisa. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria.

INTRODUÇÃO

Esse trabalho é o resumo de uma pesquisa monográfica que tem como tema a negociação entre o indivíduo e o espaço público nas redes sociais digitais, como tentativa de abordar o tensionamento e a negociação entre eles [o indivíduo e o espaço público] nessas redes, onde se observa uma dificuldade muito grande em desvincular as duas esferas: esfera particular (indivíduo) x esfera pública (público).

A relevância do tema lhe é conferida, haja vista a incipiência da questão das redes sociais digitais e a pouca discussão a respeito da forma como estão sendo utilizadas pelos indivíduos. Porém, apesar dessas constatações, o avanço das redes sociais é considerável. Em 2008, estudos apontavam a existência de 240 milhões de usuários em redes sociais em todo o mundo³, já a pesquisa realizada em julho de 2010, mostra que apenas a rede social Facebook⁴ apresentava 500 milhões de usuários⁵ e no Brasil, dados apontam que as redes sociais já são responsáveis por 62% do tráfego da *web*⁶.

Por outro lado, esse tema torna-se igualmente importante porque é primordial, na prática de relações públicas, saber trabalhar com a comunicação interna. Além disso, o uso das redes sociais digitais por colaboradores de uma organização deve fazer parte do processo de comunicação. Assim, se um indivíduo é muito representativo para a organização, tem um cargo de chefia, por exemplo, seu nome está diretamente associado a ela. É, portanto, necessário que ele saiba portar-se no espaço público, a fim de não ferir a imagem da organização nem a sua própria. Para tanto, é preciso que alguém o oriente em relação a qual a melhor postura a ser adotada.

Assim, seja pela falta de estudos na área ou pela relevância da temática, à área de relações públicas importa fazer uma abordagem sobre as redes sociais digitais, com o olhar direcionado ao indivíduo, aqui entendido como todo e qualquer sujeito que esteja em um espaço público interagindo com os demais em nível de igualdade de direitos, e a sua relação no espaço público, ou seja, nas redes sociais digitais.

³ <http://www.wharton.universia.net/index.cfm?fa=viewArticle&id=1604&language=portuguese>

⁴ www.facebook.com

⁵ <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/facebook-atinge-500-milhoes-de-usuarios-no-planeta>

⁶ <http://www.mundodomarketing.com.br/10,11077,redes-sociais-sao-responsaveis-por-62-do-trafego-na-internet-brasileira.htm>

A respeito das redes sociais digitais, é possível considerá-las como um fenômeno social contemporâneo e como um lugar recente, portanto, não se sabe de que forma ocupá-lo nem como se posicionar nele. Nessa medida, é também importante entender como os indivíduos podem ocupar esse espaço que é público, ou seja, como ocupar o espaço público compreendido pelo seu caráter de visibilidade. Dito de outra forma, no espaço público, todos têm acesso a todos, não existindo uma diferenciação entre os indivíduos. Dessa forma, um indivíduo comum tem os mesmos direitos e possibilidades que outro indivíduo que exerça alguma relação de poder fora desse espaço. O espaço público é, por conseguinte, um lugar de encontro e conflito entre todos os indivíduos e entre suas opiniões.

Assim, a problemática desta pesquisa se concentra na investigação dos tensionamentos entre indivíduo e espaço público nas redes sociais digitais, isto é, como os indivíduos associados a organizações⁷ podem se fazer representar sem agredir o lugar institucional do qual fazem parte.

O objetivo é, portanto, entender como acontece o tensionamento e as negociações entre indivíduo e espaço público nas redes sociais digitais e, a partir disso, buscar entender essa relação, bem como de que forma eles foram se fazendo presentes nesses meios; analisar se os indivíduos perdem sua individualidade no espaço público das redes sociais digitais; averiguar se os indivíduos representativos de uma organização podem se dissociar da imagem dela nessas redes.

Recorte metodológico

A metodologia deste estudo é híbrida, composta de revisão bibliográfica, entrevista em profundidade e estudo de caso. A revisão bibliográfica busca fundamentar as questões impostas pela pesquisa, isto é, entender a relação dos indivíduos com as redes sociais digitais e a forma pela qual eles foram se fazendo presentes nesses meios, de acordo com a definição de Stumpf (2010). Para esse autor, a revisão bibliográfica

é um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam

⁷ Entende-se por organização toda e qualquer empresa que possua colaboradores, podendo ser de caráter público ou privado.

posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico (STUMPF, 2010, p. 51).

Quanto à entrevista em profundidade, tem-se o objetivo de descobrir se o indivíduo perde sua individualidade no espaço público. Na concepção de Duarte (2010, p. 63), a entrevista busca saber como um fenômeno é percebido pelo conjunto de entrevistados e também fornecer elementos para a compreensão de uma situação ou da estrutura de um problema.

A seleção dos entrevistados é realizada de forma não probabilística e intencional (DUARTE, 2010). Dessa forma, pode-se dizer que foram usados informantes-chave, aqueles que por estarem profunda e diretamente envolvidos com os aspectos centrais da questão devem ser entrevistados, ou seja, aqueles sem os quais se perderia muito se não fossem entrevistados.

A escolha dos entrevistados dá-se de forma intencional. Os indivíduos selecionados têm grande representatividade na cidade de Santa Maria-RS e estão presentes nas redes sociais digitais, sendo bastante ativos nestas. São selecionados cinco indivíduos, cada um representando um segmento diferente: instituição particular de ensino, instituição pública de ensino, empresa privada, igreja e política. Dentre os entrevistados, encontra-se um professor de filosofia de um curso pré-vestibular e de um colégio particular; um jornalista que trabalha em um veículo de comunicação local; um professor de uma instituição pública de ensino superior, onde atua também como Pró-Reitor de Graduação; um vereador, que na época da pesquisa também era candidato a deputado estadual; e um padre da Igreja Católica.

Em relação ao estudo de caso, este servirá para exemplificar e compreender se pode ou não haver um dissociamento da imagem do indivíduo da organização a qual ele está representando nas redes sociais digitais. O estudo de caso a ser utilizado segue o conceito de Braga (2008), segundo o qual inclui o trabalho de levantar indícios, escolher os relevantes para o objeto estudado e, a partir disso, articular inferências sobre o fenômeno. Assim, segundo o paradigma indiciário proposto por Braga, o estudo de caso implica “fazer proposições de ordem geral a partir de dados singulares obtidos” (BRAGA, 2008, p. 78).

Todos os casos utilizados para a realização da monografia foram extraídos das próprias redes sociais digitais no período que compreendeu a sua execução. Assim, teve-se acesso a todos eles, principalmente através do Twitter, por meio de tuítes de indivíduos variados que citavam links para

as notícias sobre os casos. Alguns também foram extraídos a partir dos conteúdos comentados nos *Trending Topics*⁸.

As redes sociais e os indivíduos

As redes sociais, que são formadas pela interação entre sujeitos sociais, ou seja, aqueles que se relacionam com os demais sujeitos em um espaço público, são uma constante na vida da população há muito tempo. Porém, desde o advento da internet, na década de 90, essas redes passaram a existir também na forma digital.

De acordo com Recuero,

essa comunicação [a internet], mais do que permitir aos indivíduos comunicar-se, amplificou a capacidade de conexão, permitindo que redes fossem criadas e expressas nesses espaços: as redes sociais mediadas pelo computador (RECUERO, 2009, p.16).

Essas redes, que podem ser encontradas nos mais variados tipos, são muito utilizadas por indivíduos e por organizações. Através delas, é possível reencontrar pessoas que não se via há muito tempo (Orkut, Facebook); ter acesso ao que pensam grandes personalidades (Twitter); encontrar textos sobre assuntos variados (Blogs); saber o que estão falando e como está a popularidade de determinada marca (Drimio⁹); entre outros.

Para Castells, as redes sociais digitais são

[...] um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos. As redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldados por ela (CASTELLS, 1999, p. 40).

⁸ Lista que se refere aos dez assuntos mais comentados do momento no *Twitter*.

⁹ www.drimio.com

Tal sistema é tão presente na vida dos indivíduos, que muitos esquecem de pensar na forma de como se posicionarem nele, não levando em consideração a importância que essas redes estão assumindo. Empresas contratam e demitem pelo conteúdo que está presente nos perfis das redes sociais digitais. E será que se sabe o que exatamente pode-se ou não expor?

Como exemplos de uso indevido das redes sociais digitais, têm-se dois casos que foram bastante abordados no Brasil, especialmente nas próprias redes. É o caso do Diretor Comercial da *Locaweb*, Alex Glikas; e do jornalista e editor da Revista *National Geographic Brasil*, Felipe Milanez. Ambos foram demitidos das empresas que trabalhavam, onde ocupavam cargos relativamente importantes, por terem postado em seus perfis no Twitter, frases que não condiziam com a política da organização representada.

Nesse espaço público, há perfis com nome, alguns outros dados e uma breve descrição que identifica cada um. Para Velho, é essa “personalização” que os torna indivíduos nas redes sociais. Conforme o autor,

[...] o indivíduo nas redes sociais é marcado pelo uso do nome (o que dá o tom da particularidade) – ‘A manipulação do nome, o nome ‘artístico’, a supressão de sobrenomes, os apelidos etc., são formas de enfatizar ou marcar a individualidade, de sublinhar a particularidade’ (VELHO, 1999, p. 25).

E é esse individualismo, citado por Velho, que torna os indivíduos mais expostos. Ali está a representação do que são. Para Bruno (2004, p. 1), “tais tecnologias participam de uma transformação no modo como os indivíduos constituem a si mesmos e modulam sua identidade a partir da relação com o outro, mais especificamente com o ‘olhar’ do outro.” Ou seja, ao criar-se um perfil em uma rede social, não se está especificamente mostrando o que se é, mas sim o que se quer que os outros pensem sobre cada um. Ao mesmo tempo, se na “descrição” de perfil se estiver citando a empresa em que se trabalha ou o órgão que se está representando, esse perfil não será exclusivo, mas uma extensão da organização.

Dessa forma, pode-se dizer que essa ideia está inserida no conceito de indivíduo proposto por DaMatta (1997), em que indivíduos são aqueles que estão sujeitos às leis. A pessoa, para DaMatta, passa a ser indivíduo no momento em que sai da proteção de sua casa para a fragilidade da rua, onde qualquer coisa pode acontecer a ela. Pode-se dizer que nas redes sociais digitais todos são indivíduos, já que estão sujeitos aos olhares e às opiniões de todos os que tiverem acesso aos seus perfis “digitais”.

Em casa, ou seja, quando não se está exposto aos olhares da multidão, não há individualidade, mas um conjunto igualitário com os mesmos direitos e deveres, protegido pela construção que o cerca. Na rua, onde todos podem acompanhar os passos uns dos outros, está-se sujeito às leis e ao julgamento dos outros indivíduos. Porém, pessoas também podem estar na rua, são aquelas com poder hierárquico e de julgamento e que podem impor as leis aos demais. Pode-se dizer que nas redes sociais, essas “pessoas” são aqueles indivíduos que têm grande audiência, cuja fala tem valor de notícia e de verdade.

DaMatta (1997) e Lemos (2004) ainda abordam a questão dos rituais, assegurando que a passagem de pessoa para indivíduo acontece através de ritos de passagem. Para DaMatta, tal processo de transição, da casa (pessoa) para a rua (indivíduo), é sempre ritualizado. Esse ritual envolve “arrumar o corpo” para mostrar sua posição social, bem como mostrar que você pertence a uma “casa”. Por sua vez, Lemos acrescenta à existência dos rituais, o ciberespaço como sendo o responsável por esse rito de passagem, intermediando a mudança. Assim,

[...] o ciberespaço pode ser visto também como uma fronteira, um espaço intermediário na passagem do industrialismo para o pós-industrialismo. Ele é também (como o espelho de Alice) um espaço de passagem do indivíduo austero ao indivíduo religado (do individualismo ao tribalismo, como vimos), participante do fluxo de informações do mundo contemporâneo. Ele é um rito de passagem obrigatório para os novos cidadãos da cibercultura (LEMOS, 2004, p. 131).

Complementando, DaMatta afirma que ao atribuir máscaras aos indivíduos, a sociedade o faz por meio de rituais. Essas máscaras podem ser de linhagem, de clã, de família, de associação etc., e permitem transformar o indivíduo em ser social. Como exemplos de máscara/marca, têm-se o povo judeu, que adota marcas para o resto da vida. Outro exemplo de uso de máscaras para transformar o indivíduo em ser social é o caso das sociedades tribais. Para eles, o ritual está na perfuração das orelhas, dos lábios etc. Essas marcas/máscaras servem para simbolizar a inserção da sociedade no indivíduo. E, para Lemos,

[...] Existem várias similaridades entre as estruturas dos ritos de passagem e os mecanismos simbólicos do ciberespaço. O ato de se conectar ao ciberespaço sugere versões dos ritos de agregação e de separação, onde a tela do monitor possibilita a passagem a um outro mundo. A tela é a fronteira entre o individual e o coletivo, entre o orgânico e o artificial, entre o corpo e o espírito [...] de um social marcado

pelo indivíduo autônomo e isolado ao coletivo tribal e digital (LEMOS, 2004, p. 131).

Essa passagem entre o individual e o coletivo, segundo Georg Simmel¹⁰, sociólogo alemão, pode ser comparada à metáfora da porta e da ponte. A ponte proporciona um elo com o outro e estaria associada ao desejo de agregação próprio a toda vida em sociedade. O ciberespaço seria, então, essa ponte que une todos a todos. Já a porta é o que mantém o indivíduo na sua individualidade, o que o separa do contato com o outro, evitando a socialização. Nessa medida, o ciberespaço também pode ser a porta que o separa do mundo e que o permite manter o isolamento e a solidão. Resumindo, “[...] o ciberespaço enquadra-se, portanto, tanto na dinâmica social da ponte, que me liga ao outro, como na dinâmica da porta, que me separa do mundo.” LEMOS (2004, p. 141).

O ciberespaço seria então um espaço público onde atuam indivíduos e organizações. Onde todos podem ligar-se a todos e onde indivíduos podem manter sua individualidade. Para Thompson (2008, p. 110) “[...] a sociedade civil é constituída da esfera de indivíduos privados, organizações e classes reguladas pelo direito civil e formalmente distintas do estado.” Ou seja, nesses espaços, pode-se encontrar todos aqueles que fazem parte da sociedade civil. Também, tudo o que se faz, assim como na sociedade, estará visível aos outros, disponível para análise e crítica do público. No ciberespaço, todos os atos são públicos, todos os conteúdos podem ser visualizados de qualquer parte do mundo, desde que se tenha acesso à internet. Assim, nas redes sociais digitais, onde mais ainda se é público e têm-se espectadores, as ações estarão visíveis a quem quer que esteja relacionado aos perfis. Conforme Thompson, a relação do público com o privado se estabelece através de uma dicotomia em que

[...] ‘público’ significa ‘aberto’ ou ‘acessível ao público’. Público neste sentido é o que é visível ou observável, o que é realizado na frente de espectadores, o que está aberto para todos ou muitos vejam ou ouçam. Privado é, ao contrário, o que se esconde da vista dos outros, o que é dito ou feito em privacidade ou segredo ou entre um círculo restrito de pessoas. Neste sentido, a dicotomia tem a ver com *publicidade versus privacidade*, com *abertura versus segredo*, com *visibilidade versus invisibilidade*. Um ato público é um ato visível, realizado abertamente para que qualquer um possa ver; um ato privado é invisível, realizado secretamente através de portas fechadas (THOMPSON, 2008, p. 112). [grifo do autor]

¹⁰ In: LEMOS, 2004

Essa relação do público com o privado, complementa Habermas (2003), está descrita na cidade-estado grega, em que público está ligado à vida em comunidade e todas as suas relações e, privado, à esfera particular de cada indivíduo. Assim,

[...] o reino da necessidade e da transitoriedade permanece mergulhado nas sombras da esfera privada. Contraposta a ela, destaca-se a esfera pública – e isso era mais que evidente para os gregos – como um reino da liberdade e da continuidade (HABERMAS, 2003, p. 16).

Ou seja, a esfera pública se configurava e configura-se, até hoje, como o lugar da liberdade, onde se expressam ideias e ideais, mas também onde se está sendo julgado por todos os espectadores presentes. Esses espectadores, para Primo, podem ser considerados interagentes quando presentes nas redes sociais digitais, porque

tanto ‘receptor’ e ‘usuário’ são termos que denotam idéias limitadas sobre o processo interativo. O termo interagente emana a idéia de interação, ou seja, a ação (ou relação) que acontece entre os participantes. Interagente, pois, é aquele que age com outro (PRIMO, 2003, p.133).

Dessa forma, nas redes sociais digitais, os indivíduos estão expostos aos olhos e às opiniões de milhões de interagentes, que podem comentar, mobilizar e, inclusive, pautar o comportamento de outros indivíduos. No caso das organizações, isso também pode acontecer e são muitos os estudos dedicados a análise do posicionamento delas nas redes sociais digitais. Em contrapartida, são muito poucos os que se preocupam com os indivíduos presentes nessas redes. Devido a esse desconhecimento por parte dos indivíduos, isto é, de como deve ser sua atuação nas redes, já foram vários os casos em que elas foram utilizadas erroneamente, expondo demais a opinião do indivíduo e prejudicando-o perante empregadores, colegas, amigos etc.

Concluindo a idéia de predominância das redes na vida dos indivíduos e da importância que elas estão atingindo, Castells menciona a relação da identidade com as redes. Para ele, há muita preocupação com essa busca identitária e com as significações na rede. Castells pondera que

em um mundo de fluxos globais de riqueza, poder e imagens, a busca da identidade, coletiva ou individual, atribuída ou construída, torna-se a fonte básica de

significação social. Essa tendência não é nova, uma vez que a identidade, em especial, a identidade religiosa e étnica tem sido a base do significado desde os primórdios da sociedade humana. No entanto, a identidade está se tornando a principal e, às vezes, única fonte de significado em um período histórico caracterizado pela ampla desestruturação das organizações, deslegitimação das instituições, enfraquecimento de importantes movimentos sociais e expressões culturais efêmeras (CASTELLS, 1999, p. 41).

Assim, a partir da pesquisa realizada pode-se entender a relação do indivíduo com o espaço público nas redes sociais digitais e a forma como ele constroi a sua identidade a partir do outro, expondo-a conforme o ambiente em que se encontra. Da mesma maneira, compreende-se a relação do colaborador (como indivíduo) com a organização na qual está inserido.

Problematizações

As redes sociais digitais já fazem parte do nosso dia a dia, há pelo menos dez anos. Porém, é evidente que muitos indivíduos ainda não sabem de que forma usá-las, a fim de não prejudicarem sua imagem e nem a da organização a que estejam ligados. Alguns têm ciência da importância de ter um cuidado especial com o conteúdo postado nessas redes, enquanto outros acreditam, erradamente, que apenas aqueles que estão relacionados aos seus perfis têm acesso ao conteúdo ali disponibilizado.

Essa não percepção do amplo público que se tem nas redes sociais digitais pode ser explicada a partir do modelo panóptico de Foucault (2008), no qual os vigias são invisíveis aos olhos do sujeito. Da mesma forma, nas redes sociais digitais, sabe-se que há alguém observando os atos de alguém, porém nunca se sabe quem são esses indivíduos. E, por não se saber quem são esses vigias, é que não se tem a real dimensão do alcance que pode ter um perfil em uma rede social digital.

Essas observações ficam claras a partir do momento em que se têm inúmeros casos que relatam problemas entre um indivíduo presente nas redes sociais digitais e a organização na qual trabalha. Os casos variam de demissões a processos e, até mesmo, prisões. Ou seja, no momento que aquele indivíduo resolveu criticar ou ter uma postura contrária à organização para a qual presta serviços, ele pode ter pensado que ninguém da organização em questão teria acesso a isso, ou então, que nenhuma atitude seria tomada, visto que aquele era apenas um perfil pessoal em uma rede social digital.

Porém, aqui está o primeiro problema com o qual esses indivíduos não estão se preocupando. Como já citado, não se sabe quem são os vigias nas redes sociais digitais. Eles podem ser amigos e familiares, porém também podem ser chefes ou colegas de trabalho. Por isso, comentários relacionados à organização na qual o indivíduo é colaborador, devem ser muito bem analisados antes de serem compartilhados no mundo virtual.

Da mesma forma, além de prejudicar sua imagem, quando o indivíduo posta algum conteúdo impróprio ou pejorativo em seus perfis, ele também está prejudicando a imagem da organização que representa. Isso porque apesar de o perfil ser individual e pessoal, no momento em que aquele indivíduo representa uma organização, ele não pode mais considerar que apenas a sua imagem está ali. Isso acontece especialmente com indivíduos que tem posições representativas dentro da organização, como cargos de gerência. Se esse indivíduo definir em seu perfil que trabalha para a organização X ou que é editor do jornal Y, essa situação se agrava ainda mais. Nesse caso, no momento em que outros indivíduos estiverem analisando aquele perfil e forem contrários a determinado material ali existente, no mesmo espaço eles encontrarão o nome da organização e passarão a associar aquele ideal como sendo da organização também.

É claro que isso não acontecerá em todos os casos, visto que não se é totalmente influenciável, pelo que se vê ou lê, nos sites de redes sociais digitais. Porém, é mais fácil para o indivíduo dizer que o gerente da empresa X afirmou que é contra a reciclagem, por exemplo, do que dizer que o indivíduo X disse isso. Pode-se afirmar isso porque é mais fácil para os demais indivíduos saberem qual é a empresa X do que saberem que o indivíduo X é o gerente dessa empresa. É uma forma de facilitar o entendimento pelos demais.

Ainda, o perfil na rede social digital é uma forma de demonstrar quem se é, a partir de uma identidade construída para essas redes. Assim, o que está ali exposto não é necessariamente o que o sujeito é realmente no mundo pessoal, mas uma escolha feita pelo indivíduo. Essa identidade é construída a partir dos processos de individualização de cada um. Para isso, considera-se o que os outros são e quem se gostaria de ser perante eles. Ou seja, a identidade nas redes sociais digitais foi construída para aquele determinado perfil, ela é a representação do indivíduo perante os demais e ela simboliza o que se é.

Assim, tudo o que se posta nesses perfis foi, de certa forma, escolhido para estar ali e representar o sujeito. Pode-se ter selecionado a identidade mais divertida, ou mais profissional, ou até mesmo ter-se criado um perfil *fake* para ser livre em relação ao que se posta, já que ninguém saberá quem realmente é o responsável por aquele perfil. Dessa forma, como foi uma opção

compartilhar determinada impressão e não outra que se tem sobre algum assunto, tudo o que se posta é diretamente relacionado ao que é o indivíduo e como ele quer ser visto.

Portanto, se o indivíduo está falando sobre um assunto de determinada maneira, quer dizer que aquela foi a identidade que ele escolheu mostrar, e por isso, tem que estar preparado para as contrapartidas dessa escolha. No estudo em questão, essa contrapartida, dada pela organização que o indivíduo representa, pode ser negativa. Vários colaboradores foram demitidos por irem contra o que a organização considerava um perfil social compatível com a sua identidade.

Tem-se que considerar aqui que como os indivíduos optam por determinada identidade para expor nas redes sociais digitais, também a organização tem uma identidade a ser difundida e preservada com os seus públicos. Essa identidade é, geralmente, produzida a partir dos mecanismos de comunicação organizacional que podem ser tanto interna quanto externa, ou seja, podem considerar o público interno da organização – colaboradores, ou o público externo – clientes e demais interessados. Dessa forma, a identidade do colaborador deve estar de acordo com a da organização que ele representa e, ainda que não seja exatamente como a da organização, não pode ir contra ela.

Assim, pode-se compreender que os perfis das redes sociais digitais estão intimamente relacionados à organização que os indivíduos representam, não só pela identificação da organização que está – ou não – presente nesses perfis, mas também pela relação de vigilância permanente a qual estão submetidos no mundo virtual.

Outro fator que se deve considerar é que os sites de redes sociais, assim como todos os outros existentes na internet, são uma biblioteca permanente de conteúdos. Ou seja, praticamente tudo o que uma vez esteve ali presente, não será permanentemente excluído. Pode-se apagar uma mensagem ou até mesmo o perfil de um sujeito, porém sempre haverá algum rastro de que já se esteve ali presente. Isso pode acontecer tanto pelos arquivos de banco de dados dos *websites*, como pelo processo de replicação de mensagens, isto é, quando outro indivíduo repassa uma mensagem (que não foi produzida por ele) para outros indivíduos ou redes sociais.

Um exemplo da permanência de dados na internet, especialmente nas redes sociais digitais, é o site de rede social Facebook. O site não possui a opção de exclusão de conta, portanto se você decidir que não quer mais participar daquela rede social digital, você não tem como “sumir” permanentemente. A opção disponível é a de manter inativos os dados, ou seja, os outros indivíduos não terão acesso, porém, os dados continuarão no banco de dados, incluindo fotos, contatos e mensagens trocadas. Assim, quando aquele indivíduo resolver que deseja retornar à rede social, ele apenas reativa o seu cadastro e retorna como se não tivesse nunca saído. Se realmente ele desejar

apagar a sua conta, existe um link, que não está acessível diretamente pelo site, ou seja, não existe uma forma rápida e direta de encontrá-lo, no qual seja possível a exclusão total da conta. Ainda assim, o site mantém por catorze dias o perfil, para caso o indivíduo mude de ideia.

Essa é apenas uma das formas possíveis de os dados serem mantidos, existem diversos outros mecanismos disponíveis. Por exemplo, com as ferramentas de busca como o Google¹¹, pode-se encontrar conteúdos de websites que não estão mais disponíveis e que foram disponibilizados há muito tempo. E essas ferramentas estão cada vez mais se aprimorando e facilitando a busca pelo conteúdo que os indivíduos desejarem encontrar.

Por isso, caso alguém tenha se arrependido de algum material que disponibilizou em seu perfil, dificilmente conseguirá apagar permanentemente os rastros deixados, principalmente se era algo de teor polêmico. Assim, o cuidado com todo material que será disponibilizado em uma rede social digital deve ser ainda maior que o que se tem ao compartilhar fatos com alguém no mundo pessoal. Pois, neste espaço, a menos que o indivíduo tenha feito uma gravação do que foi dito, não haverá provas concretas. Ao contrário, nas redes sociais digitais, as provas estão ali, visíveis e fáceis de serem copiadas e redistribuídas.

Portanto, esse cuidado também é importante para as organizações. Elas devem informar seus colaboradores dessas possibilidades e alertá-los para a problemática tanto dos crimes como de outros problemas menores que podem acontecer nessas redes. Principalmente porque, mesmo demitindo um colaborador se esse postou algum conteúdo que prejudicasse a organização, o conteúdo será replicado muitas vezes antes de ser esquecido. Por isso, o custo para a organização em questão de imagem não é apenas momentâneo e não se resolve com a demissão, ele durará enquanto alguém ainda se lembrar do fato e comentá-lo em seu perfil digital.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim, considerando todos os fatores expostos, o mais indicado para as organizações é a elaboração de um manual de uso das redes sociais digitais. Nesse manual, podem conter informações sobre a organização, como o posicionamento dela em relação a determinados temas como política, religião, meio ambiente etc. Dessa forma, todos saberão o que pensa a organização e poderão evitar conflitos envolvendo esses temas. Também deve constar, no manual, as informações que podem ou não ser divulgadas da organização. Por exemplo, ela pode afirmar que é de determinada religião,

¹¹ www.google.com.br

porém não deseja que isso seja exposto ao público externo, mas apenas para conhecimento dos colaboradores. É importante definir o que pode e o que não pode ser divulgado até mesmo em relação a outros fatores como, desenvolvimento de novos projetos, faturamentos, contratações etc. É uma forma de manter o colaborador informado e, ao mesmo tempo, expor as diretrizes de uso das redes sociais digitais.

Todavia, apenas manter um manual que diga quais são os conteúdos passíveis de divulgação e quais não são, não é suficiente para acabar com o problema do mau uso das redes sociais digitais. É importante que sejam repassadas informações aos colaboradores dos riscos de estarem presentes nessas redes, de quais as melhores formas de utilização e mostrar exemplos de casos que já tenham acontecido com outros indivíduos. Ainda, é importante que conste, no manual, as punições que podem ser impostas pela organização em razão do descumprimento das regras, isto é, o que pode acontecer com o indivíduo que porventura fizer comentários ofensivos à organização, divulgar dados de um projeto em andamento que era para ser mantido em segredo etc. É interessante que isso seja aberto aos colaboradores, para além de evitar que cometam erros como os já citados neste trabalho, também deixar claro qual a política da organização em relação àqueles que não cumprirem o manual.

Não é uma forma de censurar os colaboradores, mas uma forma de manter uma conduta adequada, já que a maioria das organizações não tolera determinados conteúdos postados por seus colaboradores. Portanto, antes que alguém seja demitido sem saber ao certo o motivo da demissão, ou então, dizer que não sabia que não deveria divulgar determinados dados, a organização já se preveniu desses problemas através de uma exposição clara do que pode e do que não pode ser feito nas redes sociais digitais.

Da mesma forma, ela deve manter um manual para o uso das suas próprias redes sociais. Ou seja, se a organização está presente nas redes sociais digitais, ela passará pelos mesmos passos do indivíduo. Primeiro, deverá definir uma identidade a ser compartilhada e, depois, definir o material a ser divulgado nas redes, a partir da identidade escolhida. Para isso, deverá ter um manual de uso dos seus perfis, que terá praticamente o mesmo conteúdo do que for distribuído aos colaboradores. A diferença para os perfis organizacionais é que a organização deverá ter um planejamento do conteúdo a ser postado, o que raramente os indivíduos terão.

Portanto, a melhor maneira para evitar que continuem acontecendo incidentes com as redes sociais digitais, é expor claramente o posicionamento da organização e o que ela considera aceitável no perfil das redes sociais digitais de seus colaboradores. Ou seja, as redes sociais digitais nada mais são que a extensão da organização para o mundo virtual, onde por mais que se tenham perfis pessoais, assim como no mundo pessoal, a relação com a organização não se encerra no momento

que termina o horário de trabalho. Por isso, a comunicação interna é essencial tanto para manter colaboradores satisfeitos como para saber das suas necessidades e, também, para expor as da organização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. **Revista Matrizes**, São Paulo, ano 2, n. 2, p. 73-88, abr. 2008.

BRUNO, Fernanda. Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n 24, p 110-24, jul. 2004. Disponível em:

<<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/viewPDFInterstitial/390/319>>.

Acesso em: 19 maio 2010.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. 4 ed. Tradução por Roneide Venancio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 1v.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. 6 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010. p. 62-83.

FOCAULT, Michel. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**. 35 ed. Tradução por Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 2008.

FACEBOOK atinge 500 milhões de usuários no planeta. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/facebook-atinge-500-milhoes-de-usuarios-no-planeta>>.

Acesso em: 30 out. 2010.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. 2 ed. Tradução por Flávio Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.

NETO, Guilherme. **Redes sociais são responsáveis por 62% do tráfego da internet brasileira**. Disponível em:

<<http://www.mundodomarketing.com.br/10,11077,redes-sociais-sao-responsaveis-por-62-do-trafego-na-internet-brasileira.htm>>. Acesso em: 30 out. 2010.

O CRESCIMENTO vertiginoso das redes sociais na América Latina. Disponível em:

<<http://www.wharton.universia.net/index.cfm?fa=viewArticle&id=1604&language=portuguese>>.

Acesso em: 30 out. 2010.

PRIMO, Alex. **Quão interativo é o hipertexto?** : Da interface potencial à escrita coletiva. Fronteiras: Estudos Midiáticos, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-42, 2003.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

STUMPF, Ida Regina Chitto. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010. p. 51-61.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade:** Uma teoria social da mídia. 9 ed. Tradução por Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 2008.

VELHO, Gilberto. **Individualismo e cultura:** notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. 5 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.