

José Ricardo Carvalho (Coord.)
António Fidalgo, João Carlos Correia, Maria Luísa Branco
João Canavilhas, Ana Serrano Tellería
Hélder Prior, João Carlos Sousa
Ana Isabel Albuquerque, Ricardo Morais, Marco Oliveira

A Nova Fluidez de uma Velha Dicotomia

Público e Privado nas Comunicações Móveis





José Ricardo Carvalho (Coord.)

António Fidalgo

João Carlos Correia

Maria Luísa Branco

João Canavilhas

Ana Serrano Tellería

Hélder Prior

João Carlos Sousa

Ana Isabel Albuquerque

Ricardo Morais

Marco Oliveira

A nova fluidez de uma velha dicotomia:

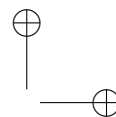
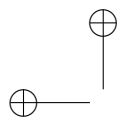
Público e privado nas comunicações móveis

LabCom Books 2015



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional



Livros LabCom
Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom
www.livroslabcom.ubi.pt

SÉRIE

Pesquisas em Comunicação

DIREÇÃO

José Ricardo Carvalho

DESIGN DE CAPA

Marco Oliveira e Madalena Sena

PAGINAÇÃO

Filomena Matos

ISBN

978-989-654-211-5 (Papel)

978-989-654-212-2 (pdf)

978-989-654-213-9 (epub)

DEPÓSITO LEGAL

389453/15

TIRAGEM

Print-on-demand

TÍTULO

A nova fluidez de uma velha dicotomia:
Público e privado nas comunicações móveis

AUTOR

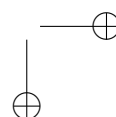
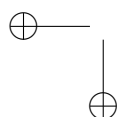
José Ricardo Carvalho (Coord.)

ANO

2015

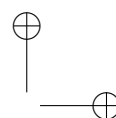
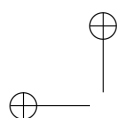


Nota: A edição deste livro respeita a vontade dos autores quanto à norma ortográfica da língua portuguesa, mantendo-se alguns capítulos com a antiga ortografia e aderindo outros à nova forma.



Índice

Introdução	1
1. Público, privado e representação online <i>José Ricardo Carvalho, Hélder Prior & Ricardo Moraes</i>	7
2. O ser humano como portal de comunicação: A construção do perfil no telemóvel <i>A. Fidalgo, A. Serrano, J. Carvalho, J. Canavilhas & J. Correia</i>	29
3. A mudança estrutural do Público e do Privado <i>Hélder Prior & João Carlos Sousa</i>	59
4. Instagram e Celebridades: a utilização da fotografia nas redes sociais <i>Ana Isabel Albuquerque & Ana Serrano Tellería</i>	81
5. Educação para a Privacidade no Espaço Digital: subsídios para uma proposta curricular <i>Ana Serrano Tellería & Maria Luísa Branco</i>	107
6. Tempo e espaço como reconfiguradores das noções de público e privado: o papel dos dispositivos móveis <i>João Carlos Sousa, Ricardo Moraes & Hélder Prior</i>	123
7. <i>Democracy is watching you</i>: do panopticismo ao Estado Securitário <i>Hélder Prior</i>	141



**8. As Esferas Líquidas nos *Smartphones*:
Políticas de Privacidade**

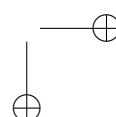
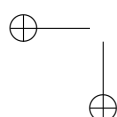
Ana Serrano Telleria & Marco Oliveira

163

A nova fluidez de uma velha dicotomia: Público e privado nas comunicações móveis

Contribuições

195



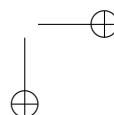


Introdução

A dicotomia público/privado é correntemente utilizada em vários campos, com os conceitos a adquirirem diferentes sentidos. Numa obra de referência sobre o mapeamento dessa dicotomia (*Public and Private in Thought and Practice: Perspectives on a Grand Dichotomy*), Weintraub e Kumar apelam à clarificação teórica contra aquilo que consideram uma certa confusão conceptual, constituída pelo emprego indistinto de várias acepções deste par de conceitos. Mas também reconhecem que a circunscrição das análises a uma única das dimensões ou formas desta dicotomia nunca será capaz de captar a complexidade que caracteriza as sociedades modernas. Não sendo a distinção unitária, as várias facetas do público e do privado também não se encontram desligadas, articulando-se entre si, como acontece claramente entre o eixo “cívico” (cujas análises concebem o público como uma comunidade política e o privado como o universo do doméstico e particular) e o eixo das sociabilidades (onde se aborda o público e o privado como formas distintas de interacção e apresentação dos indivíduos).

Além de multifacetados e interligados, os dois lados da dicotomia não apresentam fixações definitivas, os dois campos possuem um carácter ‘proteico’, estão sujeitos a processos de reconfiguração que deslocam as habituais fronteiras. Ou estão, até, sujeitos a hibridações que podem pôr em causa a típica perspectiva de exclusão mútua e sugerirem, ao invés, a confluência de traços vistos como tradicionalmente públicos e de traços tipicamente privados no seio de um mesmo fenómeno.

Em muitos aspectos, a emergência e proliferação de dispositivos móveis de comunicação digital constitui um terreno de experimentação por parte dos actores sociais, de novas vias exploradas por organizações comerciais e estatais, de potenciais transformações culturais onde se jogam as lógicas e as



normas da dicotomia público/privado, e portanto também constitui um fértil terreno de questionamento académico.

Este volume corresponde a uma primeira fase do projecto de investigação “Público e Privado nas Comunicações Móveis”, desenvolvido no LabCom entre 2013 e 2015. Nele damos realce, evidentemente, ao campo comunicacional, curiosamente não contemplado de forma explícita no esquema de quatro grandes domínios que são recenseados para a “grande dicotomia” na obra de referência de Weintraub e Kumar. Damos, por isso, atenção a aspectos como a extensão e o carácter da audiência (que à luz da dicotomia pode ser definida como aberta ou fechada) ou a natureza dos conteúdos comunicativos (que apela a uma distinção – problemática – entre o pessoal e o geral).

Também estes aspectos estão em causa com a tecnologia móvel, cujos dispositivos tendencialmente ubíquos compaginam a comunicação “ponto a ponto” com a comunicação em rede e a comunicação “de massas”. Quando os utilizadores comutam constantemente entre actos de interacção, de consumo, de partilha, de produção e de circulação de conteúdos, que nitidez se mantém quanto à noção da audiência? Que critérios de público e de privado se aplicam a ‘conteúdos’ tão distintos como uma foto que se capta e difunde, uma conversa ao telefone ou os dados que se associa a uma aplicação de *smartphone*? Quando o seu uso se insinua em *continuum* através de espaços ‘públicos’ e espaços ‘privados’, de que forma as dicotomias físicas e institucionais subsistem? Quando os próprios dispositivos de comunicação se podem tornar objectos profundamente pessoais, espécie de extensões do corpo e do eu, de que modo é afectada a ideia de conteúdos públicos que neles se possam circular?

O conjunto de textos que se segue, obra colectiva redigida por membros da equipa de investigação, não pretende responder exhaustivamente a todos estes aspectos, mas sobretudo abordar determinadas facetas da questão público/privado ou certos casos específicos da comunicação digital e móvel. De facto, o livro é composto por oito capítulos de índole diversa que correspondem a uma primeira fase do projecto, onde sobressaem as componentes teórica e ensaística. Em parte foram produzidos antes da recolha de dados empíricos ou em simultâneo com essa recolha; noutros casos incorporam já alguns destes dados.

Na estrutura deste volume, optou-se por não concentrar os capítulos mais teóricos separadamente daqueles em que está presente uma vertente mais em-



pírica. Em lugar desse tipo de divisão, apresenta-se uma alternância de enfoques que assentam em revisões teóricas e conceptuais com outros que empreendem análises de dispositivos, plataformas ou conteúdos. Esta alternância de registos segue fios condutores que procuram conferir alguma sequência temática à leitura.

Começa-se, no primeiro capítulo (Público, privado e representação online), por fazer uma síntese conceptual e histórica da relação entre os domínios público e privado, procurando dar nota de oscilações e mudanças que os foram caracterizando. O texto incide especialmente nas articulações da dicotomia com as práticas de visibilidade e invisibilidade, de exposição e de figuração do *self*, algo que se vai dando em contextos comunicacionais de diversa índole e que hoje culmina numa certa arquitectura de espaços *online*, em que os mais populares *sites* de redes sociais instituem um padrão. O *site* da rede Facebook é aqui alvo de caracterização e de reflexão acerca das suas implicações no que se sugere ser uma natureza crescentemente porosa entre privacidade e publicidade no domínio das apresentações do eu.

O segundo capítulo (O ser humano como portal de comunicação: a construção do perfil no telemóvel) entra na abordagem específica da comunicação móvel e da relação íntima que esta tecnologia transporta, convocando questões de identidade, da relação entre o humano e a máquina, e de mudança nas dimensões de espaço e de tempo. A perspectiva adoptada toma como centro a relação do ser humano com o ecossistema comunicativo, metaforicamente tornando o próprio humano um “portal de comunicação”. Essa relação é abordada em quatro dimensões: perspectiva interna, extensão externa, interacções interpessoais e reflexo societal. Em todas elas, os usos dos dispositivos móveis, enquanto ampliações do corpo e da consciência humanas, se vão repercutir nas categorias do público e do privado nas práticas que lhes estão associadas.

O capítulo 3 (A mudança estrutural do público e do privado) constitui uma abordagem complementar, e historicamente mais aprofundada, da secular preocupação em definir os campos e as fronteiras do público e do privado que já esteve presente no primeiro texto deste volume, mas que aqui se direcciona para compreender teoricamente a irrupção contemporânea do privado e do íntimo no terreno das mediatizações. Tenta-se mapear alguns dos principais contornos do binómio desde a Antiguidade clássica, passando pela Idade Média e pelo período de construção do mundo burguês e do concomitante Es-



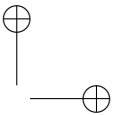
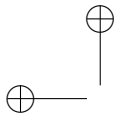
tado liberal, de modo a chegar-se à modernidade tardia e aí abordar diversas modificações na dicotomia com o apoio de um conjunto de cientistas sociais.

No capítulo 4 (Instagram e celebridades: a utilização da fotografia nas redes sociais) retoma-se a questão da intimidade mediatizada e também o tema da visibilidade e das representações do eu, agora especificamente no âmbito dos dispositivos de comunicação móvel que são utilizados para a captação e publicação de imagens fotográficas do quotidiano. Cruzando autores ‘clássicos’ da dicotomia público/privado com teóricos actuais da tecnologia digital móvel, traça-se uma relação entre as dimensões de publicidade e de privacidade inscritas no espaço físico urbano e as que emergem do espaço imagético das fotografias, avançando o texto para uma análise empírica de imagens que são captadas e exibidas voluntariamente por celebridades em redes sociais *online*, com particular atenção ao *site* Instagram.

A privacidade é também o foco do capítulo 5 (Educação para a privacidade no espaço digital: subsídios para uma proposta curricular), que se concentra no universo escolar e na identificação de acções pedagógicas susceptíveis de integrar nos programas curriculares a protecção do privado no espaço digital. Esta proposta curricular baseia-se numa revisão da literatura e em dados internacionais acerca das práticas de adolescentes no ciberespaço, bem como na análise de um grupo de foco realizado no âmbito do projecto com jovens dos sexos feminino e masculino entre os 15 e os 17 anos numa escola da cidade da Covilhã. Arquivos digitais, perfis *online*, localização, sincronização de aplicações com dados pessoais, são aspectos apontados como cruciais numa educação para a privacidade dos adolescentes no ciberespaço.

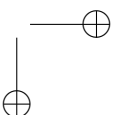
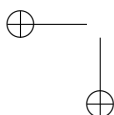
As questões do tempo e do espaço no uso de dispositivos móveis voltam a ser abordadas no capítulo 6 (Tempo e espaço como reconfiguradores das noções de público e privado: o papel dos dispositivos móveis), no sentido de contribuírem para uma forte imbricação entre o público e o privado, assim como entre o trabalho e o lazer, ou o familiar e o profissional. Este entrelaçamento é aqui empiricamente apoiado por dados recolhidos no seio do projecto, nomeadamente através de inquérito por questionário, grupos de foco e observação etnográfica. A reflexão mobiliza conceitos-chave da modernidade tardia, como o de reflexividade, procurando relacioná-los com características salientes da tecnologia móvel, como a ubiquidade.

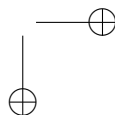
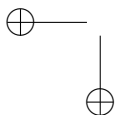
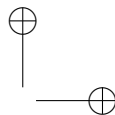
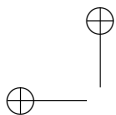
O capítulo 7 (Democracy is watching you: do panopticismo ao Estado securitário) aborda uma das facetas mais inquietantes da diluição de limites en-



tre o público e o privado, centrando-se no conceito de sociedade de vigilância. Posta em prática por regimes de poder baseados no controlo e na disciplina, esta vigilância há muito que se caracteriza pelo recurso aos aparatos tecnológicos para produzirem condições de visibilidade sobre os indivíduos. O texto referencia os principais contributos teóricos para a análise desta tendência societal e encara o actual contexto da comunicação digital e móvel como parte de um regime pós-panóptico, caracterizado por um armazenamento incessante de quantidades inéditas de dados sobre o quotidiano privado dos cidadãos e contribuindo para a construção de Estados securitários.

O livro encerra com outra abordagem sobre a captura e utilização de dados privados, desta vez na esfera do consumo e das organizações comerciais. No capítulo 8 (Esferas líquidas nos *smartphones*: as políticas de privacidade) aborda-se o ambiente móvel e digital construído por corporações como a Google e a Apple como um universo de fluidez, indefinição e constantes modificações que, dentro da lógica do capitalismo informacional globalizado, transforma os utilizadores em mercadoria e se apodera de informações pessoais para convertê-las em valor de mercado. O texto examina as políticas de privacidade de vários serviços, bem como a relação entre sistemas operativos e aplicações. Recorre, depois, a dados empíricos de grupos de foco realizado no projecto e de outras pesquisas para detectar os comportamentos dos utilizadores de *smartphones* no que toca aos termos de privacidade.







1. Público, privado e representação online

José Ricardo Carvalho, Hélder Prior & Ricardo Morais

Resumo: Neste texto debruçamo-nos sobre a questão da apresentação, ou representação, dos sujeitos em público e em privado. Começamos por identificar dois eixos conceptuais da dicotomia público/privado e a sua genealogia histórica: o eixo que tradicionalmente distingue aquilo que é comum ou colectivo daquilo que é pessoal; e o eixo que opõe o visível ou aberto, por um lado, ao fechado ou restrito, por outro. Procuramos, depois, reflectir acerca das formas de publicidade representativa que se foram produzindo ao longo de uma história marcada pela sucessão de instituições sociais e mediáticas, em que indagamos as reconfigurações da dicotomia entre público e privado ao nível da representação. A análise presta ainda particular atenção aos novos contextos da comunicação *online* e da repercussão dos *sites* de redes sociais nas formas de representação dos sujeitos. O texto culmina com uma reflexão acerca da plataforma Facebook e com a observação de alguns aspectos da representação aí praticada.

A dicotomia público/privado

A distinção entre público e privado tem uma larga história no pensamento ocidental. Na democracia ateniense a esfera do *bios politikos* podia distinguir-se, perfeitamente, da esfera do *oikos*. No espaço da *polis*, o público não se confundia com a ordem doméstica, pois as esferas da política e da família eram entidades diferentes e apartadas. O *bios politikos* era uma espécie de “segunda vida”, para além dos domínios da reprodução e do trabalho próprios da *oikia* e da família. É por isso que as esferas pública e privada eram espaços antitéticos e regidos por relações opostas. De um lado a liberdade que regia a palavra (*lexis*) e a ação (*praxis*); do outro as relações de dominação e propriedade exercidas pelo oikodespotes sobre as mulheres e os escravos.

Público e privado nas comunicações móveis, 7-27



Para os gregos, a esfera da ordem doméstica não deveria ser partilhada, precisamente pelo facto de não dizer respeito à comunidade, à esfera do *koinos*, do visível. As fronteiras entre o público e o privado estavam perfeitamente traçadas e, deve acrescentar-se, era precisamente a passagem do domínio da necessidade para o domínio da liberdade que permitia que o homem se transformasse num animal político, num *zōon politikon* que se *apresenta entre os seus pares* no espaço público da Hélade. Por outro lado, o homem privado é aquele a quem é subtraído o contacto humano, não se apresentando, não se representando, não mostrando a sua individualidade no espaço público.

Com efeito, à visibilidade do público contrapõem-se o ocultamento e a invisibilidade do privado (Mateus, 2011, p.18). Assim, ser cidadão da *polis* implicava uma certa aparência da individualidade, implicava a exibição, através da palavra e da persuasão, de uma certa individualidade discursiva que visava o reconhecimento público, a excelência (*arete*). A existência humana confirma-se no espaço da *polis* mediante a apresentação e comparência entre os pares numa conceção de publicidade como *visibilidade de si*, como aparição pública. É por isso que, segundo Hannah Arendt (1978), a publicidade helénica é uma publicidade concebida enquanto aparição pública, enquanto *epiphaneia*. Com efeito, é a representação figurativa que permite a confirmação da existência do Ser e, neste contexto, a Hélade é a civilização da visibilidade, de uma “estética da figuração”, como sublinha Jean-Marc Ferry (1992, p. 16). O modelo de publicidade epifânica é, também, comprovado por representações figurativas como a arquitectura e o teatro, modelos sociais de esteticização, de oticidade, de visibilidade e encenação. A publicidade helénica é, portanto, uma publicidade onde “Ser e Aparecer coincidem” (Arendt, 1978, p. 19).

Embora na Idade Média se possa falar de uma *publicidade representativa*, como sublinhou Habermas (2010), a configuração societal da Europa medieval não se configurou como esfera pública. A visibilidade do poder público relacionava-se, especificamente, com a exaltação da aura e esplendor do senhor perante os seus vassalos estando, deste modo, o conceito de público *reservado à função de representação do suserano perante todos*. Neste sentido, os conceitos de “esfera pública” e de “comum” já não se identificam, porque público era a autoridade do senhor para ditar ordens, enquanto comuns eram as pessoas vulgares, privadas, incapazes de emanar ordens. Com efeito, a *publicidade epifânica*, própria do espaço público ateniense, e a *publicidade*



representativa, característica da época medieval e, inclusive, do Renascimento e do Barroco, diferem num ponto fundamental. Ambas são formas de representação, de apresentação em público, mas enquanto o homem grego se apresenta entre os seus pares, o senhor feudal e o monarca apresentam-se não *entre* os homens, mas *perante* os homens.

Assim, mediante os pressupostos políticos dos séculos XVI e XVII, torna-se nítido o segundo sentido da dicotomia público/privado. Neste sentido, público significa visível, “aberto”, algo que pode ser visto e ouvido e que se realiza perante espetadores. De outro modo, o que é privado é o que diz respeito a um círculo restrito de pessoas, é o que acontece a “portas fechadas”, algo que não está disponível ao público e que, nesta acepção, se identifica com o *secreto*. Um autor contemporâneo como Norberto Bobbio captou este segundo significado da secular dicotomia, quando afirma que por público “se entende aquilo que é manifesto, aberto ao público, feito diante de espetadores, e por privado, ao contrário, aquilo que se diz ou se faz num restrito círculo de pessoas e, no limite, em segredo” (Bobbio, 2009, pp. 27-28).

É também neste sentido de visibilidade, de abertura, que, no mundo urbano e burguês do final do Antigo Regime, se desenvolve a conceção moderna de esfera pública, um espaço metatópico onde os sujeitos exercem o que Habermas denomina “publicidade crítica” e que se centra no juízo acerca das coisas comuns. Mas, no mesmo contexto histórico, a publicidade representativa não deixa de existir e ela trilha um outro caminho, que interessa observar, sobretudo com base na análise de Richard Sennett (2002).

O interesse nas apresentações do sujeito reside no facto de ser neste campo que se vai desenvolver uma descoincidência entre os dois sentidos da dicotomia público/privado (o eixo colectivo/pessoal e o eixo aberto/fechado). Esta descoincidência faz com que o comum e o visível deixem de andar tradicionalmente juntos, por oposição ao par constituído pelo pessoal e pelo fechado. Se, nos contextos medieval e barroco, o campo da política já tinha feito confluir o colectivo e o fechado, novas circunstâncias vão fazer com que, a partir do século XIX, o pessoal e o visível se aproximem.

Apresentação pessoal e aprovação social

Nas metrópoles europeias do século XVIII, a interação com indivíduos desconhecidos e muito diversos em espaços urbanos comuns, fazia com que a



apresentação em público se regesse por códigos cuja finalidade era situar socialmente cada sujeito perante os outros, sendo os adereços materiais, bem como as performances representacionais, utilizados para exprimir as pertencas coletivas dos atores sociais. A representação em público funcionava então como mecanismo de orientação social em contextos que haviam desfeito velhas lógicas de rotulação e de hierarquias, tornando-as incertas nas relações entre desconhecidos – o que fizera emergir aquilo a que Sennett chama “o problema da audiência” (2002, p. 56). No meio de desconhecidos, perante a necessidade de dar significado à audiência e uma ordem social às ruas, era a manipulação da aparência que exprimia filiações e distinções sociais – portanto, impessoais – dos variados atores (*idem*, p. 66).

O argumento de Sennett é, portanto, que no universo urbano de finais do Antigo Regime a estrutura das representações praticadas pelos sujeitos privados era propriamente pública, no sentido em que predominava uma expressividade de atores *sociais*: os indivíduos apresentavam-se expondo as suas pertencas coletivas, investidos nos seus papéis dentro de uma lógica de *theatrum mundi*, de dramaturgia social.

A transformação fundamental que Sennett aponta a partir daí, com a emergência do capitalismo industrial e um crescimento acelerado das metrópoles no século XIX, é que a representação dos sujeitos em público deixa de ser sobretudo um mecanismo de identificação social, para passar a ser também – e essencialmente – produtora de significados pessoais acerca de cada sujeito.

A alteração da vida material associada à produção de bens em série provocou padrões massificados e mais homogêneos de vestuário – assemelhando progressivamente diferentes segmentos do público – e, segundo Sennett, a apresentação visual passou a ser investida de significados associados à personalidade, mudança de fundo na vida pública, que também se liga ao processo de secularização, ou seja, à substituição de uma ordem transcendente por um código de interpretação da realidade imediata, exclusivamente através de si própria (*idem*, pp. 20-21).

A crença de que aquilo que as pessoas vestiam ou diziam revelava algo de pessoal e íntimo acerca delas, os seus traços de personalidade, deu forma a uma convicção crucial no domínio da representação, por parte burguesia do século XIX: a de que a fronteira entre o privado e o público estava para além da estrita vontade dos sujeitos, porque envolvia atos de revelação inconsciente e involuntária do interior através do exterior, do oculto através do visível. Este



imaginário de pendor psicológico impôs-se nos próprios objetos comerciais. Mas a tese fundamental de Sennett é que, “sob estas condições, o sistema de expressões públicas transmutou-se num sistema de representações pessoais” (*idem*, p. 26). Emerge, então, o vasto cenário da “personalidade em público”, uma crença generalizada de que a aparência é um indicador do carácter, de onde resulta a ansiedade dos sujeitos privados em controlar o que as aparências simbolizam para a audiência (*idem*, pp. 168-169).

A emergência de um tipo de “carácter social” especialmente sensível às ações e desejos dos outros foi igualmente notada por David Riesman (1989). Para Riesman, o indivíduo “intra-orientado”, característico da era industrial – em que as escolhas pessoais nas várias esferas de ação são estruturadas por autoridades socializadoras e permanecem relativamente estáveis e coerentes durante a vida –, contrasta com o novo sujeito que emerge entre jovens de classe média alta nas metrópoles americanas do século XX, a que chama “alter-orientado”.

O novo sujeito alter-orientado caracteriza-se por uma constante procura de aprovação da parte dos outros. Para Riesman, trata-se de um novo mecanismo de conformidade numa sociedade marcada pela mistura de indivíduos diversos. O requisito de comportamentos mais “sociáveis” para atingir o sucesso tornam os grupos de pares cada vez mais importantes e a “popularidade” no seu interior crescentemente incentivada. O que define o carácter alter-orientado é que “os contemporâneos são a fonte do direccionamento para o indivíduo – sejam aqueles que ele conhece ou aqueles com quem se familiariza indiretamente, através de amigos ou dos mass media” (*idem*, p. 21). Independentemente dos objetivos mudarem, o que caracteriza este sujeito é a atenção aos sinais dos outros como principal fonte de orientação ao longo da vida.

Também o sociólogo Georg Simmel, escrevendo no início do século XX, notara que nas grandes metrópoles as solicitações impessoais tendiam a apagar o carácter incomparável das pessoas específicas e acabavam por estimular a máxima “exteriorização de singularidade”, alimentando “a elaboração da diferença pessoal” (1989: 251). Essa elaboração do pessoal passara a ser favorecida pela brevidade dos encontros em público, que permite uma apresentação do sujeito de forma condensada e característica (1989: 249). A análise que Simmel fez da moda também se inseriu neste contexto de impulsos para





a diferenciação e variação individuais, como facetas de uma nova procura de integração social (1989: 169).

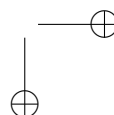
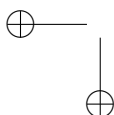
As tendências apontadas por Sennett e Riesman não podem deixar de se repercutir nas dinâmicas de apresentação dos sujeitos em público e em privado. Perante impulsos culturais que estimulam o sujeito a articular a singularidade com a visibilidade e ambas com a avaliação pelos outros, não surpreende que a apresentação pessoal procure extravasar para além de âmbitos restritos. Quanto maior o âmbito em que vê reconhecida a sua singularidade, mais se torna possível ao sujeito atribuir-se significação, cujo oposto é a insignificância.

A privatização do público e a publicitação do privado

Os contornos da publicidade e da privacidade têm que ser articulados com os conceitos de visibilidade/invisibilidade, de encenação e de figuração dos atores sociais, uma vez que as fronteiras entre o público e o privado se traçam mediante um certo projeto dramático/expressivo. As relações de visibilidade, sobretudo as da visibilidade mediática, converteram-se num dos primados da vida pública.

Concentremo-nos, por exemplo, na dimensão ótica das sociedades hodiernas, isto é, no facto de grande parte das ações sociais se articularem em redor da visão e respetivos corolários. Efetivamente, a esfera pública contemporânea tende para a observação dos comportamentos, para a publicitação das particularidades subjectivas. Numa esfera pública que se caracteriza pela observação, por um entrançado social pautado pelo princípio “vêem-me logo existo”, como assinalou Daniel Innerarity (2004, p. 134), os indivíduos convertem-se em objetos do olhar, em seres sujeitos ao escrutínio do olhar uns dos outros.

Sem dúvida que a esfera pública contemporânea nos remete para dispositivos de representação e figuração onde cada ator pode mudar de imagem, pode dar-se a conhecer, pode fabricar a sua personalidade através de pressupostos simbólicos que vão ao encontro das imagens que se quer projetar no mundo da vida. No espaço público contemporâneo, o desenvolvimento dos *media* acabou por condicionar a organização reflexiva do *Eu*, sobretudo porque possibilitou um acesso a um maior número de produtos simbólicos que acentuam a construção de uma identidade que é manufaturada com vista à aceitação, à



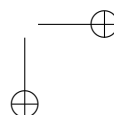
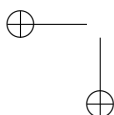


conformidade e à alteridade. Porque a sociedade é um mundo de percepções, de representações e encenações, ela impõe ao indivíduo um modelo de comportamento que deve estar de acordo com expectativas comumente partilhadas.

Este modo de revelação, de figuração ou de engenharia pública, pode ser compreendido através do quadro concetual de Erving Goffman. Interessado em compreender o que acontece quando os indivíduos se encontram sujeitos aos olhares uns dos outros, Goffman centra a sua análise naquilo a que chama “encontros” e procura perceber o modo como o indivíduo orienta e controla as impressões que os outros formam dele, aplicando o modelo dramático às situações de interação. Acreditando que no palco, “as coisas que se mostram são simuladas”, o sociólogo procurará perceber o que acontece quando um indivíduo surge na presença dos outros, e de que forma este ajusta o seu comportamento à definição da situação. Nesta espécie de *modus vivendi* interativo, é previsível que o indivíduo atue de forma calculada, procurando despertar nos outros a impressão suscetível de provocar a resposta pretendida (Goffman, 1993, p. 17). *A arte de administrar as impressões* assenta na fabricação e produção de uma identidade baseada numa disciplina dramática que salvaguarda quer o “desempenho”, quer a integração societal e a correspondência às expectativas sociais. Os gestos involuntários, os “passos em falso” e outras ações que podem comprometer o desempenho devem ser eliminados da representação.

Neste ponto, é importante a distinção traçada por Goffman entre regiões de fachada (*frontstage*) e de bastidores (*backstage*), sendo que a permanente preocupação do sujeito com o controlo das suas apresentações perante os outros está sobretudo presente nas primeiras. Acerca dos espaços públicos, Goffman também notou que os contatos e interações englobam indivíduos de natureza diversa do ponto de vista comunicacional, designadamente os conhecidos e os estranhos, duas categorias usadas para distinguir entre si aqueles que estão para além das relações pessoais (Goffman, 1966). Esta reflexão liga, pois, a questão do público e do privado com a questão do potencial encontro com, ou exposição a, meros conhecidos e estranhos.

Outra distinção traçada por Goffman é entre comunicação e expressão, sendo a primeira intencional e acerca de qualquer objecto, ao passo que na segunda o indivíduo produz inevitavelmente informações acerca de si próprio e de forma menos controlável. O desenvolvimento desta tese no âmbito dos media audiovisuais é feito por Joshua Meyrowitz (1986), cujo estudo acerca

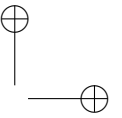
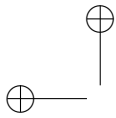


da televisão aponta para um terreno de crescente indistinção entre os âmbitos público e privado. O contraste apontado entre a imprensa – onde o sujeito que comunica tem grande capacidade de controlar aquilo que emite – e a televisão – em que o sujeito se expressa através de uma pluralidade de pistas simbólicas mais dificilmente controláveis (aparência, olhar, expressão facial, tom de voz) – levam Meyrowitz a considerar que os media electrónicos audiovisuais trazem cada vez mais elementos dos “bastidores” do indivíduo para uma região de fachada, favorecendo a expressão de características pessoais e expondo aspetos outrora privados.

Por outro lado, o crescente acesso audiovisual de uns grupos sociais a informação e representações de outros grupos tende, segundo Meyrowitz, a fazer crescer um círculo comum onde antes havia círculos de comunicação separados. Forma-se, assim, um amplo círculo público, no sentido de aberto, mas onde emergem cada vez mais subjetividades, experiências particulares, e temas tradicionalmente ausentes do espaço público mediatizado, como a sexualidade ou as relações pessoais de protagonistas políticos.

Numa sociedade regida pela gestão das impressões numa economia da atenção, o empenho em fazer-se notar, em obter reconhecimento, em ser percebido, *cumprir-se na exposição pública do indivíduo*, na tendência para a visibilidade compulsiva. Neste sentido, visibilidade é sinónimo de reconhecimento, ao passo que invisibilidade significa irrelevância, “morte pública”, esquecimento por parte dos seus pares. Aquele que não se expõe não existe! De facto, a transformação da visibilidade converteu o nosso mundo num mundo que se rege por pressupostos de interacção mediada, algo que teve consequências óbvias na dialética entre publicidade e privacidade. Numa sociedade encenadora, a identidade pessoal penetrou nos cenários públicos e o espaço privado, outrora sacralizado, deixou de estar arredado da discussão pública. Na actualidade os interstícios da privacidade não escapam ao escrutínio da visibilidade e da publicidade mediatizadas. Esta correlativa privatização do espaço público deu lugar a uma situação de indiferenciação entre as duas esferas, sobretudo porque o âmbito público é constantemente invadido por particularidades individuais, por idiossincrasias.

O campo dos *media* passou a explorar os cenários proporcionados pela privacidade, colonizando o espaço público com discussões sobre subjetividades individuais. O privado passou a ter o seu espaço no mundo da informação e do entretenimento e as histórias que antes pertenciam ao domínio da privacidade



passaram a fazer parte do imaginário da coletividade. O *medium* converte o espaço privado em mercadoria, sobretudo se esse espaço privado oferecer produtos atrativos que despertem a curiosidade de um público consumidor de produtos culturais de caráter cada vez mais lúdico. É, justamente neste sentido, que o espaço privado, *to idion*, passa a ser objeto de consumo, numa lógica onde se estreitam as velhas fronteiras entre publicidade e privacidade.

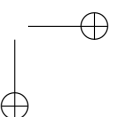
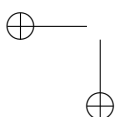
A visibilidade da esfera pública ilumina, agora, a vida privada e íntima e fá-lo para deleite dos sentidos. A propriedade privada já não é aquele modo eficaz para contrariar a luz da publicidade, já não “é um lugar só nosso onde nos podemos esconder” (Arendt, 2001, pp. 84-85). O próprio mundo da informação erige-se como montra de publicitação de indiscrições privadas, de boatos e rumores sobre a vida de personalidades públicas. O íntimo é convertido em espetáculo num fenómeno acentuado de *privatização do público*. Com o objetivo de captar e reter a atenção de um público fragmentado que exige a exploração de um número de temas cada vez mais abrangente, o íntimo ou o privado configuram-se, agora, como armas decisivas na luta do *medium* pela conquista da atenção.

Por outro lado, numa sociedade da comunicação e da atenção, os *media* são os principais distribuidores das relações de visibilidade e é por isso que a esfera pública hodierna convida o indivíduo a representar-se. Estamos, de facto, perante a irrupção generalizada de palcos mediáticos de encenação. Os *reality shows*, os *talk shows*, mas também as relações de visibilidade e interação próprias dos chamado *sites* de redes sociais, convidam o indivíduo a publicitar-se. Como constata Innerarity, “a carreira de êxito é registada na conta imaginária dos olhares recebidos” (2004, p. 146).

As representações nos *sites* de redes sociais

Na modernidade, como vimos, as relações entre o público e privado mudaram significativamente. Mas, se na esfera pública moderna, como refere Arendt (2001), se evidenciam alguns dos aspetos mais privados da existência humana, cabe perguntar se, e de que forma, aquilo a que hoje assistimos com as novas tecnologias da comunicação é um prolongamento dessa tendência para a privatização do público.

Há décadas que fenómenos mediáticos como os *talk-shows* incentivam o público a participar, partilhando acontecimentos da sua vida privada (Bauman,



2000, pp. 70-71) mas com a comunicação *online*, as formas de expressão têm vindo a adquirir sentidos novos e as dimensões daquilo que é público ou privado parecem confundir-se cada vez mais.

Importa salientar, a este respeito, a relevância dos *sites* de redes sociais que, como refere Raquel Recuero se diferenciam das “outras formas de comunicação mediada por computador pelo modo como permitem a visibilidade e a articulação das redes sociais, a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço *off-line*” (2009, pp. 102-103). Assim, e se as redes sociais servem sobretudo para a criação de perfis e o relacionamento entre os seus criadores, a verdade é que como enfatizam Boyd e Ellison (2007), um dos elementos constituintes das redes, as conexões (o outro seriam os próprios actores, os nós), que se estabelecem entre os indivíduos, “alimentam-se” da visibilidade.

Procuramos, assim, refletir sobre como as novas tecnologias, e particularmente os *sites* de redes sociais, alteram a visibilidade e são utilizados para a representação do “eu”. Adotamos esta perspetiva no seguimento dos estudos que realçam, por um lado, que o espaço *online* é o lugar onde sobretudo os mais jovens estabelecem relações sociais e constroem novas identidades (Boyd & Ellison, 2007; Recuero, 2009; Crescenzi, Arauna & Tortajada, 2013) e, por outro, que os sites de redes sociais são considerados o espaço que “permite aos sujeitos uma representação mais «completa» de si” (Polivanov, 2011, p. 34). A partir daqui analisamos como no Facebook se estabelecem as relações entre os sujeitos e como este *site* permite uma observação particular da representação do *self*.

Assim, recuperando a descrição que Richard Sennett faz do século XIX, percebemos como os indivíduos se distanciaram, passando a viver num “mundo de estranhos” e, perante a extinção dos marcadores sociais, a remeterem-se à sua intimidade. No ciberespaço, considera Judith Donath (1999), por não existirem um conjunto de aspetos que estão normalmente presentes na comunicação face-a-face, a percepção entre indivíduos é também construída a partir do que dizem, do que partilham, mas sobretudo do que mostram de si e que pode ajudar, ou não, a criar empatia. Os sites de redes sociais permitem-nos observar de forma privilegiada este processo, uma vez que as relações são mediadas tecnicamente, mas os indivíduos expõem pormenores das suas vidas privadas na procura de estabelecerem ligações e interações com novos sujeitos. “Nós conectamo-nos ao apresentarmo-nos uns aos outros com os eus socialmente construídos” (Marichal, 2012, p. 8). Uma pesquisa sobre a rede

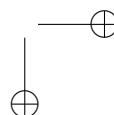
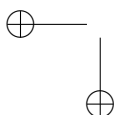


social Fotolog conclui, por exemplo, que a informação sobre si mesmo, especificamente a auto-apresentação e o relato de experiências pessoais, é o traço central no uso que os adolescentes espanhóis fazem da plataforma (Crescenzi *et al.* 2013).

Verifica-se desta forma, nestes *sites*, um jogo de desvendamentos, com um recurso frequente ao que Baudrillard (1989) chama “sedução”, ou seja, o processo de ir desvendando aos poucos aspetos da sua intimidade, criando uma espécie de encanto mágico e explorando a curiosidade alheia, dimensões que são reforçadas precisamente pelo valor associado ao privado, ao invisível que se vai tornando visível. A esfera antes privada, e que se definia pelo “direito ao segredo”, caracteriza-se agora pelo “direito à publicidade” (Bauman, 2000, p. 70). Nos *sites* de redes sociais o apelo à revelação é neste sentido constante, o estímulo à exposição do eu, à partilha: “Como te sentes hoje?”, perguntava o Facebook, “Em que estás a pensar?”, questiona hoje; “O que está a acontecer?”, interroga o Twitter; “Põe o teu mundo a falar com fotografias, partilha a tua vida...” refere a página inicial do Fotolog; “Partilha a tua vida com os amigos através de fotos” incita o Instagram na sua apresentação. Cada uma destas redes confirma assim a ideia expressa por Marichal em relação ao Facebook, e que se prende com “fazermos aquilo para que fomos biologicamente programados para fazer: partilhar” (2012, p. 34).

A revelação dos aspetos mais íntimos do ser humano enquadra-se assim naquilo que hoje pode ser entendido como uma “moderna confissão” (Sibilia, 2008), em que, como realça Bauman, “os adolescentes equipados com confesionários electrónicos portáteis são apenas aprendizes treinando e treinados na arte de viver numa sociedade confessional – uma sociedade notória por eliminar a fronteira que antes separava o privado e o público (...)” (Bauman, 2008, p. 9).

Por outro lado, como lembrava Sennett, “o desejo de revelar a própria personalidade na relação social e de medir a ação social em termos daquilo que mostra das personalidades dos outros (...) é, primeiro, um desejo de se autenticar enquanto ator social através das suas qualidades pessoais” (Sennett, 2002, p. 11). O que assistimos nos sites de redes sociais é precisamente a sujeitos que expõem perante os outros o seu quotidiano, as actividades que desenvolvem, procurando desta forma assumir-se enquanto atores socialmente relevantes e com os quais se deseja criar um vínculo social.



Num balanço acerca de uma década de pesquisa em psicologia da comunicação sobre adolescentes e Internet, Valkenburg e Peter destacam como a comunicação *online* tem potenciado a auto-revelação (2009). Os autores assinalam que a comunicação nos *sites* de redes sociais assenta sobretudo em dados biográficos e que aqueles encorajam à abertura de privacidade face aos outros, em padrões similares, que se repetem não obstante a variedade de ferramentas proporcionadas por cada plataforma. Ao contrário do que se perspectivava na primeira vaga de estudos sobre identidades no ciberespaço, as plataformas *online* não são usadas para criar fantasias identitárias, mas sim para, em muitos casos, melhorar e ampliar as identidades *offline*, parte das quais têm a ver com uma utilização ponderada de imagens fotográficas de si, com recurso a poses “encenadas”, frequentemente replicando modelos de publicidade comercial (Crescenzi *et al.*, 2013).

O que as redes sociais promovem é a ideia do sujeito como mercadoria (Rudiger, 2000), como mais um elemento para o consumo público (Rocha, 2012) e cujo valor cresce quanto mais da dimensão íntima é revelado. Neste sentido, e à semelhança do que acontece com um produto, a visibilidade está diretamente relacionada com uma boa apresentação, o que no contexto destes espaços sociais online, significa dizer que é fundamental a construção e projeção de uma imagem atraente. Assim, os indivíduos têm clara consciência de que estão em permanente observação por todos aqueles com quem mantêm uma interação, ainda que apenas virtual, mas também por todos os outros com que potencialmente podem vir a interagir (Rudiger, 2000).

O quotidiano é revelado aos outros, e portanto ganha visibilidade, a partir de uma representação permanente, gerando uma espécie de expectativa em torno de cada indivíduo e da sua capacidade de agir sempre como uma estrela cinematográfica (Sibilia, 2008, p. 49). As câmaras fotográficas incorporadas em quase todos os dispositivos seriam apenas, destaca Sibilia, mais um elemento a reforçar e a contribuir para esta tendência de atuação permanente (*idem*).

Neste sentido, e sendo a intimidade o novo valor das relações que se estabelecem nas redes sociais, não podemos ignorar que à visibilidade característica desses espaços está associada uma representação, uma certa construção do próprio sujeito, no sentido em que é este que decide o que expor e como o fazer. Assim, o indivíduo cria um “modelo”, ao qual atribui determinadas características que pensa corresponderem não só aos “gostos” e “desejos” dos

outros sujeitos, mas também que vão ao encontro dos perfis que circulam na rede (Rocha, 2012).

As fotos ganham neste contexto especial relevância e são por isso selecionadas ao pormenor, sobretudo pelos utilizadores mais jovens, que as consideram elementos chave na “*gestão das impressões*” (Manago, Graham, Greenfield & Salimkhan, 2008; Marichal, 2012, p. 6). Alguns testemunhos por nós recolhidos junto de jovens estudantes realçam a importância desta escolha e como a publicação de uma foto pode influenciar a forma como os indivíduos se apresentam perante os outros: “A partir do momento em que se põe uma foto no Facebook é porque gostamos dela e nos sentimos bem ao partilhá-la com dezenas ou centenas de pessoas, no entanto existe sempre aquela dependência de que os outros ponham ‘like’, que comentem, para que nos sintamos bem connosco”.¹ A importância de uma fotografia no estabelecimento de relações nos sites de redes sociais é de tal forma grande que, como refere Marichal, os utilizadores estão mais dispostos a estabelecer um contacto com alguém que não tenha foto, e portanto assuma um “anonimato visual”, do que alguém que tenha fotos pouco atrativas (2012, p. 6).

No entanto, nesta “cultura de pares”, em que a principal finalidade parece ser a promoção de si e a popularidade no grupo (constituído, em muitos casos, pelas redes sociais *offline*), tem sido notado que a concepção de privacidade tem menos que ver com a quantidade de informação que cada um disponibiliza sobre si próprio e está mais relacionado com a capacidade de controlar quem faz parte da audiência e quem tem acesso a cada tipo de informação, o que é gerido estrategicamente em busca de aprovação social (Crescenzi *et al.*, 2013). “A imagem de cada um é a sua própria imagem, um capital tão valioso que é necessário cuidá-lo e cultivá-lo, a fim de encarnar um personagem atraente no competitivo mercado dos olhares” (Sibilia, 2008, p. 255).

Outro aspeto que tem sido apontado acerca das redes sociais prende-se com contextos em que os indivíduos se encontram dispersos e se procuram isolar no mundo *offline*, mas têm necessidade de novamente se aproximarem nos espaços *online*, e inclusive de exporem aspectos que antes procuraram ocultar (Rudiger, 2000; Rocha, 2012). Existe, em determinado ponto, como que uma segurança conferida pela mediação tecnológica que facilita essa ex-

¹ Um dos testemunhos recolhidos junto de alunos da Universidade da Beira Interior, na disciplina de Teoria da Comunicação, em Abril de 2013.

posição, até porque, como percebemos, as possibilidades associadas à representação são diversas.

Em que estás a pensar? Uma análise da estrutura do Facebook

Os *sites* de redes sociais multiplicam-se hoje a uma velocidade que torna difícil acompanhar a sua evolução, mas a verdade é que o Facebook se tem destacado, não apenas pelo número de indivíduos que têm uma conta na plataforma, mas também pelas possibilidades que este *site* abre para a publicação de diferentes conteúdos multimédia e para a relação entre os sujeitos.

Este *site* surge em 2004 na Universidade de Harvard, a partir de uma ideia de Mark Zuckerberg, que pretendia criar uma aplicação capaz de conectar os diferentes estudantes universitários, transferindo para o espaço *online* algo que já existia em papel, os anuários (*yearbooks*). Aquele que começou por ser um espaço restrito a estudantes, e apenas para universidades americanas, depressa se espalhou e se tornou numa das maiores plataformas de relacionamento social *online* (Marichal, 2012, pp. 3-4).

Assim, e se é verdade que quando o Facebook se torna publicamente acessível, em Setembro de 2006, os *sites* de redes sociais já faziam parte da vida dos indivíduos, sobretudo dos mais novos, não podemos ignorar que este *site* quebrou desde logo a lógica que imperava noutros espaços *online*, e que estava relacionada com a criação de “*nicknames*”, sob os quais as pessoas se apresentam perante os outros. No Facebook a ideia é precisamente a contrária, quebrar com o anonimato e criar o primeiro espaço “*nomino*” (Zhao, Grasmuck & Matin, 2008, p. 1819), onde cada pessoa pode criar um perfil com os dados reais, deixando de lado a criação de identidades simuladas, prática que marcou uma anterior geração do ciberespaço. Neste novo espaço o que se verifica é “a expressão de possíveis eus”, partes de um sujeito que ainda não são conhecidas (Zhao *et al.*, 2008; Marichal, 2012).

Poder-se-á mesmo considerar que o Facebook corporiza a inauguração de um registo público de pessoas até então privadas. Antes deste tipo de plataformas, não existiam bases de dados com acesso público que agregassem e em que fossem pesquisáveis os nomes de indivíduos comuns simplesmente enquanto pessoas. Com o Facebook e outros *sites* análogos, pelo menos os dados mais elementares (que são pessoais, ao contrário do que acontece, por norma, nos blogues) tornam-se, de facto, informação pública.



O nome, a fotografia de perfil, a fotografia de capa, o género, o nome do utilizador e as redes são informações obrigatoriamente públicas no Facebook. Segundo o próprio *site*, a publicidade destas informações ajuda a reconhecer e a descrever os utilizadores, permitindo que os indivíduos se encontrem facilmente uns aos outros. Num ecossistema que se alimenta da partilha dos utilizadores, a publicidade da atividade e o cruzamento de dados parece ser regra e não exceção. De facto, a anatomia da rede social foi desenhada para os utilizadores partilharem cada vez mais informação pessoal.

O Facebook incita o indivíduo a apresentar-se, quer através das questões que visam a atualização do *status*, quer mediante a exposição das preferências literárias, cinematográficas, televisivas, políticas, culturais, desportivas, etc., que ajudam a atualizar a cronologia, a construir um perfil *on-line*² e a encenar uma certa identidade mediática.

Deste modo, o Facebook, por estar fortemente personalizado, não configura um espaço propriamente público, mas isso não significa que configure um espaço privado, pois está impregnado de aspectos pessoais que se oferecem ao “olho público”. Esta situação dá origem a uma indiferenciação, a um contínuo entre o público e o privado. A esfera privada deixa de ser um espaço recôndito para se transformar em algo que é publicamente mostrado, encenado, de modo parcial ou, até, total. Temas que noutros tempos se enclausuravam no âmbito privado, como as experiências pessoais, a condição sexual, as crenças, os estados de espírito, as emoções, fazem parte, agora, de um espaço onde é difícil determinar o que é público e o que é privado, um espaço que examina regularmente a nossa existência e que combina toda a informação que voluntariamente fornecemos.

A nova afinidade entre a publicidade e a privacidade modificou-se a tal ponto que é possível questionar a significação e o valor que, atualmente, os indivíduos atribuem à privacidade. A avaliar pelas considerações de Umberto Eco, “a renúncia voluntária à reserva da privacidade” é uma das grandes tragédias da “sociedade de massas”, sobretudo porque a compreensão hodierna da privacidade habitua as pessoas à ideia de que ela vai acabando a pouco e pouco, “até desaparecer por completo” (2012).

² Segundo um estudo realizado por investigadores da Universidade de Cambridge, é possível traçar a personalidade, a religião, as escolhas políticas e até a orientação sexual de cada utilizador através dos seus “gostos” digitais. www.publico.pt.



Com efeito, os desígnios da alteridade e da representação pessoal põem em causa a sensibilidade para o privado. Dado que quem não é visto não existe, a reserva da intimidade da vida privada parece vir muito depois da vontade de representação e encenação em público. O prazer da revelação impôs-se e o ecossistema da rede possibilita a construção de um perfil que contém elementos públicos e elementos privados.

Mas ao contrário das lógicas de revelação presentes noutros media, no Facebook são as próprias dinâmicas de interação que são exploradas e é a partir destas que a revelação é estimulada. A arquitetura do Facebook estimula assim os indivíduos a revelar informação sobre si, sem que, no entanto, tenham uma clara noção de que o estão a fazer. Quer isto dizer que, por um lado, os indivíduos revelam informação para não se sentirem excluídos – e, neste sentido, o Facebook funciona como uma estrutura que explora essa necessidade –, mas, ao mesmo tempo, torna esse processo natural através de um sistema de atualizações constantes. A revelação torna-se de tal forma algo orgânico que os sujeitos não têm consciência de que estão a expor a sua intimidade, mas, pelo contrário, sentem-se parte de uma rede social onde ninguém quer ficar de fora e onde o desejo de estar conectado é mais forte que tudo o resto (Marichal, 2012, p. 34).

Por outro lado, uma das características que melhor ajudam a explicar o sucesso do Facebook, mas que se insere também na própria estrutura do *site*, é a ideia de que o poder de escolha, o controlo, está sempre do lado do utilizador. É o sujeito que escolhe o que revela, aquilo que mostra aos outros (*idem*, p. 38). É esta a lógica que os responsáveis pelas políticas de privacidade do Facebook consideram, quando acusados de não salvaguardarem a privacidade do indivíduo. É verdade que a organização e disposição dos conteúdos permite de facto a escolha mas, ao longo do tempo, a tendência tem sido no sentido de proporcionar uma revelação cada vez maior. Pensando nas mudanças do *site*, percebemos claramente como por exemplo o “*newsfeed*”, mais conhecido por mural, evoluiu no sentido de dispensar a procura de informação sobre os outros atores da rede, passando essa informação a estar disponível para o sujeito, indo ao encontro deste. Chegados a este ponto, os utilizadores são confrontados com a exploração de um outro impulso humano, a curiosidade. Se é verdade que o interesse nas fotos de uma festa de outra pessoa pode ser residual, não deixa de permitir que se conheça um pouco mais desse ator. Essa



sensação de saber mais sobre o outro está acima, muitas vezes, de uma decisão conscientemente racionalizada (*idem*, p. 41)

Notas finais

Tal como Richard Sennett, no seu estudo histórico sobre as apresentações do sujeito, podemos considerar que elas ocorrem numa esfera privada quando o indivíduo tem controlo sobre quem faz parte da audiência, constituída por indivíduos determinados. A apresentação passa a ser pública quando se perde a capacidade de controlar para quem ela é feita e se passa a atuar numa esfera de indeterminação. Se as imprecisões e interpenetrações entre as duas esferas são realidades seculares em variados contextos de comunicação, o que acontece em *sites* de redes sociais como o Facebook é que a porosidade destas duas esferas se torna estrutural. O indivíduo revela-se a uma pluralidade de outros específicos, mas essa revelação não apenas pode, como é mesmo tendente a, extravasar de um âmbito restrito. No contínuo em que se pode conceptualizar a dicotomia público-privado, este tipo de plataformas abre verdadeiras zonas liminares, em que (parte da) comunicação que o indivíduo empreende acerca de si, embora não se tornando rigorosamente pública no sentido de acesso aberto e universal, também deixa de ser privada, uma vez que pode ser acedida por outros exteriores aos círculos determinados.

Se, como diria Bourdieu (2001), as estruturas são também estruturantes, no sentido em que incorporam disposições práticas nos indivíduos, então, a proliferação de espaços cuja arquitectura comunicacional tende para uma revelação pessoal *em crescendo* (porque em círculos cada vez mais alargados pela dinâmica de integração de mais “amigos” e de “amigos dos amigos” – que são os meros “conhecidos” de Goffman, ou mesmo os “estranhos” que a plataforma sugere que deixem de o ser) funciona com uma estrutura de disposições em que o potencial extravasar da sua ‘popularidade’ para além de círculos privados é uma poderosa motivação incorporada pelos sujeitos. Nesse ponto, a perda de controlo sobre qual a audiência dos atos de revelação deixa de ser vista como um risco e passa a constituir uma lógica coletivamente partilhada – e inquestionada – de alargamento da audiência *pessoal* (no sentido em que não é pública/universal, mas sim constituída por pessoas específicas, que, por sua vez, também se revelam, numa arquitetura de trocas).



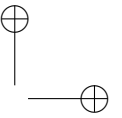
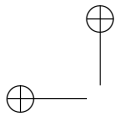
A diferença fundamental, a este respeito, entre os *sites* de redes sociais e os mass media como a televisão ou as revistas, é que a exposição pessoal mediada pela TV não se opera nesta lógica de liminaridade: os sujeitos que aí se revelam, sabem perfeitamente (mesmo sem terem de pensar nisso conscientemente) que o fazem para o público, ou seja, potencialmente para todos, o que mantém alguma nitidez entre os dois lados da dicotomia público-privado no que toca ao seu eixo aberto/desconhecidos-restrito/conhecidos. Uma plataforma como o Facebook, o que tem de mais estruturante a nível do público-privado não é o incentivo à revelação pessoal (coisa que os mass media há muito promovem), nem mesmo o facto de constituir um espaço ‘democratizado’ de exposição mediada, acessível a qualquer um (algo já possível noutros *self mass media*). O que ela tem de potencialmente mais estruturante, insidiosamente alicerçado nas dinâmicas inter-pessoais, é o próprio esbatimento da dicotomia, o facto de práticas concretas de exposição – como ‘postar’ imagens ou fazer *likes* – poderem deixar de ser pensadas em termos de *se saber* vs. *não se saber* a quem se comunica. Uma vez que o horizonte é o estiramento potencialmente ilimitado da ‘popularidade’, mas sem que (por assentar nas dinâmicas inter-pessoais) se procure a exposição irrestrita e universal, as categorias de privado e de público parecem deixar de fazer sentido.

Podemos, por isso, ver o Facebook como um palco mediatizado de encenação, como um espaço de partilha de peculiaridades individuais que visam a construção de uma identidade mediática onde visibilidade e exposição se interpenetram. Inscritas em tendências culturais de longa duração, estas novas formas dramático/expressivas de encenação do *self* contribuem para diluir a dicotomia público-privado, através do indivíduo que se faz notar, exibindo-se perante os seus pares e expondo aspectos outrora resguardados na esfera da intimidade. Neste espaço mediado coexiste uma pluralidade de práticas, mas talvez seja possível afirmar, de forma intuitiva, que predomina a partilha de vivências individuais, uma certa encenação do íntimo, que pode mesmo conjugar novas “tiralias da intimidade” (Sennett, 2002). Efetivamente, nunca existiram tantas e tão docemente coercivas possibilidades de exposição. O direito à reserva da intimidade entra em colisão com a dimensão óptica das sociedades contemporâneas, com a ênfase do visível, com o prazer da exibição e da contemplação do outro.

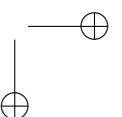
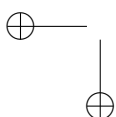
Referências

- Arendt, H. (1978). *The Life of the Mind*. New York: Harvest Book.
- Arendt, H. (2001). *A Condição Humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Baudrillard, J. (1990). *Fatal Strategies, Semiotext(e)*. Los Angeles: CA.
- Bauman, Z. (2000). *Em busca da política* (Trad. Marcus Penchel). Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2008). *Vida para consumo. A transformação das pessoas em mercadorias*. (Trad. Carlos Alberto Medeiros). Rio de Janeiro: Zahar.
- Bobbio, N. (2009). *Estado, Governo e Sociedade. Para uma teoria geral da política*. São Paulo: Paz e Terra.
- Bourdieu, P. (2001). *O Poder Simbólico*. Miraflores: Difel.
- Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 11. Consultado a 17 de Maio de 2013. Disponível online em [url] <http://jcmc.indiana.edu>
- Crescenzi, L.; Arauna, N. & Tortajada, I. (2013). "Privacy, self-disclosure and self-image of Spanish teenagers on social networking sites". The case of Fotolog. *Comunicación y Sociedad*, 26 (2), 65-78
- Donath, J.S. (1999). Identity and Deception in the Virtual Community. In: P. Kollock & M. Smith (Orgs.) *Communities in Cyberspace*. New York: Routledge.
- Eco, U. (2012). *A Passo de Caranguejo. Guerras quentes e populismo mediático*. Lisboa: Gradiva Publicações.
- Ferry, J-M. (1992). "Las transformaciones de la publicidad política". In *El Nuevo Espacio Público*. Barcelona: Gedisa.
- Goffman, E. (1966). *Behavior in Public Places: Notes on social organization of gatherings*. Nova Iorque: Free.

- Goffman, E. (1993). *A Apresentação do Eu na vida de todos os dias*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Habermas, J. (2010). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity.
- Innerarity, D. (2004). *A Sociedade Invisível*. Lisboa: Teorema.
- Manago, A.M.; Graham, M.; Greenfield, P. & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 446-458.
- Marichal, J. (2012). *Facebook Democracy. The Architecture of Disclosure and the Threat to Public Life*. Surrey: Ashgate Press.
- Mateus, Samuel. (2011). *Publicidade e Consumo nas Sociedades Contemporâneas*. Covilhã: Livros LabCom.
- Meyrowitz, J. (1986). *No Sense of Place: The impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University.
- Polivanov, B. (2011). Aparência, visibilidade e contatos: a autoprodução em sites de redes sociais e a cena da música eletrônica. *Logos* 34, vol. 34 (1). 32-43.
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Riesman, D. (1989/1969). *The Lonely Crowd: A study of the changing American character*. New Haven/Londres: Yale University Press.
- Rocha, A. (2012). Público e Privado: notas conceituais sobre a transformação da intimidade na Internet. *Intratextos*, 4(1), 103-125.
- Rudiger, F. (2000). Subjetividade e novas tecnologias de comunicação: elementos para a crítica do pensamento contemporâneo. *INTERCOM*. Consultado a 17 de Maio de 2013. Disponível online em [URL]: www.portcom.intercom.org.br
- Sennett, R. (2002). *The Fall of Public Man*. England: Penguin Books.



- Sibilia, P. (2008). *O show do eu. A intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Simmel, G. (1989). *Philosophie de la modernité: la femme, la ville, l'individualisme*. Paris: Payot.
- Valkenburg, P.M. & Peter, J. (2009). Social consequences of the internet for adolescents: a decade of research. *Current Directions in Psychological Science*, 18, 1-5.
- Zhao, S.; Grasmuck, S. & Matin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.







2. O ser humano como portal de comunicação: A construção do perfil no telemóvel

António Fidalgo, Ana Serrano Tellería, José Ricardo Carvalheiro,
João Canavilhas & João Carlos Correia

Resumo: A incorporação do telemóvel na vida diária do ser humano não apenas altera as dimensões de espaço e tempo, como também muda a sua perceção e maneira de se relacionar com o ecossistema. A partir do conceito de intimidade tecnológica, que descreve os níveis de interação entre o homem e a tecnologia, utilizado por Boyce e Hancock, analisa-se o estado da arte e propõe-se uma metodologia que permita explorar questões, cada vez mais prementes, principalmente no que diz respeito à delimitação das esferas públicas, privada e ao espaço comum. Seguindo em particular as teorias de Castells, Heidegger, Meyrowitz e Habermas, articula-se um conjunto de categorias que permitem aprofundar os conceitos de espacialização, voluntariedade e perfil, identificados como elementos chave para a análise do ser humano como portal de comunicação.

Palavras-chave: ser humano, portal de comunicação, perfil, telemóvel.

Introdução

Numa época em que é possível estar permanentemente visível, disponível e conectado por meio dos dispositivos móveis¹, cada novo contato com uma tecnologia remete para questões fundamentais. A mudança, o desenvolvimento e a amplificação das coordenadas espaço-tempo, das perceções e interações e da delimitação e configuração das esferas pública e privada constituem os principais aspetos pesquisados relativamente à transposição da identidade² dos

¹ Telemóvel, Smartphone e Tablet.

² Identidade: Ente em relação a um espaço e a um tempo.



sujeitos para os perfis³ na rede. Este artigo apresenta uma primeira abordagem ao estado da arte no campo das comunicações móveis com o objetivo de levantar questões que futuramente permitam aprofundar o seu estudo.

Neste sentido, a primeira característica que Castells atribui à comunicação móvel é a autonomia, mais do que a própria mobilidade, porque a maioria das chamadas acabam por ser feitas a partir de lugares onde existem também telefones fixos (2008: 448). Assim, na sociedade em rede, cada pessoa tem uma definição própria de redes e é, ao mesmo tempo, nó de ligação. Para o autor, a comunicação sem fios resgata o conceito de família “póspatriarcal” formada por indivíduos que afirmam a sua autonomia, incluindo crianças, e que, simultaneamente, têm necessidade de coordenação constante – de acordo com o contexto espacial ou social, por exemplo, a pergunta “onde estás?” que substitui o “como estás?” – e acompanhamento, de apoio e sistemas de *backup*.

Esta comunicação autónoma, aliada ao aumento do número de telemóveis e ao acesso à Internet, estende-se também ao campo da mobilização sociopolítica. “A rede é mais uma criação social do que técnica”, afirma Keen lembrando as palavras de Berners-Lee, o arquiteto original da World Wide Web, que considera a questão social o núcleo central da Internet: “Eu a projetei para ter um efeito social – ajudar as pessoas a trabalhar juntas –, e não para ser um brinquedo técnico” (Keen, 2012: 118).

A segunda característica que Castells (2008: 449) realça, neste processo de transformação comunicacional, é o espaço de fluxos e o tempo intemporal, caracterizado inadequadamente como multitarefa. O espaço de fluxos significa simplesmente que a simultaneidade na interação social pode ser alcançada sem contiguidade territorial. O tempo intemporal, por sua vez, diz respeito à capacidade de aproveitar o tempo em momentos livres. Porém, Castells adverte (2008: 45): “Não é que nos tenhamos tornado escravos da tecnologia. Em vez disso, escolhemos a tecnologia para escravizar a nossa liberdade, porque somos livres para o fazer (a liberdade pode ser usada para a autodestruição, como mostra a história)”.

Em relação ao espaço, Lemos (2013: 55) lembra a importância da perspectiva de Heidegger no aprofundamento da relação “espaço, mídia locativa e

³ Construção de uma imagem pessoal com um fim ou objetivo por intermédio de uma plataforma.



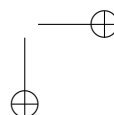
teoria ator-rede”. “O espaço é concebido como *vorhanden* (*present-at-hand*, o objeto nele mesmo, ‘teoria’) e *zuhanden* (*ready-to-hand*, o objeto para nosso uso, a ‘região’, o lugar por onde nos deslocamos, ‘prática’). Portanto, o espaço tem um duplo modo de se ver pelo que a existência é uma espacialização constante. Este modo de existência dá-se a partir da separação (aquilo que está próximo ou distante) e da direcionalidade (a orientação do movimento), que, por sua vez, ampliamos por meio das redes técnicas (Arisaka, 1945: 460).

Com a nossa demonstrada capacidade de lidar com múltiplas tarefas, cognitivas e operacionais, que envolvem a tecnologia, somos ainda capazes de, simultaneamente, cumprir rituais sociais comuns, sem que isso implique uma perda substancial da nossa “face”, no sentido de Goffman (Ling, 2008). Utilizamos-la assim como uma parte das nossas considerações estratégicas e táticas comunicacionais (Baron, 2008). Este estado é, contudo, influenciado pela ideia de atenção parcial contínua descrita por Stone⁴, temos capacidade de estarmos sempre conectados sob o risco de entrarmos num estado de stress. E, mais uma vez, a ansiedade de informação (Wurman, 2000) vem recordar-nos da importância da literacia digital e da gestão da informação nestes tempos de fluxo contínuo e abundância de dados.

A comunicação móvel melhora várias dimensões da liberdade e aumenta as nossas escolhas na vida, ao mesmo tempo que também se pode voltar contra o utilizador: invadir a privacidade pessoal e causar sofrimento emocional, político e tecnológico, resume Katz (2008). Neste sentido, Keen (2012: 198) adverte: “No grande exibicionismo de nosso mundo da Web 3.0 hipervisível, onde estamos sempre em exibição pública, sempre nos revelando para a câmara, perdemos a capacidade de permanecer nós mesmos”, e acrescenta: “Estamos esquecendo quem realmente somos”. Enquanto uma outra característica é a possibilidade de escolha, a “prática do self multifacetado”; onde o Eu (*Self*) passa de multitarefas para multi-vidas, como descreve Turkle (2011: 192).

Um dos principais críticos de Bentham, no século XIX, John Stuart Mill, argumenta que para o indivíduo permanecer humano, este devia, ocasionalmente, desligar-se da sociedade, para que pudesse continuar privado, autónomo e secreto. Keen usa o discurso de Mill para criticar a pretensão dos defensores extremos dos *Social Media* (Keen, 2008: 34-35) como Mark Zuc-

⁴ Web pessoal URL [www.lindastone.net].





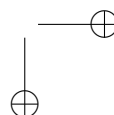
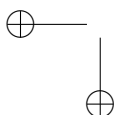
kerberg (“queremos garantir que toda experiência que você tenha seja social”), John Doerr (“grande terceira onda”), Jeff Jarvis e o seu manifesto pela transparência (“o centro de gravidade da Internet”) ou Reid Hoffman (“dar à sociedade uma lupa para examinar quem somos e quem deveríamos ser”, Ibidem: 53).

Seguindo esta linha, a nossa especificidade como espécie estaria na capacidade de nos destacarmos da multidão, de nos libertarmos da sociedade, de sermos deixados sós, de pensar e agir por conta própria; como argumenta Keen (2008: 200): “O futuro, portanto, deve ser tudo menos social” (Ibid: 201).

Numa economia global – no sentido de uma economia de redes, de uma economia social e de confiança (“transparência na rede recompensa a integridade”, diz Hoffman citado por Keen, 2012: 58) – já existem empresas especializadas na eliminação de dados e salvaguarda da reputação na rede. Além disso, o e-government e as ligações sem fios – consideradas, hoje, ferramentas essenciais –, mas também a volatilidade das políticas de privacidade, a falta de profundidade sobre o impacto do sistema operacional, as aplicações que recorrem a dados pessoais, os sistemas de geolocalização automáticos e a vigilância sem permissão, etc., são alguns dos campos em que é preciso aprofundar as pesquisas.

Por portal de informação entende-se um espaço que aglutina e dissemina informação organizada de acordo com um conjunto de critérios. A grande vantagem destes repositórios online é a riqueza do conhecimento disponibilizado num só espaço, mas também a rapidez na resposta às solicitações dos utilizadores.

No ecossistema móvel, o conhecimento tende a ser redefinido como informação, e o processo de aprendizagem materializa-se num ciclo, no qual a informação correta é entregue à pessoa certa no mais curto espaço de tempo possível (Myerson, 2001). Nesta perspetiva, a possibilidade de manter uma ligação permanente à rede e o facto de os telemóveis serem um aparelho de uso pessoal (Goodman, 2003) transformam o seu proprietário no tal portal que, ao contrário dos portais online, está acessível não só à sua geografia de amigos, mas também a um espectro potencial de novos contactos, ainda desconhecidos.





O ser humano como portal de comunicação⁵ lida com a gestão contínua do fluxo de dados num espaço que flui (Castells, 2008: 449) e numa mudança ou transposição do tempo comum (interpretação que surge no sentido do tempo intemporal de Castells, Ibid). Nesta deve-se verificar uma gestão das tarefas de acordo com a sua prioridade, tendo em conta o estado de contato permanente (Katz, Aakhaus, 2002) e a diferença, nesta concepção, entre o ser humano como portal e o resto dos utilizadores. Existimos, assim, configurando uma espacialização virtual onde a direcionalidade e a distância estão confusas ou ainda indefinidas.

Método

Deste modo, esta revisão do estado da arte parte da perspectiva do homem como um portal de comunicação, no qual a delimitação da condição humana é definida pela atitude e forma de se relacionar do ser humano com o ecossistema (ver por exemplo, Bateson 1979, 1991). Esta noção de relação e de interdependência já fora, aliás, abordada por autores como Elias (1980: 134): “A imagem do homem em relação tem que ser antes a de pessoas no plural; temos obviamente que começar com a imagem de uma multidão de pessoas, cada uma delas constituindo um processo aberto e interdependente”.

Neste sentido, partimos duma perspectiva que analisa a relação dos seres humanos com a tecnologia e propõe o conceito de “tecnologia da intimidade” de Boyce e Hancock (2012) a fim de dividir o estado da arte em quatro dimensões: a perspectiva interna, a extensão externa, as interações interpessoais e o reflexo societal. É uma primeira proposta de análise que ajuda a esclarecer questões a aprofundar, em que a classificação das conclusões dos estudos apresentados foi feita de acordo com o destaque do seu principal aspeto ainda que outros poderiam ser incluídos nas restantes dimensões possíveis.

Boyce e Hancock (2012) explicam, na sua análise da intimidade crescente, como se estabelecem as relações entre os seres humanos e a tecnologia. Com o desenvolvimento de cada um dos sistemas mais inovadores e íntimos, a linha entre homem e máquina é cada vez mais turva. Os conceitos de humano *qua* humano e máquina *qua* máquina já não estão situados nos extremos: de um lado, espectro humano; do outro, automação. Em vez disso, o homem e

⁵ “It was I-alone that was reachable wherever I was: at a house, hotel, office, freeway or mail. Place did not matter, person did. The person has become the portal” (Wellman, 2001).





a máquina representam uma díade convergente que se tem desenvolvido no sentido de uma “comunalidade” híbrida.

A relação entre o utilizador e a tecnologia pode ter diferentes graus. Esta relação dá origem à construção da intimidade tecnológica, que representa a identificação da ligação física e emocional entre um ser humano e um sistema tecnológico (Bennett, 2011; Carnegie, 2002).

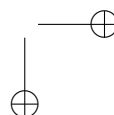
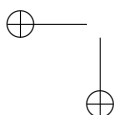
Perspetiva interna (*Internal perspective*)

Esta dimensão representa um nível de aceitação tecnológica para o indivíduo, que pode ir além da mera “fiscalidade” da interação, mas também aborda os processos cognitivos como atenção, resolução de problemas, tomada de decisão. A maneira como um indivíduo decide aproveitar a intimidade tecnológica fisicamente pode ser ligada à forma como o cérebro assessora a necessidade de interação, perante o estado do mundo atual (Hancock & Hancock, 2009).

Isabella (2009: 1) pergunta a si própria se o facto de as pessoas viverem continuamente desta forma – agindo em permanente execução pública, com alto grau de mobilidade e as relações do tempo e espaço desincorporadas (ou deslocadas; Giddens, 1990) – é uma forma de se legitimarem e serem “reais”. Acrescenta ainda que a web 2.0 já não é um “lugar” onde as pessoas podem experimentar identidades e jogar com as partes dos seus Eus, mas uma forma de se legitimar por meio do consenso dos utilizadores da Internet, sendo o telemóvel um instrumento de acesso a este mundo paralelo (Turkle, 2005, 2008).

O telemóvel – como extensão e amplificação do nosso corpo – é um dispositivo que, nas palavras de Groening (2010), é o mais novo e mais versátil dos *media* eletrónicos, ao permitir a suposição e a propagação da identidade. O seu problema, tal como a televisão, é que fortalece a separação, a solidão e o isolamento, enquanto oferece comunalidade virtual, intimidade e conexão: representa a possibilidade de interação social sem o peso da obrigação social (2010: 14).

Pode-se falar, assim, do capital social existente nas relações mediadas por telemóvel, que é criado e reforçado pelo aumento da frequência das interações e do contacto permanente (Ling, 2004), das mensagens SMS que mantêm relações periféricas (Goodman, 2003), e até mesmo da bisbilhotice, a qual reforça a coesão dos grupos (Fox, 2001). Contudo, este diminui quando torna os uti-





lizadores indisponíveis para interações face-a-face. Além disso, ao reforçar a coesão, torna as suas fronteiras menos permeáveis, dividindo a sociedade em grupos fechados (Ling, 2004: 190-192).

No fundo, trata-se de uma ideia também explorada no conceito de atenção parcial contínua descrita por Stone⁶, uma vez que afeta a qualidade com que nos entregamos a cada uma das nossas tarefas, ou seja, com menos “compartilhamento da mente” (*mind share*). Na medida em que estamos focados na identidade, é igualmente afetada a forma como as pessoas pensam acerca das suas vidas e prioridades. Neste sentido, o Eu pode perder o sentido de escolha consciente da comunicação, uma vez que os *media* estão em *background* (fundo), sempre em espera (Turtle, 2008: 129).

Há muito tempo que a visibilidade mediática ganhou um valor em si mesma, explica Fidalgo (2007): “O preceito idealista de *esse est percipi* (ser é ser percebido) converte-se na máxima mediática de que o real é o noticiado” (ibid: 2). O lado mais “democrático” e a diferença entre os meios anteriores e os chamados sociais (Web 2.0 e/ou 3.0) estariam no facto de que, agora, são os outros quem mais decidem quando e como se chega a essa ribalta de atenção pública, sem prejuízo dos parâmetros de avaliação utilizados por cada plataforma. A economia da atenção, como lembra Fidalgo (ibid: 4), citando Frank (1998), comercializa-se, acumula-se, rende juros, concentra-se, ou então dispersa-se, perde-se etc.

“As informações pessoais são o novo lubrificante da internet e a nova moeda do mundo digital”, alerta a comissária europeia para o consumidor, Meglena Kuneva (2009; Keen, 2012: 87). Neste “princípio vital” que move a publicidade (Gleick, 2011), “a economia global do conhecimento” (Keen, 2012: 87), “onde a corrida para saber o máximo possível sobre você se tornou a batalha central da era dos gigantes de Internet” (Pariser, 2011), assiste-se a uma queda na eficácia do *marketing online*, cerca de 65%, quando o rastreamento dos utilizadores *online* passa a ser regulado, explica Tucker (Segupta, 2011).

A transformação das pessoas em mercadoria (Bauman, 2008) ocorre numa sociedade onde “uma curiosa reversão redefiniu essa esfera privada – que se caracterizava pelo direito ao segredo – como esfera que se tornou presa do direito à publicidade. A expropriação foi disfarçada de doação, o arrombamento se faz sob a máscara de emancipação” (Bauman, 2000: 71).

⁶ Definição: URL [<http://lindastone.net>].



A tecnologia como arquitetura da intimidade (Turkle, 2011) e arquitetura de divulgação (*disclosure*), permite, no caso da estratégia do Facebook, a modificação da interface em prol da sensação de controlo por parte do utilizador, ainda que com a intenção final de que este adicione cada vez mais dados pessoais (Marichal, 2012). O *design* da plataforma tem, assim, evoluído no sentido do utilizador partilhar cada vez mais conteúdo e tornar-se mais transparente sob o pretexto de que dispõe de um maior controlo sobre esses dados e perfil, ainda que na realidade isto não aconteça.

Exemplos concretos e mais polémicos na violação da privacidade do Facebook são a plataforma ‘*Open Graph*’, que partilha conteúdos automaticamente (*The Washington Post*, *The Guardian*, *The Wall Street Journal*, *The Independent* já oferecem ferramentas para evitar o seu uso) e o processo de etiquetagem de imagens pela técnica de reconhecimento facial.

O aparecimento e o crescimento de empresas dedicadas a salvaguardar a reputação *online* refletem a preocupação dos utilizadores em relação à privacidade (84%), sendo que 47% destes reconhecem não interferir a este respeito, de acordo com um estudo da Microsoft de abril de 2013 (Snapp, 2013). O “Direito ao esquecimento” é a proposta da União Europeia que pretende a atribuição de uma data para a expiração dos dados pessoais, devendo esta ser aplicada no contexto específico dos *sites* de redes sociais, refletem a preocupação social e política atual.

Um outro avanço é o programa *X-Pire*⁷, desenvolvido pela Universidade de Saarland, na Alemanha, que atribui um prazo de validade às imagens em *jpeg* veiculadas por meio do navegador *Firefox*, marcando-as com uma chave codificada. Devemos ainda mencionar a este propósito uma tecnologia desenvolvida na Universidade de Twente (Holanda), que permite que as informações se degradem com o tempo (Heerde, 2010).

Por outro lado, numa análise da tecnologia, Zittrain (2008) propõe uma divisão entre a “generativa” (*generative*) e a “amarrada” (*tethered*). A primeira envolve os computadores pessoais e a capacidade dos utilizadores produzirem mudanças espontâneas. Por exemplo, num computador, qualquer pessoa pode programar, executar esses códigos numa variedade de plataformas e partilhá-los. Em geral, as tecnologias geradoras são úteis para a realização de tarefas, são adaptáveis, fáceis de dominar e não necessitam de permissão. No entanto,

⁷ Web oficial. URL [www.backes-srt.de].



em nome da segurança dos consumidores, o autor considera que nos temos afastado das tecnologias geradoras, como o PC, e adotado as “amarradas”, como o iPhone ou TiVo.

As “amarradas” são portanto não “generativas”, ou seja, não têm a capacidade de produzir uma mudança impulsionada pelos utilizadores, o que quer dizer que o consumidor deve utilizar o produto de acordo com as normas do fabricante. Assim, elas não são adaptáveis, nem acessíveis, nem mesmo fáceis de dominar. No entanto, o autor acrescenta, para nossa surpresa, que: “Não há nenhum problema com estas tecnologias”; reduzem a capacidade de inovação e de criação por parte dos utilizadores – o que, consideramos, deveria ser um aspeto importante.

Extensão externa (*External extension*)

Esta dimensão descreve a alteração na capacidade funcional de realização de tarefas, uma vez que, frequentemente, deixa-se de mapear adequadamente as funções humanas (capacidades cognitivas, fisiológicas e físicas) de acordo com os requerimentos de desempenho dos sistemas ou dispositivos (Cooper *et al.*, 2008).

Stald (2008), num estudo focado em jovens, identidade e comunicação móvel, apresenta o conceito de “identidade móvel”, caracterizado principalmente pela “fluidez de identidade” – constantemente a negociar – baseada em quatro eixos: 1) disponibilidade; 2) experiência da presença – presença social no espaço público sendo invadida por comunicação móvel em curso; 3) *log* pessoal para atividades, redes e comunicação de experiências – um papel que tem implicações tanto para as relações entre o indivíduo e o grupo, como para a experiência emocional; e 4) aprendizagem das normas sociais.

Neste contexto das funções comunicacionais, Jin Park (2011), no seu estudo, analisa três dimensões do impacto da literacia digital nos comportamentos relacionados com a privacidade *on-line*: a) familiaridade com os aspetos técnicos da Internet, b) consciência dos aspetos institucionais comuns e c) compreensão da atual política de privacidade. As análises mostraram uma poderosa capacidade de previsão de conhecimento do utilizador; porém, os resultados foram mistos quando representando a interação entre o conhecimento e experiências na Internet. Havia limitações nas extensões de conhecimento e ação relacionadas com a informação personalizada. Além disso, essas limita-



ções estão divididas por características sociodemográficas, tais como: idade, sexo, renda e educação. O estudo demonstra a presença de uma fratura digital de segundo nível na privacidade na Internet, além do nível de acesso – ambos fortemente condicionados pela prioridade temporal.

Importa, neste sentido, regressar a uma outra característica das comunicações móveis, que está relacionada com a forma como estes meios dão ao indivíduo a possibilidade de transformar o tempo “improdutivo” da vida quotidiana em “produtivo”; “(...), consciente da contingência da vida contemporânea e do risco de dispersão, tentando portanto criar âncoras” (Isabella, 2009: 7).

O estado de contacto permanente (Katz, Aakhus, 2002) possibilita que as pessoas recriem uma rede de proteção semelhante à das sociedades tradicionais (Isabella, 2009: 7), onde as pessoas mantêm uma intimidade nómada dentro dum sistema social menos baseado na localização e mais nelas próprias, podendo assim permanecer num contacto em movimento (Fortunaty, 2002). “This create a kind of nomadic intimacy in which the public space is no longer a full itinerary, lived in all its aspects, stimuli and prospects, but is kept in the background of an itinerant ‘celular intimacy’” (Ibidem).

Lembrando Goffman (1959), a vida quotidiana é como uma performance, onde as pessoas se movem entre o palco e os bastidores, entre público e privado. Celebrar a integração das comunicações remotas no fluxo da vida pode estar a subestimar a importância das interações face-a-face (Mazmanian, 2005), além de minar os rituais tradicionais de separação nas diferentes esferas da vida (Turkle, 2008: 128). O facto de ter uma página pessoal numa rede social parece legitimar a existência em si mesma. Todavia, esta visibilidade perante uma determinada comunidade requer muito tempo e cuidado (Isabella, 2009: 6).

Meyrowitz, em *No Sense of Place* (1985), já descrevia como os *media* eletrónicos sobrepõem as diversas esferas sociais que antes eram distintas. Partindo das teses de Goffman e McLuhan, apontou o que considera serem os pontos fortes e fracos de cada um e como são complementares: Goffman concentra-se apenas no estudo da interação face-a-face e ignora a influência e os efeitos dos *media* sobre as variáveis que ele descreve; McLuhan incide sobre os efeitos dos *media* e ignora os aspetos estruturais da interação face-a-face. Para fazer a análise, o autor empregou uma categorização baseada em formas de informação: comunicação vs expressão, discursivo vs apresenta-

ção, digital vs analógico; resposta pessoal vs impessoal e *imprint* (marcar) vs *report on* (informar sobre).

Nestes processos de comunicação, a pragmática universal de Habermas propõe um modelo de análise que ajuda a estabelecer um ponto de partida interessante e que se encaixa no desenvolvimento observado na retórica clássica (*Ethos*, *Logos* e *Pathos*) nas redes sociais (Berlanga, Garcia, Victoria; 2013).

Aspetos da análise	Pragmática universal
Teoria da frase elementar	Atos de identificação e da predicação
Teoria da expressão intencional	Expressão linguística de intenções
Teoria dos atos ilocucionais	Estabelecimento de relações interpessoais

Fonte: Figalço, 1998: 108; Habermas, 1984, 1987.

Modos de comunicação	Tipos de atos de fala	Tema	Pretensões de validade
Cognitivo	Constatativo	Conteúdo proposicional	Verdade
Interativo	Regulativo	Relação interpessoal	Adequação, correção
Expressivo	Representativo	Intenção	Veracidade do elocutor

Fonte: Figalço, 1998: 114; Habermas, 1984, 1987.

Quadro de modelo comunicacional			
Domínios da realidade	Modos de referencia à realidade	Pretensões implícitas	Funções dos atos de fala
Natureza exterior	Objetividade	Verdade	Apresentação
Sociedade	Normatividade	Correção, justeza	Comunicação
Natureza interior	Subjetividade	Veracidade	Expressão
Língua	Inter-subjetividade	Compreensão	

Fonte: Figalço, 1998: 118; Habermas, 1984, 1987.

No contexto atual, as estruturas de distribuição de conteúdos, explica Aguado (2013: 10), como o conceito de aplicativo (ou app) e a sua integração em repositórios de acesso hierárquico são a base de um modelo de distribuição concebido no início da indústria da mobilidade, consolidada a partir da

difusão massiva de *smartphones* e *tablets*. As rotinas de consumo – como, por exemplo o armazenamento na nuvem, a sincronização entre os distintos dispositivos (coordenar a experiência e a sequência de utilização), bem como a onnipresença e portabilidade – colocam os dispositivos móveis no centro de gravidade do consumo multi-ecrãs (ibid: 13).

Assim, a relação entre a ciência e a sociedade, quanto à evolução, é descrita, por Levison em *Cellphone* (2004), como uma competição entre os meios para captar a nossa atenção. Sobrevivem aqueles que melhor atendem às nossas necessidades, como descreve Streeck (2013) quando compara os argumentos de Monsen e Downs (1971) em relação à transição “de uma economia de atendimento das necessidades para outra de atendimento dos desejos; de um mercado centrado no vendedor para um mercado centrado no comprador”.

Interações interpessoais (*Interpersonal interactions*)

Estas interações descrevem a forma como a intimidade tecnológica afeta aqueles que interagem com o utilizador principal e com a sua tecnologia. Em qualquer relacionamento há um desenvolvimento da confiança entre duas entidades (Hancock *et al.* 2011). Esta tecnologia torna-se parte integrante no tecido da pessoa e a pessoa torna-se uma só com a tecnologia. Para realizar essa tarefa, as entidades têm, no entanto, de se ajustar mutuamente de uma forma em que se complementem, criando assim o que poderia ser considerada a intimidade dentro de um indivíduo (Hancock & Hancock, 2009; Moravec, 1988).

“A partir del ecosistema de la movilidad, el contenido es el médio”, parafraseia Aguado (2013) McLuhan, ao procurar descrever o choque atual entre o ecossistema de *hardware/software* e os meios de comunicação, num novo contexto em que as relações sociais dos utilizadores e as contribuições sobre a mobilidade (*sync*, onnipresença e identidade) redefinem radicalmente a dinâmica do consumo do conteúdo cultural. Esta realidade produz também uma mudança no paradigma publicitário, dado que na economia digital da abundância, com um inventário de formatos e possibilidades praticamente ilimitado, o ponto de referência é a audiência e já não o suporte. A exposição (paradigma da publicidade tipo “display” baseado na predominância do suporte) é substituída pela ação (redes sociais, recomendação, exploração, *engagement*, etc. (Varela, 2012).



Como refere Arendt (1997), “só a ação é prerrogativa exclusiva do homem; nem um animal nem um deus é capaz de ação, e só a ação depende inteiramente da constante presença de outros” (ibid: 31). A autora explica como, na criação de um mundo comum, a realidade não é garantida pela “natureza comum” dos homens, mas pelo facto de todos estarem interessados no mesmo assunto:

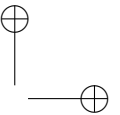
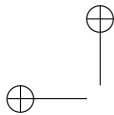
“Nas condições de um mundo comum, a realidade não é garantida pela ‘natureza comum’ de todos os homens que o constituem, mas sobretudo pelo fato de que, a despeito de diferenças de posição e da resultante variedade de perspectivas, todos estão sempre interessados no mesmo objeto. Quando já não se pode discernir a mesma identidade do objeto, nenhuma natureza humana comum, e muito menos o conformismo artificial de uma sociedade de massas, pode evitar a destruição do mundo comum, que é geralmente precedida pela destruição dos muitos aspectos nos quais ele se apresenta à pluralidade humana” (ibid: 67).

Na destruição deste mundo comum, o homem é um prisioneiro da subjetividade da sua própria existência única, da sua perspetiva particular:

“Em ambos os casos, os homens tornam-se seres inteiramente privados, isto é, privados de ver ou ouvir os outros e privados de ser vistos e ouvidos por eles. São todos prisioneiros da subjetividade de sua própria existência singular, que continua a ser singular ainda que a mesma experiência seja multiplicada inúmeras vezes. O mundo comum acaba quando é visto somente sob um aspecto e só Ihe permite uma perspectiva” (ibid: 67-68).

Assim, a quase onnipresença da computação portátil e das tecnologias móveis permitiram a comunicação de voz, mensagens de texto, *email*. O acesso à web fez da conectividade um lugar comum, como explica Turkle (2008), que descreve a nossa experiência com os computadores – programáveis e personalizáveis – como um *Second Self*, mas que agora entende como um *New State of the Self, Itself* (Turkle, 2005, 2008).





Neste novo estado *on/offline* é o *Tethered*⁸ *Self*, “psychologically tuned to the connections that matter” (ibid: 122), no qual já não há necessidade de esconder a *electronic co-presence*. Pelo contrário, ela é um símbolo de importância. A autora explica também como, nestes tempos em que estamos inseguros em relação aos nossos relacionamentos e ansiosos quanto à nossa intimidade, olhamos para a tecnologia com o intuito de aí encontrarmos novas maneiras de nos relacionarmos e, ao mesmo tempo, de nos protegermos (Turkle, 2011: xii).

Nesses ambientes virtuais, a *holding power* (detentores do poder) oferece oportunidades de explorar a identidade, “it is not exact to think of people as tethered to their devices. People are tethered to the gratifications offered by their online selves” (ibid: 125). Assim, a tecnologia não produz um novo estilo de relacionamento, ainda que o permita, mesmo que condicionado pela velocidade e pela brevidade.

“At the moment of having a thought or feeling, one can have it validated. Or, one may need to have it validated. And further down a continuum of dependency, as thought or feeling is being formed, it may need validation to become established. The technology does not cause a new style of relating, but enables it. (...) High technology, with all its potential range and richness, has been put at the service of telegraphic speed and brevity” (ibid: 128).

Já Ling (2008), com base nos trabalhos de Durkheim, Goffman e Collins e na metodologia de Höfflich e Meyrowitz, conclui que o telemóvel, multi-dimensional, gera uma interação mediada que ocupa o mesmo lugar, se não inclusivamente uma posição superior, nas mentes dos indivíduos (ibid: 168). Os próprios rituais de interação podem desenvolver-se em interações exclusivamente mediadas e os rituais sociais de micro-nível podem ser cunhados por meio das interações mediadas (ibid: 170).

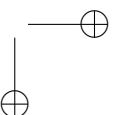
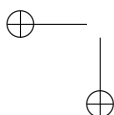
Fortunati (2005: 5) concluiu anteriormente que teríamos uma comunicação corpo-a-corpo menos frequente, sem a ajuda de tecnologias de comunica-

⁸ *Tethered*:

a) *A restricting rope, chain, etc. By which an animal is tied to a particular spot.*

b) *The range of one's endurance, etc.*

c) *At the end of one's tether, distressed or exasperated to the limit of one's endurance.*





ção. “Temos sido forçados a utilizar todos os modos de comunicação artificial para tornar possível, manter vivo, desenvolver ou iniciar os nossos momentos de comunicação corpo-a-corpo”. A autora enfatiza que, para que o ambiente comunicativo seja compreendido, devemos entender como a sociabilidade e a esfera da reprodução dos indivíduos funcionam.

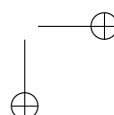
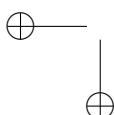
Neste sentido, Ling descreve como os encontros rituais focados podem ser espontâneos, institucionalizados, expansivos ou discretos e como as nossas interações se articulam entre discórdia e ordem, lembrando que a ignorância do estado do outro cria ansiedade (Goffman) – e o telemóvel realça este assunto (2008: 173). A utilização do dispositivo coloca-nos num limbo social, no qual os outros estão impossibilitados de nos dizer qual é o nosso verdadeiro estado.

Assim, devemos concentrar-nos nas nossas linhas de ação, para que os outros saibam o que estamos a fazer. O *nosso status* social enquanto indivíduos obriga-nos a mostrar aos outros o quanto abertos ou fechados somos (ibid: 174). A interação mediada, composta pelo seu ritual de foco mútuo e atenção permanente, o sentimento de pertença, o sentido de solidariedade, a inclusão simbólica e revitalização do grupo podem ajudar a apoiar e a manter a interação social (ibidem).

“A grande revolução social dos últimos anos não foi nenhum grandioso acontecimento político, mas sim o modo como o nosso mundo social foi redefinido por sites de relacionamento como o *Facebook*, *Myspace* ou *Bebo*”, indica Dunbar (Keen, 2012: 182) para explicar “o número Dunbar” (Dunbar, 2010: 21). De acordo com este, conseguimos lembrar-nos de 150 indivíduos ou acompanhar as relações provenientes desse número; constitui, portanto, o nosso círculo social ideal, para o qual nós, como espécie, fomos concebidos.

Um relatório do *Pew Research Center* aferiu que o utilizador típico do *Facebook* tem 229 amigos (com uma média de 7% que nunca conheceu) e possui mais “relações íntimas” – de acordo com a sua perceção — do que o estado-unidense médio (Hampton, Sessions, Rainie, Purcell; 2011). Já os estudos de Turkle (2008, 2011) refletem uma preocupação particular em relação à fragilidade dos laços que são estabelecidos e à sua insuficiência emocional.

Importa ainda referir, no que diz respeito ao tempo de lazer dos jovens, definidos como sociais, locais, móveis, digitais e capazes de gerir eficientemente a tecnologia, as conclusões de Viñals (2013). A autora explica como as preferências de entretenimento digital, a comunicação, a socialização e o entretenimento são concebidos como instrumentos de prazer e como passa-



tempo de um modo trivial, atendendo à ausência de formação específica que ajudaria a promover o desenvolvimento pessoal e social.

Reflexo societal (*Societal reflection*)

Este reflexo diz respeito ao modo como a sociedade vê a intimidade tecnológica e os seus efeitos sobre o indivíduo. Ou seja, trata-se da forma como a tecnologia se torna mais interligada com o nosso ser, como as nossas relações humanas *qua* humanas se tornam mediadas por máquinas e tecnologia. Os indivíduos estavam habituados a ver a interface como o elemento que fornecia a essência para as condições da fronteira. No entanto, quanto mais eficaz for a interface, menos visível se torna e menos se percebe esse limite. Neste sentido, perante a dificuldade de interpenetração da mente e da máquina, surge a necessidade de uma interface reconhecida (Boyce, Hancock, 2012: 182).

Na proposta de Kaplan e Haenlein (2010), para definir e classificar os *Social Media* ligados à Web 2.0 e ao conteúdo gerado pelo utilizador, são identificados dois elementos essenciais: pesquisa dos *media* (presença social e riqueza dos *media*) e processos sociais (a auto-apresentação e a auto-revelação).

A Teoria da Presença (Short, Williams, Christie, 1976) sugere que os *media* diferem em graus de presença social – definida como o contacto acústico, visual e físico que pode ser alcançado – entre os parceiros da comunicação. A presença social é, assim, influenciada pela intimidade (interpessoal vs mediada) e pela rapidez (assíncrona vs síncrona) do meio. Quanto maior for a presença social, maior a influência que os parceiros da comunicação têm sobre o comportamento do outro.

Já a teoria da riqueza dos *media* (Daft, Lengel, 1986) parte do pressuposto de que o objetivo de toda a comunicação é a resolução da ambiguidade e a redução da incerteza, no sentido em que esta diz respeito à quantidade de informação a ser transmitida num determinado intervalo de tempo. Em qualquer tipo de interação social, as pessoas desejam verificar as impressões que outras pessoas formam delas (o conceito de auto-apresentação de Goffman, 1959), o que também acontece no caso das páginas *web* em que os indivíduos procuram apresentar-se (Schau e Gilly, 2003) por intermédio da auto-revelação.

Nesta “*personal communication society*”, como descrevem Campbell e Jin Park (2008), em que se evidenciam várias áreas-chave de mudança social – incluindo o significado simbólico da tecnologia, as novas formas de coor-

denação e as redes sociais, a personalização de espaços públicos e a cultura jovem *mobile* –, “o próprio ato de usar um telemóvel envolve a contratação simultânea com mais sentidos do que os que usamos para outros dispositivos computacionais, porque temos de tocar, ouvir e ver através do telemóvel a fim de manter contacto com nossos amigos”, explica Vincent (2005).

Essa integração com os sentidos e o apego corpóreo abre novas formas de apego emocional e possibilidades de representação simbólica do Eu (ibid: 373), constituindo-se o indivíduo como um “portal” (Wellman, 2001: 238) e a câmara do telemóvel um dos dispositivos centrais da nossa vida (David, 2010: 96).

A difusão de tecnologia de comunicação móvel contribui substancialmente para a propagação dos fluxos de espaço e tempo atemporal nas estruturas da nossa vida quotidiana (Castells *et al.*, 2007: 171). Campbell e Jin Park consideram que, mais do que a privatização, devemos falar de personalização do espaço público (2008: 378).

Já Ling e Yttri (2002) e Taylor e Harper (2001) distinguem entre *insiders* e *outsiders* (incluídos-excluídos) para se referirem aos membros que integram um grupo na rede e às suas fronteiras. Licoppe (2003) descreve, por sua vez, o tipo de *connected presence* (“presença conectada”), em que os pares são constantemente atualizados em relação à situação do outro. Assim, Campbell e Yong Jin (2008: 379) acrescentam que as comunicações móveis não só personalizam o espaço público, mas também personalizam a experiência comunitária de estar nesse lugar.

A “*hyper-coordination*” (Ling e Yttri, 2001), que Rheingold (2008: 226) denomina “*Smart Mobs*” quando trata diferentes casos de ação coletiva política, destaca-se pelo sentimento de estar presente (“*It felt like being there*”) dos utilizadores remotos (ibid: 234). O autor conclui que a rápida adoção dos meios de comunicação multimédia deu origem a variadas formas de experiências sociais espontâneas. Na esfera política, os poderes de persuasão, organização e coordenação foram democratizados em todo o mundo pela disponibilidade dos telemóveis e mensagens de texto (ibid: 236). E acrescenta que a pergunta mais importante sobre o futuro e o aumento da ação coletiva refere-se a sermos capazes de distinguir entre informações confiáveis e informações enganosas, falsas e sem fontes (ibid: 237) – ou não sermos.

Neste contexto, Humphreys (2005) identifica, com base na observação, diferentes modificações, inovações e violações da utilização dos telemóveis

relativamente aos códigos tácitos de interações sociais: *cross talk, listening in, dual front interaction, three way interaction, caller hegemony, disruption of hegemony and maintenance of hegemony*. A estas dimensões, Jeffery (2008) adiciona, numa perspetiva filosófica, sociológica e política, a importância de concentrar os eixos da análise nos conceitos de comunidade, autoridade, domesticação e etiqueta, bem como de espaço.

Um espaço que muda mediante a utilização dos dispositivos móveis, onde se observa especificamente uma privatização do espaço público (Lasen, 2001) – a tendência para as conversas privadas acabarem no espaço público –, na medida em que o telemóvel corresponde a um espaço privado virtual que acompanha sempre o seu utilizador.

Por isso, é interessante refletir sobre a proposta de Baghai (2012), que examina a privacidade na fronteira dos sistemas sociais diferenciados: sistema de referência de eventos e relevância funcional da comunicação. Baseando-se em Durkheim, Simmel e Luhmann, expõe os motivos do carácter polissémico da privacidade e da sua determinação na diferenciação funcional dos sistemas de comunicação social.

Neste âmbito, Fathi (2011) distingue como principais áreas: perspetiva da segurança, autenticação contra representação, fuga de esquemas resilientes, identidade baseada na criptografia para a privacidade, anonimato para a privacidade, recuperação da informação privada para a privacidade e confiança – “a comunicação electrónica é um meio pelo qual a própria ideia de vida pública foi eliminada” (Sennett, 1974: 282).

As análises⁹ da lei, da política de privacidade e as ações mais comuns dos utilizadores das redes sociais, recorrendo ao *Facebook* como principal exemplo, revelaram uma plataforma socialmente atraente que permite as violações da privacidade *peer-to-peer*, em que os utilizadores lesam os interesses de privacidade uns dos outros. No entanto, Grimmelmann (2008) considera que os inquéritos são inúteis uma vez que não conseguem envolver aspetos fundamentais; como por exemplo, entre saber como e por que é que as pessoas utilizam os *sites* de redes sociais.

Os diferentes estudos realizados com jovens e plataformas de redes sociais, por meio de grupos fechados e entrevistas, mostram como estes sabem

⁹ Liu *et al.* (2011); Madejski, Johnson e Bellovin (2011); Stutzman, Gross e Acquist (2012); Creszenci, Arauna e Tortajada (2013); Lenhart, Kristen, Smith e Zickuhr (2010); Rainie, Smith e Duggan, 2013, *Pew Research* (2013).

gerir cada vez melhor o seu perfil e a privacidade, apesar de abdicarem dela no sentido de alcançarem maior popularidade e prestígio quanto ao perfil idealizado que eles pretendem. No caso do *Facebook*, as expectativas em relação à plataforma são escassas e os inquiridos admitem um nível elevado de violação da privacidade na partilha de informação. A sua noção de privado está cada vez mais ligada ao controlo sobre quem tem acesso e não sobre a quantidade de informação disponibilizada.

Contudo, observa-se um decréscimo na utilização do *Facebook* em relação ao *Twitter* e ao *Instagram*, plataformas que os jovens estão a utilizar com maior frequência, aumentando a quantidade de informação que aí partilham sem se preocuparem excessivamente com as questões de privacidade. Interessante é perceber ainda que são, agora, os adultos quem mais utilizam o *Facebook*, o que também pode ajudar a explicar a saída dos jovens deste *site*.

Neste contexto, devemos também mencionar o *Google +* (Brett, 2013) entendido como um segundo site de rede social, construído por redes de amigos chamadas “círculos”, que seguem o padrão de privacidade e não de abertura. “Depois dos fiascos de publicidade e mercado de *Buzz* e *Wave*, *Google* parece ter aprendido que o público não quer redes plenamente transparentes, transmitindo dados para o mundo inteiro” (Keen, 2012: 178). Keen e Hoffman, num debate sobre o futuro (Keen, 2012: 153), questionam em que medida as comunidades dos *Social Media* vão substituir o Estado-nação como fonte de identidade pessoal no século XXI.

Conclusões

O ser humano como portal de comunicação define-se, em cada momento, pela sua atitude e forma de se relacionar com o ambiente circundante, as esferas públicas e privadas e a sua participação no comum. Alteradas as coordenadas dimensionais de tempo e espaço, o homem torna-se o gestor dessas esferas. Uma mesma ação pode ser considerada pública ou privada no mesmo espaço físico. *Dasein*, de Heidegger, em *Space of Flows*, e *Timesless Time*, de Castells, conduzem a relação de existir, produzindo espacialização num espaço que flui e um tempo condicionado pelo *Perpetual Contact* de Aakhus e Katz.

As tecnologias *Generative* ou *Tethered* permitem maior liberdade de “criação e inovação” ou menor abertura “no interesse da segurança”, explicam os empresários da área. Confrontamo-nos com um mercado onde o conteúdo é



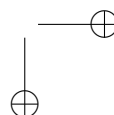
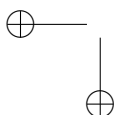
o meio e o consumidor o centro, as suas informações pessoais a mercadoria e as aplicações o novo pacote de apresentação, no qual nos lembramos de *Information Anxiety* de Wurman, e da importância da literacia digital para a gestão da informação e das plataformas.

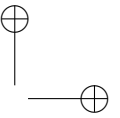
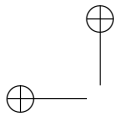
A partir da análise polissémica do conceito de privacidade – de acordo com as estruturas de comunicação e as suas funções, proposto por Baghai –, da metodologia na categorização dos *media* que Meyrowitz aplicou para diferenciá-los relativamente à chegada dos eletrónicos e da semelhança que podemos estabelecer entre os cafés do século XIX de Habermas e a Sociedade em Rede na conquista do poder, a dicotomia entre o que é voluntário e não tornou-se um elemento primordial na transposição da nossa identidade para os possíveis perfis na rede.

A ligação emocional da interação pessoa-máquina com o telemóvel (*affective computing*) reflete a união com o dispositivo e o seu efeito amplificador em todos os âmbitos que engloba: a configuração do perfil e a comunicação. Sempre que surge uma nova tecnologia, os parâmetros de resposta também se alteram em consonância com o grau de exposição como mostrado pelos diversos estudos apresentados. A diferença fundamental estaria no facto de o utilizador ser o espaço físico, o nó inicial, de onde tudo parte e regressa para uma gestão contínua.

A categorização proposta por Habermas e a sua pragmática universal ajuda a definir o ponto de partida para uma análise da comunicação humana, na qual se pode observar um desenvolvimento da retórica clássica (*Ethos*, *Logos* e *Pathos*) nas redes sociais. Os três aspetos propostos por Habermas – ou seja, a teoria da frase elementar, da expressão intencional e dos atos de elocução; enquadrados no modelo comunicacional, no qual se dividem os domínios e os modos de referência a essa realidade, as pretensões implícitas e as funções dos atos de fala – combinam-se com as quatro dimensões descritas no conceito de intimidade tecnológica e configuram uma proposta de análise.

Esta primeira aproximação permite considerar as seguintes questões para futuro aprofundamento numa perspetiva de tentar delimitar do que é público e privado: Será que a amplificação das capacidades humanas, que ficam diluídas nas dimensões espaço-tempo e num contínuo fluxo de dados, alteram a transposição da parte da identidade para os possíveis perfis? São estas mudanças conscientes e voluntárias? Como se pode controlar uma tecnologia que permite fluir assim?





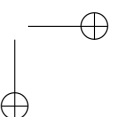
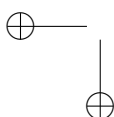
Por outro lado, surgiram novas coordenadas e dimensões na delimitação da comunicação? E os aspetos da sua análise, assim como os modos e modelos comunicacionais? É possível alcançar um nível profundo de interação com pessoas com as quais nunca nos encontraremos?

E, finalmente, será o equilíbrio entre autenticidade e anonimato, funcionalidade e privacidade o que delimitará as esferas públicas e privadas? Ou está-se perante um jogo entre obscuridade e hipervisibilidade, que permite alcançar a ribalta de atenção? Qual será o alcance do espaço comum?

Neste sentido, e tendo em consideração a importância da prioridade temporal como variável, propõe-se a análise dos conceitos de espacialização, perfil e voluntariedade numa perspetiva que situe o ser humano no centro, isto é, como portal de comunicação.

Bibliografia

- Aguado, J.M. (2013). La industria del contenido en la era Post-PC: Horizontes, amenazas y oportunidades, in J. Canavilhas (org.) *Notícias e Mobilidade*. BOC, Universidade da Beira Interior.
- Arendt, H. (1997). *A Condição Humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Arisaka, Y. (1945). On Heidegger's Theory of Space: A Critique of Dreyfus. *INQUIRY*, 38:4. Dezembro 1945, 455-467.
- Baghai, K. (2012). Privacy as a Human Right: A Sociological Theory. *Sociology*. Sage.
- Baron, N.S. (2008). Adjusting the Volume: Technology and Multitasking in Discourse Control, in C. Katz. *Handbook of Mobile Communication Studies*. Cambridge: MIT Press.
- Bateson, G. (1979). *Espíritu y naturaleza: una unidad necesaria (avances en teoría de sistemas, complejidad y ciencias humanas)*. Bantam Books.
- Bateson, G. (1991). *Una unidad sagrada: nuevos pasos hacia una ecología de la mente*. Harper Collins Pub.



- Bauman, Z. (2000). *Vida para consumo. A transformação das pessoas em mercadoria*. Zahar. Rio de Janeiro.
- Bauman, Z. (2008). *Em busca da política*. Zahar. Rio de Janeiro.
- Bennett, P.N. (2011). Technological intimacy in haemodialysis nursing. *Nursing Inquiry*, 18(3): 247-252.
- Berlanga, I.; García, F. & Victoria, J.S. (2013). Ethos, pathos y logos en Facebook. El usuario de redes: Nuevo “rétor” del S.XXI. *Comunicar*. 01.07. 2013.
- Boyce, M.W. & Hancock, P.A. (2012). The Interpenetration of Mind and Machine. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*. September 2012, vol. 56, nº 1: 178-182.
- Brett (2013). Social platforms GWI.8 Update: Decline of Local Social Media Platforms. *Global Web Index*. URL: www.globalwebindex.net (20/07/2013).
- Campbell, S.W. & Jin Park, Y. (2008). Social implications of Mobile Telephony: The Rise of Personal Communication Society. *Social Compass*. Blackwell Publishing.
- Carnegie, T.A.M & Fels, S.S.(2002). Beyond use: Toward a rhetoric of technological intimacy. *Technical Communication Quarterly*, 11(2): 214.
- Castells, M. (2008). Afterword, in C. Katz (eds.). *Handbook of Mobile Communication Studies*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Castells, M.; Fernandez-Ardevol, M.; Linchuan Qiu, J. & Araba, S. (2007). *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Creszenci, L.; Arauna, N. & Tortajada, I. (2013). Privacy, self-disclosure and self-image of Spanish teenagers on social networking sites. The case of Fotolog. *Communication and Society*, vol. XXVI, nº 2: 65-78.
- Daft, R.L. & Lengel, R.K. (1986). Organizational information requirements, media richness, and structural design. *Management Science*, 32(5): 554-571.

- David, G. (2010). Camera phone images, videos and live streaming: a contemporary visual trend. *Visual Studies*, 25: 1, 89-98.
- Dunbar, R. (2010). *How Many Friends Does One Person Need? Dunbar's Number and Other Evolutionary Quirks*. Harvard University Press.
- Cooper, R.A.; Dicianno, B.E.; Brewer, B.; LoPresti, E.; Ding, D. & Simpson, R. (2008). A perspective on intelligent devices and environments in medical rehabilitation. *Medical Engineering & Physics*, 30(10): 1387-1398.
- Elias, N. (1980). *Introdução à sociologia*. Edições 70: Lisboa.
- Fathi, H. (2011). Security and Privacy Challenges in Globalized Wireless Communications, in R. Prasad *et al.* (eds.) *Globalization of Mobile and Wireless Communications: Today and in 2020, Signals and Communication Technology*.
- Fidalgo, António (1998). *Semiótica: A lógica da comunicação*. Estudos em comunicação. Universidade da Beira Interior.
- Fidalgo, António (2007). *A falácia da visibilidade. Visibilidade e Identidade no tempo dos Media*. BOC. Universidade da Beira Interior.
- Fortunati, L. (2002). The Mobile Phone: Towards New Categories and Social Relations. *Information, Communication, and Society*, 514-528.
- Fortunati, L. (2005). Is Body-to-Body Communication Still the Prototype?. *The Information Society*, 21: 53-61. Taylor & Francis.
- Fox, K. (2001). *Evolution, Alineation and Gossip: the role of mobile telecommunications in the 21st Century*. Oxford: Social Issues Research Center.
- Frank, G. (1998). *Okonomie der Aufmerksamkeit*. Munchen: Hanser Veriag.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Publisher.
- Gleick, J. (2011). *The Information: A History, a Theory, a Flood*. New York: Pantheon Books.

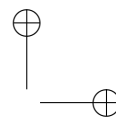
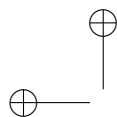
- Goffman, E. (1959). *The presentation of Self in everyday life*. Garden City. New York.
- Goffman, E. (1993). *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*. Lisboa: Relógio d'Água.
- Goodman, J. (2003). Mobile Telephones and Social Capital in Poland. *Digital Europe: ebusiness and sustainable development, Forum for the Future*.
- Grimmelmann, J. (2008). *Facebook and the Social Dynamics of Privacy*. Draft, August 25, 2008. URL: <http://works.bepress.com> (20.07.2013)
- Groening, S. (2010). From a box in the theater of the world' to the 'world s your living room': cellular phones, television and mobile privatization. *New Media & Society*. Sage.
- Habermas, J. (1984). *Ciencia y técnica como ideología*. Madrid: Tecnos.
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*, 2 vols. Madrid: Taurus.
- Hampton, K.N.; Sessions Goulet, L.; Rainie, L. & Purcell, K. (2011). Social networking sites and our lives: how people's trust, personal relationships, and civic and political involvement are connected to their use of social networking sites and other technologies. *Pew Internet & American Life Project*, 16 June.
- Hancock, P.A.; Billings, D.R.; Olsen, K.; Chen, J.Y.C; Visser, E.J. & Parasuraman, R. (2011). A meta-analysis of factors impacting trust in human-robot interaction. *Human Factors*, 53(5): 517-527.
- Hancock, P.A.; Billings, D.R. & Schaefer, K.E. (2011). Can you trust your robot?. *Ergonomics in Design*, 19(3): 24-29.
- Hancock, P.A. & Hancock, G.M. (2009). The moulding and melding of mind and machine. *The Ergonomist*, 464: 12-13.
- Heerde, Hv. (2010). *Privacy-aware data management by means of data degradation. Making private date less sensitive over time*. Ph.D Dissertation. Universidade de Twente e Universidade de Versailles Saint-

- Quentin-En-Yvelines. Consulta: 8 junho 2013. URL: www-smis.inria.fr (20.07.2013)
- Humphreys, L. (2005). Cellphones in public: social interactions in a wireless era. *New Media and Society*. Sage, December.
- Isabella, S. (2009). Mobile Phone: Users Practices and Innovations Between Public and Private Sphere. *COST 298 Conference. Participation in the Broadband Society*.
- Jeffery, B. (2008). Mobile Communications and the Public/Private Dichotomy, in K. Ross & S. Price (eds). *Popular Media and Communication: Essays on Publics, Practices and Processes* (pp. 5-23). Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Jin Park, Y. (2011). Digital Literacy and Privacy Behaviors Online. *Communication Research*, Sage. Published 23 August 2011.
- Kaplan, A.M.; Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *ScienceDirect*. Elsevier.
- Katz, J.E. (2008). Mainstreamed Mobiles in Daily Life: Perspectives and Prospects, in C. Katz. *Handbook of Mobile Communication Studies*. Cambridge: MIT Press.
- Katz, J.E. & Aakhus, M. (eds), (2002). *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Keen, A. (2012). *Vertigem Digital: Por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando*. Zahar: Rio de Janeiro.
- Kuneva, M. (2009). Online Data Collection, Targeting and Profiling for Commercial Purposes in Online Environments. *Extracts from the keynote speech and statement by Meglena KUNEVA, European Commissioner for Consumer protection. 31.3.2009*. URL: <http://ec.europa.eu> (20.07.2013)
- Lemos, A. (2013). Espaço, mídia locativa e teoria ator-rede. *Galaxia* (São Paulo, Online), nº 25: 52-65, jun. 2013.

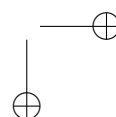
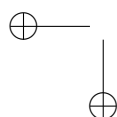
- Lenhart, A.; Purcell, K.; Smith, A. & Zickuhr, K. (2010). Social Media and Young Adults. *Pew Internet and American Life Project*. URL: www.pewinternet.org (20.07.2013).
- Levinson, P. (2004). *The story of the world's most mobile medium and how it has transformed everything*. New York: Palgrave Macmillan.
- Licoppe, C. (2003). Two Modes of Maintaining Interpersonal Relations through Telephone: From the Domestic to the Mobile Phone, in J. Katz *Machines That Become Us: The Social Context of Communication Technology* (pp. 171-86). New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Ling, R. (2004). *The Mobile Connection: The cell phone's impact on society*. San Francisco: Elsevier.
- Ling, R. (2008). The Mediation of Ritual Interaction via the Mobile Telephone, in J. Katz (ed.). *Handbook of Mobile Communication*. MIT Press.
- Ling, R. & Yttri, B. (2001). Hyper-coordination via mobile phones in Norway, nobody sits at home and waits for the telephone to ring: Micro and hyper-coordination through the use of mobile telephones, in J. Katz; Aakhus. *Perpetual Contact*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Liu, Y.; Gummadi, K.P.; Krishnamurthy, B. & Mislove, A. (2011) Analyzing Facebook Privacy Settings: User Expectations vs. Reality. *IMC'11*, November 2-4, Berlin, Germany.
- Madden, M.; Lenhart, A.; Cortesi, S.; Gasser, U.; Duggan, M. & Smith, A. (2013). Teens, Social Media, and Privacy. *Pew Internet & American Life Project*. URL: www.pewinternet.org (20.07.2013)
- Madejski, M.; Johnson, M.L. & Bellovin, S.M. (2011). The Failure of Online Social Network Privacy Settings. *Columbia University Computer Science Technical Reports*. Department of Computer Science, Columbia University. URL: <http://academiccommons.columbia.edu> (20.07.2013)
- Marichal, J. (2012). *Facebook Democracy. The Architecture of Disclosure and the Threat to Public Life*. United Kingdom: Ashgate.
- Mazmanian, M. (2005). *Some thoughts on blackberries*. Memo.

- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University.
- Monsen, R.J. & Downs, A. (1971). Public Goods and Private Status. *The Public Interest*, vol 23: 64-77.
- Moravec, H. (1988). *Mind children: The future of robot and human intelligence*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Myerson, G. (2001). *Heidegger, Habermas and the Mobile Phone*. Cambridge: Icon Books.
- Pariser, P. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Press: New York.
- Rainie, L.; Smith, A. & Duggan, M. (2013). Coming and Going on Facebook. *Pew Internet & American Life Project*. URL: <http://pewinternet.org> (20.07.2013).
- Rheingold, H. (2008). Mobile Media and Political Collective Action, in J. Katz (ed.). *Handbook of Mobile Communication*. Cambridge: MIT Press.
- Segupta, S. (2011). Less Web Tracking Means Less Effective Ads, Researcher Says. *Bits*, The New York Times. 15 September 2011.
- Sennett, R. (1974). *The Fall of Public Man*. Norton.
- Short, J.; Williams, E. & Christie, B. (1976). *The Social Psychology of Telecommunications*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Ltd.
- Snapp, M. (2013). Minding the privacy gap. *Microsoft on the Issues*. 13 May 2013. URL: <http://blogs.technet.com>. (20.07.2013)
- Streeck, W. (2013). O cidadão como consumidor. Considerações sobre a invasão da política pelo mercado. *Piauí*, vol 79, abril 2013. URL: <http://revistapiaui.estadao.com.br> (20.07.2013)
- Stutzman, F.; Gross, R. & Acquisti, A. (2012). Silent listeners: The Evolution of Privacy and Disclosure on Facebook. *Journal of Privacy and Confidentiality*. 4, nº 2: 7-41.

- Taylor, A. & Richard, H. (2001). Talking Activity: Young People and Mobile Phones. Seattle, WA. *Paper presented at the CHI 2001 Workshop: Mobile Communications: Understanding Users, Adoption, and Design.* April 2001.
- Terwangne, C. (2012). Privacidad en Internet y el derecho a ser olvidado/derecho al olvido. *VII Congreso Internacional Internet, Derecho y Política. Neutralidad de la red y otros retos para el futuro de Internet.* [monográfico en línea]. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política.* n.º 13: 53-66. UOC. URL: <http://idp.uoc.edu>. (20.07.2013).
- Turkle, S. (2005). *The Second Self: Computers and the Human Spririt* (20th anniversary ed.). Cambridge, Mass: MIT Press.
- Turkle, S. (2008). Always-On / Always-on-You: The Tethered Self, in J. Katz (ed.). *Handbook of Mobile Communications Studies* (pp. 121-138). Cambridge, Ma: MIT Press.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why we expect more from technology and less from each other.* Basic Books: New York
- Varela, J. (2012). Líderes en consumo, últimos en negocio. *Periodistas21*. URL: www.periodistas21.com (Consulta 20.07.2013).
- Viñals Blanco, A. (2013). Las redes sociales virtuales como espacios de ocio digital. *Fonseca Journal of Communication*.
- Vincent, J. (2005). Emotional Attachment and Mobile Phones, in P. Glotz; S. Bertschi; C. Locke (eds.). *Thumb Culture: The Meaning of Mobile Phones for Society* (pp. 117-122). NJ: Transaction Publishers.
- Wellman, B. (2001). Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25: 227-52.
- Wurman, R.S. (2000). *Information Anxiety 2*. Pearson Education: Indianapolis.
- Zittrain, J. (2008). *The future of the Internet: An How to Stop it*. Yale University Press: New Haven & London.



Nota: Capítulo originalmente publicado em A. Fidalgo, A. Serrano Tellería, J.R. Carvalheiro, J. Canavilhas, J.C. Correia (2013). O ser humano como portal de comunicação: A construção do perfil no telemóvel. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68.







3. A mudança estrutural do Público e do Privado

Hélder Prior & João Carlos Sousa

Resumo: Neste ensaio procuraremos delinear uma espécie de genealogia do binómio público/privado identificando, num primeiro momento, os principais sentidos históricos de uma dicotomia secular para, em seguida, nos debruçarmos sobre a irrupção do espaço privado por excelência. Na terceira e última parte, prestaremos especial atenção à democratização da intimidade sem, no entanto, esquecer a forma como a progressiva mediatização da sociedade contribui para a confusão entre as experiências públicas e as experiências privadas.

Palavras-chave: público, privado, intimidade.

Um debate secular

Talvez não seja de todo despropositado iniciar esta reflexão partindo do pressuposto de que, na contemporaneidade, o debate sobre o público e o privado readquiriu uma certa densidade epistemológica, política, jurídica e social. Epistemológica porque enfrentamos a necessidade de melhor compreender as noções de público e de privado na actualidade tendo em conta o conteúdo conferido a cada conceito ao longo dos tempos; política e jurídica porque não é possível estudar a vida privada sem ter em conta a margem de autonomia que lhe é deixada pelo poder político e pela doutrina jurídica; social porque as variações do binómio público/privado só podem ser empreendidas avaliando os comportamentos dos homens, as regras que estes impõem a si próprios, ou que lhes são impostas pelos hábitos das comunidades onde vivem, bem como as práticas quotidianas que, naturalmente, variam segundo a pessoa, os lugares e os tempos.

É certo que traçar as fronteiras entre o público e o privado tem sido uma preocupação desde a antiguidade clássica, facto que revela um horizonte de discussão bastante amplo em termos históricos. Porém, o facto de a relação

Público e privado nas comunicações móveis, 59-79



público/privado consistir num debate secular não significa que se tenha chegado a definições consensuais acerca daquilo que está contido em cada uma das esferas, até porque, como já referimos, os conceitos apresentam uma variabilidade explicada por fenómenos políticos, culturais e até jurídicos. O binómio público/privado acabou por se converter numa “grande dicotomia”, com várias categorias de sentido, que tem despertado o interesse das disciplinas jurídicas, históricas e políticas, mas também das Ciências Sociais, uma vez que as noções de público e privado têm funcionado, ao longo dos tempos, como componentes estruturantes do mundo simbólico. Genericamente, podemos falar de uma grande dicotomia quando nos encontramos perante a possibilidade de dividir um universo em duas esferas “conjuntamente exaustivas” e “reciprocamente exclusivas”. Conjuntamente exaustivas no sentido de que todos os entes pertencentes a uma determinada esfera nela tenham lugar; reciprocamente exclusivas na medida em que um ente compreendido na primeira não pode ser, simultaneamente, compreendido na segunda. De outro modo, um dos lugares-comuns do debate sobre o público e o privado consiste em afirmar que cada esfera se define em contraste com a outra, surgindo o privado muitas vezes definido como “não-público”, e que aumentando a esfera do público diminui a do privado e aumentando a do privado diminui a do público (Cf. Bobbio, 2009: 13-14).

Do ponto de vista genealógico, talvez tenha sido a civilização helénica aquela que melhor demarcou o público, enquanto esfera da política por excelência e governo da cidade, do privado, do domínio da casa e dos processos biológicos da vida e da morte próprios do reino da necessidade. No Espaço Público Clássico, o privado é um lugar oposto e que existe separadamente face ao público, sendo este o domínio por excelência da liberdade e da organização política. Na Esfera Pública Ateniense, o Senhor eleva-se à condição de cidadão, de *zoon politikon*, saindo do reino pré-político da necessidade, da dominação e dos processos biológicos. Com efeito, privadas eram as coisas que não diziam respeito à comunidade e que, por isso mesmo, não deveriam ser partilhadas, desveladas, acessíveis a olhares alheios. O privado encerra uma dimensão de domesticidade, mas também da reserva e ocultamento próprias da esfera da casa (*oikia*), enquanto o público denota o comum, mas também a visibilidade e a aparência do homem enquanto animal político no espaço público da *agora* (Cf. Carvalheiro, Prior, Moraes, 2013).

Esta concepção helenística de público e privado foi herdada pela civilização romana, mas apesar da distinção entre público e privado continuar a servir de quadro à organização política do Espaço Público do *fórum*, os conceitos sofreram o enfoque do Direito romano consagrando-se a distinção entre *publicus* – *quod ad statum rei romanae spectat* –, coincidindo o público com o domínio do Estado, e *privatus* – *quod ad singulorum utilitatem* –, apontando o privado para aquilo que se refere ao indivíduo singular. Durante a Idade Média esta oposição permitiu regular a ordem feudal, mas o conceito de público revestiu-se de uma nova configuração. Efectivamente, os textos medievais associam o conceito de público aos espaços que escapam à apropriação exclusiva ou privada, passando este a compreender os caminhos, as ruas, as praças, os rios e alguns equipamentos e infra-estruturas. É, precisamente, no contexto da ordem medieval que surge a ideia de comunidade e de espaços públicos comuns que podem ser livremente utilizados por essa mesma comunidade (Cf. Rodrigues, s/d).

Como se sabe, o binómio público/privado constitui-se como um fenómeno de fronteiras difusas e ambíguas, fronteiras que, de resto, têm sido sucessivamente alteradas por uma variabilidade histórica que importa analisar. Durante o período do Absolutismo Régio foi, precisamente, a distinção *público* – *não público* que fundamentou e legitimou a doutrina política da razão de Estado. No contexto político do desenvolvimento do Estado moderno, a prática racional de governação contempla o recurso aos *arcana imperii*, aos segredos de Estado, ao carácter oculto de máximas de governação que não devem ser tornadas *públicas* por dizerem respeito à conservação do Estado, aos *jus defensionis* e à *salus rei publicae* (Meinecke, 1983, Senellart, 1995, Zarka, 1994). Historicamente não se deve, portanto, confundir a distinção público/privado, no sentido da “grande dicotomia” que temos vindo a analisar, com a distinção público/secreto, poder visível/poder invisível. Do ponto de vista conceptual, o carácter público do poder, no qual por público se entende aquilo que acontece à vista do Público, algo que é, portanto, manifesto, aberto, visível, por oposição ao secreto, é um problema diferente daquele que se refere à esfera de competência do poder político distinto do poder dos privados. Com efeito, o poder político é o poder público no sentido da grande dicotomia mesmo quando não é público, não age em público, subtrai-se do *publicum* e não é controlado por este. Foi Immanuel Kant quem expôs com clareza o problema do carácter público do poder, contrariando o princípio da publicidade à teo-

ria dos *arcana imperii* dominante na época do poder absoluto. Ao *arcanum* do poder autocrático, a filosofia do Iluminismo responde com a exigência da publicidade enquanto princípio apodíctico e fórmula transcendental do direito público. Kant sustenta que a única forma de garantir à actividade política uma justificação ética é a condenação do segredo nos actos do governo sendo “injustas todas as acções que se referem ao direito de outros homens cujas máximas não se harmonizem com a publicidade” (Kant, 2004: 165).

Deste modo, e como com acerto constata Niklas Luhmann na obra onde versa sobre *A Improbabilidade da Comunicação*, só no século XVIII se reuniram as duas distinções, a de público/privado e a de público/secreto, sendo que só na parte final deste século surgiu o conceito moderno de opinião pública como soberano secreto e autoridade invisível da sociedade política (Luhmann, 1992: 65-66). Trata-se de um *publicum* constituído por pessoas privadas que procuram obrigar o poder público (estatal) a legitimar-se perante o tribunal da opinião pública. Na esfera pública burguesa o público converteu-se numa instância de decisão que procura defender os interesses privados dos cidadãos face à autoridade do Estado. A esfera pública que, outrora, tinha sido considerada uma esfera do poder público, separa-se deste e converte-se num novo fórum onde as pessoas privadas, reunidas em qualidade de público, levam a cabo um processo de “auto-ilustração”, de exercício da racionalidade e de *gouvernement by discussion*. Este conceito de esfera pública, tal como emergiu no espírito da Ilustração do século XVIII, alude à ideia de um espaço de acção onde os membros de uma comunidade fazem *uso público* da razão, convertendo o conflito em debate e problematizando os assuntos de interesse comum. A Esfera Pública burguesa, enquanto espaço de sociabilidade constituído por pessoas privadas que reclamam uma esfera regulada à margem da autoridade pública do Estado, viu nascer a instância do Público sujeito, uma entidade crítica que só através do uso público da razão consegue publicidade (*Öffentlichkeit*).

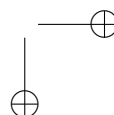
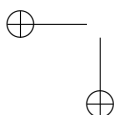
Mas a nova esfera pública não diferenciou, apenas, o Estado da sociedade. A esfera privada também sofreu transformações, nomeadamente aquelas que resultam da diferenciação entre economia (mercado) e família enquanto “esfera íntima” e, portanto, enquanto lugar mais privado de todos (Habermas, 2012). É neste processo de desenvolvimento da modernidade que vemos surgir um novo quadro de privatização da vida. No século XVIII surge uma alteração no estilo arquitectónico do lar burguês que reserva cada vez mais



importância à esfera íntima da família nuclear, isto é, à subjectividade e intimidade próprias dos seus membros. As casas construídas de raiz oferecem mais espaço às divisões destinadas à salvaguarda da intimidade na vida doméstica. Desenvolve-se, assim, o gosto pelo espaço privado edificando-se o salão como linha divisória entre a esfera privada e a esfera pública. As pessoas privadas saem da intimidade dos quartos para se projectarem no espaço institucional do salão que, por sua vez, representa o lugar de emancipação económico-política. O *publicum* constituído por pessoas privadas que procuram o esclarecimento mediante o raciocínio publicamente partilhado provém da subjectividade do espaço do lar. As alterações arquitectónicas nas casas construídas de raiz são o reflexo da nova privatização da vida. A divisão comum para o homem, a mulher, os filhos e a criadagem tornou-se cada vez mais pequena surgindo, em contrapartida, o quarto específico de cada membro da família burguesa. Efectivamente, foram os burgueses dos séculos XVIII e XIX que defenderam, com toda a força, o espaço privado inscrito no interior da casa, reduto de subjectividade e introspecção onde os indivíduos se vêm a si próprios como seres independentes, esfera de humanidade, do relacionamento íntimo entre seres humanos.

A irrupção do Privado

Derivado do latim *privatus*, que significa “despojar” ou “tirar”, pode dizer-se que o termo “privado” está vinculado ao direito de os indivíduos guardarem para si próprios o controlo de determinadas informações, isto é, a possibilidade de se manterem protegidos e à parte de qualquer conhecimento público dos seus actos. A esfera privada compreende aqueles comportamentos, acontecimentos e condutas que os indivíduos desejam que não se tornem do domínio público e que, portanto, não estão à vista da colectividade em geral nem de um círculo indeterminado de pessoas. A esfera privada refere-se, com efeito, ao indivíduo escudado na intimidade ou no recato, um espaço de convívio com a própria individualidade sem a perturbação da publicidade e da intromissão alheia. De facto, o espaço privado é uma área particular reservada ao refúgio e ao recolhimento, uma zona delimitada de imunidade e negligência onde cada indivíduo pode repousar as armas com as quais é conveniente estar provido quando se apresenta na esfera pública. Do ponto de vista histórico, Phillippe Ariès e Georges Duby foram os precursores que abriram as primeiras brechas



na exploração de um espaço tão vasto. Segundo Duby, “no privado encontra-se guardado o que se possui de mais precioso, que só a nós pertence, que não diz respeito a mais ninguém, que é proibido divulgar, mostrar, porque é muito diferente das aparências que a honra exige salvar em público” (Ariès e Duby, 1989: 10).

Para os gregos a esfera privada (*to idion*) manifestava a qualidade daquilo que, por não dizer respeito à comunidade, não deveria ser partilhado. É por isso que a sua original acepção é a de “privação”, privação do contacto com os outros e do relacionamento do indivíduo com os seus semelhantes. Como constata Hannah Arendt, “para o indivíduo, viver uma vida inteiramente privada significa, acima de tudo, ser destituído de coisas essenciais à vida verdadeiramente humana: ser privado da realidade que advém do facto de ser visto e ouvido por outros, privado de uma relação objectiva com eles decorrente do facto de se ligar e separar deles através de um mundo comum de coisas, e privado da possibilidade de realizar algo mais permanente que a própria vida” (Arendt, 2001: 74). Com efeito, nas circunstâncias da antiga cidade-estado, a distinção entre uma esfera da vida pública e uma esfera da vida privada corresponde à existência das esferas da *polis* e da família como entidades inerentes ao mundo comum e à manutenção da vida, respectivamente. Segundo o pensamento dos antigos, os assuntos relacionados com a sobrevivência do indivíduo e da sua família não eram assuntos políticos, mas domésticos, privados, inerentes à organização familiar, uma organização completamente diferente da *polis*.

No interior da esfera privada, o *labor* é a actividade que assegura a sobrevivência do indivíduo, uma actividade que tem que ver com as necessidades vitais de preservação da espécie humana e que remete para os processos biológicos e para os imperativos de sobrevivência do *animal laborans*. Na esfera da família, os homens eram impelidos a viver em comunhão devido às necessidades e carências inerentes à própria vida. A sobrevivência da espécie requeria a companhia de outros. Por conseguinte, o labor do homem na obtenção de alimentos para o sustento da família, e o labor da mulher no parto na sobrevivência da espécie, eram funções naturais do lar que decorriam da necessidade e da premência da vida (*Idem*: 45).

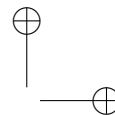
O labor é, assim, uma actividade própria de um espaço privado cujo centro é constituído pela casa (*oikia*) e pela família. Designa uma das três actividades fundamentais da condição humana enraizadas na *vita activa*. As outras

duas são o trabalho (*work*) e a acção. Segundo Arendt, o trabalho é a actividade correspondente ao “artificialismo” e à intervenção da espécie humana na natureza. O trabalho produz um mundo “artificial” de coisas (*Idem*: 19) e a sua condição é a da mundanidade. Distintamente do *animal laborans* que se insere no ciclo vital da espécie humana, da animalidade e necessidade de sobrevivência, o *homo faber* actua sobre a materialidade das coisas para produzir um mundo artificial. É, portanto, uma actividade especificamente humana na medida em que se refere a uma dimensão fabricadora de mundanidade onde o homem actua directamente sobre a natureza, condicionando as coisas naturais e criando as condições físicas para que o homem possa “viver” e “estar” entre os homens (*inter homines esse*). Enquanto o labor pertence ao domínio da necessidade e à esfera privada, o trabalho é inerente à criação de um mundo social e gregário. Ele fornece os elementos físicos e materiais para a condição humana da pluralidade, isto é, para a terceira actividade humana fundamental, o envolvimento do homem na política. A acção é, assim, uma condição humana eminentemente pública que remete para a alteridade, para a pluralidade e para a construção de um modo de vida político na *polis*. A acção é a única actividade que se exerce directamente entre os homens sendo a pluralidade não apenas a *conditio sine qua non*, mas também a *condition per quam* de toda a vida política (*Idem*: 10). A *raison d’être* da acção resulta da “comparticipação de palavras e actos” (*Idem*: 248) no espaço público através da *publicidade discursiva*. É por isso que a polis é a organização da comunidade resultante do agir e do falar de pessoas em comunhão que assumem uma aparência explícita. O espaço público clássico é uma esfera de *epiphaneia*, um espaço onde os indivíduos aparecem uns perante os outros, palco de visibilidade, de figuração, por oposição ao anonimato, ao ocultamento e à ausência de aparição do indivíduo perante os seus pares que caracteriza o carácter privativo da esfera privada. Na antiga cidade-estado, a esfera privada era um lugar de invisibilidade e de não aparição, uma esfera onde o indivíduo se encontrava privado de uma relação objectiva com os outros que não passasse pela mera sobrevivência da espécie. O homem privado não se dá a conhecer, não se apresenta perante os seus pares, não se torna visível, não exhibe a sua aparência no espaço público: “o que quer que ele faça permanece sem importância ou consequência para os outros, e o que tem importância para ele é desprovido de interesse para os outros” (*Idem*: 74). Com efeito, na civilização helénica a esfera pública e a esfera privada constituem-se como esferas

antitéticas e apartadas que existem separadamente. O público como governo da cidade e domínio de liberdade onde o indivíduo exerce a sua condição de cidadão, e o privado definido como domínio da casa onde o indivíduo se rege pelas leis inerentes ao reino da necessidade, à dominação sobre as mulheres, as crianças e os escravos, e aos processos biológicos da vida e da morte.

Como vemos, os gregos entendiam as esferas pública e privada como entidades autónomas e definidas em completa oposição, sacrificando o privado em benefício do público. A esfera privada assumia-se negativamente como a esfera do ocultamento onde os indivíduos viviam uma existência incerta e obscura, em contraste com o mundo comum da esfera pública caracterizado pela reunião dos indivíduos na companhia uns dos outros. Efectivamente, foram os romanos, pelo contrário, que compreenderam que as esferas pública e privada só poderiam subsistir sob a forma de coexistência (Arendt, 2001: 74). A casa dos romanos, desde sempre designada pelos termos gregos, *oikos* ou grupo humano residente, e *oikia* ou edifício que o abriga, surge como charneira dos dois domínios, espaço não inteiramente privado que, em certos casos, se insere no domínio público. Nas aldeias, as chamadas “assembleias dos chefes de casa” assumiam as responsabilidades judiciais e fiscais da comunidade rural. Por outro lado, o núcleo do *oikos* aristocrático, apesar de ser constituído por parentes, engloba, também, familiares (*oikeioi*), “servidores” (*okêtoi*), e outros homens (*anthrôpoi*) e amigos (*philoï*) que agiam na cena política do palácio. Segundo Ariès e Duby, “um tal *oikos* é um espaço ambivalente na medida em que, colocado na antípoda do palácio, coração político do Império, tanto serve de base ao empreendimento público como ao recolhimento. Esta ambivalência estende-se às residências provinciais das grandes famílias, que a todo o momento podem adquirir um significado político” (Ariès, Duby, 1989: 547).

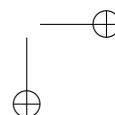
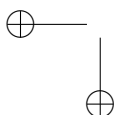
Os romanos colocavam o aparecimento da casa não apenas no quadro das necessidades individuais, mas num quadro inserido no contexto societal. A casa romana era caracterizada por graus diferenciados de opacidade, assumindo-se como local de actividades que nos dias de hoje parecem ser de âmbito público. O senhor da casa recebia, frequentemente, visitas do vasto círculo dos seus clientes, facto que levou o arquitecto romano Vitrúvio a utilizar a expressão “locais públicos” para designar as partes das residências abertas às pessoas oriundas do exterior. Tais espaços não se constituíam como domínios essencialmente privados ou essencialmente públicos, mas antes como o



reflexo de um tipo de sociedade que manifestava uma articulação entre o privado e o público. “Da mesma forma que a vida no seio de uma casa conhece toda uma gama de modalidades, do isolamento individual à recepção de um grande número de pessoas com as quais o proprietário pode não manter qualquer tipo de relação íntima, assim os espaços da residência são caracterizados por um grau de opacidade muito variável relativamente ao mundo exterior” (*Idem*: 339). As casas dos notáveis do Império, por exemplo, acolhiam várias circunstâncias de vida privada, compreendendo espaços de retiro individual e partes residenciais destinadas à família no sentido estrito do termo. Por outro lado, quer no tempo da grandeza de Roma, quer no tempo do seu declínio, os romanos distinguiram muito mal funções públicas e dignidade privada, finanças públicas e bolsa pessoal, sendo possível identificar numerosas redes de clientelismo político onde as funções públicas eram tratadas como dignidades privadas (Cf. Ariès, Duby, 1989: 103-105).

Como vemos, a natureza do espaço privado é característica de cada sociedade e das relações que nela se estabelecem. Assim, o estudo sobre a dicotomia público/privado possibilita a compreensão das transformações diacrónicas, espaciais e sociais, embora seja ilusório tentar traçar uma história contínua do privado e de um binómio de carácter dúbio e controverso. Conforme sublinha Mattoso, apesar da dificuldade que existe na definição e interpretação da linha que separa os dois domínios, os papéis dos homens e das mulheres, dos casados e dos solteiros, dos velhos e dos novos, dos jovens e das crianças, bem como os seus valores e os seus objectivos, alteram-se com o tempo e são distintos conforme as regiões consideradas (Cf. Mattoso, 2011: 13). Se, por um lado, estudar a vida privada implica averiguar a autonomia que lhe é deixada pelo Estado, pelo poder e pela lei enquanto autoridades que regem a vida pública, por outro lado, o estudo da vida privada não pode ignorar as convenções e as regras tácitas e manifestas que os indivíduos e os seus círculos de relacionamento adoptam. Porém, definir a linha que separa o público do privado é, muitas vezes, uma tarefa bastante difícil. Não obstante o carácter mutuamente exclusivo das esferas, “o sentido das mesmas acções pode ser extremamente ambíguo, conforme os actores envolvidos, o quadro em que se praticam ou as sociedades e grupos que as adoptam” (Mattoso, *idem*: 14).

Deste modo, os contornos da privacidade e da publicidade manifestam-se na vida dos indivíduos segundo as regras que estes impõem a si próprios e de acordo com as convenções da sociedade onde estão inseridos, conven-



ções e hábitos que, consciente ou inconscientemente, os indivíduos aceitam ou transgridem. Todavia, não devemos esquecer que modalidades que contemporaneamente se apresentam como privadas poderiam não o ser em épocas anteriores. Segundo os historiadores, o uso do conceito de vida privada aplicado às sociedades prévias ao desenvolvimento do Estado Moderno deve ser relativizado e acompanhado de precauções, até porque as informações acerca do comportamento privado dos indivíduos são escassas até ao século XII e difíceis de discernir nos séculos subsequentes. Apesar de na Idade Média se terem dado passos significativos na afirmação da esfera pessoal dos indivíduos, é difícil considerar que o conceito de vida privada, tal como hoje o entendemos, tenha existido naquele período histórico. Uma vez que a escrita medieval foi, durante muito tempo, monopólio da Igreja, as fontes disponíveis apelam constantemente a um ideal de ordem pública de acordo com o modelo que a Cristandade supõe. Neste sentido, aquilo que se passava na vida doméstica deveria ser secreto, pertencendo ao chefe de família a obrigação de zelar pelo cumprimento das normas no espaço privado (Cf. Mattoso, *idem*: 18-19). Os pecados cometidos na vida privada não deveriam ser públicos no sentido de evitar a sua propagação, mantendo-se a actividade do confessor como algo pertencente à área do privado. De entre tudo aquilo que a família tinha de privado, o que segundo os historiadores era bastante pouco, o “assentamento” assume peculiar destaque. O assentamento consistia no local onde a família rural “assentara” a sua habitação, as terras de cultivo e outros espaços pertencentes à exploração agrícola. A habitação ou “cozinha”, como muitas vezes era denominada, era um edifício unicelular, bastante pequeno e com uma só abertura para o exterior. A casa era escura, pequena e sem espaço para o conforto. Junto da habitação estavam os edifícios que serviam de abrigo aos animais (pocilgas, currais...), e outras dependências como os lagares, a adega e os celeiros ou palheiros (Cf. Mattoso, 2011: 39-41).

Já no que se refere ao conceito de público, os textos medievais associam-no directamente ao espaço público urbano materializado nos caminhos, ruas, praças e alguns equipamentos ou infra-estruturas que estão ao dispor da comunidade e que por ela podem ser utilizados. Usualmente, a denominação de público reservava-se às vias centrais e de maior importância, sendo normal encontrar alguns espaços públicos privatizados nominalmente. De referir que na época a atribuição do nome de um indivíduo a uma rua não correspondia, como acontece actualmente, a um reconhecimento público ou a uma consa-

gração comunitária de um determinado indivíduo, sendo o *nome* e o *domínio* critérios de identificação de áreas privatizadas (Cf, *Idem*: 26-27). A oposição público/privado no espaço urbano medieval também se encontrava patente no domínio dos indivíduos sobre bens patrimoniais. O sistema jurídico e as autoridades públicas garantiam o respeito pela propriedade familiar inscrita no espaço público urbano. Do ponto de vista jurídico, a delimitação entre o público e o privado era nítida e a intrusão alheia no espaço doméstico chegava a configurar a prática de crime. Por outro lado, privadas eram, também, as áreas *apartadas* ou isoladas da comunidade. Por decisão das autoridades públicas, em redor das áreas urbanas encontravam-se pequenos enclaves que, para protecção da comunidade, alojavam comunidades religiosas minoritárias, como mouros ou judeus. As mulheres que se dedicavam à prostituição, denominadas de “mulheres públicas” ou “mundanais”, que “faziam pelos homens” ou “galegas”, como eram denominadas em Alcácer do Sal, deveriam habitar em “lugar próprio e apartado onde os homens as procurem e não em vizinhança com mulheres de bom porte” (*Idem*: 31). A divisão público/privado em termos de sociabilidade, de vivência e de tendência para preservar a vida íntima é, no entanto, mais difícil de discernir no quadro da Idade Média. A preocupação individual com a reserva e preservação da intimidade era algo pontual, até porque a vivência de práticas íntimas não se restringia, em exclusivo, aos espaços habitacionais. As *privadas comunitárias*, os *banhos* e as *estalagens*, correspondiam a edificações mandadas erigir pelos poderes públicos que albergavam práticas íntimas. Os banhos e as instalações balneares eram, normalmente, propriedades régias exploradas por rendeiros, ao passo que as estalagens, exploradas por “homens ou mulheres que dão camas”, funcionavam como locais de hospedagem para forasteiros. Privados eram, também, actos, crimes ou pecados cometidos que não deveriam de ser publicitados para não contaminar a ordem pública. O privado desvelava-se no domínio público sob a fórmula incontornável do rumor e do escândalo.

Efectivamente, público e privado constituem-se como domínios porosos e instáveis que sofreram profundas variações ao longo dos tempos. No decurso dos séculos XVIII e XIX, a vida privada desenvolveu-se como um fenómeno essencialmente burguês onde se assiste a uma forte investida do indivíduo. O Estado liberal assumiu uma matriz individualista que se pautou pela exploração do Eu e pelo reforço da identidade pessoal e de certos cuidados com a aparência. Consequentemente, o conceito de espaço privado renovou-se e

passou a ser balizado por novos marcos jurídico-políticos. O círculo familiar surgiu como esfera de intimidade pessoal num contexto onde certos comportamentos privados se democratizaram. Neste ponto, saliente-se a difusão do movimento jornalístico, acompanhado pela prática cada vez mais divulgada da leitura solitária do jornal, a expansão da fotografia e a democratização do retrato pessoal. De outro modo, a casa assumiu-se como domínio privado por excelência, como uma espécie de refúgio onde o indivíduo experimenta o sentimento de independência face à vida pública. Sob o impulso da burguesia, a vida privada foi, no decurso do século XVIII, incorporada definitivamente na ideologia política e societal.

A democratização da intimidade

Uma asserção decorrente do percurso histórico-teórico empreendido até aqui passa pela constatação de que nos últimos séculos as concepções de público e privado (re)configuram-se por via da própria dinâmica das estruturas sociais. Aquilo que se convencionou ao longo dos séculos como público ou como privado emerge com uma forte componente histórica, social e política. Neste xadrez sociopolítico, o actor social foi sempre uma espécie de “variável menor”. Com esta asserção, salienta-se o papel fortemente condicionador das diferentes estruturas sociais, como são os casos da religião, da família e até o papel das elites (em cada contexto histórico particular), que limitaram e conduziram o percurso e as escolhas dos indivíduos, competindo aos actores concretizarem, na *durée* quotidiana, a forte coerção e controlo social que Émile Durkheim (1977) denominou por solidariedade mecânica.

Contudo, é com o advento da Modernidade que autores como Habermas (2012) assinalam uma profunda reconfiguração social, política e económica. Uma tal mudança com implicações tão transversais levou a um substancial reequilíbrio social, mormente com o fim daquilo que é designado na historiografia como Antigo Regime, abrindo espaço à estruturação das sociedades através das classes sociais. O supra mencionado autor alemão sintetiza este processo da seguinte forma:

“A esfera pública burguesa desenvolve-se no campo de tensão entre o Estado e a sociedade, mas de tal forma que ela própria continua a fazer parte do âmbito privado. A separação fundamental

entre essas duas esferas, que ela tem por base, começa por significar o desentrosamento dos momentos de *reprodução social* e de *poder político* mantidos juntos nas formas de dominação da Alta Idade Média” (Habermas, 2012: 257 , *itálico dos autores*).

Com esta perspectiva, Habermas tem a intenção de sublinhar o facto de ser no seio de um contexto fortemente pautado pela ordem económica, nomeadamente com a ascensão de uma nova classe, que estas transformações ocorrem. Esta nova classe brotava a partir da dinamização do comércio e assumiu uma posição intermédia entre o chamado “povo”, ou classe popular, e a “velha” aristocracia com todos os seus privilégios, conjuntamente com alguns do clero. Ora, esta nova classe tinha o ensejo de se tornar um actor activo no xadrez político das sociedades modernas, o que implicou uma redefinição da fronteira entre Estado e Sociedade. Com efeito, o que emana deste processo historicamente demarcado é fundamentalmente o facto de haver uma crescente dissociação de uma parte da actividade social do próprio domínio do Estado, que granjeava uma componente considerável da vida social e pessoal quotidiana. Como é referido por Habermas (2012: 257 e seguintes), o privado surge como um espaço dissociado da influência do Estado. Compete aos actores e sobretudo ao seio familiar a “cristalização” de práticas quotidianas que anteriormente eram eminentemente de carácter público. O privado configura-se, assim, como o negativo numa película de filme, no fundo é o outro lado do espaço público.

Retomando a discussão acerca da emergência e separação entre público e privado, resultado do percurso até aqui empreendido, o privado e as actividades nele desenvolvidas circunscreviam-se, no decurso do século XVIII, fundamentalmente ao quarto. O quarto de dormir era concebido como o derradeiro domínio privado, já que todos os outros espaços, incluindo os do domicílio, eram tidos como de vivência pública. Este é, paralelamente, um período histórico onde, apesar das fortes mutações políticas e económicas, estas não se repercutiram no incremento do papel da mulher e de outros grupos sociais minoritários no debate público. A dicotomia público/privado passava, também, pela diferença de género, sendo a esfera pública o espaço privilegiado do homem e o privado ou o doméstico o espaço de acção da mulher. O discurso oitocentista insiste nas qualidades e aptidões do homem e da mulher como

base das duas esferas: aos homens, o cérebro e a capacidade de decisão; às mulheres, o coração, a emoção e os sentimentos.

Efectivamente, o estudo do público e do privado, sobretudo do segundo, deve-se à democratização da intimidade, processo desencadeado nas sociedades da modernidade tardia, pelo menos na perspectiva de Anthony Giddens (1995). O argumento que Giddens concebe como “pano de fundo” para a sua exposição centra-se no facto de embora a esfera privada surgir de “mão dada” com o advento da burguesia enquanto classe social no final do Antigo Regime, é nas sociedades contemporâneas que se verifica uma verdadeira democratização da intimidade. Não será por acaso que só é possível reequacionar o papel da intimidade associando a esta a própria vivência e consolidação do regime democrático. Contudo, antes de continuarmos a discussão, importa esclarecer que a intimidade deve ser entendida como um conjunto “(...) de direitos e obrigações, prerrogativas e responsabilidades que norteiam modelos de actividade e prática quotidiana” (1995: 131). Por outro lado, a umbilicalidade entre democracia e intimidade fica patente se considerados alguns dos seguintes aspectos: em primeiro lugar, a criação de circunstâncias em que as pessoas possam desenvolver as suas potencialidades e exprimir as suas diferentes qualidades; em segundo, a protecção do uso arbitrário da autoridade política havendo lugar à negociação; em terceiro lugar, a aceitação dos juízos de valor dos outros e, por fim, a liberdade económica e de acção (1995).

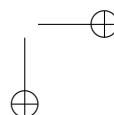
A prossecução em maior ou menor escala destes aspectos apenas ficou minimamente garantida, pelo menos no contexto das sociedades ocidentais, em meados do século XX, sobretudo após o termo da II Guerra Mundial. Contudo, no Mediterrâneo e em particular em Portugal, o processo histórico-político assume contornos idiossincráticos. O processo de democratização da sociedade portuguesa encetado a 25 de Abril 1974 tem progressivamente levado à definição jurídica de certas liberdades, como a possibilidade do divórcio mediante iniciativa unilateral de uma das partes, ou, mais recentemente, a despenalização da interrupção voluntária da gravidez (referendo de 2007), ou o casamento entre pessoas do mesmo sexo por iniciativa legislativa/parlamentar em 2010. Estes são casos que ilustram a estreita relação entre a democraticidade de uma sociedade e a consolidação e profusão daquilo que geralmente se convencionou como intimidade. Com efeito, estamos no patamar de discussão do poder condicionador das grandes estruturas sociais relativamente à acção social de cada actor.



É, precisamente, no plano da subjectividade individual, que encontramos uma profunda disrupção das sociedades da modernidade tardia relativamente às suas predecessoras. Nesta linha, são diversos os elementos que nos fornecem pistas da crescente relevância da capacidade de escolha por parte dos indivíduos, resultando em planos biográficos de carácter mais aberto e de negociação permanente. Podemos encontrar nas últimas décadas de empreendimento das Ciências Sociais um conjunto de autores como Beck (2000; 2006), Giddens e Lash (2000), Bourdieu (1989; 2010) e Bauman (2007) onde se nota uma clara tendência de realizar uma síntese entre poder condicionador das estruturas sociais e a capacidade de agir dos actores. Também no plano do estudo das atitudes, como em Inglehart (2005), é identificado o crescente carácter individual e expressivo em termos geracionais, com a já famosa transição dos valores materialistas para pós-materialistas.

Transversalmente, todos estes autores sublinham a preponderância epistemológica e teórica das competências cognitivas e sociais dos indivíduos na negociação quotidiana. Os actores num contexto estruturalmente mais democrático podem accionar um conjunto diversificado de competências e mecanismos conquistando, ainda que em permanente tensão com a normatividade social vigente, um espaço de autonomia que de acordo com Anthony Giddens pode ser definido como “(...) a capacidade individual para a auto-reflexão e para a autodeterminação: “deliberar, julgar, escolher e agir de acordo com possíveis rumos de acção” (1995: 128, aspas do original).

Esta crescente autonomização está associada a um processo histórico que passa pela individualização (Beck: 210-211). Segundo Beck, este processo assenta em três grande domínios: perda da estabilidade, perda da segurança tradicional e um novo tipo de coesão social. A individualização, enquanto modelo de socialização de actores, resulta sobretudo numa maior liberdade de acção, mas paralelamente de menor segurança societal. No seu empreendimento teórico, Ulrich Beck (2003) reconhece uma espécie de descontinuidade entre aquilo que convencionalmente se designa como modernidade e *modernidade reflexiva*, mormente no que concerne aos modos e estilos de vida. Para o autor alemão, estas alterações ficam-se a dever, em parte, a transformações no campo dos principais eixos identitários, como a classe social, o género ou até a etnia, entre outros elementos. Deste modo, antagonicamente ao que se perspectivava um pouco por toda a classe científica, a emergência da modernidade reflexiva não trouxe consigo uma uniformização cultural. Pelo contrário,



de certa forma podemos até falar de uma *destandardização* das biografias individuais.

Nesta linha de raciocínio, torna-se clara a tendência para a crescente multiplicação e diversificação das opções biográficas dos indivíduos, aquilo que se pode definir como uma espécie de bricolage-identitária. O que leva Beck (2003) a falar de uma crescente *cultura do eu* patente no cada vez maior número de indivíduos a viver sozinhos, tal como o aumento de número de divórcios e, também, o fomento de estilos de vida estéticos ou ainda a consciência e prática de uma maior liberdade e, consequentemente, de uma maior auto-organização orientada para acção.

Dito isto, a esfera íntima surge na contemporaneidade como um importante domínio de análise de diversos autores. Neste rol, Anthony Giddens (1994 e 1995) localiza, naquilo a que resolve definir como *relação pura*, uma marca da democratização da intimidade, nomeadamente no seio familiar e dos afectos. Há, assim, lugar à reconfiguração das estruturas sociais que servem de mapeadores na gestão que os actores fazem das suas relações pessoais e íntimas e à multiplicação e diversificação de modelos biográficos, sendo que nem todos os modelos podem ser sinónimo de mais bem-estar podendo resultar, e em última análise, em difíceis escolhas. Um caso paradigmático é o da família enquanto instituição social. Diríamos que actualmente há a possibilidade de a mulher ter uma carreira profissional, que lhe permite aceder a uma autonomia financeira, a qual foi restringida em gerações anteriores. Contudo, esta opção implica muitas vezes o sacrifício da maternidade, em casos extremos. Nestas circunstâncias, e de acordo com Bauman (2007: 205), podemos considerar a individualização como um processo ambivalente, ou por outras palavras, um processo que se por um lado abre novas possibilidades de escolha, por via da descontextualização das relações sociais, por outro lado, levanta novos dilemas traduzíveis em constrangimentos, sobretudo na esfera da intimidade.

Zygmunt Bauman na sua abordagem às mutações ocorridas nas esferas pública e privada, coloca na equação analítica que ensaia o caso dos *media* e o papel que estes têm tido nas últimas décadas na erosão entre estes dois domínios. Para Bauman (2002: 75), os *chat-shows*, onde podemos incluir o Facebook, têm um grande potencial de divulgação e publicitação de considerações e expressões íntimas. Ainda assim, a questão que se impõe é saber quais as motivações para essa exposição. O supramencionado autor começa

por aduzir que nas sociedades contemporâneas há uma incessante necessidade de aprovação e diversão relativamente ao meio envolvente. No fundo, assiste-se à exposição orgulhosa do individual, do emocional e do secreto enquanto categorias que permaneciam, até aqui, na esfera íntima.

No plano ético e relacional, este fenómeno apresenta implicações relevantes como, por exemplo, um progressivo mitigar de constrangimentos relacionados com a vergonha e a humilhação, sentimentos que até aqui tinha no domínio da intimidade o seu derradeiro reduto. Existe, com efeito, uma constante procura de uma espécie de “redenção social”. Trata-se, segundo Bauman (2002: 75), de um certo “consolo pela absolvição”, um consolo que passa, fundamentalmente, pela exposição de sentimentos e afectos que outrora pertenciam exclusivamente à intimidade, à privacidade. Com efeito, podemos apontar duas importantes características da esfera íntima nas sociedades contemporâneas: a *expressionista* e a *impressionista*. Aliás, com isto, não estamos a negar a possibilidade de estas fazerem parte da vivência íntima. O que queremos enfatizar é o facto de estas saírem reforçadas e exacerbadas, sobretudo como resultado do processo de individualização, isto é, são eixos que norteiam a gestão e exposição dos afectos. Ora, atentando à componente expressiva da intimidade nas sociedades contemporâneas, antagonicamente ao que se passava até aqui, a manifestação de afectos faz-se privilegiadamente por via dos *media*, mormente *media* sociais como o Facebook (Carvalho, Prior, Morais, 2013: 109-113). Esta plataforma digital, com a sua arquitetura de divulgação (Marichal, 2012), transmite aos seus utilizadores uma sensação de segurança associada à liberdade de acção e de poder de decisão individual no que se refere aos elementos de exposição. Por outro lado, na linha do que temos vindo a afirmar, estão reunidas as condições estruturais para que os actores ajam de forma livre, ainda que reflexivamente ponderando as suas vantagens e desvantagens, resultado naquilo a que Beck (2003: 339-355) designou por “instituições zombies”.

Deste modo, o actor fica mais liberto para agir de forma a mitigar os efeitos constrangedores da normatividade vigente, até porque essa mesma normatividade o remete para o campo da decisão individual e reflexiva. Este processo é aplicável a práticas de exposição e representação, sobretudo quando estas estão à distância da observação e da visibilidade inerentes ao espaço digital e, em particular, às redes sociais que enfatizam a opticização das parti-

cularidades e das experiências subjectivas dos indivíduos. A propósito, Daniel Innerarity tece a seguinte constatação:

“Numa sociedade articulada em redor dos meios de comunicação, a distinção fundamental é entre a atenção e a ignorância; tudo se decide na capacidade de perceber e ser percebido. Não há nada pior que passar despercebido, ser invisível. A própria existência parece incerta enquanto não é confirmada pelo olhar de outros” (2009: 134).

No fundo, trata-se da exaltação da singularidade individual, uma exaltação que concebe cada vez mais relevo aos aspectos privados da existência e à enunciação da visibilidade identitária e de afectos e vivências pessoais. Como tivemos oportunidade de constatar, a preocupação que os indivíduos sentem em se exteriorizar é uma influência da civilização helenística, mas parece evidente que este sentimento regressou mediante novas formas de exteriorização que, no entanto, mais não fazem do que acentuar a tendência secular da sociedade como esfera de aparição, como espaço de ser e de aparecer para os outros. O incremento das tecnologias de informação, especificamente das redes sociais digitais, intensificou a categoria da aparência presente nas interações quotidianas onde os indivíduos representam o seu *self*. Porém, e tal como sublinhou Joshua Meyrowitz (1986), a natureza dos *media* electrónicos torna bastante difícil separar a esfera das experiências públicas da esfera das experiências privadas, anulando-se, conseqüentemente, a distinção goffmaniana entre bastidores e palco e entre público e privado.

Referências

- Arendt, H. (2001). *A Condição Humana*. Lisboa: Relógio D'Água (Obra originalmente publicada 1958).
- Ariès, P. & Duby, G. (1989). *História da Vida Privada: do Império romano ao ano mil, vol. 1*. Porto: Afrontamento (Obra originalmente publicada 1983).
- Bauman, Z. (2002). *Modernidad Liquida*. (M. Rosenberg Trad.). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina (Obra originalmente publicada 2000).

- Bauman, Z. (2007). *Modernidade e Ambivalência* (M. Penchel Trad.). Lisboa: Relógio d'Água Editores (Obra originalmente publica em 1991).
- Beck, U.; Giddens, A. & Lash, S. (2000). *Modernização Reflexiva: política, tradição, e estética no mundo moderno* (M. A. Augusto Trad.). Oeiras: Celta Editora (Obra originalmente publicada em 1994).
- Beck, U. (2000). A reinvenção da política, in U. Beck; A. Giddens & S. Lash, (Orgs.). *Modernização Reflexiva: política, tradição, e estética no mundo moderno*, (pp. 1-51). Oeiras: Celta Editora (Obra originalmente publicada em 1994).
- Beck, U. (2003). *La Individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas* (B. Moreno Trad.). Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica (Obra originalmente publicada 2002).
- Beck, U. (2006). *La Sociedad del Riesgo Hacia una Nueva Modernidad* (J. Navarro; D. Jiménez & M. R. Borrás Trad.). Paidós Surcos 25: Barcelona (Obra originalmente publicada em 1986).
- Bobbio, N. (2009). *Estado, Governo e Sociedade: para uma teoria geral da política*. Rio de Janeiro: Paz e Terra (Obra originalmente publicada em 2006).
- Bourdieu, P. (1989). *O poder Simbólico* (2ª Edição) (F. Portugal Trad.). Lisboa: Difel Difusão Editorial Lda (Obra originalmente publicada 1977).
- Bourdieu, P. (2010). *A Distinção. Uma Crítica Social da Faculdade do Juízo* (P. E. Duarte Trad.) Lisboa: Edições 70 (Obra originalmente publicada 1979).
- Carvalho, J.R.; Prior, H. & Morais, R. (2013). Público, Privado e representação online: o caso do Facebook, in A. Fidalgo & J. Canavilhas (Org), *Comunicação Digital-10 anos de Investigação*, Coimbra, Minerva: Coimbra Edições.
- Durkheim, É. (1977). *A Divisão Social do Trabalho* (M.I. Mansinho & E. Freitas Trad.) Lisboa: Editorial Presença (Obra originalmente publicada 1893).

- Esteves, J.P. (s.d.). *Público/Privado, Dicionário de Filosofia Moral e Política, Instituto de Filosofia da Linguagem*. Disponível em: www.ifl.pt.
- Giddens, A. (1994). *Modernidade e Identidade Pessoal* (M.V. Almeida Trad.). Oeiras: Celta Editora (Obra originalmente publicada 1991).
- Giddens, A. (1995). *Transformações da Intimidade*. Oeiras: Celta Editora (Obra originalmente publicada 1992).
- Giddens, A. (2000). *Dualidade da Estrutura: Agência e Estrutura*. Oeiras: Celta Editora (Obra originalmente publicada 1979).
- Giddens, A. (2005). *As Consequências da Modernidade* (4ª Edição) (F. L. Machado & M. M. Rocha Trad.). Oeiras: Celta Editora (Obra originalmente publicada 1990).
- Goffman, E. (1993). *A Apresentação do eu na Vida de Todos os Dias* (M. S. Pereira Trad.). Lisboa: Relógio D'Água Editores (Obra originalmente publicada 1959).
- Habermas, J. (2012). *A Transformação Estrutural da Esfera Pública* (L. Nahodil Trad.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian (Obra originalmente publicada 1961).
- Inglehart, R. & Wezel, C. (2005). *Modernization Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence*. Cambridge: University Press.
- Innerarity, D. (2009). *A Sociedade Invisível* (M. Ruas Trad.). Lisboa: Teorema (Obra originalmente publicada 2004).
- Kant, I. (2004) Que é o Iluminismo?, in *A Paz Perpétua e outros opúsculos*, Lisboa, Edições 70 (Obra originalmente publicada 1784).
- Luhmann, N. (1992). *A Improbabilidade da Comunicação*. Lisboa: Veja (Obra originalmente publicada 1981).
- Marichal, J. (2012). *Facebook Democracy. The Architecture of Disclosure and the Threat to Public Life*. Burlington: Ashgate Publishing Company.

- Mateus, S. (2011). *Publicidade e Consumo nas Sociedades Contemporâneas*. Covilhã: Livros LabCom.
- Mattoso, J. (2011). *História da vida privada em Portugal: a Idade Média*, vol. 1. Lisboa: Círculo de Leitores, Temas e Debates.
- Mattoso, J. (2010/2011). *História da vida privada em Portugal: a idade Moderna*, vol. 2. Lisboa: Círculo de Leitores, Temas e Debates.
- Mattoso, J. (2010/2011). *História da vida privada em Portugal: a época Contemporânea*, vol. 3. Lisboa: Círculo de Leitores, Temas e Debates.
- Meinecke, F. (1983). *La idea de la Razón de Estado en la Edad Moderna*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales (Obra originalmente publicada 1924).
- Meyrowitz, J. (1986). *No sense of place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. New York: Oxford University.
- Rodrigues, A.D. (s.d.). *O Público e o Privado*. Disponível em: www.bocc.ubi.pt.
- Senellart, M. (1995). *Les arts de gouverner, Du régime médiéval au concept de gouvernement*. Paris: Éditions du Seuil.
- Silva, F.C. (2002). *Espaço Público em Habermas*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais – ICS.
- Zarka, Y.C. (1994). *Raison et Dérison d'État*. Paris: Presses Universitaires de France.

Nota: Uma primeira versão deste capítulo foi publicada na Revista *Observatorio (Obs*) Journal*, vol. 8, nº 3: 1-16, 2014. Disponível em: <http://obs.obercom.pt>.





4. Instagram e Celebidades: a utilização da fotografia nas redes sociais

Ana Isabel Albuquerque & Ana Serrano Tellería

Resumo: A dicotomia cidade-urbanismo *versus* casa-lar, a organização dos espaços público e privado e a produção de conteúdos como construção e definição do espaço individual são a ignição da análise imagética e influenciam a *configuração* do espaço físico. Este capítulo reparte-se entre uma reflexão teórica – envolvendo o Homem, o espaço físico e a utilização de *smartphones* – e uma exegese visual de fotografias capturadas por estes dispositivos de comunicação móvel e exibidas voluntariamente por celebridades nas redes Facebook, Twitter e Instagram. Pretende-se evidenciar a forma como as celebridades lidam com os conceitos de público e privado, representam o *self* e expõem as suas dinâmicas diárias, nomeadamente nas redes sociais. Visível é a crescente publicitação do privado a par da privatização do público num contexto de microcosmo tecnológico.

Palavras-chave: espaço, celebridades, redes sociais, instagram.

Introdução

As reduzidas dimensões do telemóvel emolduram uma ascendente afirmação da esfera privada – do espaço físico privado também – num contexto de saturação tecnológica. Os dispositivos móveis – considerando o *smartphone* e o *tablet* como representantes daquela designação – redesenharam a comunicação. Atualmente, esta tecnologia não permite só a comunicação oral, passando a integrar a *caixa* que se dissera revolucionar o mundo e, ainda, câmaras fotográfica e de filmar de elevada qualidade, capacidade de armazenamento de informação crescente e inúmeras aplicações.

Ocorre, por isso, a seguinte formulação: é legítimo perguntar se foram a relação e a vivência dos indivíduos com o espaço (público e privado) que

Público e privado nas comunicações móveis, 81-105



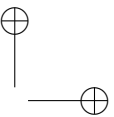
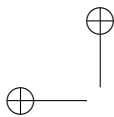
se adaptaram à introdução e à utilização (aceleradamente intrusiva) daqueles dispositivos móveis? Ou o inverso foi o propulsor? Pretende-se, pois, compreender o contributo desses aparelhos para a caracterização dos espaços público e privado recorrendo às fotografias que as celebridades captam por meio deles. Jeff Weintraub destaca a *visibilidade* como um dos conceitos pilares na diferenciação entre público e privado. O sentido de visibilidade é claro e imediato: visível é não ter restrições à exposição, é estar sujeito à observação e à crítica. Público é acessível (*onstage*) e privado é bastidores (*backstage*) (Goffman, 1993). “O que é privado é individual e pessoal; o que é público é geral e impessoal” (Weintraub & Kumar, 1997, pp. 4-7).

A urbe e o homem do século XVIII ao século XXI

Os espaços físico e social esquadrihados pela arquitectura e pelo urbanismo

Espaço, tempo e Homem são o esteio da compreensão das relações Homem-Homem e Homem-meio. Desta relação triangular e interdependente o destaque reside no par espaço-indivíduo. Sensível à ação do Homem, de penhor paradoxalmente coercivo e harmonioso – entre conquistas e ocupações, a vivência quotidiana e o efeito contaminador do seu perfil (características, necessidades e interesses) –, desenvolve-se o Urbanismo. Parafraseando o arquiteto-urbanista Alfred-Donat Agache, este concetualiza o urbanismo de uma forma bipolarizada, como ciência que cruza o presente enquadramento social e a “economia das cidades de amanhã”: dota-se dos instrumentos de intervenção organizacional dos aglomerados e é “arte”, “intuição” e “invenção” (Lôbo, 1995, p. 51).

Urbano e *urbanizar* são termos inquietantes. Richard Sennett comentara-o em *The Fall of Public Man* (2002), ao reconhecer serem “difíceis de utilizar e fáceis de confundir” (p. 128). Ainda assim, definiu *urbano* como “o espaço em que evoluem homens que são, ao mesmo tempo, sujeito e objeto de interações sociais” (Lopes, 1974, p. 30). Pensando tecnicamente nas mais recentes construções, Sennett preocupa-se com o esvaziamento do espaço público na medida em que se constroem, prioritariamente, arranha-céus e edifícios de dimensões colossais. Preocupam-no a desapropriação de significado, a desvalorização, o futuro das ruas, das praças, dos pátios, das zonas comuns.



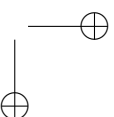
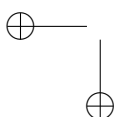
Sennett entra no alinhamento das intervenções de Jürgen Habermas e Hannah Arendt quanto à organização do espaço exterior e ao plano conceptual arquitetónico da casa. A questão está na visibilidade, no isolamento (e isolamento social) e na permeabilidade. Por um lado, o vidro passa a dominar as paredes dos edifícios, autorizando a permeabilidade entre interior e exterior; por outro, estes não perdem a hermeticidade. Se a parede permite dissolução, também “isola” a vida que decorre no interior do edifício daquela de que a rua se ocupa.

As imagens de interiores nas redes sociais são exemplo de uma mistura das esferas pública e privada com recurso à encenação/visibilidade dos espaços anteriormente privados e que se tornaram públicos. Prosseguindo na metáfora, quanto à construção do espaço virtual por meio das imagens, questiona-se qual o lugar que ocupa e se essa configuração do cenário pode ser exibida a uma audiência. A intencionalidade na partilha de emoções, tão recorrente nas redes sociais e promovida pela arquitetura do seu design, parece ser a causa de tais ações.

A celebridade e a indumentária do Homem

Com a exposição, o encontro social, o *ser visto*, e como produto desse relacionamento intrincado entre o capitalismo industrial e a cultura pública urbana, além do acentuar da questão da privatização alcança destaque a vida material que é ostentada por meio da indumentária. A produção massificada e o acesso facilitado a isso levaram. Sennett, na esteira de uma intuição de Charles Baudelaire (2004), não esqueceu a indumentária, o tradicional têxtil e outros ornamentos com que se veste o Homem. Hoje, dir-se-á que os dispositivos móveis são alguns dos alfaiates do sujeito comum. Não são tão-somente utensílios diários, mas também adereços. Discutem-se marcas e modelos, e levam a confrontos argumentativos sobre a defesa dos seus *desenhos, cortes e feitios*.

Maurice Culot (2013), ao citar *O Imenso Adeus*, de Raymond Chandler, suscita uma reflexão ácida sobre a sociedade do pós-guerra e a economia industrial que foi engrossando e dominando, permitindo simultaneamente uma observação crua sobre as aparências: “Nós temos as cozinhas mais brancas e as casas de banho mais brilhantes do mundo. (...) Fazemos as mais bonitas embalagens do mundo, senhor Marlowe, mas o seu conteúdo é apenas pura fancaria” (2013, p. 21).



Fala-se de “imagens do corpo em público” (Sennett, 2002, p. 38), isto é, das manifestações visuais (do rosto ao vestuário) e de padrões discursivos – são as aparências em público, das quais não se ausenta uma significação pessoal. Do teatro e da rua, Sennett explora os elementos mais expressivos e imediatamente impactantes: o corpo e a voz. Dois instrumentos de transparência imprescindíveis na construção das relações sociais. O corpo concebido “como manequim” e o discurso “tratado como um sinal em vez de um símbolo”. As roupas e os acessórios, o “artifício” e a “decoração”, encorpam uma linguagem material visual que discursa como sinal de desvelamento do ser que habita esse manequim (convencional).

Além do deslumbramento do público pelo *boneco*, fascina-o a hipótese de *conhecer/descobrir* quem este realmente é “por trás da *persona* pública” (Marshall, 2004, p. 4), tornando as celebridades “role-models for millions, especially younger citizens; the detailed narratives of celebrity lives – their struggles over identity, sexuality, giving birth, performing in public” (Coul-dry & Markham, 2007, p. 4). Para P. David Marshall (2004), “the concept of the celebrity is best defined as a system for valorizing meaning and communication” (p. x), o qual é guarnecido de um poder discursivo que exala sucesso e conquista a pirâmide de referência social em várias áreas. “O poder da celebridade, então, é representar a construção ativa da identidade no mundo social”, acrescenta. A celebridade parece destacar-se individualmente, e, ao mesmo tempo, contribuir para a construção da identidade social e daquilo que serão as “‘configurações colectivas’ do mundo social” (Marshall, 2004, pp. xi-xii). O engrandecimento, a notoriedade e o reconhecimento substantivam a definição atual. Dada a influência deste grupo num universo amplo, diversos estudos têm sido empreendidos por organismos como o Centre for Media & Celebrity Studies e a CelebYouth.org. Aquele que se destaca socialmente como parte do sistema de estrelato em que é incluído torna-se um modelo cujos valores e conduta já não são apenas do próprio, mas reproduzidos por pessoas comuns que desejam ser como ele. Estatuto este alimentado pela aproximação voluntária das suas vidas às redes sociais. Estas (Dijck, 2013), mais do que plataformas/aplicações com base tecnológica na Web 2.0 que permitem a troca de informação de diferentes formatos, apresentam-se como “uma nova camada online através da qual as pessoas organizam as suas vidas” individuais e em comunidade “bem como a um nível societal mais alargado,



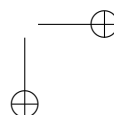
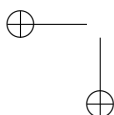
enquanto os mundos do online e offline estão cada vez mais *interpenetrating*” (Dijk, 2013, p. 4).

Adereços como a peruca, o chapéu ou o colete são elementos que estruturam a vida pública e que introduzem a individualidade nela. O que dizer dos *smartphones* e dos *tablets*? Não vestem eles também as pessoas? Estes dispositivos são indumentária, objetos de adorno, porosidades que de(a)nunciam características do figurino, mas funcionam tal como a trilogia inicial – pelo seu poder e especificidades –, vestindo-lhe a personalidade e contando algo sobre ela. No século XVIII, a atenção focava-se no vestuário ou na joalheria, entre outros. Hoje, a roupa, o ornato, a jóia é o *smartphone/tablet*. Também ele integra o círculo da moda, inicia tendências e impõe estatutos. A diferença deste relativamente à indumentária é tratar-se de um utensílio de dupla funcionalidade, isto é, como adereço e como dispositivo que regista. Também num registo metafórico se acerca a do aparelho como janela entre o mundo *on/off line*, que configura assim um espaço (cenário) e um tempo (marcos); representa a união sem fronteiras entre os dois mundos em diluição.

O público e o privado: entre a urbe e o cosmopolita 2.0

A esfera social passa a ser tutora daquilo que era do domínio privado. O íntimo (a “auto-revelação” e a “partilha de sentimentos”) refugia-se na “privacidade moderna” (Sennett, 2002, pp. xvi-xvii). Tudo o que tem interesse deverá ser público? Jean-Jacques Rousseau assevera que há assuntos importantes que não devem ser tornados públicos (Arendt, 2001 [1958]). A *agora* ateniense e os salões burgueses apresentaram-se como espaços exemplares, servindo plenamente o conceito de esfera pública. As *coffeehouses* (Habermas, 2012 [1962]) surgem como locais urbanístico e socialmente estruturantes da vivência citadina (Londres e Paris). Por outro lado, a tecnologia veio testar a sua resiliência e confrontá-los com uma nova realidade. O que é estar *in prae-sentia*? A tecnologia, a vivência quotidiana, o vocabulário, o dicionário ou as reflexões cada vez mais empenhadas em conjecturas sobre as novas práticas de comunicação interpessoal evidenciam o surgimento de um novo espaço: o virtual.

Neste sentido, o valor, a dimensão (projecção) e as repercussões das imagens capturadas por *smartphones/tablets* impõem-se. A classificação do *estatuto* dessas mensagens icónicas (signos visuais) – com a participação de



aplicações como o Instagram, e colocadas na montra das redes sociais *online* – atenderá à sua variegada natureza. Note-se que muitas têm expressão nos *media*. O conteúdo fotográfico e audiovisual transformou-se num registo (arquivístico) fundamental de importantes episódios das relações sociais – é a conclusão de Dijck (2013). “Quem partilha que imagens com quem? Que imagens ou vídeos são populares entre que grupos? Quem são os principais *tastemakers* nestas comunidades?” (Dijck, 2013, pp. 12-13) foram as questões levantadas. Quem são as pessoas que se apresentam nas redes sociais? Como se apresentam no espaço fotografado e exposto no Facebook, no Twitter, no Instagram?

De redes estritamente profissionais (como o LinkedIn) a redes onde se apela a narrativas biográficas, os indivíduos apresentam-se e expõem-se na forma de dados meramente informativos e/ou por meio de conteúdos textuais e visuais mais subjetivos. As pessoas podem criar diferentes *eu* (*self*). A comparação entre o *eu* de diferentes plataformas e o *eu off/online* gera interrogação. O indivíduo representa um papel. É *ator* na sua ação individual ou coletiva de acordo com as circunstâncias que o rodeiam e o influenciam num determinado espaço/meio, distinguindo-o idiossincrasicamente dos restantes ou diferenciando grupos. É de salientar que os estudos empreendidos por Erving Goffman centraram-se apenas na interação social presencial no quotidiano. As mais recentes tecnologias de comunicação envolvem outro tipo de interação: a *interação mediada* (Meyrowitz, 1985). O contributo de Goffman, embora relevante, é insatisfatório para a compreensão do comportamento social, como descreve Meyrowitz (1985).

O autor socorre-se, então, de Marshall McLuhan para compor a metade analítica e explicativa que Goffman oferece quanto às “mudanças generalizadas no comportamento social: mudanças nos meios de comunicação” (Meyrowitz, 1985, pp. 2-4), a influência e os efeitos destes sobre o primeiro. É sabido que McLuhan entende as próteses como extensões do corpo humano, e assim também o são os aparelhos tecnológicos e os meios virtuais: prolongamentos dos sentidos e das “vivências, experiências e trocas presenciais” (Santana & Couto, 2012, p. 34). Esta combinação entre o orgânico e a técnica sofre, portanto, alterações ao integrar um novo *medium* numa cultura já estruturada. Subtrai-se assim, destas duas conceções, um evidente caso de complementaridade das relações reais e das relações mediadas. Como já foi mencionado, os referidos aparelhos também são um complemento da indu-

mentária, colocando-se como ferramenta protagonista. Num revés, a intimidade é *confiscada* por uma outra funcionalidade, a de publicidade. De sala de estar a salão. De lugar de recolhimento e de introspeção a lugar de debate e de intervenção pública. Walter Benjamin, sobre a Paris do século XIX, descreve a sala de estar como um camarote de um teatro: “a box in the theater of the world” (Groening, 2010). Dele (lugar prestigiante) o sujeito individual assiste incógnito aos vários acontecimentos que os atores integram e invisível está perante a sociedade, à parte dela. O acender das luzes do teatro expõe-no, dá-lhe publicidade (“*public-ness*”), como se se tratasse de uma celebridade.

O redimensionamento das divisões da casa, propiciado por ações decorrentes da utilização do *smartphone/tablet*, evidencia o privilegiar de mais zonas privadas comparativamente ao espaço destinado à receção e ao convívio. A casa é um espaço de espaços. Há, por isso, um jogo de holofotes e de recantos de negrume, uma certa volubilidade na definição da esfera privada e da esfera pública dentro do lar. Quer-se, pois, perceber qual o relacionamento entre a habitação privada e o meio envolvente.

Na arquitetura moderna, a existência de janelas panorâmicas revela as vidas umas às outras. É uma equação binária de controlo e de corrosão entre a privacidade – isto é, “a construção social que reflecte os valores e as normas do quotidiano” (Boyd, 2011, p. 2) – e a publicidade que caracteriza a vida social criada pela evolução da urbanização, mas também pela evolução do comportamento do indivíduo. Antoine Prost, sob a análise de Aline Rocha (2012, p. 111) para a caracterização da evolução da vida privada, considera o século XX como o “século da conquista do espaço” (*idem*). Curiosamente, o estreitamento do espaço físico propicia a expansão do espaço interior, privado, íntimo. A sua contaminação é causada pela “obtenção de informação sobre um indivíduo, por lhe prestar atenção, ou ter acesso a ele” (Boyd, 2011, p. 4).

A casa tornara-se num espaço fortemente consumidor de tecnologia, onde novas necessidades são acrescentadas. Fala-se, por isso, num lar privatizado – presença do rádio, da televisão e, em certa medida, do cinema. Investe-se na “casa privatizada” (Williams, 2003 [1974], p. 21), à qual chega o *smartphone/tablet*, também ele uma caixa no teatro do mundo (“a box in the theater of the world”) capaz de uma dupla ação: *i*) importar o mundo para dentro de casa, comprimido no pequeno aparelho/caixa, transformando-se num ecrã panorâmico com uma oferta de entretenimento vasta e diversificada; *ii*) a



segunda extensão liga o espaço interior ao mundo, pela mobilidade que o caracteriza, e por como, por meio dele, a informação chega a um seu semelhante em qualquer destino da rede global.

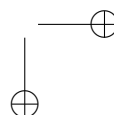
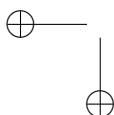
O valor da imagem

“Il faut confronter des idées vagues avec des images claires.”
(Jean-Luc Godard, *La Chinoise*)

A imagética tem um impacto diferente do dos signos verbais. A reacção é seguramente instantânea, e a comunicação mais rápida. E, neste campo, a fotografia enquanto interpretação da realidade torna-se (até um certo nível de análise) mais imediata. A imagem reproduz, espelha, retrata, documenta, lida com elementos reais, reconhecíveis e com os quais rapidamente estabelece associações. É verosímil. Tem aparência de verdade; embora não o sendo efectivamente, é mais efetiva do que o verbo. Meyrowitz admite a existência e o sentimento de “uma ligação mais directa com aquilo de que se trata”. A linguagem dos corpos (humanos e não-humanos), dos objectos, do cenário, da acção, é informação visual cognoscível.

Nenhuma imagem pode transmitir o mesmo que (a visualização de) outra. O seu depuramento tem de se conformar com o instante da sua captura. A imagem poderá ser descrita, descamada e interpretada pelas palavras. As “imagens apresentam-se meramente a si próprias” (Meyrowitz, 1985, p. 96). Cada imagem vale unicamente por si. Nela, os conceitos, os valores, os sentimentos, são abstrações que compõem a moldura icónica. Neste caso particular, a reflexão não é dirigida ao fac-símile de uma imagem que permite reproduzi-la infinitamente – tida como coadjuvante da massa –, mas à incapacidade das fotografias seguintes de traduzirem a essência da primeira. As imagens subsequentes não são definições das anteriores, são frutos de novos momentos. Meyrowitz (1985) faz a diferenciação:

“É possível fotografar duas pessoas a comer juntas, mas é impossível descrever graficamente os conceitos de ‘bondade’, ‘amizade’ ou ‘amor’. É possível apresentar uma imagem de *uma* mulher específica, mas é impossível descrever graficamente ‘feminilidade’. Pode apresentar-se uma imagem de uma bola ou de um





anel de casamento, mas as ideias de ‘brinquedo’, ‘circularidade’, ou ‘continuidade’ devem ser discutidas em palavras” (Meyrowitz, 1985, p. 98).

Os *media* electrónicos contribuíram para a alteração das noções de tempo e de espaço. Quando a convivência vai prescindindo de espaços, o físico sobressai pelo relevante desligamento. Os constrangimentos físicos, emocionais e psicológicos que o bairro, o edifício e as divisões (os quartos) geravam deixaram de ser tão penalizantes. As paredes tornaram-se num mero adorno físico. Meyrowitz refere, ainda, a influência do computador num território de perda gradual de demarcações, auxiliado pela Internet, instalando-se uma sociedade em rede irreversível. O espaço é cada vez mais atomizado, assim como o Homem, singular, arrancado à sociedade.

A imagem tem conquistado os indivíduos na utilização que fazem das redes sociais. A estética é um dos factores de atracção, daí alterações desenvolvidas no *layout* do mural do Facebook com vista ao realce das imagens, seguido do Twitter (em boato). Nas páginas pessoais, publicam-se conteúdos sobre a vida académica e/ou profissional, mas também domésticos. O caminho para o local de trabalho, esse local, um passeio, um convívio, uma viagem, para onde vão e onde estão, com quem estão, o que farão e o que estão a fazer, ou a própria casa, são pretextos e cenários das suas imagens. A casa deixa de ser o refúgio, a profundidade/vida íntima, a garantia da sombra (matéria a esconder) a fim de evitar a luz (da publicidade) (Arendt, 2001), perante a força troiana da vida pública.

O lar é paulatinamente descoberto nas redes sociais pelo visionamento do seu interior: do arranjo e prioridade das divisões (e *subdivisões*) da casa e da sua forma/aparência às dinâmicas individuais e familiares. E este é um dos pontos em que as celebridades e o Homem comum se misturam/influenciam nas suas acções.

O ser humano, a tecnologia e as redes sociais

Como caracterizar o relacionamento entre os indivíduos e os seus comportamentos do dia-a-dia (do planeamento da agenda diária pessoal ao registo da rotina) e a utilização das tecnologias de comunicação móvel? A definição da individualidade tem, atualmente, um grande contributo tecnológico. Este



não deve ser apartado enquanto instrumento influente na construção que os indivíduos fazem da sua própria imagem nas redes sociais.

Possuir um dispositivo apetrechado de mecanismos de captura e gravação de imagem e de som (câmaras fotográfica e de vídeo) permitiu revolver o conceito de *realizador*. A massificação (e democratização) destes dispositivos e deste tipo de funcionalidades e aplicações permitiu tornar o *público espectador* num aspirante a *profissional de realização*. A classificação dos indivíduos como “utilizadores” foi ultrapassada pelo termo “*prosumers*”, referido por Gaby David (2010): “Indivíduo que adquire materiais electrónicos cujo padrão está situado entre aqueles que são destinados aos consumidores e aqueles que são destinados aos profissionais” e “o consumidor que se envolve na criação ou na personalização de produtos que visam satisfazer as suas próprias necessidades” definem o termo inglês, de acordo com a *Oxford Dictionaries*, e a relação entre indivíduo e tecnologia. *Prosumer* nasce, assim, da aglutinação dos termos profissional ou produtor e consumidor.

Entre o que é expectável e o acontecimento do acaso (ou da busca pela imagem proibida), surge um terceiro campo de actuação que utiliza essas ferramentas de captura de imagem para registar situações de teor pessoal que seriam etiquetadas como privadas. Cresce um fenómeno de *tiragem* de imagens do quotidiano (convertido em necessidade): *i*) de qualquer tipo de situação, *ii*) em qualquer lugar, *iii*) em qualquer altura, *iv*) em atos solitários ou acompanhados. É a fotografia da vida comum, do apetite, do mais simples ou banal acontecimento, do momento, do instantâneo, da vida quotidiana de forma espetacular. Uma versão hiper atualizada (porque, hoje, tudo se tornou hiper) daquilo que a câmara instantânea, celebrizada pela polaroid (década de 1940), permitiu fazer durante algumas décadas. Bastava abanar a moldura plástica energeticamente e do filme negro revelava-se a imagem segundos após a sua captura. Hoje, a diferença entre a câmara instantânea e os *smartphones* ou *tablets* com câmaras integradas é feita de tempo, qualidade e possibilidade de transformação e divulgação – às quais se acrescentam as funcionalidades de edição e opções de partilha. Associadas à imagem instantânea estão as redes sociais. As celebridades contam, por exemplo, com as páginas oficiais no Facebook (geridas pelas próprias ou por agentes, pessoas mais próximas ou outros), as quais poderão ser seguidas fazendo apenas “gosto”. Porém, no caso das contas de Twitter e Instagram, a percepção é a de que serão os próprios a geri-las. Tratam-se de plataformas que incitam a uma maior proximidade

e partilha de informação e emoções (a mudar constantemente) num espaço-tempo (o momento exacto do acontecimento), promovendo a aquisição desta dinâmica inerente às interfaces – relativamente ao Twitter – e a necessidade de atualização regular, quase permanente. O Instagram, por evidência, está associado ao *smartphone* ou *tablet* pessoais. No caso deste último, o encaminhamento das imagens para o Facebook e o Twitter revela que a sua administração é feita pelos visados e que as fotografias são capturadas pelo seu aparelho.

Esta triangulação de plataformas dá pistas para aferir se as “contas” são geridas pelo próprio ou não. A sincronização programada é, aqui, reveladora. Além disso, o Twitter tem a particularidade de não ser necessário pedir autorização para se vincular ao outro, bastando clicar em “seguir”, inclusivamente no caso de uma figura pública, para comentar a atividade. Anónimo e famoso (desconhecido/conhecido) são postos quase no mesmo plano de visibilidade. Para Santaella e Lemos (2010, p. 137), “o Twitter é uma mídia social que uniu o acesso móvel à temporalidade *always on*”. Estar sempre conectado, sempre disponível, sempre alerta, sempre contactável. O Twitter pergunta ao utilizador: “*What’s happening?*”. A resposta é o argumento que enceta a narrativa do dia. A fluidez de conteúdos – se assim se pode substantivar o processo – que se faz notar na cultura contemporânea vem confirmar e acentuar a diluição daquilo que se trata de esfera pública e de uma “nova esfera privada” – propiciada por essas redes – e das suas confusas definições (Santana & Couto, 2012; Dijck, 2013, p. 16).

A construção da personalidade do ser humano desliza entre dois pólos opostos magnetizantes: o enigmático mundo dos sentimentos, que não se quer ecoado – dada a sua natureza pessoal não se quer completamente desnudado e anunciado –, e as sedutoras “sensorialidade e (...) visibilidade instantânea” (Sibilia, 2003, p. 8). Consensual tem sido, entre vários teóricos, a tendência cada vez mais comum da representação que expõe o Homem, a sua vida quotidiana, a sua subjetividade e a sua intimidade num palco.

Pela observação, acompanhamento e análise do funcionamento do tipo de movimentações relacionais dos indivíduos neste âmbito, Aline Rocha questiona-se sobre o “comércio de intimidades” (2012, p. 122). Uma expressão acutilante que remete para verbos atordoantes, mas que efectivamente atesta essa realidade. As pessoas embarcam numa espécie de mercantilização de personalidades (ou do *eu*) e da atenção (Fidalgo, 2007). Estas janelas – imagens

capturadas com a mesma facilidade com que se sacia a sede ou se faz um cumprimento mecânico de *bom dia* (rituais quotidianos) – despertam, voluntária ou involuntariamente, os sujeitos para um apuramento da imagem, a fim de encantar quem está do outro lado, para o atrair e o tornar seu seguidor. Sequiosa é a vontade de “bisbilhotar e ‘consumir’ vidas alheias”, e de dar prossecução a esse fenómeno (Rocha, 2012, p. 122).

A intimidade é negociada, numa primeira fase, entre o sair da sua redoma ou não o fazer. Depois, quem poderá aceder a ela? Haverá proveitos pessoais e profissionais com essa atitude? A verdade é que é a intimidade que passa a orientar e a gerir as relações na rede global, nesse espaço sem recantos. Ao entrar nesses mundos com as suas histórias, Rüdiger acredita que a pessoa que se apresenta é uma pessoa refeita, *recontextualizada*, reconfigurada, de características comuns e partilháveis com outras identidades. As identidades são individuais, vivem num espaço próprio, só seu. Rocha recorre a Rüdiger para concluir que as novas tecnologias isolam cada vez mais os homens e, simultaneamente, unem-nos numa outra dimensão – a virtual (*idem*).

A ilustrar está o trabalho fotográfico de Patrick Witty, editor de fotografia da revista *Time*, captando imagens de viajantes no metro de Nova Iorque para mostrar o quão absortos estão nos seus micromundos tecnológicos, identificando particularmente iPhones e *tablets* (como *smartphones*).¹ Os homens transformaram-se, pois, em pequenas ínsuas que tentam estabelecer pontes sociais e reencontrar-se no colectivo, reconstituindo-o sob uma novo entendimento do mundo e dos episódios fugazes e perenes da vida. Reformulam a receita, remexem o preparado, recriam a sua personalidade e as suas experiências, e reconstroem-se pela “partilha” – termo que povoa o léxico de qualquer utilizador e utente (aditivo do narcótico) das redes sociais e da *disponibilização* da intimidade.

Análise de imagens de celebridades

Do aspecto físico à refeição supimpa, do retrato familiar ou de amigos ao do mais novo elemento da família, seja um bebé ou um animal. Informa-se sobre a ida e/ou a chegada a determinado local e identifica-se outras pessoas. Da simples rotina caseira ao trabalho ou aos dias de descanso. Mostra-se um

¹ Patrick Witty, “Estas pessoas estão concentradas nas suas vidas digitais”, in *Jornal Público*, suplemento P3 [edição online], 14/06/2013.

pouco do espaço que é privado; a casa ou o carro; deseja-se uma “boa noite”. Constroem-se narrativas da vida na rede por intermédio de imagens (Taylor, 2001; Santana & Couto, 2012). É a espetacularização do *eu* num registo de diário de bordo sem cadeado, iniciada e nutrida pelo próprio. Fictícias, falsas ou autênticas, estas narrativas são “expressões reais, ao menos, dos íntimos desejos desses sujeitos e podem servir a determinados objetivos, como aumentar a popularidade, garantir maior visibilidade, promover o marketing pessoal, aperfeiçoar e desenvolver outras estratégias imediatas de consumo pessoal” (Santana & Couto, 2012, p. 35). Serão apenas objetivos comerciais? Mas expor-se é o quê senão querer ser visível? A atuação comunicativa pretende, na maior parte dos casos, mais do que “partilhar a vida”, “convencer”, seduzir, agradar, “comover, interessar” – portanto, persuadir (Berlanga, García & Victoria, 2013, pp. 131-132).

O objectivo deteve-se em averiguar que tipo de situações e de elementos implicados nas imagens – relação entre o Homem (nas suas duas vertentes: de celebridade e de homem comum), o assunto e a criação do cenário/espço a partilhar – formam o conteúdo visual das fotografias partilhadas igualmente nas redes sociais Facebook e Twitter, e qual o tratamento imagético que lhes é feito. Para tal, a metodologia consistiu na análise de 77 imagens captadas via aplicação Instagram de sete figuras públicas portuguesas que administram elas próprias as suas contas em redes sociais (os cantores David Fonseca – DF, Luísa Sobral – LS e Rita Redshoes – RR; o radialista Rui Maria Pêgo – RMP; o radialista/humorista/guionista Nuno Markl – NM; o apresentador televisivo João Manzarra – JM; e a actriz Rita Pereira – RP). Procedeu-se à recolha das imagens cumprindo o critério da seleção aleatória, procurando uma origem temporal diversificada, isto é, obtidas em diferentes dias da semana, para que, desta forma, fosse possível responder aos elementos comuns enumerados no parágrafo seguinte. Privilegiou-se o período estival de 2013 (Julho/Agosto), pensando ser uma época propícia ao lazer e, como tal, a fotografar. Ainda assim, e para obter uma maior diversidade de contextos e um maior naípe de imagens, recua-se, em certos casos, alguns meses.

Optou-se pela observação directa dos elementos presentes nas imagens com as seguintes finalidades: identificação e leitura analítica de pessoas (familiares; amigos; colegas de trabalho; conhecidos; pessoas do meio profissional; desconhecidos/fãs; outras); situações/contextos (quotidiano; trabalho; férias ou outras situações de lazer; encontro com amigos; acontecimentos sociais;

outras); e espaço – espaço interior (casa) e espaço exterior, subdividido entre espaço público aberto (rua, por exemplo) e espaço público fechado (instituições, estabelecimentos, entre outros). Procuraram-se respostas relativamente ao tipo de elementos incluídos nas fotografias, ao posicionamento físico da pessoa que fotografa e ao posicionamento físico das pessoas que estão incluídas nas fotografias, à importância do espaço físico nas imagens capturadas, e à preocupação com a *quantidade* de espaço do lar que é fotografado e publicado (esta última direccionada apenas ao espaço interior).

O cantor DF tem como protagonista da câmara fotográfica do seu telemóvel ele próprio – aspeto que domina praticamente em toda a amostra de celebridades, definindo, assim, cada vez mais a vulgarizada *selfie* –, sendo que nas restantes ou não se encontra alguém ou são figuras sem rosto. Ressalvem-se os casos de paisagem, criação de cenários utópicos/irreais, narrativas idealizadas, um acontecimento (como uma manifestação de rua) ou algo como uma simples figura etópica que a sombra produz no chão e que lhes tenha prendido a atenção. Há quem fotografe colegas de trabalho (que também são amigos e igualmente conhecidos do público), a esposa e o filho (NM) e ainda profissionais ligados aos trabalhos que exercem. Surgem também reuniões familiares, onde se encontram diferentes gerações, como avós e neto (JM) ou irmã e sobrinha (RMP), e inclusivamente animais. Com uma clara vontade de aproximar o homem comum (a audiência potencial) da sua esfera íntima, pessoal, a família apresenta-se nuclear e parturiente dos seus valores, estimulando processos empáticos e de partilha de emoções. O estado de espírito conduz a vínculos emocionais nas redes sociais, concretamente no Facebook e Twitter.

Do quotidiano, identificam-se o barbear de DF ou os trejeitos matinais do cabelo de RR; viagens em trabalho de cantores e radialistas (RMP e NM); os camarins; ou momentos de descontração. Nas suas produções fotográficas *caseiras* é explícito o imiscuir entre a dimensão íntima e aquela que os enquadra no contexto laboral, por exemplo. A atuação da celebridade intersecta-se de forma cada vez mais próxima com as práticas do homem comum. Questiona-se, por isso, quem imita quem (celebridade-homem comum), e daqui se extrai uma fusão entre *prosumer* e audiência activa. John Ellis argumentava que “a estrela é ao mesmo tempo ordinária e extraordinária, (...) disponível para o desejo e inatingível” (2007, p. 90). Mostram-se o trabalho criativo de escrita e composição musical, de estudo e ensaios, e os bastidores. Ou ainda fotografias esteticamente mais elaboradas. As notas ar-

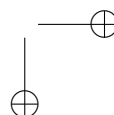
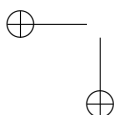


tísticas e reflexivas nas imagens, complementadas pelas respectivas legendas, são um tom dominante nas fotografias de DF (jogo de imagens e de dimensões temporais da mão fotografada a segurar uma fotografia instantânea, que, por sua vez, mostra novamente a sua mão), no sentido da construção de uma nova narrativa. RR, à semelhança de DF, cria uma fotografia a partir de um díptico de fotografias polaroid, em que numa figura surge apenas ela e noutra uma janela, como que sequenciando espaços e dimensões – interior vs exterior (separados por duas fotografias: o interior numa e o exterior noutra) dentro de uma única fotografia. Em suma, cria uma imagem da imagem, construindo uma linguagem justaposta. O *smartphone/tablet* permite uma apropriação do espaço, delimitando-o. Diz-se desse espaço que é mais interiorizado, mais privatizado.

O carisma, o querer ser como (obsessão), os valores culturais, a atração, o desejo, o *glamour*, o poder e a identificação definem globalmente aquilo que se percebe comumente por “estrela” (Redmond & Holmes, 2007). Os autores de *Stardom and Celebrity* socorrem-se de Richard Dyer, John Ellis e Max Weber para trabalhar a cultura contemporânea à luz de três conceitos fundamentais: “estrela”, “personalidade” e “carisma”. Do indivíduo singular ao plural, Dyer explica que

“stars articulate what it is to be human being in contemporary society; that is, they express the particular notion we hold of the person, of the ‘individual’. They do so complexly, variously – they are not straightforward affirmations of individualism. On the contrary, they articulate both the promise and the difficulty that the notion of individuality presents for all of us who live by it” (2007, p. 87).

Ellis, apesar de se recatar ao campo televisivo, definiu “personality” como “someone who is famous for being famous and is famous only in so far as he or she makes frequent television appearances... In some ways, they are the opposite of stars, agreeable voids rather than sites of conflicting meanings” (2007, p. 96). Descrição que perde pela “polimorfia” e pela forma como, hoje, o indivíduo se relaciona com a imagem e, dentro desta, com os seus vários formatos. Por seu turno, “the cry of the crowd to the victorious champion ‘you are a god’ provides a typical example. The champion is credited with



capacities superior to those of all other men, and thus with super-human qualities” (Redmond & Holmes, 2007, p. 67). Esta é a exegese que Redmond e Holmes fazem da concepção de Weber sobre o que é ser *carismático*. Por vezes, é difícil identificar espaços (nomeadamente os interiores): o conteúdo é parco para se identificar se se trata de um quarto de casa ou de um quarto de hotel, de um quintal ou de uma esplanada. Esta é uma característica transversal a praticamente todos os exemplos estudados. O espaço privado no caso do cantor é muito controlado; nada mais se vê senão ele, senão o que ele quer e comanda. É possível depreender que seja a casa, o lar, quando alguns elementos decorativos (sofá, mesa, tapetes, cama) e o à-vontade ou posicionamento do corpo no espaço, dentro do que o desfoque e o enquadramento permitem ver, o comprovam (em LS, RR e RP). Deixa-se entrar um pouco o público no *backstage*, não no do concerto, mas em casa, enquanto se trabalha ou relaxa.

Quanto aos exteriores, a praia, o mar, a areia, o céu e o chão, outras paisagens e os próprios resvalam entre o naturalismo e um certo expressionismo. JM, NM, RP e RMP adotam um registo mais convencional do que os restantes, aparecendo nas fotografias com mais frequência também. Em DF, RR e LS revela-se uma vertente mais regrada pelo manejo de ângulos, cores, (sobre ou subexposição de) luz e sombra, desfoque, sobreposição de imagens, reflexo, texturas dos objetos e dos filtros da aplicação, produzindo indivíduos anónimos, silhuetas – aqui, destaca-se DF, elevado a um nível estético superior.

Este trio elege – uns mais do que outros – pés, mãos e rosto. Espaço que importa ser explorado quase metafisicamente sob rubores cinematográficos. O espaço fascina DF quando dele pode criar algo; o jogo de espaços trata-se também de um jogo de tempos. Sentimento comungado por RR, no caminho de algo mais abstracto ou surreal. Ambos gostam de trabalhar a imagem (a fotografia) juntamente com as palavras (legenda), atribuindo-lhe um sentido mais profundo ainda. De acordo com Marwick e Boyd, o homem comum encaixa a celebridade na seguinte perspectiva: “As an organic and ever-changing performative practice rather than a set of intrinsic personal characteristics or external labels” (2011, p. 140).

Os quadros fotográficos ladrilham desde instrumentos musicais a estúdios de gravação de música e de emissão de programas radiofónicos ou de dobragens, da parafernália de objetos necessários para a gravação de programas televisivos a aviões e a interiores de casas, de refeições (as famosas fotografias de comida) a objetos tecnológicos como computadores portáteis, *tablets* e

telemóveis – sendo possível identificar a presença de pelo menos uma marca (*Apple*, por reflexo no espelho. No seguimento da ideia de *performance*, avançada no parágrafo anterior, assiste-se à construção (ou arranjo) de cenários, com maior ou menor técnica. Em RR, destacam-se momentos mais pessoais (entre os quais é visível a concordância entre estados de espírito e espaços): além das feições matinais (o auto-retrato na cama – espaço rei do abrigo e do íntimo –, acompanhada da sua música (materiais de trabalho), a sua aparição com um ramo de flores em jeito de agradecimento às felicitações de aniversário dos seus seguidores.

Em relação a NM, é talvez aquele que mais vezes mostra dispositivos tecnológicos, entre iPad, iPhone e um computador. Markl fotografa a mulher a arrumar a mala de viagem disposta em cima da cama do quarto do casal, e o filho a brincar com o iPad (entre dedos e metade do rosto visíveis). A ele pertence também uma fotografia particularmente reveladora dos fenómenos da utilização do telemóvel para fotografar o momento e da fotografia ao espelho: uma imagem em que Markl está acompanhado pelos seus quatro colegas radialistas da Rádio Comercial num camarim, enquanto se preparam para a apresentação de um livro. Estão todos enfileirados junto à parede, de frente para um espelho, e três deste quinteto (incluindo Markl) apontam-lhe os seus *smartphones* e tiram exactamente a mesma fotografia – uma *selfie* conjunta.

JM, apresentador de televisão, no período definido para recolha de algumas fotografias, apresenta-se como viajante a gozar as suas férias com amigos numa caravana, fazendo um circuito pela Europa. Contam-se também a ida ao barbeiro (cruzamento da imagem pessoal e da imagem enquanto figura pública) e os primeiros registos das gravações dos *castings* para um programa que apresentou (Factor X). Atribui algum protagonismo à sua cadela, já afamada ao mencioná-la também em contexto profissional (a Lurdes); RMP apresenta igualmente o seu Trufa Maria e Tufão, da amiga Raquel Strada (animal que aliás já tem conta no Facebook).

RMP será talvez aquele que mais espaço liberta ao olhar do público, seja em trabalho no estúdio ou em exteriores (festivais), incentivando as pessoas a ouvirem o seu programa na rádio Mega Hits e apelando para que o façam. Desta amostra, Rui expõe uma imagem particularmente interessante: quando se está a fotografar em frente a um espelho, satiriza a moda do auto-retrato ao perguntar se “é assim que se tira uma auto-pic?”, na qual nitidamente se iden-

tifica um iPhone. (Rita Pereira fá-lo com frequência recorrendo ao espelho do elevador do prédio.)

RMP é também aquele que seguramente utiliza uma linguagem verbal nas legendas mais ácida e mais satírica, mas também muito apelativa para os ouvintes e comunicativa, brincando com as palavras (é exemplo “radioterapia”) e respondendo inclusive a alguns comentários. Cria empatia, procurando que o público se identifique com a rádio, e zela pelo à-vontade e pelo ser bem-vindo. As imagens poderão ser importantes aliadas na fidelização de espetadores, anexando informação sobre quando e onde será a emissão dos programas, mostrando o local e aguçando o apetite do ouvinte. Para um radialista, revelar quem está atrás da voz é uma forma de criar uma relação de proximidade.

Consciente ou inconscientemente, observam Marwick e Boyd, os famosos recorrem a técnicas “nos sites das redes sociais para manter popularidade e imagem. Argumenta-se que ‘celebridade’ se tornou num conjunto de estratégias e práticas circulares que colocam a fama num *continuum*, em vez de uma linha luminosa que separa indivíduos” (2011, p. 140). As plataformas em que se *inscrevem* servem na prática os propósitos de expressão pessoal, mas também de se fazerem presentes e próximos dos seus espetadores, por intermédio de hipóteses como “an ongoing maintenance of a fan base, performed intimacy, authenticity and access, and construction of a consumable persona” (*idem*). Numa regra de três simples: captação e manutenção da audiência, gestão da popularidade e apresentação do eu como *produto* que será “consumido” pelo público/fãs. RP, atriz, atualiza os seus seguidores sobre a evolução da lesão que sofreu durante os ensaios para o programa de televisão “Dança com as estrelas”: do repouso no sofá ao uso da muleta. Apresenta-se também em contexto familiar com o sobrinho – com o rosto irreconhecível – e numa visita ao Hospital D. Estefânia (Lisboa). Revela, pela primeira vez, que o motivo destas visitas é o moral combalido de certas alturas, acrescentando não o fazer por reconhecimento ou acontecimento social enquanto celebridade mas sim para homenagear a equipa de profissionais (esclarece na legenda). Regista, ainda, momentos como a oferta de um carro à sua irmã ou o simples desejar de “boa noite”, fotografando-se na sua própria cama, já deitada, agradecendo aos fãs o apoio e os votos no programa em que se encontrava.

Da análise global, o espelho surge como objeto do qual todos se socorrem. Há, por isso, uma dupla insinuação do *self*: sendo o espelho já reflexo, o *smartphone* vem duplicar esse efeito. Uns usam-no para fins informativos,



outros para fins mais artísticos e expressivos. É, de facto, uma valiosa fonte de confirmação da utilização do telemóvel para fotografar. Embora sem um número equitativo de exemplares para traçar uma estatística mais rigorosa, nesta análise particular dir-se-á que os mais assíduos são RMP e RP.

Regra geral, todos encaram a câmara, mas o perfil também é recorrente. Considerando que a imagem tem uma função informativa por natureza (primeva e involuntária), algumas destacam-se devido a um pendor marcadamente expressivo ou apelativo. Outros, como JM, deixam aos seus seguidores decisões como cortar o bigode ou não; perguntam-lhes o que vão fazer no feriado ou qual a gastronomia predilecta (RP); mostram o local de trabalho e publicitam-no, propositadamente ou não (RMP e NM).

Quais serão os objetivos das celebridades quanto à sua apresentação nestes meios? O recurso a estas novas ferramentas e a estes *novos lugares* permite criar e manter o contacto com o público, desvelando a normalidade que as suas vidas também podem ter, e é por isso que partilham imagens de momentos tão similares aos de tantas outras pessoas. Mais: promovem a sua actividade profissional de forma informal ao fotografarem os bastidores (ensaios, composições de músicas, aquilo que os inspira, cenas caseiras, entre as mais variadas circunstâncias) e/ou os lugares que frequentam e as pessoas com quem contactam enquanto comuns seres humanos que a dada altura vestirão a pele de artistas – ou outra. A vida privada é farta em despertar interesse e em fidelizar. Quantos mais seguidores, maior a visibilidade do utilizador desconhecido e maior a popularidade dos já reconhecidos (Santana & Couto, 2012). São, por isso, estratégias de retardamento do esquecimento.

Conclusão

Do espaço físico ao espaço das relações humanas e ao espaço virtual, a definição dos conceitos de público e privado percepção-se dúbia, nublada e discutível. As históricas *agora*, os salões e os cafés onde os homens se reuniam para dialogar reconfiguraram-se (perdendo o benefício da co-presença) em compartimentos solitários e simultaneamente preenchidos de atividade social. Espaço é o termo-chave que estabelece uma ponte metafórica e simbólica entre a nova configuração da cidade e da casa (a criação de novos espaços que isolam interiores de exteriores) e as plataformas que permitem a cada indivi-



duo isolar-se do seu meio (em situação de convívio, no local de trabalho ou em casa, por exemplo) sem dele sair.

O espaço público movimenta-se. Não há lugares marcados para o debate, a participação e a partilha. Estas acções sentam-se quer nas cadeiras de café quer no sofá da sala-de-estar de casa. Paradoxalmente, a predisposição para a visibilidade de conteúdos alegadamente privados é crescente, sendo que o controlo parece começar a diluir-se e a desarmar-se de pudores. As tecnologias de comunicações móveis e as redes sociais oferecem um mundo de exposição, de intervenção e de revelação a uma escala volúvel de níveis de restrição. Por intermédio delas injetam-se doses de privacidade, inclusivamente de intimidade, num domínio povoado e vigilante. As celebridades, enquanto figuras há muito apetecidas pelos olhares do público comum, tornam-se também adeptas destas novas formas de apresentação do *self*, com motivações várias.

O *smartphone*, mais do que um instrumento utilitário, tornou-se num aparelho multitarefas, num adereço, num compositor de personalidades, num mecanismo absorvente da concentração dos seus utilizadores, onnipresente, capaz de produzir alterações comportamentais na estrutura da vida individual e das relações interpessoais e de tornar o seu proprietário num ser quase onisciente de micro e macro realidades. Ou seja, aquilo que conhece e deixa conhecer começa no local onde se encontra e prolonga-se numa extensão que pode chegar a qualquer ponto do planeta.

Como se verificou, aplicações como o Instagram – específicas para *smartphone/tablet* – permitem, do ponto de vista físico/visual, a criação ou composição de cenário, a configuração das esferas pública e privada, o que se pode designar de delimitação espaço-temporal, e não só a justaposição mas a aglutinação de esferas, adquirindo um carácter misto; mas, também, a partilha do estado emocional como vínculo com a audiência activa e *prosumer*.

A imagem é anfitriã e monopolizadora de atenção. É neste sentido que têm sido actualizados aparelhos, aplicações e redes sociais. A legenda (linguagem verbal), embora inicialmente secundarizada, não deve ser desmerecida, pois ajuda a clarificar a imagem (linguagem visual) e a intensificar o seu significado. Esta combinação de elementos possibilita relações de iconicidade mais ou menos reais, permitindo que o público responda mais rapidamente à sugestiva experiência imagética.

Certas vezes, as imagens lembram obras de arte enquanto quadro fotográfico devido ao tratamento que a aplicação Instagram permite, concreta-

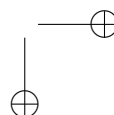
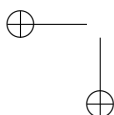


mente com as diferentes tonalidades e molduras, com o desfoque, entre outros. Conclui-se também, e de acordo com a análise empírica, que os cantores são os que mais utilizam as diversas plataformas para registos imagéticos, seguindo-se atores, radialistas e apresentadores. Verifica-se que o quotidiano em imagens não é uma falácia – desde o acontecimento mais simples, como estar na cama e desejar “boa noite” (emoções), a um concerto ou uma emissão num estúdio de rádio.

Apesar de desentendimentos entre as empresas Twitter e Instagram, várias fotografias (muitas delas as mesmas) captadas pelas celebridades via Instagram são publicadas nas redes Facebook e Twitter, daí justificar-se a tríade Facebook-Instagram-Twitter, pelo sincronismo que é possível entre as várias plataformas. A aplicação Instagram permite, após a edição da fotografia/do vídeo, a partilha imediata, ou não, nas restantes redes, com ou sem legenda. Além disso, o Instagram é uma aplicação específica do aparelho de comunicação móvel pessoal, o que nos permite saber, na grande maioria dos casos, que foi o próprio (considerando inclusivamente o posicionamento físico do corpo) ou alguém que lhe é próximo que captou a imagem. Fica anotada a aproximação do Instagram ao Facebook (pela sua compra pela empresa de Mark Zuckerberg), enquanto o Twitter investe na aplicação Vine. É de realçar também que mais de 50 por cento da amostra analisada publica mais fotografias no Twitter do que no Facebook. E a propagar-se está a adesão à realização de vídeos de curta duração, na qual a aplicação Instagram também se estreou. A inclusão do som e do movimento conferem o realismo que, por vezes, a estaticidade da fotografia não é capaz de transmitir por completo.

Os *media*, por sua vez, recorrem amiúde a conteúdos disponibilizados por estes indivíduos, quer para a construção de matéria jornalística, quer para a ilustrar, atribuindo os créditos aos visados e às redes sociais de onde são retiradas. Assim se justifica a recontextualização dos conteúdos visuais. As próprias celebridades apresentam-se/expõem-se, assim, como fontes, uma vez que as suas páginas oficiais não requerem permissão para serem seguidas. É possível inferir que as celebridades se aproximam dos seus próprios *paparazzi* – isto é: não assumindo o mesmo papel, confluem para o mesmo objetivo.

O controlo da informação poderia, deste modo, ser recuperado dissimuladamente pela própria figura pública, que assim determinaria o conteúdo noticioso publicado. Porém, a realidade tem ditado uma tendência para a especulação que favorece a criação de múltiplas interpretações. Se, por este



ducto, o restauro de alguma autonomia parecia plausível, por outro, rende-se ao fator acaso/sorte. A considerar, quanto a esta última ideia, está o cidadão comum como repórter-de-ocasião, estimulado pelos próprios *media*, embora levantando questões éticas para as quais a resolução poderá ser demorada.

Se, por um lado, o público é atraído por figuras que detêm um certo poder e suscitam sentimentos de admiração que as colocam na cena da visibilidade pública, e cujas acções interferem na vida do indivíduo da sociedade moderna ocidental, simultaneamente surgem indivíduos que, pela sua forma de vida, despertam interesse e passam a ser seguidos (Redmond & Holmes, 2007). A delimitação da definição do que é ser celebridade e homem comum é, assim, reequacionada dentro da cultura das celebridades. “The ways that people relate to celebrity images, how celebrities are produced, and how celebrity is practiced” são consequências da ação dos meios de comunicação de rede, assim concluem Marwick e Boyd (2011, p. 139). É-se envolvido numa rede de emoções que prendem os seguidores, e na qual a imagem tem um peso inultrapassável. O impacto visual do cenário real ou encenado com maior ou menor carga significante posiciona as imagens Instagram num alto patamar, até pelo seu acto de *produção*, tão intuitivo e pessoal.

“Thus, even the famous must learn the techniques used by ‘regular people’ to gain status and attention online. Twitter demonstrates the transformation of ‘celebrity’ from a personal quality linked to fame to a set of practices that circulate through modern social media.” (Marwick & Boyd, 2011, p. 156)

Concluem-se a partir desta reflexão a diluição das fronteiras *on/offline* (como indicativas de público e privado, respetivamente); a mistura e/ou reprodução de atitudes e ações (entre celebridades e homens comuns e vice-versa); e a dupla funcionalidade do *smartphone*, como metáfora da janela que configura o espaço-tempo e servindo de ponte entre as duas realidades, *on/off*, cada vez mais entrosadas. É o triunfo da imagem como catalisadora das principais características e dos objetivos a alcançar pelos dispositivos móveis e redes sociais: configuração do espaço-tempo, partilha de emoções, criação de cenários, criação da imagem ideal, fluidez de conteúdos, adaptação directa a todos os formatos.

Bibliografia

- Arendt, H. (2001 [1958]). *A condição humana*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Baudelaire, C. (2004). *O pintor da vida moderna*. Lisboa: Vega.
- Berlanga, I.; García, F. & Victoria, J.S. (2013). *Ethos, pathos y logos en Facebook*. El usuario de redes: nuevo «rétor» del siglo XXI. *Comunicar*, 41: 127-135.
- Boyd, D. & Marwick, A.E. (2011). Social Privacy in Networked Publics: Teens' Attitudes, Practices, and Strategies, in *A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society*: 1-29. Disponível em SSRN <http://ssrn.com>.
- Campbell, S.W. & Park, Y.J. (2008). Social Implications of Mobile Telephony: The Rise of Personal Communication Society. *Sociology Compass*, 2(2): 371-387.
- Couldry, N. & Markham, T. (2007). Celebrity culture and public connection: Bridge or chasm?. *International Journal of Cultural Studies*, 10(4): 1-34.
- Culot, M. (Org.) (2013). *Alter Arquitectura*. Lisboa: Edições 70.
- David, G. (2010). Camera phone images, videos and live streaming: a contemporary visual trend. *Visual Studies*, 25(1): 89-98.
- Dijck, J.V. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Nova Iorque: Oxford University Press.
- Dyer, R. (2007). Heavenly Bodies, in S. Redmond & S. Holmes (2007). *Stardom and Celebrity. A Reader*, (pp. 85-89). Nova Deli: SAGE Publications.
- Ellis, J. (2007). Stars as a Cinematic Phenomenon, in S. Redmond & S. Holmes (2007). *Stardom and Celebrity. A Reader*, (pp. 90-97). Nova Deli: SAGE Publications.

- Fidalgo, A. (2007). A Falácia da Visibilidade. Visibilidade e Identidade no tempo dos Media. *BOCC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*: 1-13.
- Goffman, E. (1993). *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Groening, S. (2010). From 'a box in the theater of the world' to 'the world as your living room': cellular phones, television and mobile privatization. *New Media & Society*, 12(8): 1331-1347.
- Habermas, J. (2012 [1962]). *A transformação estrutural da esfera pública. Investigações sobre uma Categoria da Sociedade Burguesa*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Lemos, A. (2013). Espaço, mídia locativa e teoria ator-rede. *Galáxia*, 25: 52-65.
- Lôbo, M.S. (1995). *Planos de Urbanização. A Época de Duarte Pacheco*. Porto: FAUP Publicações.
- Lopes, B. (1974). A mobilidade como elemento criador da vida urbana. *Arquitectura*, 130: 30-31.
- Marshall, P.D. (2004). *Celebrity and Power. Fame in Contemporary Culture*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Marwick, A. & Boyd, D. (2011). To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17(2): 139-158.
- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. Nova Iorque: Oxford University Press.
- Redmond, S. & Holmes, S. (2007). *Stardom and Celebrity. A Reader*. Nova Deli: Sage Publications.
- Rocha, A.M. (2012). Público e privado: notas conceituais sobre a transformação da intimidade na Internet. *Intratextos*, 4(1): 103-125.

- Santaella, L. & Lemos, R. (2010). *Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus.
- Santana, C.L. & Couto, E.S. (2012). A publicização da vida privada no Twitter. *Fronteiras – estudos midiáticos*, 14(1): 31-39.
- Sennett, R. (2002). *The fall of public man*. Nova Iorque: Penguin Books.
- Sibilia, P. (2003). A Intimidade escancarada na rede: *blogs e webcams* subvertem a oposição público/privado. INTERCOM, 2-6 Setembro de 2003: 1-12.
- Taylor, C. (2001). *Sources of the Self: The Making of the Modern Identity*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Weintraub, J. & Kumar, K. (eds.) (1997). *Public and private in thought and practice: perspectives on a grand dichotomy*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Williams, R. (2003 [1974]). *Television: Technology and cultural form*. Londres: Routledge.

Nota: Este capítulo foi publicado originalmente na Revista *Comunicação Pública*, da Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa. Citar: Ana Isabel Albuquerque e Ana Serrano Tellería, «Instagram e celebridades: a utilização da fotografia nas redes sociais», *Comunicação Pública* [Online], Vol.9 n15 | 2014, posto online no dia 30 Junho 2014, consultado em 19 Junho 2014. <http://cp.revues.org>; DOI : 10.4000/cp.655.

Uma primeira versão deste capítulo foi apresentado no *V Congreso Internacional de Ciberjornalismo y Web 2.0. Audiencias Activas y Periodismo*. Actas disponíveis em: <https://ciberpebi.files.wordpress.com>. Leia: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.





5. Educação para a Privacidade no Espaço Digital: subsídios para uma proposta curricular

Ana Serrano Tellería & Maria Luísa Branco

Resumo: A internet como meio, as tecnologias que a sustentam, os media que servem de interface entre a esfera pública e privada e os dispositivos móveis que nos ligam e localizam num ecossistema em permanente construção e atualização apresentam um mundo de possibilidades para uma participação cívica prolífera. Contudo, são também múltiplos e específicos os desafios colocados por um ambiente caracterizado, principalmente, pela sua capacidade de amplificação. Mediante uma revisão da literatura e uma análise qualitativa de um grupo de foco com adolescentes, apresentamos um contributo para uma futura proposta curricular de educação para a privacidade, identificando algumas competências a desenvolver.

Palavras-chave: privacidade, exposição, visibilidade, competências, espaço digital, cidadania digital.

Introdução

O Segundo o relatório *Eu Kids On Line* (2014), o uso da internet está totalmente integrado na vida quotidiana das crianças e adolescentes de hoje, verificando-se uma maior diversificação do acesso à mesma, com prevalência do uso feito em casa (87%), logo seguido do uso feito na escola (63%). Salienta-se igualmente uma tendência para que este uso seja iniciado cada vez mais cedo. Segundo o mesmo documento, cerca de 59% das crianças e jovens entre os 9 e os 16 anos tem um perfil criado em alguma rede social, incorrendo em riscos que se prendem menos com o conhecimento evidenciado da tecnologia e mais com os comportamentos assumidos. Nos países a que se reporta o relatório, incluído Portugal, os pais (63%) são a principal fonte

Público e privado nas comunicações móveis, 107-122



de aconselhamento relativamente às dúvidas suscitadas pelo uso da internet, imediatamente seguidos dos professores (58%) e dos pares (44%).

Neste contexto, o objetivo da presente comunicação consiste em delimitar e aprofundar alguns conteúdos e competências a incluir em ações sobre cidadania digital, a realizar em âmbito escolar e destinadas a pais, professores e adolescentes.

A delimitação destes conteúdos e competências tem em conta a revisão da literatura sobre esta temática emergindo, ainda, da análise de um grupo de focagem, feito com adolescentes do género feminino e masculino de uma escola pública da região centro norte de Portugal, no âmbito do projeto “Público e privado nas comunicações móveis” que visa compreender como é que o uso frequente e generalizado dos dispositivos móveis (smartphones/tablets) veio diluir as fronteiras do público-privado.

Ser cidadão e educar para a cidadania na era digital

No âmbito das alterações ocorridas no final dos anos 80, princípios dos anos 90 do século passado, conducentes à configuração de sociedades pós-industriais, marcadas pelo fenómeno da globalização, Bennet, Weels e Rank (2009) assinalam a emergência de um novo paradigma de cidadania. Este novo paradigma, o do cidadão auto-realizante (*actualizing citizen*) vem somar-se ao paradigma vigente, mais tradicional, do cidadão cumpridor (*dutiful citizen*).

Estes dois paradigmas distinguem-se por preocupações distintas, estilos diferentes e formas diversas de atuação no espaço público. Apesar de se verificar uma permeabilidade entre os dois, o que significa que pode haver indivíduos que assumam o seu exercício da cidadania combinando aspetos de ambos os paradigmas, o primeiro parece o mais adequado para descrever a forma como as gerações mais jovens, produtos dum mundo globalizado onde avulta o papel da internet e dos media interativos, concebem e exercem a sua cidadania, uma cidadania descrente dos processos democráticos e do papel dos governos e mais centrada numa diversidade de tópicos, que se prendem sobretudo com estilos de vida, como a qualidade ambiental, os direitos humanos e as políticas de consumo.

Simultaneamente, as formas de participação preferidas também não são as convencionais, destacando-se a importância da utilização das redes sociais, marcadas por relações de afiliação ténues, como meio privilegiado para



a tomada de ação social. Neste sentido, a vida dos cidadãos não se resume apenas à dimensão política, passando cada vez mais pelo social, interações e relações interpessoais, em contextos diversos (Patrocínio, 2009), entre os quais avultam os proporcionados pelos novos meios digitais.

Bennet, Weels e Rank (2009) fazem ainda uma ligação entre os dois modelos de cidadania referidos e os estilos de aprendizagem cívica caracterizando-se o do cidadão auto-realizante por um estilo muito mais interativo e menos autoritário, horizontal e não vertical, baseado numa utilização criativa dos media, que permite a criação conjunta de conteúdo e avaliação/certificação da sua credibilidade. Nesta perspetiva, as atitudes a privilegiar na aprendizagem cívica deverão ser o *empowerment*, a confiança nas redes e a confiança nas competências participativas.

O desenvolvimento destas atitudes pressupõe a aquisição de uma literacia digital que permita aos indivíduos atuar em conjunto como cidadãos no sentido de influenciar as políticas, decisões relativas ao viver e ao bem comum. Rheingold (2012) discrimina cinco dimensões da literacia digital: a atenção; capacidade de deteção de lixo; participação; colaboração; uso inteligente das redes.

As três últimas dimensões parecem-nos particularmente importantes para a expansão das atitudes mencionadas. Considerando o *empowerment* como a capacidade de conceder poder a si próprio, no caso vertente da cidadania auto-realizante, de se autonomizar (governar a si próprio) e participar ativamente na vida social e política através dos novos meios interativos, a sua efetivação passa inevitavelmente por um aprender a participar na net. Esta aprendizagem pressupõe, segundo Rheingold (2012), a necessidade de estar consciente da nossa pegada digital, pelo que adverte: “Think before you post, because your digital actions are findable, reproducible, and available to people you don’t know, and will remain available to all indefinitely” (p. 249).

Incrementar a confiança nas competências participativas implica o desenvolvimento da colaboração assente, entre outros aspetos, na consciência do papel amplificador da ação humana pelos media sociais. Finalmente, a confiança nas redes tem de assentar num uso inteligente das mesmas. Em relação a este aspeto, o autor destaca as quatro propriedades de qualquer rede social: persistência, replicabilidade, dimensionabilidade, e possibilidade de ser pesquisada, para advertir para a importância de estarmos conscientes daquilo que



partilhamos e com quem (na medida em que por detrás das redes há audiências invisíveis e encruzilhadas insuspeitadas entre o público e o privado).

No atual sistema educativo português, a educação para a cidadania possui um caráter transversal, significando isto que pode e deve ser prosseguida como intenção educativa em todas as áreas disciplinares, podendo ainda ser apropriada mediante a oferta de componentes curriculares complementares com carga flexível, ao abrigo do crédito de escola, ou mediante a implementação de projetos. Entre as dimensões da educação para a cidadania discriminadas, está a educação para os media, onde se privilegia como objetivo “a adoção de comportamentos e atitudes adequados a uma utilização crítica e segura da internet e das redes sociais” (www.dgic.min-edu).

Como realçamos atrás, este uso não é mais uma competência de cidadania, mas fruto da atual configuração da mesma, sobretudo entre as gerações mais jovens, pode ser considerada como uma competência basilar para aceder à mesma de forma crítica e responsável. Segundo Rheingold (2012): “The emerging digital divide is between those who know how to use the social media for individual advantage and collective action, and those who do not” (p. 252).

Os jovens e a internet como meio

Há mais de 10 anos que se realizam investigações sobre o uso e apropriação que os adolescentes e as crianças fazem da internet e como adotam e exploram as novas tecnologias emergentes nos diferentes dispositivos – móveis ou fixos – que as suportam. Os estudos efetuados começaram por se focar nos perigos e angústias experimentados, oscilando entre um determinismo tecnológico positivo ou negativo (apropriação das tecnologias como algo de benéfico ou não). Neste momento, pelo contrário, verifica-se uma mudança de perspetiva no seio da academia, traduzida nas seguintes hipóteses: (a) o ambiente digital não é mais perigoso ou menos perigoso do que outros ambientes que os jovens habitam off-line; (b) os problemas que a tecnologia digital coloca não são exclusivos mas extensões da interação social e dos problemas de consumo dos media extensivos a diversos ambientes, devendo ser conceitualizados de forma holística e não particular; (c) as respostas adequadas não devem ser/especializar-se num treino para o uso seguro da internet mas numa educação mais genérica de competências para a vida, a interação social, inte-

ligência emocional, e educação para os media. (Boyd, 2014; Finkelhor, 2014). Aponta-se ainda para a necessidade de aprofundar a reflexão no sentido de perceber a emoção e o fascínio que os jovens sentem pela tecnologia.

Diversas organizações internacionais focadas na proteção das crianças apoiam esta perspetiva, centrando-se na educação em valores e na importância do acompanhamento por parte dos pais e professores na apropriação da tecnologia e no início / imersão da vida social na internet.

Efetivamente, foram identificados diferentes graus de conhecimento e competências tecnológicas ligados, na maioria dos casos estudados, à disponibilidade de acesso à internet (em casa ou apenas na escola, por exemplo) e aos recursos económicos. Trata-se do *Digital Divide* e do *Participation Gap* sinalizados por vários autores (Boyd, 2014, pp. 192-198; Jenkins, 2006) que apontam para as diferenças no desenvolvimento das competências para a ação e participação em relação com a disponibilidade de recursos tecnológicos e económicos próprios que permitem um maior – mais profundo – ou menor uso.

Na tentativa de estabelecer diferenças geracionais, dedicou-se uma extensa reflexão académica aos conceitos e às características dos *Digital Natives* (nativos digitais) e *Digital Immigrants* (imigrantes digitais). No entanto, como acabámos de referir, os resultados dos estudos e a sua reflexão posterior apontam mais para a importância das possibilidades económicas como aspeto determinante no desenvolvimento e aquisição das competências (Boyd, 2014, pp. 192-198) e menos para o facto de se ser considerado jovem nativo digital como enfatizado nos estudos de Eszter Hargittai (referidos por Boyd, 2014) que se refere aos adolescentes mais como digital naïves do que nativos digitais.

Destas reflexões avulta a oportunidade da crítica às hipóteses e variáveis até agora levantadas e focadas na importância do uso da tecnologia, no sentido do enfoque privilegiado na promoção de uma educação em valores que não dependa tanto da disponibilidade económica. Sem que com isto se esqueça a obrigação social de facilitar os recursos necessários a garantia de um acesso igualitário à internet e, consequentemente, a uma cultura da participação ativa.

Análise comparativa na Europa

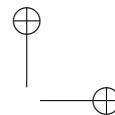
Passamos a apresentar uma perspetiva dos principais estudos desenvolvidos na Europa sobre o uso da internet e seu acesso a partir de diversos dispositivos. Entre estes, destacamos os resultados iniciais do projeto liderado por Sonia Livingstone, *EU Kids Online*, que engloba 25 países da Europa, apresentados no *Safer Internet Forum* (21-10-2010); uma atualização dos mesmos publicada em 2014, resultante da colaboração com o grupo *Net Children Go Mobile (ICT Coalition, 2014)*; um estudo focado nos riscos dos dispositivos móveis, coordenado por Collier (2014).

Com base nestes estudos, observou-se que as crianças mais novas tendem a ter falta de competências e confiança, não experimentando os riscos a que estão expostos como desconfortáveis ou nocivos. Entre estes destacam-se a pornografia, o (cyber) bullying e o sexting, que aumentam com a idade. A atividade online mais comumente declarada consiste em comunicar com novas pessoas que não conhecem cara-a-cara. O segundo risco mais comum é a exposição a conteúdos potencialmente nocivos criados por utilizadores.

Os pais – identificados como principal fonte de aconselhamento, imediatamente seguidos pelos professores e pelos pares – declararam preferir obter informação sobre segurança na net, na escola; por isso, deveriam ser conduzidos mais esforços neste sentido pelo setor educativo.

Com o avanço da idade e à medida que o uso da internet se torna mais personalizado, o papel dos pais e dos professores torna-se mais difícil. Isto coloca responsabilidades acrescidas à indústria, nomeadamente a disponibilização de conteúdos apropriados e uma internet mais fácil de usar. As mensagens de segurança na internet deveriam promover a confiança, a resistência e as competências de cidadania digital entre as crianças, nas quais se deteta igualmente uma incapacidade de aproveitamento das possibilidades criativas dos novos media e da internet.

Os estudos concluem que as crianças e jovens também devem ser encorajados a assumir responsabilidade pela sua própria segurança, sendo necessário promover o seu *empowerment* e enfatizando um comportamento responsável e a cidadania digital. É vital um novo foco das políticas, para aumentar a consciencialização e para que as medidas de apoio traçadas se adequem às necessidades dos utilizadores da internet muito mais novos, especialmente os dos primeiros anos do ensino básico. Apenas menos de metade das crianças



e jovens entre os 9 e os 16 anos declara estar muito satisfeito com o nível de provisão online – informação e conteúdos – de que dispõe, sendo este valor ainda mais baixo entre crianças mais novas.

Os principais aspetos problemáticos assinalados são: como reportar um problema; como consciencializar de que não se pode acreditar em tudo o que é visto online; ensinar a navegar e ensinar a economia da atenção.

As crianças mais jovens são muito influenciados pelos pais e pelos média sensacionalistas, preocupando-se com riscos que não são muito comuns (estranhos, sequestros, etc.). Os adolescentes estão mais focados em problemas resultantes da sua experiência direta e das histórias/rumores do que aconteceu com os seus amigos ou é discutido no seu grupo de pares.

As crianças muitas vezes tentam evitar problemas, em especial relacionados com a pornografia, mas reclamam medidas mais proativas para o assédio e assédio moral, a fim de conseguirem lidar com este problema e conseguir controlá-lo. Os adolescentes revelam-se bastante fatalistas sobre os problemas online. Conversar com outras pessoas, especialmente amigos, ainda é o seu mecanismo preferido para lidar com a ocorrência de um incidente.

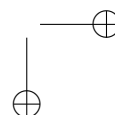
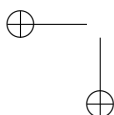
As crianças receiam ter que explicar aos pais o que fazem e ser responsabilizadas por isso, perdendo a sua privacidade. O aconselhamento dos pais não é feito sempre da melhor maneira, provocando constrangimento nos filhos e revelando falta de certezas e de clareza na hora de ajudar.

Estudo de caso em Portugal

Os resultados em Portugal do *EU Kids Online* (2010; Ponte, 2012) apontam para 78% de crianças entre 9 e 16 anos a usar a internet. Comparativamente à média europeia, verifica-se que estão entre os que acede mais à internet nos seus quartos (67%) em relação a outros lugares da casa (26%), uma diferença respectivamente de 49 e 38%.

Portugal é um dos países com menor incidência de riscos, abaixo da média europeia (12%): apenas 7% das crianças e jovens declarou já se ter deparado com os mesmos. Contudo, Portugal é um dos países onde mais crianças e jovens reportam já ter sentido muitas vezes que estavam a fazer um uso excessivo da internet (49%), acima da média europeia (30%).

59% das crianças e jovens têm um perfil numa rede social. Destas, 34% tem até 10 contactos e 25% até 50. Entre os jovens utilizadores de redes



sociais, 25% tem o perfil público, enquanto 7% partilham a morada ou número de telefone (estão entre os que menos o fazem em comparação com as crianças europeias).

O caso dos EUA, análise transversal

Há mais de dez anos que a investigadora norte-americana Danah Boyd (2014) aprofunda o uso que os adolescentes fazem das redes sociais, mediante o recurso a inquéritos e entrevistas em profundidade. A sua tese fundamenta-se na necessidade de compreender que o entendimento e as motivações dos adolescentes e dos adultos são muito diferentes e por isso não se pode partir de ideias pré-concebidas sobre o que é correto ou não na perspetiva dos adultos, perdendo-se a oportunidade de acompanhar os jovens. Esta é uma das principais conclusões e conselhos da autora.

Os jovens olham para a tecnologia e as redes sociais como uma continuação dos seus relacionamentos com os pares e os amigos e, ao mesmo tempo, como uma possibilidade de aceder ao mundo adulto e à esfera pública, muitas vezes vedada. Frequentam as redes sociais para experimentar e aprender, observando os pares ou os adultos (bom exemplo da influência destes últimos é a cultura da micro-celebridade adolescente originada na cultura da celebridade).

Os adolescentes procuram a privacidade em relação àqueles que detêm o poder sobre eles. Não estão particularmente preocupados com os atores organizacionais; querem sobretudo evitar adultos paternalistas que usam a segurança e a proteção como uma desculpa para os monitorizar. O desejo de privacidade dos adolescentes não prejudica a sua vontade de participar em público, verificando-se uma grande diferença entre “estar em público” (*being in public*) e “ser público” (*being public*) (Boyd, 2014, pp. 56-57). Simultaneamente, os pais começaram a criar os seus próprios perfis e utilizar esses serviços para se relacionar com estranhos, esquecendo os seus próprios conselhos no sentido de não se falar com estranhos (Boyd, 2014, p. 58).

A maioria dos géneros populares dos media sociais são concebidos para encorajar os participantes a divulgar informações. Ao participar de públicos em rede, muitos participantes abraçam o padrão generalizado de público por defeito. Os adolescentes partilham regularmente conteúdos nas redes sociais, simplesmente porque não veem razão para os manter privados já que sentem



que o seu público pode filtrar qualquer coisa que pareça ser irrelevante (Boyd, 2014: 62).

O projecto ‘Público e Privado’

Objectivos e Metodologia

O projeto “Público e privado nas comunicações móveis”, a decorrer no Lab-Com, UBI (Referencia CENTRO-07ST24-FEDER-002017) visa compreender como é que o uso frequente de dispositivos móveis (*Smartphones/tablets*) veio diluir e redefinir as fronteiras entre público e privado.

No âmbito deste foram realizados três grupos de focagem com adolescentes de uma escola pública da região centro norte de Portugal. Como é sabido, o interesse maior dos grupos de focagem reside na possibilidade de aceder à compreensão de um determinada temática a partir da perspectiva do grupo participante e com base nas experiências do mesmo. A sua especificidade reside na potenciação da interação entre os participantes e entre estes e o investigador, partindo da convicção básica de que os humanos formam as suas opiniões e atitudes na interação uns com os outros (Iervolino e Pelicioni, 2001).

Os grupos de focagem realizados duraram entre uma hora e um quarto e uma hora e meia, contaram cada um com a participação de seis sujeitos com idades entre 15 e 17 anos, escolhidos segundo um critério de conveniência (desde que possuidores de um *Smartphone*) e incidiram sobre os seguintes tópicos: utilização do telemóvel no dia a dia; telemóvel como tema de discussão; utilização de imagens; valor atribuído ao telemóvel; comparação telemóvel/computador (*tablet*); conceção de perfil; implicações do uso dos telemóveis nas formas de comunicação e relacionamento; sentimento de controlo e vigilância.

Os grupos de focagem foram tratados com recurso a uma análise temática, que pressupõe a identificação de temas (padrões de resposta/significado identificáveis num conjunto de dados). Esta identificação pode acontecer por via indutiva, emergindo dos dados e da sua leitura ou dedutiva, quando conduzida pelos interesses teóricos do investigador (Braun e Clarke, 2006). Na presente investigação combinou-se estes dois procedimentos.



Resultados

Estando o projeto a decorrer, ainda só estão disponíveis um conjunto de temas provisórios decorrentes da análise de um dos grupos de focagem, o grupo misto. Apresentamos de seguida, os resultados referentes ao tema *Privacidade no espaço digital*, que nos parece o mais pertinente para a consecução do objetivo do presente texto. Este tema, pela sua complexidade, contempla vários subtemas que recolhem diversas dimensões daquele: *Estratégias de controlo da privacidade*; *Capacidade de escolha do actor*; *Negociação dos atores quanto ao que é público e privado*; *Invasão da privacidade*; *Violação da privacidade*; *Alienação do controlo*; *Vigilância*.

No que se refere às *Estratégias de controlo da privacidade*, a maioria dos sujeitos participantes do grupo de focagem descartou o uso das aplicações nas redes sociais que permitem a identificação do local onde as pessoas se encontram num dado momento. A maioria também já procedeu à alteração das normas de privacidade, revelando conhecimento mínimo das mesmas, no sentido de controlar as pessoas que têm acesso aos seus dados. Alguns referem-se explicitamente à alteração de “amigos de amigos” para “amigos”.

Os sujeitos entrevistados mostram igualmente consciência de que o acesso às redes sociais deve ser feito sobretudo em dispositivos de confiança. Evitam, pois, aceder ao *Facebook* ou ao email na escola, por exemplo, tendo o cuidado de sair quando o fazem. Demonstram preocupação com o que publicam nas redes sociais, dando preferência a coisas banais ou que não os ponham em causa, referindo alguns que mesmo assim só o fazem para um círculo muito restrito (amigos).

A estratégia de não colocar fotos e fotos reveladoras é sugerida e recordada pelos pais. Como referido por FD: “Estão sempre a dizer para não pôr fotos, muitas fotos” e J: “Não ponhas fotos com a cara”. O envio/aceitação de convites é feito apenas a pessoas que conheçam, pelo menos de vista. Também o descarregar de aplicações depende do conhecimento de outras pessoas que já o tenham feito. A utilização de códigos de acesso nos telemóveis é mencionada por alguns, motivada em parte pela curiosidade e, em parte para se eximirem à vigilância das mães.

No subtema *Capacidade de escolha do ator*, sobressai a ideia de que a perigosidade das redes sociais reside nas opções feitas pelas pessoas que as frequentam, avultando a consciência de que, em última análise, a utilização

destas constitui um apelo ao exercício de uma liberdade responsável pelo sujeito. Como referido por BS: “Eu acho que depende muito das pessoas. É costume dizer que é preciso ter cuidado com as redes sociais, mas eu acho que cada pessoa controla o que quer pôr lá”.

No que concerne à *Negociação dos atores quanto ao que é público e privado*, prevalece a ideia de que a disponibilização de conteúdos que não tenham a ver só com o próprio (caso de fotografias de grupo) tem por base um acordo entre os envolvidos e o cuidado de não causar dolo.

Sobre a *Invasão da privacidade*, a maioria refere-se a fotos postadas pelos pais, referentes à infância e onde este os identificam. Esta invasão é tanto mais sentida quanto no Facebook existe cada vez mais gente familiar. Têm consciência de que é possível que o seu perfil seja visionado (um dos sujeitos confessa já ter espreitado muitas vezes outros perfis) até pelos pais, mas não demonstram grande preocupação dado não postarem nada de especial. Referem ainda a escuta de conversas e a leitura de mensagens de outros como práticas comuns no próprio grupo (as gargalhadas que acompanham as declarações sobre este aspeto levam-nos a pensar que é uma prática mais ou menos normalizada e que embora conscientes que constitui uma transgressão não é muito levada a sério).

A *Violação da privacidade* é remetida para situações mais graves, que causam dolo. Estas ocorrências suscitam a condenação clara de alguns dos participantes que manifestam ainda simpatia pelas vítimas. É o caso de J que refere “Eu acho que é bastante mau acontecer tal coisa. Primeiro haver pessoas capazes de fazer isso. Depois colocar-me na pele da rapariga”. Outros participantes, pelo contrário, opinam que estas situações resultam, em parte, de comportamentos de exposição indevida das vítimas. Curiosamente os participantes que manifestaram mais compreensão são do género masculino, tendo a segunda posição sido expressa por participantes do género feminino.

Embora desenvolvam e dominem estratégias de controlo da privacidade, há situações em que é clara uma *Alienação do controlo*, nomeadamente no que respeita à leitura de políticas de privacidade antes de instalar uma nova aplicação. Todos confessam que não as leem, limitando-se a clicar no aceitar. Simultaneamente há consciência de que esse comportamento pode acarretar riscos e resulta de uma manipulação. Como referido por J: “Eles metem aquilo grande de propósito para as pessoas não lerem. Para as pessoas se assustarem um bocado” e por FD “O que entra na net, não sai”. Também em relação ao

uso de códigos de acesso, embora haja consciência da importância do mesmo (parte dos participantes referem tê-lo feito no passado), confessam não aplicar devido ao trabalho que dá.

Sobre a *Vigilância* no espaço digital, a maioria refere nunca se ter sentido vigiado. Dois dos participantes demonstram, contudo, uma consciência diferente, caso de MM: “Um bocado. Quando estamos naqueles sites de compras online. Nós, uma vez, vamos ver algumas coisas e depois, no dia seguinte, no nosso email, já estão ofertas de outros produtos que andámos a ver”.

Discussão e conclusões

Os resultados do grupo de foco analisado apontam para o facto dos participantes acionarem um conjunto de estratégias de controlo da privacidade, que são estratégias débeis. É o caso da restrição do visionamento dos perfis apenas a “amigos quanto o conceito de amizade apresentado é um conceito muito lato, incluindo todas as pessoas conhecidas de vista, o que remete ainda para uma conclusão amplamente divulgada na literatura de que os adolescentes encaram as redes sociais como uma extensão dos seus relacionamento sociais” (Boyd, 2014).

Também o utilizarem como critério para descarregar uma aplicação o facto de amigos já o terem feito, revela uma estratégia débil e, simultaneamente, a importância do comportamento dos pares nesta fase do ciclo de vida, importância que também se reflete nos comportamentos assumidos no mundo digital, como salientado por Boyd (2014).

Outra conclusão que pode ser retirada tem a ver com o papel duplo dos pais, simultaneamente de controlo e vigilância. Como referido por Boyd (2014) e por *EU Kids Online* (2010-14), o controlo parental não parece ter o impacto desejado pois a maioria dos adolescentes acaba por utilizar os conselhos dados mais para fugir à vigilância dos próprios pais e não tanto para se proteger do mundo exterior.

Das opiniões expressas pelos participantes no grupo focal, sobressai, ainda, uma falsa sensação de controlo da sua privacidade, quando enfatizam que o perigo das redes sociais, incluindo para alguns, as situações graves que resultam numa violação da privacidade, depende em grande parte das opções dos sujeitos que as frequentam e do que colocam nas mesmas, o que permite classificá-los como *digital naives* (Boyd, 2014). Neste sentido, demonstram



falta de consciência das audiências invisíveis ou imaginadas assim como das características dos media sociais atrás referidas por Rheingold (2012) e Boyd (2014).

Finalmente, e em relação com o anteriormente referido, prevalece a ideia de que há uma consciência, ainda que difusa dos riscos inerentes à utilização dos media sociais mas que esta consciência não conduz à mobilização de todos os comportamentos adequados. No caso particular da leitura e conhecimento das políticas de privacidade, esta é uma característica geral a outras faixas etárias, que se prende com a complexidade e ambiguidade daquelas (Serrano Tellería e Oliveira, 2013).

Esta conclusão vai ao encontro de vários estudos referidos, que realçam que os riscos de utilização dos media sociais se prende com os comportamentos e não com o uso da tecnologia, (Boyd, 2014, Eu Kids Online 2010-14, Collier, 2014, Finkelhor, 2014), devendo as crianças e os adolescentes ser encorajadas a assumir a responsabilidade pelas sua própria segurança.

As conclusões referidas apontam para a necessidade da implementação de políticas de consciencialização dos riscos dos media digitais mediante um esforço concertado de todos os agentes envolvidos, sobressaindo neste contexto o papel das instituições e agentes educativos, assim como da indústria no seu papel de criadora de conteúdo e das características tecnológicas da internet (usabilidade)

Rumo a uma proposta curricular

Seguindo a proposta de Audigier (2000), apresentamos de seguida algumas competências cognitivas, éticas e axiológicas e sociais que no nosso entender, e com base no estudo previamente apresentado, deverão ser incluídas numa proposta curricular de educação para a privacidade.

Em termos de competências cognitivas, que interpretamos como competências de literacia digital em sentido lato, incluindo conhecimentos e procedimentos, parece-nos crucial consciencializar as crianças/jovens e adultos (pais, professores) para a realidade da permanência dos conteúdos na internet e para a realidade relacionada da criação de uma pegada digital consciente e inconsciente. Fundamental parece ser também alertar para a cultura da liquidez, isto é, para o facto dos nossos dados pessoais possuírem um valor económico no contexto da vigilância capitalista que é exercida na internet. Importante é



ainda chamar a atenção para a ambiguidade e complexidade das políticas de privacidade, em constante atualização, assim como para as questões relacionadas com os direitos de autor nas diferentes plataformas.

Em termos mais procedimentais, exercitar o espírito crítico ao navegar pela internet, treinando a economia da atenção. Dada a importância adquirida pelos *smartphones*, na atualidade, afigura-se pertinente desenvolver competências relacionadas com a sua utilização e que têm implicações para as questões da privacidade, nomeadamente: localização; notificações *push*; sincronização entre contas – de email, aplicações, redes sociais e dados armazenados; partilha de arquivos; construção de perfis e relação com os videojogos; diferenças entre sistemas operativos – principalmente iOS e Android – e como funcionam em relação às diferentes aplicações e dados pessoais.

No âmbito das competências éticas e axiológicas, é fundamental ensinar os indivíduos a gerir diferentes audiências e contextos, com o objetivo de se tornarem autónomos e responsáveis. Crucial é igualmente o desenvolvimento da empatia e do respeito pelos outros e por si próprio.

As competências abordadas culminam naturalmente nas competências relacionadas com o agir ou competências sociais e que se traduzem numa participação cívica e responsável nos novos media, que deve ser incentivada, tanto quanto possível recorrendo a casos reais ou problemas efetivamente vivenciados pelos sujeitos.

Referências bibliográficas

- Audigier, F. (2000). Basic concepts and core competences for education for democratic citizenship. Documento do Projecto “Educação para a Cidadania Democrática” (doc. DECS/EDU/CIT (2000) 23).
- Bennet, W.; Wells, C. & Rank, A. (2009). Young citizens and civic learning: Two paradigms of citizenship in the digital age. *Citizenship Studies*, 13 (2): 105-120.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated. The social lives of networked teens*. Yale New Haven e Londres: University Press.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3: 77-101.

- Collier, A. (2014). *Risk implications of kids going mobile: Research*. Em: www.connectsafely.org. 22 April 2014. Consultado em 24 de junho de 2014.
- Educação para a cidadania – linhas orientadoras. Em: www.dgic.min-edu]. Consultado em 22 de maio de 2014.
- EU Kids Online (2010). *O inquérito EU Kids Online. Principais resultados*. Retirado em 24 de junho, 2014 de www.lse.ac.uk.
- EU Kids Online (2014). *The meaning of online problematic situations for children. Results of qualitative cross-cultural investigation in nine European countries*. Retirado em 24 de junho, 2014 de <http://eprints.lse.ac.uk>.
- EU Kids Online (2014). *Current trends – framing the challenges: The latest insights from research. Presentation to the CEO Coalition*, Brussels, 26 June 2014. Retirado em 24 de junho de www.lse.ac.uk.
- EU Kids Online (2014). *New Evidence, New Challenges*. ICT Coalition Brussels, 15 april 2014. Retirado em 24 de junho, 2014 de www.lse.ac.uk.
- Finkelhor, D. (2014). Commentary: cause for alarm? Youth and internet risk research – a commentary on Livingstone and Smith. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 55: 655-68.
- Iervolino, S. & Pelicioni, M. (2001). A utilização do grupo focal como metodologia qualitativa na promoção da saúde. *Rev. Esc. Enf. USP*, 35 (2): 115-121.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. Nova Iorque: New York University Press.
- Livingstone, S.; Ólafsson, K.; O'Neill, B. & Donoso, V. (2012). *Towards a better internet for children: Findings and recommendations from EU Kids Online for the CEO Coalition*. LSE, London: EU Kids Online. Retirado em 26 de junho de 2014 de <http://eprints.lse.ac.uk>.
- Mascheroni, G. & Ólafsson, K. (2014). *Net children go mobile: risks and opportunities*. Milão: Educatt.

- Patrocínio, T. (2009). A educação e a cidadania na era das redes infocomunicacionais. *Revista FACED*: 47-62.
- Ponte, C. (2012). Digitally empowered? Portuguese children and the national policies for internet inclusion. *Estudos em Comunicação*, 11: 53-70
- Rheingold, H. (2012). *Net smart. How to thrive online*. Cambridge e Londres: The MIT Press.
- Risks and safety for children on the internet: the perspective of European children*. Retirado em 26 de junho, 2014 de <http://eprints.lse.ac.uk>.
- Serrano Telleria, A. & Oliveira, M. (2013). *Public and private in the construction of profiles through social media on mobile phones*. Retirado em 24 de junho, 2014 de <http://ciberpebi.files.wordpress.com>.
- Smahel, D. & Wright, M.F. (2014) *The meaning of online problematic situations for children: results of qualitative cross-cultural investigation in nine European countries*. Londres: EU Kids Online, London School of Economics and Political Science. Retirado em 24 de junho, 2014 de <http://eprints.lse.ac.uk>.

Nota: Este capítulo foi originalmente publicado em *Atas do XII Congresso SPCE - Espaços de investigação, reflexão e acção interdisciplinar*, Vila Real, 2014, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Escola de Ciências Humanas e Sociais/Departamento de Educação e Psicologia), Sociedade Portuguesa de Ciências da Educação (SPCE). Disponível em: http://xiicongressospce2014.utad.pt/?page_id=797



6. Tempo e espaço como reconfiguradores das noções de público e privado: o papel dos dispositivos móveis

João Carlos Sousa, Ricardo Morais & Hélder Prior

Resumo: A presente investigação tem como objetivo apreender as transformações ocorridas nas noções de público e privado, quotidianamente negociadas. Para tal, toma como ponto de partida as dimensões de tempo e espaço e o seu papel histórico na organização das sociedades em geral e dos quotidianos em particular. O modo como estas dimensões influenciam a utilização quotidiana dos dispositivos móveis constitui-se como o centro da pesquisa. Simultaneamente, problematiza-se o papel das tecnologias de comunicação na reconfiguração do tempo e espaço no quotidiano. Para levar a cabo este empreendimento, recorre-se maioritariamente a metodologias qualitativas, nomeadamente focus group, entrevistas individuais e observação etnográfica. A utilização dos diferentes dispositivos móveis de comunicação apresenta-se com bastante fluidez, quer em termos dos contextos quer das circunstâncias. Neste sentido, a utilização destes artefactos tecnológicos contribui decisivamente para uma forte e intensificada imbricação entre público e privado, que não obedece a uma rígida normatividade social.

Palavras-chave: tempo-espaço, dispositivos móveis, modelos de utilização, interação social, quotidiano.

Introdução

A sucessiva introdução de novos artefactos tecnológicos nas mais diversas sociedades implicou, quase sempre, alterações na ordem social e política dominante até aí vigente. Este é de facto um domínio de análise relevante. Porém, também no plano quotidiano, das atividades diárias, a introdução de novas tecnologias teve consequências. Estas assumem um diversificado leque de mani-

Público e privado nas comunicações móveis, 123-140



festações, podendo destacar-se como transversais às sucessivas melhorias na qualidade de vida das populações em que são introduzidos esses artefactos.

Dito isto, foi desígnio da humanidade, em termos genéricos, mitigar a distância que os homens têm entre si, quer em termos espaciais, quer temporais. Se, numa fase anterior, o telefone fixo se constituiu como uma importante disrupção em relação às comunicações de longa distância então dominantes (ex: telégrafo), mais recentemente o telemóvel adquiriu um relevante papel nas sociedades contemporâneas que é difícil de igualar, permitindo a comunicação instantânea e dispensando a copresença.

Centrando a nossa atenção no telemóvel¹, é notório que o uso deste artefacto se massificou e atravessa hoje classes, estratos sociais, sexo e idade, bem como diferentes estatutos profissionais.² Contudo, não podemos olhar para essa utilização como sendo homogénea. O presente trabalho tem precisamente esse objectivo: caracterizar e definir tipologias de uso do telemóvel, de forma a podermos lançar as “pontes” para futuras investigações, que centrem os seus esforços no impacto que as novas tecnologias de comunicação têm nas relações sociais em copresença.

Uma nota final para realçar que, no decorrer da exposição e desenvolvimento teórico, vamos recorrer a passagens originárias de um *focus group*,³ realizado no âmbito do projeto “Público e Privado nas Comunicações Móveis”, de forma a ilustrar o périplo teórico empreendido⁴, mas também ao já

¹ Ao longo da presente pesquisa, vamos utilizar sempre de modo indiferenciado os termos “telemóvel”, “smartphone” e “dispositivos móveis”, embora existam diferenças tecnológicas e funcionais entre os conceitos.

² Neste aspeto, recorremos a dados recentemente recolhidos através da aplicação de um inquérito por questionário realizado no contexto mais amplo do projeto de investigação “Público e Privado nas Comunicações Móveis” desenvolvido no LabCom/UBI. Neste inquérito apurou-se, por exemplo, que o envio de pequenas mensagens de texto é uma das funcionalidades preferidas dos inquiridos (83% entre os homens e os 86,1% de mulheres).

³ Referimo-nos a cinco grupos de discussão: 3 adolescentes (masculino, feminino e misto); 1 misto sénior e 1 misto de licenciados. O período de implementação compreendeu 12 Dezembro 2013 a 25 Fevereiro de 2014 e ainda um *focus group* exploratório.

⁴ Os momentos de recolha de dados foram realizados no âmbito do projeto de investigação “Público e Privado nas comunicações móveis” desenvolvido no Laboratório de Comunicação e Conteúdos Online.



mentionado inquérito por questionário – “Privacidade e Dados Pessoais”⁵ – e ainda aos dados recolhidos no contexto da observação etnográfica.⁶

Tecnologia móvel como potenciador da fluidez entre tempo e espaço no quotidiano

Retrospetivar o longo percurso da narrativa humana implica necessariamente um importante esforço teórico e concetual no que diz respeito à abordagem da própria evolução da produção técnica e tecnológica das diferentes comunidades. Das mais rurais às mais urbanas, todas as sociedades tiveram necessidade de incrementar o desenvolvimento técnico e tecnológico, o que lhes permitiu afirmar a supremacia num determinado território.

Independentemente dos fins, a corrida ao desenvolvimento tecnológico foi desde sempre uma prioridade basilar na organização política, social e religiosa das diferentes sociedades. A vantagem ou a desvantagem civilizacional esteve linearmente relacionada com o domínio tecnológico de um povo sobre o outro. Foi também neste campo que se jogou uma cartada importante, na Europa em particular, e no mundo em geral, na segunda metade do século XX, aquando da Guerra Fria, nomeadamente na segunda metade do século XX, no âmbito da indústria do armamento.

Por conseguinte, é sob este espectro que Anthony Giddens (1990/2005) dá ribalta à obra *As Consequências da Modernidade*, na qual se debruça sobre as grandes transformações estruturais que têm afetado o processo de modernização e a aceleração da globalização, tanto das comunicações como das trocas e transações comerciais e financeiras.

Daqui surge um diversificado conjunto de autores, em que destacamos o já supramencionado Anthony Giddens (2005), mas também Ulrich Beck (1986/2006), autores que registam a emergência de novos desafios à própria

⁵ Inquérito composto por 29 questões, com um período de aplicação de aproximadamente 3 meses (10 Março 2014 a 11 Junho 2014), em que foram recolhidos e validados 208 inquéritos no total.

⁶ Este momento de pesquisa assenta na sucessiva e reiterada incursão dos investigadores do referido projeto na observação em dois espaços distintos: praça da restauração do Serra Shopping-Covilhã (inclui esplanada); além do bar da Biblioteca Central da Universidade da Beira Interior. Foram realizadas observações de forma sistemática (diariamente) ao longo do mês de Setembro de 2014 no primeiro espaço; no segundo foram realizadas duas incursões numa fase inicial e mais duas como forma de teste à grelha que orientou a observação.



condição humana e ao normal desempenho das atividades quotidianas. De acordo com estes autores, um importante fator que imprime o caráter descontínuista às sociedades contemporâneas é a intensificação dos fluxos de reflexividade social nas práticas e interação social. É precisamente este processo que é assinalado pelo autor alemão.

“À transição autónoma, indesejada e imperceptível da sociedade industrial para a sociedade do risco chamamos *reflexividade* (de modo a distingui-la e a contrastá-la com a noção de *reflexão*). Então, a “modernidade reflexiva” significa” autoconfrontação com os efeitos da sociedade de risco, efeitos esses que não podem ser resolvidos nem assimilados pelo sistema da sociedade industrial, nem medidos pelos modelos institucionalizados desta última” (Beck, 2000: 6 *italico e aspas do original*).

Estamos, com efeito, num contexto de permanente autocrítica, que resulta essencialmente do desenvolvimento técnico e científico em permanente diálogo com as estruturas sociais vigentes. Numa outra obra, Ulrich Beck (2006: 259) argumenta que o desenvolvimento técnico e científico tende a transformar-se em contraditório, dado que, se, por um lado, provoca a resolução de alguns riscos, por outro, leva à emergência de novos. Este processo resulta da já referida autocrítica, na qual o conhecimento científico anda de “mão dada” com a tecnologia, transformando atividade e interação social. Esta premissa surge em clara oposição à ideia de que os perigos nas sociedades pré-modernas emanavam de entidades externas como deuses e a natureza.

A redefinição dos perigos dá-se num contexto de forte revolução tecnológica e científica, onde a ciência acaba por desempenhar esse papel dual, de causa e também de solução para os emergentes riscos. Beck (2006: 259 a 264) identifica quatro eixos basilares em todo este processo: o primeiro passa pela generalização da ciência e, com ela, das exigências de racionalidade científica; um segundo passo consubstancia-se numa crescente desmonopolização do conhecimento científico; em terceiro lugar, e a jusante dos dois primeiros, temos o avançar do conhecimento científico nas esferas pública e política, tornando maior a consciencialização dos perigos; finalmente um quarto domínio resulta da exacerbação do legado racionalista da ciência e que se repercute numa espécie de autocrítica do próprio empreendimento científico. Este trajeto permite-nos perceber que a tecnologia e a emergência da modernidade reflexiva andam de mão-dada nas sociedades contemporâneas.

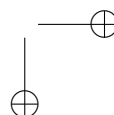
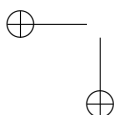


Este processo constitui-se como a “força motriz” da fase reflexiva das sociedades contemporâneas. É nestas circunstâncias históricas que emerge o ambiente de incerteza, na medida em que este detém uma forte componente de construção social. A este propósito Anthony Giddens (2005: 87 e 88) identifica os grandes domínios de incerteza nas sociedades atuais: primeiro, o já mencionado risco nuclear; o aumento de acontecimentos contingente, isto é, que ocorrendo num local têm implicações à escala global; a crescente alteração da natureza em ambiente criado ou a natureza socializada; a cada vez maior cobertura do conhecimento científico em detrimento das certezas (absolutas) da religião e/ou da magia; profusão do conhecimento relativamente a determinados riscos; consciência das limitações dos sistemas periciais.

O resultado destas mudanças estruturais não passa, única e exclusivamente, por alterações no domínio dos grandes sistemas sociais, mas apresenta um diversificado conjunto de implicações no domínio mais íntimo da atividade social e de cada um dos atores. Estes são marcos da mudança social que resultam de alterações macroestruturais e que pautam o ritmo e a intensidade das sociedades contemporâneas, mas também dos próprios trajetos individuais. Aliás, esta é uma questão central na presente pesquisa. A problemática sobre a qual nos debruçamos pode ser elaborada em termos muito genéricos através das seguintes questões: como é que as tecnologias de comunicação móvel reconfiguram as noções de tempo e espaço? E de que forma estas alterações se expressam na renegociação quotidiana das noções de público e privado? Estas são apenas algumas das questões que nos vão guiar nas próximas secções da investigação.

Das transformações globais à redefinição das orientações individuais: o uso dos dispositivos móveis

O que tentámos sinalizar anteriormente foi a existência de uma disrupção entre a clássica organização moderna das sociedades ocidentais e as sociedades reflexivas. Se as primeiras estão sobretudo assentes no modelo de desenvolvimento industrial, as segundas pautam-se pelo forte incremento tecnológico, mormente das comunicações digitais, os pontos mais inóspitos do planeta. Deste modo, fica patente a relevância que é atribuída ao desenvolvimento tecnológico, enquanto elemento capaz de promover uma rutura, ainda que parcial, com o tipo de organização dominante e até aí vigente.



A atual fase da modernidade passa por uma crescente preponderância das tecnologias de informação e comunicação, as quais, entre muitas outras finalidades, possibilitam a interação social, dispensando a copresença ou interação *face a face*. O aparato tecnológico mais recente apresenta-se, à primeira vista, com inúmeras oportunidades de facilitação da vida quotidiana. Neste rol podemos incluir as TPC (tecnologias de comunicação portáteis) e como expoente máximo o telemóvel/smartphone, que, ao permitir uma fácil e rápida ligação, assegura ainda, mediante algumas circunstâncias técnicas⁷, o acesso permanente a determinada pessoa e também aos mais diversos conteúdos. Esta nova panóplia de possibilidades, além das vantagens facilmente identificáveis, tem também o outro lado, o das desvantagens.⁸ Uma face mais visível desta vertente passa pela intensificação e aprofundamento dos mecanismos de controlo e vigilância, além de potencialmente podermos assistir a um aprofundamento da interpenetração entre público e privado.⁹ Estes exemplos serviram fundamentalmente para ilustrar uma (nova) característica, que parece emergir nas sociedades contemporâneas. Esta passa essencialmente pela existência de um “novo mundo” cheio de novas oportunidades, mas também de modernos e renovados constrangimentos. É nesta linha de raciocínio que Anthony Giddens (2005: 87) identifica um conjunto alargado de transformações que ocorreram no enlace da modernidade reflexiva e que surgem como resultado das profundas alterações nas dimensões do que se convencionou como *público e privado*.¹⁰ O domínio privado vê-se, deste modo, como ponto de convergência de diversas influências. Desta forma, podemos identificar cinco aspetos paradigmáticos do que se está a verificar: 1.º Intensificação da relação entre tendências globais e a atividade local; 2.º A construção do *self* está crescentemente influenciada pela reflexividade da própria modernidade; 3.º Crescente centralidade da auto-realização, que assenta na abertura ao “outro”; 4.º O estabelecimento de novos relacionamentos é presidido pelo

⁷ Referimo-nos a limitações que dizem respeito à durabilidade da bateria e também à existência ou não de rede de cobertura do serviço de telecomunicações.

⁸ Esta questão será retomada nas secções subsequentes do presente ensaio.

⁹ Não desenvolveremos, aqui, no âmbito da presente pesquisa, estas questões, relacionadas sobretudo com a vigilância e o controlo eletrónico.

¹⁰ Mais sobre a relação entre estes dois conceitos no trabalho “A mudança estrutural do Público e do Privado”, publicado na pelos autores Hélder Prior & João Sousa, no Observatorio (OBS*) Journal. <http://obs.obercom.pt>.

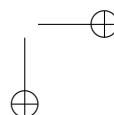


auto-desvendamento mútuo. 5.º Um crescente aproveitamento do circunstancialismo positivo da globalização no sentido da auto-realização.

Os dispositivos móveis, em geral, jogam um papel relevante nestes tempos de forte aceleração dos quotidianos. Contudo, não podemos ficar pelo perspetivar tecnológico. Do ponto de vista societal, quando consideradas as estruturas sociais mais gerais, mas também no plano da interação em contexto de copresença, verificamos uma forte imbricação mútua. As trocas entre indivíduos de diferentes pontos do globo intensificam-se, quer na sua componente quantitativa, quer em termos qualitativos. Não querendo atribuir a exclusividade da explicação para este facto, não podemos deixar de sublinhar que esta intensificação da interconexão entre o local e o global potencia a reflexividade social, a partir do acesso a novos conhecimentos, de origens muito diversas e distantes, por via dos dispositivos móveis. Esta procura é, em última instância, presidida por objetivos individuais, quer sejam eles de puro recreio, ou de satisfação de necessidades de índole instrumental ou de coordenação.

Esta *nuance* concretiza-se num espectro mais geral de incessante procura e valorização de aspetos que se prendem com a autorrealização e expressão da individualidade de cada ator. O telemóvel/smartphone, enquanto ferramenta tecnológica ubíqua dos quotidianos de muitos dos atores, constitui-se, deste modo, como meio para dar expressão a esses impulsos de carácter eminentemente individual. É neste contexto mais vasto que, nos últimos anos, temos assistido a um forte desenvolvimento funcional dos mais diversos artefactos tecnológicos de comunicação pessoal (TCP), entre os quais destacamos o uso da agenda, permitindo a calendarização e programação das várias tarefas quotidianas. Não deixa de ser bem paradigmático desta grande fluidez a metáfora de Zygmunt Bauman (1988/2002a; 2000/2002b), quando fala na *modernidade líquida*, dando guarida à grande volatilidade dos valores e normas. Na função “agenda” incluímos necessariamente o uso do calendário e relógio e toda uma vasta panóplia de outras funções.

Como sugere numa outra obra Zygmunt Bauman (2002b), uma das maiores características das sociedades contemporâneas é precisamente o seu forte carácter dual e ambivalente. É este o contexto mais amplo, no qual o ator se vê rodeado de potenciais novas fontes de incerteza, em particular relacionadas com o forte aparato tecnológico, contribuindo desta forma para o esbatimento entre esfera pública e domínio privado, que se pode traduzir em novas oportunidades e/ou constrangimentos.



Considerando os usos do telemóvel/smartphone, percebe-se que este introduziu profundas alterações na atividade quotidiana. Por conseguinte, quando se fala no uso deste dispositivo lembramo-nos do estabelecimento de ligações com os amigos, familiares ou colegas de trabalho, numa lógica em que estamos permanentemente contactáveis. Todavia, com a complexificação funcional da tecnologia, o próprio papel que esta desempenha na atividade quotidiana tem sido objeto de substanciais alterações.

A simples utilização do telemóvel/smartphone como relógio e agenda contribui para a redução do uso do relógio como tradicionalmente o conhecemos. Contudo, atendendo ao processo histórico, a partir de uma perspetiva da tecnologia, podemos considerar a invenção do relógio, ou melhor, a contagem do tempo, como uma verdadeira revolução no modo como as populações se organizam e as diferentes atividades diárias.

No passado, nas sociedades eminentemente rurais, o tempo e o espaço andavam de mão-dada, ou, por outras palavras, qualquer referência temporal estava associada a uma determinada tarefa quotidiana. Pelo menos, é este o ponto de partida de Anthony Giddens (2005: 12-14), que estabelece como marco histórico a invenção do relógio. Para este autor “o relógio exprimia uma dimensão uniforme de tempo “vazio”, quantificado de uma maneira que permitia a designação exata das “zonas” do dia (isto é, do dia de trabalho)” (2005: 12 aspas e parêntesis do original). Paralelamente, e de forma progressiva, assistiu-se à unificação dos calendários bem como do estipular de fusos horários à escala planetária. A jusante deste processo assiste-se, grosso modo, ao “esvaziamento do espaço” por via da crescente disjunção entre lugar e espaço. Sendo o “lugar” entendido como referência ao local — ao espaço físico da atividade — assiste-se, com o dealbar da modernidade, a uma crescente influência de impulsos informacionais com origem muito diversa e distante. Um caso bem paradigmático são os horários dos transportes público, que definem previamente o tempo e o espaço.

No plano das implicações práticas de todo este processo está uma contínua intensificação do ritmo da vida quotidiana. Por outras palavras, diríamos que não está aqui em causa a utilização do relógio enquanto objeto material. No centro dos nossos esforços analíticos está, fundamentalmente, perspetivar o modo como os atores, na sua *durée* quotidiana, procedem no uso do smartphone, tanto em espaço público como privado. Pressupomos, para este efeito, que as dinâmicas diárias passam por importantes rotinas que, de acordo



com José Machado Pais, devem ser entendidas como a “(...)prevalência de determinadas formas de conduta sustentadas por uma «segurança ontológica», isto é, por uma confiança ou certeza de que a realidade é o que ela aparenta ser” (Pais, 2007: 31 aspas do original).

Numa fase em que assistimos a um forte incremento do uso dos mais diversos artefactos tecnológicos, mormente aqueles relacionados com a troca e partilha de informação (TCP), e em particular os dispositivos móveis de comunicação, verificamos também que essa frenética circulação de informação tem promovido o conhecimento à escala global, ainda que de forma assimétrica. Esta intensificação da transmissão de informação tem potenciado um maior conhecimento dos riscos e, consequentemente, contribuído para a alteração e organização das mais diversas atividades quotidianas. Pese embora o facto de as possibilidades tecnológicas abrirem novas oportunidades, a verdade é que a intensificação do ritmo quotidiano é uma marca, sobretudo dos meios eminentemente urbanos. É precisamente nesta linha que Mariana (23 anos) discorre sobre o papel do telemóvel no seu quotidiano:

“Acho que é importante e... para mim é importante, mas vejo pelo meu dia-a-dia, até porque trabalho em telecomunicações e como lido todos os dias com pessoas que usam telemóvel, que há gente que não vive sem telemóvel, ficar sem telemóvel é um drama. Para mim é importante mas reconheço que há pessoas para as quais é ainda mais importante”.¹¹

Nestas palavras fica patente a ubiquidade do telemóvel/smartphone, ele está ou deve estar permanentemente por perto. É esta característica que é mencionada nos seguintes termos “em tudo. Neste momento em tudo. Não só em poder falar mas em outros serviços. Vida pessoal, vida profissional”. Fica clara a relevância do telemóvel, quer no domínio das responsabilidades privadas, como a família, quer públicas, como o trabalho. Desta forma, o telemóvel é colocado no centro de uma mudança que impele à intensificação do ritmo dos ciclos quotidianos, sobretudo em meio eminentemente urbano, mas não só. Não será por acaso que José Machado Pais nos fala da passagem histórica do paradigma da lentidão para o paradigma do encontrão, descrevendo este

¹¹ Excerto retirado do relatório do Focus Group, realizado no âmbito do projeto “Público e Privado nas Comunicações Móveis”.



último como um domínio em que “vivemos sob a pressão da *imediaticidade* (Tomlinson 2007, 72-93), conceito conotável com o da cultura da instantaneidade, proximidade e comunicabilidade tecnológica” (2010: 30 e 32 *itálico do original*). Estamos, com efeito, no patamar em que devemos considerar o uso das tecnologias na atividade quotidiana, muito particularmente o do telemóvel, atribuindo-lhe relevância central na coordenação do tempo e espaço e no modo como estas duas dimensões são objeto de reconfiguração e recombinação.

Nesta linha de raciocínio, Scott Campbell (2008) faz uso de um estudo levado a cabo por Ling e Yttri (2004), na Noruega, em que estes autores elaboram uma categorização sobre os tipos de usos, e na qual destacam três grandes grupos: uso por segurança, uso instrumental e uso expressivo. Grosso modo, o que o autor pretende é contribuir com um esboço para o perfil sociodemográfico dos diversos usos que os utilizadores dão ao telemóvel como ferramenta do seu dia-a-dia e as suas motivações. Para este autor, nos jovens, adolescentes e jovens adultos, podemos encontrar um tipo de uso fundamentalmente expressivo, em que a função comunicacional é primordial, com intuito de estabelecer quase em permanência contactos relacionais. Neste tipo de utilizadores verifica-se um forte investimento emocional e afetivo nos relacionamentos interpessoais, com o smartphone a desempenhar papel charneira na sua mediação e promoção.

Uma segunda categoria reúne utilizadores que se encontram em transição para a vida adulta e os que já se lá encontram, mas que preenchem o seu quotidiano com diversas tarefas — profissionais e relacionadas, por exemplo, com responsabilidades parentais. Neste tipo de *uso instrumental*, encontramos um grupo heterógeno, quer seja em termos etários, quer seja no que toca à ocupação profissional. Indo ao encontro do próprio trabalho de Richard Ling e Birgitte Yttri (2008), é evidente como os autores frisam que é precisamente nesta categoria que encontramos os atores que se servem primariamente do telemóvel para realizarem a *coordenação* das diferentes tarefas quotidianas. Fazer compras *online*, estabelecer contactos enquanto se deslocam do local de trabalho para casa e de seguida verificarem atividades sociais que marcaram com familiares e/ou amigos, são exemplos claros deste uso.

Finalmente o terceiro grupo, é designado pelos autores como aquele em que o principal uso é o de segurança, e que tem nos mais idosos a sua categoria modal. O telemóvel é percecionado por estes como uma ferramenta que

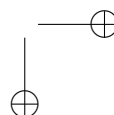
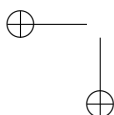


possibilita uma permanente sensação de segurança. Para este grupo, a vulnerabilidade parece ser uma componente importante da sua condição social. Como estratégia de mitigar o sentimento de insegurança, resultado da condição social desqualificada da “velhice”, recorrem em muitas situações a este dispositivo.

O valor de usabilidade do telemóvel, enquanto artefacto tecnológico perfeitamente integrado na atividade quotidiana, encerra uma simbologia algo variável. Pese embora o facto de estes modelos apresentarem relevância no estudo da utilização do telemóvel, não deixam de ser notórias as limitações desta tipificação, mormente ao ignorarem variáveis tão relevantes como o género ou a classe social de pertença. Mesmo partindo desta plataforma modelística, há questões que se podem colocar desde logo e que se prendem com a maior ou menor propensão de determinado sexo se enquadrar num dos modelos. Em termos classistas, há variabilidade ao longo dos modelos? E a montante desta questão, em que medida há variações significativas na posse e uso do telemóvel?

Feitas estas críticas, importa-nos equacionar as linhas mestras que são transversais aos três modelos de usabilidade do telemóvel. A primeira diz respeito ao recorrente uso expressivo e que tem como foco central motivações externas, isto é, impulsos de projeção do “eu”. No fundo, o modelo relacional postula um uso do telemóvel sobretudo como ferramenta de contacto, seja com amigos ou familiares. Nesta linha, e corroborando esta ideia, Simona Isabella (2009) chama a atenção para o facto de o telemóvel ser visto, entre os adolescentes, como uma forma de autonomização das relações pessoais mais íntimas, “fugindo”, deste modo, ao controlo parental. No entanto, nos antípodas desta posição há também a perceção do telemóvel/smartphone como um potencial instrumento de controlo e vigilância, tal como é constatado por J. P. (21 anos):

“Por exemplo, sabemos que uma pessoa nos liga a uma determinada hora, o exemplo da minha mãe, que eu não estudo cá, costuma me ligar sempre depois do jantar, se eu tiver por exemplo a meio de uma conversa importante ou assim, sei que ela não fica preocupada se eu não atender, que lhe ligo depois, mas se for por exemplo outra pessoa que não esteja à espera, pode ser alguma



coisa importante, atendo. Sou capaz de interromper o que estava a fazer para atender”.¹²

Também H. (20 anos), ao reportar-se à sua experiência, identifica o telemóvel como um potencial mecanismo de controlo, nomeadamente parental: “Isso talvez seja a situação mais prejudicial que eu pelo menos sinto, também estudo fora, se não atender o telefone à minha mãe durante uma noite inteira, ou porque fiquei sem bateria, então isso aí já é o fim do mundo”.¹³

Esta premissa levanta o véu acerca do papel das tecnologias no exercício do controlo social em particular do controlo parental. Contudo, o que acontece não é mais do que a possibilidade dos jovens terem um meio que lhes permita promover e fortalecer a rede de sociabilidade externa, contornando esse mesmo controlo. É precisamente nesta linha que destacar-se-á o papel dos dispositivos móveis, na promoção de uma maior fluidez relacional, quer seja mediada, quer seja em copresença. Deste ponto de vista, o smartphone e os dispositivos móveis de comunicação em geral, podem promover a autonomização dos jovens adolescentes, como fica patente nas palavras de AG (16 anos) “Talvez. As mensagens talvez sejam mais adequadas quando me ligam. Os meus pais às vezes ficam incomodados porque eu posso passar horas a falar com um colega em questão. E a escrever mensagens não incomoda tanto porque como não estão a ouvir ou a ver o que estou a fazer, depois não os incomoda tanto”. Desta forma, ganham autonomia na gestão quotidiana dos contactos e interações, podendo por exemplo prolongar conversas muito além do espaço e horário escolares. Por outro lado, o reverso da moeda implica, por exemplo, um potencial reforço do controlo parental, que prescinde da presença física e vai muito para além do domicílio como é referido pela mesma adolescente: “não, às vezes a minha mãe pode-me ligar à hora de almoço. Quando o meu pai está fora, o meu pai costuma-me ligar sempre a perguntar como eu estou. E quando eu não atendo, pergunta-me porque é que eu não atendi o telemóvel quando costumo andar com ele”.¹⁴

Em segundo lugar, surge o telemóvel/smartphone na sua vertente de “segurança”, assumindo-se com grande relevo no dia-a-dia. Por outras palavras, estamos-nos a referir a um vasto domínio simbólico onde o telemóvel é en-

¹² Excerto retirado do relatório do Focus Group.

¹³ Excerto retirado do relatório do Focus Group.

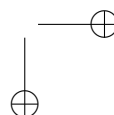
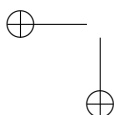
¹⁴ Excerto extraído do *Focus Group* dos Adolescentes Misto.



carado como um instrumento que transmite segurança. Em termos etários e de acordo com o já referido trabalho de Scott Campbell (2008), encontramos sobretudo adultos e idosos que percebem o uso do telemóvel como um meio de comunicar em caso de urgência. Este é com efeito um domínio em que o valor de usabilidade do dispositivo móvel assenta numa forte percepção do risco. E de um tipo de risco particular, aquele que tem origem exterior, que coloca este tipo de usabilidade nos antípodas do modelo anterior, em que o uso se faz sobretudo por motivações internas — de se fazer publicitar, no fundo adquirir visibilidade (Innerarity, 2009). É certo que o(s) uso(s) que se fazem do telemóvel são eminentemente procedimentos individuais, movidos por motivações pessoais, todavia, o manuseamento do telemóvel/smartphone não escapa a uma forte tendência de padronização, própria da atividade rotineira do quotidiano.

Reforçando o papel que o smartphone tem no dia-a-dia dos cidadãos, podemos considerar também uma forte ritualização. Esta é, com efeito, uma linha contínua, que atravessa transversalmente os vários valores de usabilidade que os atores colocam no manuseamento quotidiano do telemóvel. Esta ideia encaixa na premissa de Erving Goffman (1971/2010: 71) que considera que existe ritualização, mesmo não existindo copresença entre atores: “It is apparent that a precondition for the performance of supportive ritual is that the giver and receiver be in contact, whether face-to-face or mediated. No contact, no interpersonal ritual”. Como foi possível apreender, tanto em sede de entrevista como nos diferentes *focus group*, os dispositivos móveis apresentam um uso transversal aos diferentes contextos quotidianos: escolar, profissional, domiciliário e até em circunstâncias de conversas entre amigos. Nesta medida, o smartphone apresenta-se como um instrumento, um acessório, que está constantemente presente nas rotinas diárias, marcando desde logo o acordar (função de alarme).

Fica desta forma evidente a relação que existe entre os usos do telemóvel no quotidiano e a própria rotinização desses usos. Como refere José Machado Pais (2006: 52), a “rotinização da acção representa para Giddens a dimensão fundamental que garante a estabilidade da regionalização. O sociólogo considera que as trajetórias quotidianas se repetem de dia para dia estabelecendo-se uma continuidade determinada pela reversibilidade do tempo”. Desta forma, o controlo e gestão do tempo e da agenda via telemóvel assumem-se como um



caso paradigmático da tentativa do controlo do tempo, com vista a diminuir a incerteza que penetra na vida quotidiana.

Contudo, este é um dos lados da moeda, que também tem o seu reverso. O que queremos frisar é essencialmente a componente disfuncional e disruptiva que a utilização do telemóvel (ou qualquer outro dispositivo de comunicação móvel) pode ter no estabelecimento e prossecução de um qualquer processo comunicativo, como é o exemplo paradigmático de uma conversação em copresença, que é interrompida por uma chamada telefónica. Nesta linha de raciocínio, Lee Humphreys (2005: 814) alega que:

“As opposed to a third person physically approaching a With, a ringing cellphone indicates a third person intruding upon a With. Rather than physically approaching the dyad, a cellphone call to a person engaged in a face-to-face interaction may lead to social anxiety on the part of the person left out of the phone interaction. During this stage people engage in a number of self-defense mechanisms to alleviate the anxiety and vulnerability of suddenly becoming a Single and feeling left out”.

A título ilustrativo, podemos estar perante dois atores que, nesse preciso momento e independentemente das circunstâncias, se encontrem numa conversa em copresença. Todavia, esta interação é abruptamente interrompida por uma chamada telefónica, tal como pudemos apurar em entrevista a S.S. (32 anos), que descreve o modo como costuma gerir este tipo de situações:

“É assim se for uma situação rápida acho que não há problema, se a gente souber que vai ser uma coisa pontual e uma coisa rápida, agora estar muito tempo acho que é um bocadinho falta de respeito em relação aos outros, eu falo por mim, porque eu também não gosto de fazer isso, mas às vezes também faço, infelizmente”.¹⁵

Embora esta seja uma hipotética situação quotidiana, ela tem o condão de nos transportar para possíveis situações de múltiplos e diversificados constrangimentos, difíceis de compreender e de perceber.

¹⁵ Excerto retirado do relatório de entrevista individual.



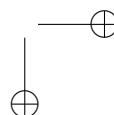
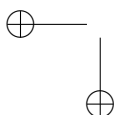
Considerações Finais

O uso dos mais variados dispositivos móveis de comunicação tem vindo a sofrer, ao longo da última década, um forte incremento. Se considerados os casos do telemóvel e smartphone, torna-se fácil reconhecer a utilização destes pelos mais diversos grupos sociais, etários e profissionais. Aliás, a presente pesquisa, partindo da categorização do uso do telemóvel/smartphone, tinha como ensejo a discussão das noções de público e privado e o modo como estas são objeto de renegociação e reconfiguração no quotidiano das sociedades contemporâneas.

A dimensão quotidiana, ou melhor, a perspetiva e os significados que os atores colocam no seu dia-a-dia, têm no plano analítico um papel ilustrador, que fica claro através dos excertos das entrevistas e dos *focus group*, e que nos permitem ter uma visão empírica da unidade social em estudo. Esta é, com efeito, uma pesquisa que tenta articular um impulso inicial de carácter eminentemente ensaístico para, posteriormente, o complementar e ilustrar com a apresentação de algumas situações concretas, permitindo, deste modo, um aprofundamento, que de outra forma não seria possível.

Por conseguinte, a crescente penetração de dispositivos móveis entre as mais diversas categorias sociais permitiu uma forte democratização e diversificação dos fluxos comunicacionais. Se, no advento da modernidade, assistimos ao “esvaziamento” do espaço e do tempo, nas sociedades contemporâneas o que se assiste, muito por força do forte incremento tecnológico, é a uma extrema sobreposição do tempo e do espaço. Há, desta forma, na comunicação móvel, um potencial até aqui sem réplica, em que as práticas sociais são transportadas em fluxo contínuo para os domínios tanto público como privado. Isto acontece muito por força da portabilidade da própria comunicação oriunda dos dispositivos móveis.

Existe, assim, um potencial “destruidor” das coordenadas tempo e espaço. Esta reconfiguração das “velhas” dimensões ocorre num pano de fundo, em que já não estamos perante duas dimensões “vazias”, mas assumindo crescentemente formas diversas, como no caso da televisão em meados do século XX (Meyrowitz, 1986). Esta alteração implica mudanças do ponto de vista daquilo que no quotidiano é comum se deter como privado ou íntimo. Quando Meyrowitz (1986) teorizou tinha como referencial o advento da era eletrónica e com ela a massificação de meios como a televisão. Desta forma, estavam



criadas as condições, para que se assistisse a uma significativa sobreposição do tempo e do espaço, que levaria em última instância a mudanças no acesso a maiores e diferentes audiências.

Nesta fase, a definição entre aquilo que se convencionou como esfera privada e o domínio público processava-se ainda de forma minimamente clara. Contudo, com a proliferação dos dispositivos móveis de comunicação, o que se tem observado é uma crescente imbricação no modo como, no quotidiano, os atores negociam a sua intimidade. O que podemos notar, através dos dados empíricos coletados, permite-nos sublinhar a existência de uma forte sobreposição no que concerne ao uso do smartphone tanto em contexto público, como privado. Até mesmo em circunstâncias em que domina o modelo relacional, observa-se uma intensa utilização em contextos e circunstâncias de carácter eminentemente público, em que o controlo sobre a putativa audiência é francamente menor. Com efeito, fazemos das palavras de Manuel Castells et al (2009: 223) as nossas: “portanto, a comunicação sem fios não elimina o espaço. Redefine o significado de lugar, como sendo qualquer local a partir do qual qualquer pessoa escolhe comunicar, ainda que muitas vezes estes locais sejam a casa ou o trabalho”.

Bibliografia

- Bauman, Z. (2002a). *Modernidade e Ambivalência* (I. Narciso Trad.). Lisboa: Relógio D'Água Editores (Obra originalmente publicada 1988).
- Bauman, Z. (2002b). *Modernidad Liquida*. (M. Rosenberg Trad.) Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina (Obra originalmente publicada 2000).
- Beck, U. (2000). A reinvenção da política, in U. Beck; A. Giddens & S. Lash, Scott (Org.). *Modernização Reflexiva: política, tradição, e estética no mundo moderno*, (pp. 1-51). Oeiras: Celta Editora (Obra originalmente publicada 1994).
- Beck, U.; Giddens, A. & Lash, S. (2000). *Modernização Reflexiva: política, tradição, e estética no mundo moderno*. (A. Augusto Trad.). Oeiras: Celta Editora (Obra originalmente publicada 1994).

- Beck, U. (2006). *La Sociedad del Riesgo Hacia una Nueva Modernidad* (J. Navarro, D. Jiménez & M^a R. Borrás Trad.). Barcelona: Paidós Surcos25 (Obra originalmente publicada 1986).
- Campbell, S. (2008). Mobile Technology and the Body: Apparategeist, Fashion, and Function, in J. Katz (Edit.). *Handbook of Mobile Communication Studies*, (pp. 153-164). Cambridge, Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.
- Castells, M.; Fernández-Ardèvol, M.; Qiu, J.L. & Sey, A. (2009). *Comunicação Móvel e Sociedade. Um Perspectiva Global*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Carmo, R.M. (2006). *Contributos para Uma Sociologia do Espaço-Tempo*. Oeiras: Celta Editora.
- Giddens, A. (2005). *As Consequências da Modernidade* (4^a Edição) (F. L. Machado & M. M. Rocha Trad.). Oeiras: Celta Editora (Obra originalmente publicada 1990).
- Goffman, E. (1993). *A Apresentação do eu na Vida de Todos os Dias* (M. S. Pereira Trad.). Lisboa: Relógio D'Água Editores (Obra originalmente publicada 1959).
- Goffman, E. (2010). *Relations in Public. Microstudies of the Public Order*. New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers (Obra originalmente publicada 1971).
- Isabella, S. (2009). Mobile Phone: users practices and innovations between public and private sphere. *Cost 298 Conference*. Ljubljana: Eslovénia.
- Innerarity, D. (2009). *A Sociedade Invisível* (M. Ruas Trad.). Lisboa: Teorema (Obra originalmente publicada 2004).
- Katz, J. & Aakhus, M. (2002). *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. New York: Cambridge University Press.
- Laureano, R.M.S. (2011). *Testes de Hipóteses com SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo.

- Ling, R.S. (2008). The Mediation of Ritual Interaction via the Mobile Telephone, in J. Katz (Edit.). *Handbook of Mobile Communication Studies*, (pp. 165-176). Cambridge, Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.
- Ling, R.S. & Yttri, B. (2008). Hyper-coordination via mobile phones in Norway, in J. Katz (Edit.). *Handbook of Mobile Communication Studies*, (pp. 139-169). Cambridge, Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.
- Meyrowitz, J. (1986). *No sense of place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. New York: Oxford University.
- Pais, J.M. (2007). *Sociologia da Vida Quotidiana* (3ª Edição). Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais-ICS (Obra originalmente publicada 2002).
- Pais, J.M. (2010). *Lufa-Lufa Quotidiana. Ensaios sobre cidade, cultura e vida urbana*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais-ICS.
- Prior, H. & Sousa, J.C. (2014). A mudança estrutural do Público e do Privado, in *Observatorio (OBS*) Journal*, vol. 8, nº 3: 001-016.



7. *Democracy is watching you*: do panopticismo ao Estado Securitário

Hélder Prior

Resumo: O ensaio que o leitor tem entre mãos é uma tentativa de compreender até que ponto, na era hodierna, assistimos ao retorno de um sistema de visibilidade, exposição e vigilância que um autor utilitarista como Jeremy Bentham batizou de *Panopticon*, ou “lugar onde tudo se vê”. De facto, ao auge da “sociedade de informação”, e o presente cenário de vigilância generalizada intensificado pela instauração do *Estado Securitário* pós-11 de Setembro, tem implicações nas práticas de controlo sobre os indivíduos no quotidiano, aquilo a que Deleuze chama “sociedades de controlo”, ao mesmo tempo que contribui para a diluição das fronteiras entre a esfera pública e a esfera privada. Neste sentido, consideramos importante fazer um percurso sobre a vigilância das “sociedades disciplinares” e o controlo do “biopoder” teorizado por Michel Foucault para, posteriormente, percebermos de que forma as novas tecnologias de vigilância aumentam, exponencialmente, a transparência dos sujeitos. O que aqui está em causa é uma genealogia acerca dos estudos sobre vigilância, ao mesmo tempo que procuraremos perceber de que modo se formou um novo tipo de sociedade, uma sociedade onde todos estamos expostos aos olhares uns dos outros e onde a ideia de privacidade se torna, cada vez mais, uma ideia obsoleta.

Palavras-chave: sociedade de vigilância, panóptico, biopoder, estado securitário.

A Sociedade de vigilância

“Na vigília ou no sono, a trabalhar ou a comer, em casa ou na rua, no banho ou na cama – não havia fuga possível. Nada nos

Público e privado nas comunicações móveis, 141-162



pertenciam, exceto os poucos centímetros cúbicos dentro da nossa cabeça.” (George Orwell)

No famoso romance de George Orwell, os cidadãos da Oceânia tinham poucas ou nenhuma possibilidade de escapar ao “olho do poder”. O Grande Irmão invadia os interstícios da intimidade dos sujeitos, observando e registando todos os modelos de comportamento, quer fossem públicos ou privados. Qualquer movimento era observado de perto e os cidadãos não tinham forma alguma de saber se estavam, ou não, a ser espiados. O regime do Grande Irmão acumulava o máximo de informação possível acerca dos indivíduos e o encontro destes com as práticas de vigilância fazia parte do dia a dia. De facto, a obra distópica *Mil Novcentos e Oitenta e Quatro* (1948) constitui uma das principais metáforas de uma sociedade onde a observação, classificação e armazenamento dos comportamentos se converteu numa atividade rotineira e sistemática. Claro que Orwell não tinha como prever o crescente desenvolvimento das tecnologias, mas o seu romance especulativo sobre os defeitos do futuro destaca, justamente, o papel fundamental da informação nos governos burocráticos. A distopia de Orwell consiste num alerta acerca dos progressivos avanços da tecnologia digital ao antecipar os seus consequentes efeitos na invasão da privacidade dos indivíduos, não obstante o cariz literário e ficcional da sua obra.

Efetivamente, pensar em termos de uma “sociedade de vigilância” (Marx, 1985) significa expor os encontros diários com uma atividade burocrática e com o desejo de eficiência, controlo e coordenação dos gigantescos sistemas de segurança que sustentam o mundo moderno. Na atualidade, a vigilância é uma prática quotidiana que envolve os indivíduos sem que estes se dêem conta. Outrora, a esfera doméstica foi pensada como a esfera privada por excelência, um lugar onde outros não se podiam intrometer.¹ Porém, os atuais meios de vigilância invadem quase todos os espaços e a visibilidade constitui-se como uma componente incontornável de toda a vida social. A fiscalização

¹ Para os gregos, a esfera da ordem doméstica não deveria ser partilhada, precisamente pelo facto de não dizer respeito à comunidade, à esfera do *koinos*, do visível. Neste sentido, o privado refere-se ao pessoal, àquilo que é próprio ao homem na sua singularidade, a um lugar onde os outros não se podem intrometer. A esfera privada era, assim, a esfera da ordem doméstica, do encobrimento e da ocultação, por contraposição com esfera pública onde os cidadãos se “apresentavam” perante os seus pares. Sobre os conceitos de público e privado na civilização helénica *vide*, peculiarmente, Hannah Arendt, *A Condição Humana*.



converteu-se em rotina durante o século XX (Lyon, 2002, p. 2) e a visibilidade passou a prefigurar uma questão social e política de um modo que Orwell, Weber, Taylor ou Henry Ford não poderiam imaginar.² Do ponto de vista genérico, a vigilância é definida como uma actividade *proposita, rotineira, sistemática e focada* (Murakami, 2006, p. 5), utilizada para *gerir* pessoas e populações. Hodiernamente, os indivíduos encontram-se no quotidiano com um controlo *global, descentralizado e imperceptível* acrescido, em grande medida, após os atentados do 11 de Setembro. A vigilância existente foi reforçada em pontos cruciais e vários países aprovaram leis que passaram a permitir níveis sem precedentes de controlo e policiamento. Trata-se de um novo *pan optos*, de uma observação vigilante que tudo vê e regista.

De outro modo, há muito tempo que a vigilância transbordou para o mundo do entretenimento. Pensemos, por exemplo, nos *reality shows* que enfatizam a vida de todos os dias e que oferecem ao espetador as experiências subjetivas e idiossincráticas dos indivíduos, de que o famoso programa *Big Brother* é o principal exemplo. *I'm watching you!* exclama a actual cultura da vigilância. Conforme a opticização se converte num instrumento central da vigilância, iluminando e partilhando a esfera da intimidade dos sujeitos, a sociedade torna-se num olho com vários *big brothers* que isolam e inspecionam o indivíduo, convertendo-o num objeto de observação e exame. Nas sociedades contemporâneas, o panóptico descentralizou-se e ao seu olho perscrutador parece, de facto, não se poder escapar.

Os dispositivos emergentes de visibilidade e panopticismo

Um estudo aprofundado sobre a proeminência da cultura da vigilância, sobretudo no que tem que ver com a relação histórica entre o poder e a visibilidade, mas também com a relação hodierna entre a exposição em público e os dispositivos emergentes de opticização e controlo, terá necessariamente que versar sobre as novas formas de *disciplina* e de *transparência* dos sujeitos.

² Na visão de Max Weber, a vigilância pode ser vista como um controlo social e burocrático rumo a uma administração eficiente. Por outro lado, sabemos como a essência do taylorismo se baseou na aplicação do princípio da divisão do trabalho elaborado por Adam Smith, um princípio de gestão científica que controlava os movimentos dos trabalhadores e que racionalizou os modos de produção. O próprio Henry Ford, insatisfeito com a vigilância e o controlo levado a cabo no interior das suas fábricas, criou um departamento para investigar a conduta privada dos seus trabalhadores, o chamado “Departamento Sociológico”.



Concentremo-nos, por exemplo, na dimensão ótica das sociedades hodiernas, isto é, no facto de grande parte das ações sociais se articularem em redor da visão e dos seus respetivos corolários. Efetivamente, a esfera pública contemporânea tende para a visibilidade, para a observação e julgamento das atitudes, para a *publicitação das particularidades subjetivas*. Numa esfera pública que se caracteriza pela observação, por um entrançado social pautado pelo princípio “vêem-me, logo existo”, como assinalou Daniel Innerarity (2004, p. 134), os indivíduos convertem-se em objetos do olhar, em seres sujeitos ao olhar uns dos outros. Esta excessiva visibilidade, característica das sociedades contemporâneas, sujeita os indivíduos a um estado permanente de controlo, de vigilância e de exposição.

Como se sabe, a génese da sociedade de vigilância foi contundentemente descrita por Michel Foucault na obra *Vigiar e Punir* (1975). O Panóptico de Jeremy Bentham, base das *sociedades de disciplina*, é a figura arquitetónica que permite a correlação entre visibilidade, exposição e controlo. Um modelo arquitetural aplicado por Bentham às prisões mas que, segundo Foucault, vale para as escolas, hospitais, fábricas e até “lugares de correção”. Refere-se a uma composição arquitetónica sobejamente conhecida: na periferia, a estrutura está construída em forma de anel, enquanto no centro se encontra uma torre central com janelas largas que se abrem para o interior do anel. A estrutura periférica divide-se em celas que atravessam toda a largura do edifício. Cada cela tem duas janelas, uma que dá para o interior do edifício, correspondente às janelas da torre central, e outra, que dá para o exterior, e que permite que a luz atravesse a cela de um lado ao outro. Basta colocar um vigilante ou um observador na torre central e fechar em cada cela um indivíduo. Devido à luminosidade que atravessa as duas janelas, pode controlar-se, da torre central, qualquer gesto efetuado nas celas da periferia. É deste modo que o vigilante consegue ver sem, no entanto, ser visto, é deste modo que a visibilidade se converte numa “armadilha” (Cf, Prior, p. 383, 2011). Mais do que aprisionar o corpo, a máquina panóptica visa a visibilidade do mesmo, tornando possível uma exposição contínua e inevitável.

Michel Foucault procurou analisar o projeto ideal das “sociedades de disciplina”, próprias do século XVII e início do século XVIII. Um tipo de sociedades baseadas em métodos de sujeição dos corpos individuais aplicados nos grandes “meios de encerramento”. Respeitam uma multiplicidade de processos e técnicas minuciosas de aplicação sobre o corpo que resultam numa

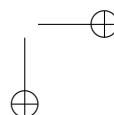


“anatomia política”, de localização disseminada, e numa certa “microfísica do poder”. Segundo Foucault, o corpo é objeto de um mecanismo de poder baseado numa política de coerção que visa a obediência e a utilidade dos indivíduos. A disciplina aumenta as forças do corpo em termos de utilidade económica e, simultaneamente, diminui as forças do corpo em termos políticos de obediência. Como refere o autor: “a estes métodos que permitem o controlo minucioso das operações do corpo e que garantem a sujeição constante das suas forças, impondo-lhes uma relação de docilidade-utilidade, é o que se pode chamar de disciplinas” (Foucault, 2009, p. 141). A anatomia da sociedade disciplinar é aplicada pelo processo político do panoptismo, “um olhar centralizado” que submete o corpo dos indivíduos ao princípio da visibilidade total. Mais do que um programa técnico, o panóptico constitui o paradigma societal dos séculos XVII e XVIII.

Com efeito, a máquina panóptica torna possível um estado de visibilidade incessante, garantindo, de certa forma, o “funcionamento automático do poder”. Como o indivíduo nunca sabe se está a ser observado, deve partir do princípio de que pode estar a ser observado, sobretudo porque experimenta um estado de contínua visibilidade. O controlo alcança-se pela sensação constante de presença de um olho invisível, do “olho do poder”. Por estarem sujeitos a um processo de vigilância inverificável, os indivíduos devem comportar-se como se estivessem a ser observados a todo o momento, evitando qualquer comportamento que possa transgredir a norma. Deste modo, ao despertar nos indivíduos uma sensação constante de inspeção e observação dos comportamentos, o modelo do panopticismo aproxima-se, vertiginosamente, da ubiquidade divina³ ao fabricar “efeitos homogêneos de poder”.

Por conseguinte, a automatização destes efeitos homogêneos de poder anula o comportamento desviante, dissuade a possibilidade de cair em transgressão. O poder automatiza-se e faz com que os indivíduos, conscientes de que podem estar a ser vigiados, se controlem, se vigiem a si próprios. O *panopticon* afirma-se como modelo ideal de organização societal, um programa eficiente e espontâneo de aplicação e garante da ordem. A sua fina-

³ Em 1984 o *Big Brother* conseguia o controlo total através de uma estratégia similar. Os habitantes da Oceânia viviam pensando que todos os movimentos que fizessem estavam a ser observados pelo Grande Irmão, precisamente porque os habitantes não tinham forma alguma de ver se estavam, ou não, a ser observados pela polícia psíquica. O *Big Brother* conseguia o controlo total através da combinação entre certeza e incerteza.



lidade é o controlo do desvio, o controlo dos comportamentos que, por se afastarem da norma, devem ser corrigidos, devem ser “normalizados”. Não obstante, esta normalização é feita de forma “dócil”, isto é, não tanto pelo uso da força quanto pelo recurso ao “adestramento”. Pensemos, por exemplo, no brilhante filme de Stanley Kubrick, *A Clockwork Orange*, *Laranja Mecânica* na tradução portuguesa, e na forma como o delinquente Alexander de Large é monitorizado e “devolvido” à sociedade, passando por um processo de (re)educação e exame, o método Ludovico. Ao adestrar os indivíduos, permitindo a (re)adequação dos comportamentos destes, a disciplina tem um efeito produtivo, pois “fabrica” e “exercita” os sujeitos a adotarem comportamentos que vão ao encontro dos desejos da estrutura do poder. Como vemos, a disciplina exerce-se sobre o corpo do sujeito e o panóptico é a máquina discreta que permite a produtividade do poder, paradigma da sociedade disciplinar vigente no século XVII.

Todavia, nos meados do século XVIII surge uma nova forma de poder centrada em fenómenos biológicos passíveis de serem controlados. Uma nova tecnologia que se dirige não ao indivíduo na sua singularidade, mas à multiplicidade dos homens, ao “corpo-espécie”. Como sublinha Foucault: “temos uma primeira tomada de poder sobre o corpo que se fez no registo da individualização e uma segunda tomada de poder que não é individualizante, mas, se quiserem, massificante, e que já não se faz na direção do homem-corpo mas do homem-espécie” (Foucault, 2006, p. 259). Através do paradigma biopolítico, as disciplinas são elevadas a um outro nível, pois as técnicas utilizadas visam assegurar, agora, o controlo do corpo populacional. No fundo, já não se trata de explorar o corpo dos indivíduos no sentido de desenvolver as aptidões destes, ou de corrigir as suas anormalidades, mas de um sistema de poder que visa o controlo e regulação dos fenómenos biológicos. É neste sentido que fenómenos como a natalidade, a mortalidade, a esperança média de vida, a invalidez ou as incapacidades biológicas passam a fazer parte do controlo exercido pelo paradigma biopolítico. O objectivo do biopoder é a regularização de todos os aspetos da vida humana, um paradigma onde o *bios* e a política se interpenetram. Através de, primeiro, pela fabricação de corpos dóceis pela disciplina do panóptico, e, posteriormente, pela regulação dos fenómenos biológicos, o biopoder impõe o seu controlo sobre o corpo social. Assim, a biopolítica é um estado mais avançado da relação entre o poder e o



corpo, dirigida à multiplicidade dos homens. Vejamos como, nas palavras do autor, opera o biopoder:

“Trata-se, sobretudo, de estabelecer mecanismos reguladores que, nesta população global com o seu campo aleatório, vão poder fixar um equilíbrio, manter uma média, estabelecer uma espécie de homeostasia, assegurar compensações, em suma, instalar mecanismos de segurança em torno desse aleatório inerente a uma população de seres vivos, otimizar, se quiserem um estado de vida” (Foucault, 2006, p. 262).

Na perspectiva de Michel Foucault, a população enquanto “corpo múltiplo” que deve ser regulado, caracteriza-se pela aleatoriedade e imprevisibilidade de fenómenos biológicos como a natalidade, a mortalidade ou a saúde pública. Aos mecanismos reguladores de saber e de intervenção do poder compete prever, determinar e modificar cada fenómeno no sentido de minimizar as contingências inerentes a um corpo populacional. A noção de população, a aleatoriedade e imprevisibilidade dos fenómenos biológicos e a previsão e antecipação dos mecanismos de intervenção do poder são, assim, os três elementos definidores do biopoder. Enquanto o paradigma disciplinar do panóptico procura intervir sobre o corpo individual com a finalidade de dele extrair o máximo benefício, o biopoder procura regular o corpo populacional e os fenómenos biológicos que lhe são inerentes. O objetivo é o de fundar uma sociedade de normalização, uma “tecnologia securitária” que visa evitar tudo o que possa ser anormal, excepcional, inesperado. Da máquina panóptica de adestramento do corpo para alcançar a educação da alma, Foucault desloca-se para outro paradigma, a biopolítica e o seu projeto de sociedades de segurança.

O novo controlo segundo Gilles Deleuze

A genialidade da proposta de Foucault insere-se na análise de um primeiro sistema organizado de técnicas de controlo, um primeiro grande paradigma da regularização da vida dos indivíduos. As disciplinas inauguraram um sistema de vigilância que foi, posteriormente, aperfeiçoado pelo biopoder. Não obstante, a abordagem empreendida por Michel Foucault está ainda longe do cenário hodierno de vigilância resultante da evolução tecnológica. Em *Post-Scriptum sobre as Sociedades de Controlo*, Gilles Deleuze analisa, precisa-



mente, a base dos dispositivos digitais de vigilância que são o alicerce do atual Estado Securitário. O autor acredita que o princípio do enclausuramento foi substituído pelo princípio do controlo flexível. Nas palavras do filósofo francês:

Estamos numa crise generalizada de todos os meios de encerramento, prisão, hospital, escola, família. A família é um “interior”, em crise como qualquer outro interior, escolar, profissional, etc. Os ministros competentes não têm parado de anunciar reformas supostamente necessárias. Reformar a escola, reformar a indústria, o hospital, as forças armadas, a prisão; mas toda a gente sabe que estas instituições estão a acabar, a mais longo ou a mais curto prazo. Trata-se apenas de gerir a sua agonia e de ocupar as pessoas, até à instalação das novas forças que batem já à porta. São as sociedades de controlo que estão em vias de substituir as sociedades disciplinares. (Deleuze, 2003, p. 240).

De acordo com Deleuze, o “marketing inteligente” converteu-se num instrumento de controlo mediante a interação dos sujeitos com dispositivos tecnológicos autónomos que referenciam não só a sua localização, mas também os seus interesses, as suas visitas virtuais e gostos pessoais, permitindo traçar perfis electrónicos num novo sistema onde a fábrica cedeu lugar à empresa. Deste modo, a vigilância tornou-se numa atividade descentralizada e consensual, pois o novo panóptico conta com a participação voluntária dos indivíduos que, por sua vez, também se convertem em observadores, em pequenos *big brothers* que se vigiam mutuamente no ciberespaço sem, muitas vezes, se darem conta.

No pós-panóptico, as bases de dados recolhem, separam, organizam e armazenam cada vez mais informação sobre as atividades quotidianas dos indivíduos. O “marketing inteligente” de que nos fala Deleuze explora a capacidade interativa dos meios digitais para monitorizar detalhadamente a publicidade comercial que se oferece aos olhos do consumidor. O modelo económico que abrange empresas como a Google ou o Facebook e, mais recentemente, a grande variedade de aplicações móveis para *tablets* e *smartphones*, baseia-se na “publicidade interactiva” (Andrejevic, 2012, p. 91) e na recolha de informações detalhadas sobre o utilizador, o seu comportamento e as suas preferências, em plataformas e centros de dados generalizados. Não obstante, para



além das empresas, as entidades policiais e securitárias, tanto públicas como privadas, dependem cada vez mais de equipamentos digitais de vigilância. É, precisamente, neste sentido que David Lyon aplica a expressão “ubiquitous surveillance”, “vigilância ubíqua” ou onnipresente. O desenvolvimento de redes de comunicação mediada melhorou e ampliou exponencialmente a monitorização de dados sobre o indivíduo, isto é, a recolha e armazenamento de informações sem conhecimento ou consentimento dos utilizadores que têm valor económico ou securitário. Tal como observa David Lyon, o nosso modo de vida na contemporaneidade está impregnado de práticas de vigilância que são um produto da chamada “sociedade da informação” (Lyon, 2009, p. 5), práticas que transcendem o espaço, a distância ou as barreiras físicas e que, concomitantemente, contribuem para uma certa imbricação do público e do privado.

Como vemos, a distinção entre vida pública e vida privada dissolve-se à medida que os Estados e as corporações recolhem, processam, classificam e armazenam dados pessoais, ignorando antigos limites. O inspetor da torre central parece, de facto, ter sido substituído por uma multiplicidade de inspetores como, com acerto, constata Marshall McLuhan:

“(...) agora existem os meios de manter toda a gente sob vigilância. Onde quer que se esteja no mundo, pode ser-se sujeito a vigilância. Observar pessoas e registar as suas deslocações tornou-se uma das principais ocupações da humanidade. É desse modo que muitos negócios são geridos. Todas as empresas têm grandes departamentos de espionagem. Chama-se relações públicas e pesquisa de audiências, e funcionam dia e noite. Vigiar o parceiro passou a ser o principal negócio da humanidade” (McLuhan, 2009).

A vigilância como biopoder

“L’État qui garantit la sécurité est un État qui est obligé d’intervenir dans tous les cas où la trame de la vie quotidienne est trouée par un événement singulier, exceptionnel.” (Michel Foucault)

Talvez não seja, de todo, despropositado afirmar que as democracias contemporâneas são, agora, denominadas de sociedades de vigilância, um tipo



de sociedades onde a visibilidade constituiu uma componente incontornável e onde, por outro lado, a ideia de privacidade se torna, cada vez mais, uma ideia obsoleta. Como vimos anteriormente, a biopolítica inaugurou uma *gouvernementalité* que foi aperfeiçoada pelo advento da tecnologia. Neste paradigma, as bases de dados constituem o coração das novas tecnologias de controlo. São o ponto convergente da vigilância contemporânea, uma materialização do *biopoder*, o alicerce do *Estado Securitário*.

Atualmente, o *biopoder* está permanentemente ativo na regularização de todos os aspetos da vida quotidiana. A vigilância já não é, apenas, uma característica dos governos liberais mediante o controlo sobre o mercado e sobre a população, observando e classificando os indivíduos. É, também, uma forma de regularização da imprevisibilidade e aleatoriedade do nosso tempo. Daí que os conceitos foucaultianos de *biopoder* e *gouvernementalité* sejam tão importantes na nossa análise. Com efeito, parece indubitável que a dimensão antecipatória e estatística da biopolítica esteve na base dos pressupostos atuais do Estado Securitário, um Estado que visa a segurança através da antecipação e previsão dos riscos, cobrindo toda a vida social. Segundo Michel Foucault, um dos aspetos característicos do *biopoder* tem que ver com o facto dos mecanismos reguladores de *saber* e de intervenção do *poder* passarem a estar assentes num sistema de medidas globais, de estimativa estatística, de previsão e de antecipação. O objetivo é conhecer os fenómenos de forma global, seja na estimulação ou controlo da natalidade, seja na previsão e exclusão de riscos e de eventuais crimes. Trata-se de uma segunda acomodação que incide sobre fenómenos populacionais, biológicos ou bio-sociológicos, uma acomodação bem mais difícil que a vigilância e adestramento da disciplina do panóptico. Como, a propósito, sublinha Foucault em *A História da Sexualidade*:

As disciplinas do corpo e as regulações da população constituem dois pólos em torno dos quais se desenrolou a organização do poder sobre a vida. A introdução no decurso da idade clássica desta grande tecnologia de face dupla – anatómica e biológica, individualizante e especificante, virada para as possibilidades do corpo e contemplando os processos da vida – caracteriza um poder, cuja mais alta função já não seja agora matar, mas investir a vida de ponta a ponta (Foucault, 1994, p. 142).

Deste modo, o biopoder é uma tecnologia que procura controlar, e eventualmente alterar, a probabilidade visando a segurança do conjunto em relação aos seus perigos internos. O pressuposto básico é o de que o poder se concentra na população e, neste contexto, a política é, sobretudo, um conjunto de técnicas de previsão, antecipação e regulação dos fenómenos biológicos. Diferente da disciplina do panóptico, exercida sobre indivíduos pré-determinados, a conceção securitária de Foucault é uma espécie de “economia da contingência” que incide sobre “fenómenos populacionais de massa”. Não se trata de um trabalho de adestramento sobre o indivíduo ao nível do detalhe mas, pelo contrário, trata-se de agir por meio de mecanismos globais de equilíbrio e regulação, procurando controlar os acontecimentos ocasionais que podem produzir-se numa “massa viva”. Uma tecnologia que visa, portanto, não por um adestramento individual mas pelo equilíbrio global, algo como uma homeostasia: a segurança do conjunto em relação aos seus perigos internos (Foucault, 2006, p. 265). O biopoder, característico das sociedades de segurança, integra e complementa a disciplina do panóptico sem, no entanto, a anular. É por isso que as sociedades de segurança se afiguram como um olho sempre presente, um “olho do poder” que nos faz esquecer que estamos a ser observados. O pós-panóptico transcende o espaço e as barreiras físicas próprias dos grandes meios de encerramento, mas o objetivo continua a ser o mesmo: o conhecimento dos indivíduos e a conversão destes em “objetos” de observação e fiscalização do corpo político.

Com efeito, o Estado Securitário configura um poder hábil e subtil que procura eliminar as coisas, as pessoas e os comportamentos considerados acidentais ou perigosos. Como constata Foucault, trata-se de um pacto que o Estado propõe à população garantindo-lhe segurança. Se alguém está doente, o Estado responde com a segurança social. Se alguém perde o seu trabalho, o Estado oferece o subsídio de desemprego. Houve uma onda gigante? O Estado cria um fundo de solidariedade. Proliferam delinquentes? O Estado garante a sua recuperação mediante uma boa vigilância policial (Cf. Foucault, 1994b, p. 385). Vemos como o Estado Securitário é um Estado preparado para intervir em todos os casos singulares e excepcionais da vida quotidiana, um poder sapiente e interventivo, um poder de regularização que consiste em “fazer viver e deixar morrer” (Foucault, 2006, p. 263). Com efeito, e ao contrário do que podemos ler em alguma literatura sobre o tema, a matriz das disciplinas e o princípio das regulações não constituem duas teorias independentes no

pensamento de Foucault, mas antes dois modos de funcionamento e de aplicação do saber/poder. Por um lado, o adestramento e o ajustamento disciplinar dos corpos. Um pólo centrado sobre o corpo como máquina que visa o crescimento das suas aptidões, a extorsão das suas forças e o crescimento paralelo da sua docilidade e utilidade. Por outro, a regulação da população e dos fenómenos biológicos mediante técnicas de normalização do biopoder. Um pólo atravessado pela mecânica do vivo e que se centra sobre o corpo-espécie.

O interesse de Foucault reside, precisamente, no poder da *gouvernementalité*, no poder da ordem do governo no que se refere à *subjetivização do ser humano*. Um interesse que se enraíza, justamente, na ascensão dos fascismos e das grandes ditaduras militares, bem como nas estratégias geopolíticas das grandes potências no período da Guerra Fria. De facto, o interesse da *gouvernementalité* pela população e pelas técnicas de previsão, antecipação e regulação dos fenómenos biológicos, permite-nos compreender e explorar a relevância do biopoder nas modernas práticas de vigilância. Neste contexto, a vigilância sobre o corpo humano e o controlo dos seus movimentos surge como uma tecnologia política tranquilizadora da população num contexto complexo e incerto onde a segurança do conjunto se converteu na principal prioridade (Cf. Ceyhan, 2012, p. 38). Em tempos de “aleatoriedade” e “incerteza”, o biopoder como técnica securitária é considerado pelas autoridades políticas como uma forma de tranquilizar a população. Como, a propósito, sublinha Foucault: “vejam como estamos prontos (o Estado) para vos proteger assim que algo de excepcional e de extraordinário acontecer (...) temos todos os meios para intervir em caso de necessidade” (Foucault, 1994b, p. 385).

Democracy is watching you: o Estado Securitário

“Sentado na minha secretária podia espiar qualquer pessoa, tu ou o teu contabilista, um juiz ou até mesmo o Presidente, desde que tivesse um endereço de email”. (Edward Snowden)

Na nossa perspetiva, a dialética de controlo atual deve ser enquadrada num contexto político-securitário que se desenvolveu no período da Guerra Fria e que atingiu o seu apogeu após os atentados do 11 de Setembro. Segundo o historiador Arthur M. Schlesinger, ex-conselheiro de John F. Kennedy, a expressão “segurança nacional” surgiu no período que antecedeu a

Guerra Fria (Mattelart, 2009, p. 67), tendo-se codificado na moldura jurídica a partir de 1947, logo após a criação do *National Security Act* pela administração de Harry S. Truman. O objetivo era claro: permitir a articulação das forças armadas (Exército, Marinha e Força Aérea), da política interna e externa, e possibilitar um progresso constante ao nível da investigação e ciência aplicada. De certo modo, o *National Security Act* corresponde à refundação dos serviços de inteligência, instaurando o *National Security Council* (NSC), e substituindo o *Central Intelligence Group* (GIG), criado por Truman após os atentados de Pearl Harbour, pela *Agência Central de Inteligência*, comumente designada por CIA. Os dispositivos de controlo passaram, então, a estar política e juridicamente fundamentados sob a égide da “segurança nacional”, um conceito realista do ponto de vista político, abrangente e ambíguo, que não necessita de ser criticamente justificado, pois refere-se à salvação do Estado, à clássica *salus reipublicae*. Em 1952, Harry Truman funda a última peça deste gigantesco dispositivo de controlo: a *Armed Forces Security Agency*, posteriormente designada por *National Security Agency* (NSA), a maior agência de controlo e espionagem que o mundo alguma vez conheceu. Foi, precisamente, a NSA que criou o primeiro sistema planetário de escutas e de interceção de dados, um programa pioneiro de vigilância dos fluxos de informação, o espião tecnológico denominado por Echelon.

Efetivamente, sabemos que boa parte do sucesso das forças Aliadas durante a Segunda Grande Guerra se ficou a dever à prática da espionagem e dos consequentes processos de criptografia. A obtenção de informações sobre a localização do inimigo, bem como a descodificação dessas informações, permitiram o acesso a mensagens militares deixando o inimigo mais vulnerável. Porém, no final da Segunda Guerra surgiu uma União das Repúblicas Socialistas Soviéticas cada vez mais ameaçadora, o que acabou por contribuir para o eclodir de um novo conflito, a Guerra Fria. As agências de serviços secretos criadas durante a Segunda Guerra tinham um novo inimigo que justificava o avanço eletrónico e de espionagem. Foi neste contexto que nasceu o Echelon, um sistema global de vigilância que capta e analisa virtualmente todos os telefonemas, *faxes*, emails e mensagens via telex enviadas de e para qualquer parte do mundo. O Echelon é explorado em conjunto com organizações governamentais de Inglaterra, Canadá, Nova Zelândia e Austrália. Todas as organizações envolvidas encontram-se associadas ao abrigo do UK-USA (Reino Unido/Estados Unidos da América), um acordo assinado em 1948 e

cujo conteúdo e texto permanecem ainda secretos. O UKUSA teve as suas raízes na aliança BRUSA COMINT, formada no início da Segunda Guerra Mundial com o objetivo de espionar comunicações. Atenhamo-nos na explicação de Oswald Winter acerca da anatomia do Echelon:

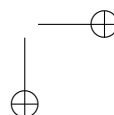
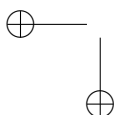
O sistema Echelon tem uma concepção bastante simples: estações de interceptação posicionadas por todo o mundo capturam todo o tráfego de comunicações via satélite, microondas, celulares e por fibras ópticas, e depois esta informação é processada através das capacidades incomensuráveis dos computadores da NSA, incluindo programas sofisticados de reconhecimento de voz e de reconhecimento de carácter óptico (ORC), através dos quais é efectuada a pesquisa de palavras ou frases em código (conhecido como «Dicionário» Echelon) que levarão os computadores a marcar a mensagem para gravação e transcrição para futura análise. Os analistas dos serviços secretos em cada uma das respectivas «estações de escuta» mantêm listas separadas de palavras-chave para analisarem qualquer conversa ou documento marcado pelo sistema, que é depois enviado para a sede da respectiva agência de serviços secretos que pediu a interceptação (Winter, 2002, pp. 139-140).

A atividade do Echelon apenas se torna possível devido a uma vasta rede criada pela comunidade UKUSA e que comporta estações de interceptação terrestre, navios de espionagem e satélites secretos que permitem o acesso a uma vasta rede de comunicações. Quase nada escapa ao “pulso eletrónico” do Echelon. Enquanto as instalações da NSA cobrem os sinais de comunicações dos dois continentes americanos, a Sede Governamental de Comunicações de Inglaterra (GCHQ) vigia a Europa, África e Rússia a ocidente dos Montes Urais, ao passo que o Diretorado de Segurança de Defesa australiano (DSD) é responsável pelas regiões do sudeste asiático, do sudoeste do Pacífico e do Oceano Índico oriental. À Fundação de Segurança das Comunicações do Canadá (CSE) e ao Gabinete de Segurança das Comunicações em Geral da Nova Zelândia (GCBS), cabem a responsabilidade pela interceptação de comunicações adicionais russas, americanas e do Norte da Europa, e recolhas no Pacífico Sul, respetivamente.



Com efeito, grande parte do poder do Echelon reside na sua capacidade para decifrar, filtrar, examinar e codificar todas as mensagens recolhidas pelos diversos sistemas de vigia. Depois de serem examinadas, as mensagens são colocadas em categorias selectivas para posterior análise mais aprofundada por parte dos agentes dos serviços secretos das várias unidades de recolha. No caso da NSA, ela é o maior empregador de matemáticos e criptógrafos que procuram decifrar os códigos de comunicações estrangeiras, e não só. Posteriormente, as mensagens são analisadas por linguistas para serem revistas e examinadas em mais de cem línguas. A criptoanálise das mensagens depende do funcionamento de sistemas informáticos maciços equipados com dispositivos de reconhecimento de voz, reconhecimento de caracteres óticos e de sinais eletrónicos. O sistema examina, meticulosamente, enormes quantidades de texto à procura de palavras-chave cifradas com base em critérios algorítmicos bastante complexos. O Echelon processa milhões de mensagens por hora, mas somente são guardadas para análise as palavras-chave “alvo”. A cada mensagem marcada pelo sistema, é atribuído um código de quatro dígitos que representa a fonte ou o assunto da mensagem capturada. Depois de serem decodificadas e traduzidas, as mensagens são compiladas e classificadas da seguinte forma: MORAY para conteúdos secretos, SPOKE para conteúdos mais secretos do que MORAY, UMBRA para conteúdos ultra-secretos, GAMMA para interceções russas e DRUID para informações secretas enviadas a partes não UK-USA.

Ora, se é um facto que a tecnologia e vigilância deste sistema planetário de escutas tem permitido intercetar tentativas de ataques terroristas em vários pontos do globo, o problema coloca-se quando as agências dos serviços secretos participantes voltam os olhos e os ouvidos do Echelon para a obtenção de objetivos políticos. A tentação de utilizar a capacidade desta rede de espionagem como ferramenta de “antecipação” e “repressão” política é bastante forte, não sendo de estranhar que tenham acontecido diversos incidentes de espionagem interna. Mike Frost, um antigo espião canadiano, conta como, em 1983, Margaret Thatcher fez um pedido para que dois dos seus próprios ministros fossem sujeitos a vigilância do Echelon por suspeita de comportamento desleal. Outro exemplo é o que envolve o assessor presidencial de Nixon, John Ehrlichman, quando o próprio conta, nas suas memórias *Witness to Power: The Nixon Years*, que Henry Kissinger usou a NSA para aceder a mensagens do então secretário de Estado William Rogers e que se socorreu



delas para convencer o presidente Richard Nixon da incompetência de William Rogers (Winter, 2002, pp. 164-168). Por outro lado, organizações como a Amnistia Internacional, o Greenpeace e até sacerdotes cristãos estiveram sob vigilância do Echelon, como contaram alguns antigos funcionários do GCHQ. A disponibilidade de um aparato eletrónico de vigia cada vez mais complexo, permite que um tipo de tecnologia que deveria servir para garantir a segurança dos cidadãos passe a estar, igualmente, ao serviço quer de interesses particulares de quem detém o poder, quer ao serviço da manutenção desse mesmo poder. Não obstante, o Echelon não preocupa, apenas, por estar ao serviço do controlo da política interna. Com o desmoronamento do Império Soviético as agências de serviços secretos tiveram que justificar a subsistência no tempo do Echelon, redefinindo a sua missão. A solução passou por incluir na noção de “segurança nacional” as preocupações económicas, comerciais e empresariais, isto é, passou por encaixar no conceito a prática da espionagem em contextos mais restritos, em poderes periféricos ou *micropoderes*, na terminologia de Foucault. Acontece que, em muitos casos, as empresas que beneficiam deste tipo de espionagem são as mesmas que ajudaram a NSA a criar o corpo eletrónico do Echelon. A promiscuidade acaba por ser tanta que, por vezes, as informações captadas pelo sistema são usadas para afastar os concorrentes comerciais destas empresas, empresas que frequentemente são a fonte monetária dos partidos Democrata e Republicano.

O Echelon é um produto do século XX, daquilo a que Reg Whitaker chama de “século dos serviços de inteligência” (Whitaker, 1999, pp. 15-16). Efetivamente, a aquisição sistemática e intencional da informação, a sua classificação, análise e proteção, dota o sistema democrático de uma capacidade cada vez mais letal: a técnica da espionagem. Os Estados democráticos, com o intuito de protegerem escrupulosamente as suas prerrogativas, criaram sistemas de vigia e de segurança nacional que se tornaram num elemento chave para a sobrevivência e permanência do poder. O Echelon é talvez o melhor exemplo da forma como a democracia entra em contradição consigo própria. A derrogação do Direito é feita às custas da prevalência da necessidade de salvaguardar a segurança sobre o direito à reserva da intimidade e da vida privada. Neste caso, o que justifica a violação do direito à reserva da propriedade privada é a necessidade de garantir a segurança da nação. *Lex specialis derogat generali*, mas a questão coloca-se quando a lei particular, que deveria comportar a exceção, se eleva à condição de regra, especificamente no sentido de regu-

laridade. Tradicionalmente, a razão de Estado define-se como uma decisão ou ação temporária do poder político que derroga o Direito comum. Contudo, no que a este caso específico de *salus rei publicae* diz respeito – a rede Echelon – o comportamento de vigia permanente que suspende e transgride a regra estabelecida do direito à reserva da propriedade privada, derogando-a em nome da *necessità* de segurança, mostra que esta derrogação não temporária do Direito suspende a norma jurídica e transforma-se não numa ação de exceção, mas num comportamento regular legitimado pelo poder político. Assim, vemos que na atualidade o recurso à razão de Estado, em nome da “necessidade” de segurança, já não comporta uma derrogação temporária do Direito, mas antes uma derrogação permanente da norma jurídica que assegura a proteção da propriedade privada dos cidadãos. A tradicional suspensão do Direito para fazer face a uma conjuntura de crise, suspensão essa que era sempre e naturalmente temporária, passa a ser não uma ação conjuntural do poder político (pelo menos não neste caso), mas antes uma ação regular que mantém em “suspensão permanente” a norma jurídica que assegura o direito à propriedade privada dos cidadãos.

Consciente dos problemas causados pelo espião eletrónico, o Parlamento Europeu decidiu, a 5 de Julho de 2000, constituir uma comissão temporária que analisasse este gigantesco aparelho de vigilância. Cerca de um ano depois, a comissão procedeu à apreciação do projeto do relatório e concluiu que “não existem quaisquer dúvidas quanto à existência de um sistema global de interceção de comunicações que opera no âmbito do acordo UKUSA, admitindo que o sistema ou partes do mesmo tiveram, pelo menos durante algum tempo, o nome de código Echelon”.⁴ Nas cerca de 200 páginas que compõem o relatório, pode ler-se que este sistema de interceção encerra uma ameaça para a vida privada e para a economia global não devendo ser visto, apenas, em função do poderoso sistema de vigilância que representa, “mas também pelo facto de operar num espaço praticamente à margem da lei”.⁵ Como o sistema de escutas das comunicações internacionais não incide, na maioria dos casos, nos habitantes do próprio país, o visado não dispõe de qualquer forma de proteção jurídica nacional, ficando inteiramente à mercê deste sistema.

⁴ Veja-se o Relatório do Parlamento Europeu datado de 11 de Julho de 2001 sobre *A existência de um sistema global de interceção de comunicações privadas e económicas (sistema de interceção ECHELON)*.

⁵ *Idem.*

Neste contexto, torna-se fundamental referir que a proteção da vida privada encontra-se consagrada em inúmeras convenções do direito internacional público, a saber: artigo 17º do Pacto Internacional sobre os Direitos civis e Políticos celebrado em 1966 pela ONU; artigo 7º da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia que assevera não só o respeito pela vida privada e familiar como, também, o respeito pelas comunicações; nº1 do artigo 8º da Convenção Europeia dos Direitos do Homem; artigo 6º do Tratado da União Europeia. Por conseguinte, o Tribunal Europeu dos Direitos do Homem sublinhou que “um sistema de vigilância secreto destinado a garantir a segurança nacional comporta per si o risco de inviabilizar ou mesmo destruir o sistema democrático sob pretexto de o defender, razão pela qual são necessárias garantias mais apropriadas e mais eficazes para obstar a uma tal utilização abusiva de poderes”. Com efeito, o Parlamento Europeu considerou que as atividades legítimas dos serviços de informação e segurança apenas são consentâneas com os direitos fundamentais se existirem sistemas de controlo suficientes e outras garantias contra todos e quaisquer abusos. O relatório acrescenta, ainda, que apesar de os EUA não serem partes contratantes na Convenção relativa aos Direitos do Homem, os Estados-Membros não podem “subtrair-se às obrigações que a mesma lhes impõe autorizando os serviços de informações de outros países submetidos a disposições menos rigorosas a operarem no seu território”.⁶ Assim, convém referir que o controlo público do poder torna-se absolutamente necessário numa época em que os instrumentos técnicos de que os Estados dispõem permitem conhecer tudo o que fazem os seus cidadãos. Como o ideal do poderoso sempre foi o de “ver sem ser visto”, a questão prende-se com a dificuldade de atualmente não ser possível comunicar a longa distância num clima de confidencialidade.

Como tivemos oportunidade de constatar, o contexto político que se desenvolveu no período da Guerra Fria, e que acabámos de rever, reflete o *pacto de segurança* e o duplo jogo das tecnologias de *disciplina e regulação* descritas por Michel Foucault. Não obstante, as medidas securitárias ativadas após os atentados do 11 de Setembro instauraram uma nova *gouvernementalité* geopolítica que intensificou a diluição das fronteiras entre o público e o privado. De facto, a “Guerra ao terror” reforçou o paradigma do controlo securitário mediante a implementação de medidas de vigilância tecno-securitárias

⁶ *Idem.*

que passaram de exceção a regra. Da conceção panóptica de adestramento disciplinar do corpo, passámos para um paradigma biopolítico de controlo societal cada vez mais intrusivo no espaço privado dos indivíduos. Após os atentados às Torres Gémeas, intensificou-se um imperativo geopolítico securitário cuja grande prioridade é a segurança nacional, a proteção dos cidadãos face a tudo aquilo que, como antecipou Foucault, possa ser “incerto”, “imprevisível”, “danoso” ou “arriscado” (Foucault, 1994b, p. 385).

A assinatura, pela administração Bush em Outubro de 2001, do *USA Patriot Act*⁷ comprova que a vigilância hodierna é cada vez mais visível e, ao mesmo tempo, inverificável. A moldura jurídica do *USA Patriot Act* permite que a NSA aceda ao conteúdo de chamadas e mensagens telefónicas, de emails, de conversações em *chats*, de históricos de pesquisa e de outras pegadas digitais de empresas como a Microsoft, Google, Skype, Facebook, Apple ou Youtube, para além de registos médicos, financeiros e profissionais de cidadãos norte-americanos e estrangeiros. Segundo confessou o ex-analista da CIA, Edward Snowden, a NSA construiu uma infra-estrutura que lhe permite interceptar dados e comunicações de forma discricionária. As revelações de Snowden aos jornais *The Washington Post* e *The Guardian* expuseram a existência do programa Prism, um sistema secreto de cibervigilância que permite à NSA recolher e armazenar, em tempo real, emails, buscas de internet, registos telefónicos, fotografias, palavras-passe e cartões de crédito. O sistema resulta de um conluio entre a NSA e as maiores empresas na Internet, permitindo que a NSA entre diretamente nos servidores das mesmas, acedendo não só aos metadados, como também ao conteúdo das comunicações interceptadas.⁸ Segundo documentos da própria NSA, a que o jornal francês *Le Monde* teve acesso, os serviços de segurança americanos acederam de forma “sistemática” aos registos de milhares de cidadãos franceses, facto que levou o próprio Ministro dos Negócios Estrangeiros a referir que “este tipo de práticas que põem em causa a vida privada são totalmente inaceitáveis entre parceiros”. O diário refere que a NSA interceptou, num período de 30 dias, 70, 3 milhões de dados telefónicos de cidadãos franceses⁹, isto depois da revista alemã *Der Spiegel*

⁷ *Unir e fortalecer a América fornecendo ferramentas eficazes para interceptar e obstruir o terrorismo.*

⁸ The Guardian, “NSA Prism program taps in to user data of Apple, Google and others”. www.theguardian.com.

⁹ www.lemonde.fr.

ter revelado que a União Europeia é um dos principais alvos dos programas de espionagem dos Estados Unidos, referindo que os serviços de segurança norte-americanos estão especialmente atentos a assuntos de política externa, comércio internacional e estabilidade económica da União Europeia e, sobretudo, da Alemanha.¹⁰

Como vemos, o enquadramento legal criado pós-11 de Setembro lançou, de facto, os alicerces da eliminação sistémica e sistemática de liberdades cívicas como o direito à reserva da intimidade da vida privada sob a égide do pacto de segurança.¹¹ Trata-se de uma *gouvernementalité* tecnológica e estatística que, segundo Giorgio Agamben, instaurou “um espaço vazio de direito”, uma zona de anomia onde todas as determinações jurídicas se encontram permanentemente em suspenso, uma zona onde “a própria distinção entre público e privado é desativada” (Agamben, 2003, p. 86). O autor defende, justamente, que o estado de exceção, como estrutura política fundamental, surge no nosso tempo cada vez mais em primeiro plano e tende, por fim, a tornar-se regra (Cf. Agamben, 1998, p. 29).

Michel Foucault colocou em evidência a vigilância anatomo-política do corpo humano posta a funcionar durante o século XVIII e, posteriormente, a biopolítica da espécie humana que se instalou no final desse mesmo século. Não obstante, a gestão da população e dos seus comportamentos mediante uma tecnologia securitária, uma espécie de “vigilância silenciosa”, converteu-se na nova *gouvernementalité* que reforça o carácter biopolítico da vigilância hodierna. Neste contexto, as grandes empresas de Internet, como a Google, Facebook, Apple ou Microsoft, converteram-se na mais poderosa ferramenta de vigilância biopolítica, pois recolhem, processam, classificam e armazenam um grande volume de informações sobre o padrão de comportamento da vida pública e privada dos indivíduos, informações que para as agências de segurança dos Estados permitem gerir adequadamente a vida da população. A gestão da população em termos de segurança, “adivinhandos os perigos e evitando-os”¹², como escreveu Luís Vaz de Camões, converteu-se na prin-

¹⁰ www.publico.pt.

¹¹ De referir que a existência do Prism foi prontamente justificada pelo porta-voz da Casa Branca, John Earnest, sublinhado “que a prioridade número um do presidente é a segurança dos Estados Unidos”. www.publico.pt.

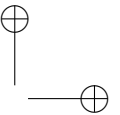
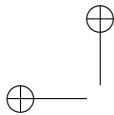
¹² “Adivinhar os perigos e evitá-los”. O Canto VIII d’*Os Lusíadas* é o mote que figura atualmente no brasão dos Serviços de Informação Estratégicas de Defesa (SIED).

cipal prioridade dos Estados, facto que, como vimos, realça a componente biopolítica da atual sociedade de vigilância.

Referências

- Agamben, G. (1998). *O Poder Soberano e a Vida Nua – Homo Sacer*. Lisboa: Editorial Presença.
- Agamben, G. (2003). *État d'Exception – Homo Sacer*. Paris: La Seuil.
- Andrejevic, M. (2012). Ubiquitous Surveillance, in H. Ball Lyon, *Handbook of Surveillance Studies*. New York: Routledge.
- Arendt, H. (2001). *A Condição Humana*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Ceyhan, A. (2012). Surveillance as biopower, in H. Ball, Lyon, *Handbook of Surveillance Studies*. New York: Routledge.
- Deleuze, G. (2003). Post-scriptum sobre as sociedades de controlo, *Conversações*. Fim de Século Edições: Coleção Entre vistas.
- Foucault, M. (1994). *História da Sexualidade – I, A vontade do saber*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Foucault, M. (2006). *É preciso defender a sociedade*. Lisboa, Livros do Brasil.
- Foucault, M. (1994b). *Dits et Écrits*, vol. III, 1976-1979. Paris: Gallimard.
- Foucault, M. (2009). *Vigilar y castigar, Nacimiento de la prisión*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- Innerarity, D. (2004). *A Sociedade Invisível*. Lisboa: Teorema.
- Lyon, D. (1995). *El ojo electrónico, El auge de la sociedad de la vigilancia*. Madrid: Alianza Editorial.
- Lyon, D. (2002). Surveillance Studies: Understanding visibility, mobility and phenetic fix. *Surveillance & Society*, 1 (1): 1-7.

- Lyon, D. (2009). Surveillance, Power and Everyday life, in C. Avgerou *et al*, *The Oxford Handbook of Information and Communication Technologies*. Oxford University Press.
- Marx, G.t. (1985). The Surveillance Society: the threat of 1984-style techniques. *The Futurist*, June.
- Mattelart, A. (2008). *Un Mundo Vigilado*. Barcelona: Paidós.
- McLuhan, M. (2009). *Compreender-me, Conferências e Entrevistas*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Murakami, D.; Ball, K.; Lyon, D. & Norris, C. (2006). A Report on the Surveillance Society. *For the Information Commissioner by the Surveillance Studies Network*.
- O'Hara, K. & Shadbolt, N. (2009). *O Espião na Máquina do Café*. Lisboa: Plátano Editora.
- Orwell, G. (2007). *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro*. Lisboa: Antígona.
- Prior, H. (2011). Democracia Deliberativa e Vigilância Electrónica: da participação ao panóptico cibernético. *Communication Studies*, nº10.
- Prior, H. (2014). Public Sphere and Panopticism: considerations about surveillance in everyday life. *Sphera Publica*, 1, (14): 23-38.
- Winter, O. (2002). *Democracia e Secretismo*. Mira-Sintra: Publicações Europa-América.
- Whitaker, R. (1999). *El fin de la privacidad; Como la vigilancia total se está convirtiendo en realidad*. Barcelona: Paidós.
- Relatório do Parlamento Europeu* datado de 11 de Julho de 2001 sobre A existência de um sistema global de intercepção de comunicações privadas e económicas (sistema de intercepção Echelon).

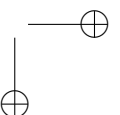
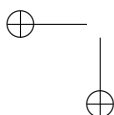


8. As Esferas Líquidas nos *Smartphones*: Políticas de Privacidade

Ana Serrano Telleria & Marco Oliveira

Resumo: Os dados recolhidos a partir dos perfis e das identidades digitais tornaram-se uma moeda valiosa para o ecossistema móvel, especialmente entre utilizadores e detentores dos serviços. Os serviços são descritos como a base da infraestrutura, que estão em ligação direta com as camadas intermediárias das redes, plataformas e aplicações. O debate entre a fronteira do que é propriedade do serviço e a propriedade dos dados, bem como a proteção da privacidade, é mostrado como indefinido e instável. Portanto, realizamos uma análise comparativa entre os termos de privacidade e condições, bem como a inter-relação entre os sistemas operativos móveis (Apple iOS, Google Android, Blackberry e Windows Phone), as plataformas de redes sociais (Facebook, LinkedIn, Twitter e Google+) e as aplicações de serviços de mensagens (Instagram, WhatsApp, Line e Vine), tendo como principal foco as questões de privacidade. Estudamos também as principais diferenças entre os sistemas operativos “fechados” e de “código aberto” com maior penetração no mercado: Apple iOS (ambiente fechado) e Google Android (ambiente aberto) porque mudaram o paradigma e o design da estrutura da plataforma e respetivas aplicações. As esferas líquidas observadas variam desde uma primeira abordagem, em que se tenta controlar todas as ações e informações pessoais a partir do sistema operativo, e uma segunda que permite que as ações do utilizador e respetivas informações possam ser suscetíveis de interagir com outras aplicações e serviços, enquanto o sistema estiver ligado a plataformas de agregação de informações que recolhe os dados. Alguns aspetos a destacar foram as várias fases de sincronização entre os diferentes níveis de informações pessoais (contactos, perfil, identidade digital e localização). Incidindo sobre o caso Português, outras conclusões complementares foram obtidas a partir de grupos de foco e inquérito, que demonstram um comportamento padrão circunstancial forte e uma preocupação com questões de privacidade. Notou-se o cuidado nalgumas ações, como verificar se

Público e privado nas comunicações móveis, 163-194





havia termos e condições envolvidas – que eram demasiado ambíguos –, mas não havia predisposição para os ler na íntegra. Nesses grupos de foco, e tal como corroborado por outras pesquisas internacionais anteriores, foi evidente a falta de racionalidade nalgumas atitudes e ações, bem como limitações na compreensão entre conhecimento, divulgação e responsabilidade.

Palavras-chave: esferas líquidas, sistemas operativos, privacidade, termos e condições, *smartphones*.

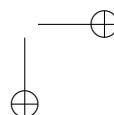
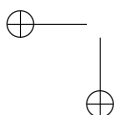
Um ambiente indefinido e instável

A delimitação das esferas pública e privada na construção dos diferentes perfis e das identidades digitais através de *smartphones* na Internet, especialmente com a expansão dos diferentes tipos de aplicações e media sociais, tornou-se um foco de atenção pelas diferentes perspetivas entre os detentores do serviço e os utilizadores.

Deve ser considerada a constante mudança das políticas de privacidade das plataformas e das aplicações, a sincronização de diferentes tipos de dados entre os sistemas operativos e seus ambientes, as aplicações e as plataformas¹, a geo-localização, o surgimento de empresas que salvaguardam a privacidade, de serviços e aplicações que usam o conteúdo de outras pessoas com o objetivo de melhorar a imagem pessoal – por exemplo, os curadores de conteúdo –, para promover o anonimato e para construir perfis anónimos. Ou seja, os contínuos fluxos de dados por caminhos diluídos refletem este ambiente indefinido e instável.

Esta incerteza pode ser descrita a partir de uma perspetiva tecnológica, pela tensão que existe entre os serviços que se mostram dispostos a promover a inovação e a proteção dos dados do utilizador, uma vez que os serviços móveis – que justificam a recolha desse tipo de informação para melhorar os seus serviços –, são descritos como as camadas intermédias entre as redes, sistemas operativos, aplicações e plataformas (Aguado, Feijóo & Martínez: 2013).

¹ Designamos de plataformas o Facebook, Twitter, LinkedIn e Google+, enquanto o ambiente (que também pode ser chamado de plataforma) relacionado com Apple iOS, Google Android, BlackBerry e Windows Phone como sistemas operativos e a sua relação com aplicações e serviços móveis.





Por outro lado, e de uma perspectiva teórica, a tensão surgiu entre a transformação das pessoas em mercadoria (Bauman: 2008) e do “direito a ser esquecido”, que a Comissão Europeia está a trabalhar, especialmente focada na atribuição de uma data de validade para os dados pessoais que deve ser aplicada no contexto específico das redes sociais. Ela ocorre numa sociedade onde a “curiosa inversão” redefiniu a esfera privada caracterizada pelo direito à confidencialidade como uma esfera que se tornou presa ao direito à publicidade (Bauman: 2000). Relativamente às políticas, existem duas tendências principais: uma política indefinida da Europa que tenta controlar o mercado e a dos Estados Unidos da América e Ásia que é bastante liberal, deixando imperar o livre-arbítrio seguindo o modelo em andamento.

Lembrando o conceito de portal de Wellman² (Wellman: 2001) aplicado ao processo de comunicação por *smartphones*, os utilizadores existem num tempo sem tempo (Katz & Castells: 2008), que é enquadrado pela possibilidade perpétua do contacto permanente (Katz & Aakhus: 2002) e num tipo de configuração virtual do espaço *on-line* onde a direcionalidade e a distância são confundidos ou indefinidos (Fidalgo, *et al*: 2013). Além disso, neste ecossistema móvel indefinido e instável, os utilizadores geram um perfil e identidade digital em constante mudança, consciente e inconscientemente, onde têm de lidar com as esferas líquidas que são negociadas constantemente.

A vida líquida e os *smartphones*

As características que descreviam os media digitais estavam focadas na negociação constante de regras onde normas e valores não eram claros, num modelo descentralizado de multimédia e formatos flexíveis – estas estão em constante mudança, em atualização, correção e revisões consecutivas –, onde o conteúdo era insensível à distância e não-linear, bem como em diversas fontes de recursos com audiências fragmentadas cujos comentários foram tão valiosos que ficaram em mente (Kawamoto: 2003). Esses estavam interligados com a metáfora de Bauman sobre a vida moderna, o modo de vida líquido: fluidez, transitoriedade, reticularidade e dissolução de fronteiras ou limites definidos (Bauman: 2005). Portanto, as características dos media digitais são líquidas porque nenhuma das suas fronteiras está delimitada e estão

² “It was I-alone that was reachable wherever I was: at a house, hotel, office, freeway or mail. Place did not matter, person did. The person has become the portal”(Wellman: 2001).



a ser constantemente negociadas. Mais ainda, a mesma delimitação pode ser considerada como inútil se tivermos em conta que o conteúdo flui em diversas fontes de recursos e audiências fragmentadas, dispostas a expandir-se.

Em relação ao processo de comunicação por *smartphones*, o estado de “contacto perpétuo” (Katz & Aakhus: 2002) permite que as pessoas recriem uma rede de proteção similar ao das sociedades tradicionais (Isabella: 2009), onde as pessoas mantêm uma intimidade nómada dentro de um sistema social não baseado no local, mas mais em si mesmos, para que se possa ficar em contacto mesmo em viagem (Fortunati: 2002). Isso cria uma espécie de intimidade nómada em que o espaço público não é mais um itinerário completo – com todas as suas vertentes, estímulos e perspectivas –, mas é mantido no fundo de uma itinerante “intimidade celular” (Fortunati: 2002).

Mais do que qualquer outro meio, afirmou Fidalgo (Fidalgo: 2011), é o telemóvel que restaura as relações sociais típicas das pequenas comunidades, um “retrocesso para modelos de vida social pré-modernas”³ (Geser: 2005).

Nesta época de globalização e comunidades trans-espaciais, os indivíduos estão a perder o hábito e confiança para pensar e decidir por si mesmos devido ao cordão umbilical que os mantém ligados, embora fisicamente distantes, com a comunidade de origem. Hoje em dia, essa ligação permanente e omnipresente é a causa de muita reflexão tutelada (Fidalgo: 2011).

O telemóvel foi descrito por Ahonen (Ahonen: 2008) como o 7º meio de comunicação, porque: é o primeiro meio de comunicação pessoal, está com o indivíduo de forma permanente, está sempre ligado, tem um mecanismo de pagamento interno, está disponível no ponto de inspiração criativa, tem medição de audiências mais precisas, capta o contexto social do consumo dos media e oferece uma interface digital para o mundo real. Mas, como Katz resumiu (Katz: 2008), a comunicação móvel melhora várias dimensões da liberdade e aumenta as nossas escolhas na vida, enquanto que pode igualmente ser usado contra o utilizador ao invadir a privacidade pessoal e causar sofrimento emocional, político e tecnológico.

A liquidez das esferas favorece a recolha de dados e informações pessoais, já que a ubiquidade e o contacto permanente podem pressupor um pensamento tutelado e falta de autonomia no comportamento – por exemplo, os utilizado-

³ Sociology of the Mobile Phone. University of Zürich. Online publications. URL [http://socio.ch/mobile/] Consultado a 18 de fevereiro de 2014.



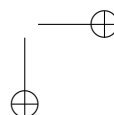
res aceitam os termos e condições sem lê-los, só porque outras pessoas fizeram isso antes. A intimidade nómada e celular (“on the go”) e o contacto permanente com o telemóvel está a delimitar constantemente as fronteiras da esfera neste ecossistema diluído e instável. Muito esforço é exigido aos utilizadores para estarem devidamente atualizados e saberem como lidar com a tecnologia, mais ainda, quando se está em permanente mudança. Além disso, as emoções também são líquidas, como resultado da gestão de sentimentos e impulsos permanentes, bem como as emergentes motivações e objetivos que devem ser cumpridos.

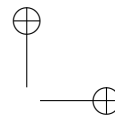
Portanto, delimitar as diferentes esferas está estreitamente ligada à capacidade de gerir a vontade, tendo em conta a importância da prioridade temporal como uma variável relevante no processo. Além disso, o equilíbrio entre a autenticidade e o anonimato, a privacidade e a funcionalidade são considerados elementos-chave para tentar distinguir o que pode ser definido como público ou privado. Por outro lado, o jogo entre a obscuridade e a hipervisibilidade que permite aos utilizadores atingir o centro das atenções e o alcance do espaço comum deve ser considerado (Serrano Tellería: 2014).

A liquidez entre o público e o privado

Recorrendo a Goffman (1959) e à descrição do desempenho quotidiano, onde as pessoas se deslocam entre o palco e os bastidores, entre o público e o privado, a integração das comunicações remotas pode estar a subestimar a importância das interações face-a-face (Mazmanian: 2005) e a minar os rituais tradicionais de separação nas diferentes esferas da vida (Turkle: 2008).

No surgimento do capitalismo industrial e do crescimento acelerado das metrópoles do século XIX, a representação dos indivíduos em público já não é principalmente um mecanismo de identificação social, mas também pode ser, e essencialmente, produtor de significados pessoais acerca de cada um (Sennett: 2002). Deste modo, quando, onde e como a mudança entre a ação e o carácter como aparência ocorreu? A apresentação visual deu um passo para ser investido de significados associados à personalidade. Sob essas condições, o sistema público expressa-se transmutado num sistema de representações pessoais. A personalidade em público considera, crença generalizada, que a aparência é um indicador de carácter, o que resulta na ansiedade das pessoas privadas (Sennett: 2002). Uma situação enquadrada pelo facto de que





os media audiovisuais electrónicos foram, cada vez mais, trazendo elementos dos bastidores para uma região de fachada – palco público –, favorecendo a expressão de características pessoais e expondo as áreas que anteriormente eram privados (Meyrowitz: 1985).

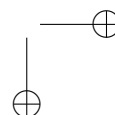
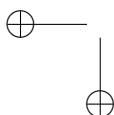
No mundo de Goffman (Goffman: 1993) as pessoas comportavam-se, mas não tinham experiência (Sennett: 2002), onde os media estavam a converter o espaço privado em mercadoria (Meyrowitz: 1985). Lembrando McLuhan, e ao que parece aplica-se mais ainda nos dispositivos móveis, o (pro) consumidor – (ativo) utilizador tornou-se a mercadoria.

Na metáfora de Bauman da vida líquida – fluidez, efemeridade, reticularidade e dissolução de fronteiras ou limites definidos –, de acordo com a lógica da sociedade de consumo, prevê uma contrapartida útil para abordar algumas das características da mobilidade. Além da correlação entre o impacto da tecnologia digital e os recursos digitais da sociedade líquida (que remete para as reflexões sobre a aceleração, o deslocamento, o consumo e o papel da identidade), o meio móvel encaixa-se particularmente nos parâmetros de fluidificação de dimensões tecnológicas, institucionais e culturais do meio previamente descritos por McQuail (McQuail: 2006; Aguado, Feijóo & Martínez: 2013).

Características e estrutura dos dispositivos móveis

A dissolução do vínculo entre conteúdo e suporte, que tinha sido a base para a definição de géneros e formatos, atinge o seu pico com a expressão dos modelos de distribuição baseados em serviços de armazenamento e sincronização na nuvem. O ambiente móvel é, em essência, um multi-dispositivo cujo núcleo se encontra numa conceção do modo de consumo e acesso a conteúdos e serviços.

A ubiquidade, a diversificação e o entrelaçamento dos cenários de consumo, com uma tendência acentuada para uso transversal dos meios de comunicação e modos de acesso (multi-uso), bem como a sua inserção em dinâmicas sociais onde os jogos com identidade real se tornam objeto de consumo; redefine a perceção do valor dos conteúdos por parte dos utilizadores e converte-os numa valiosa fonte do novo recurso da economia digital: as informações pessoais.



Concentrando-se em *smartphones*, tanto a Apple (iOS) como a Google (Android) lançaram as bases para o ambiente – plataforma, serviços, funcionalidades e conteúdos – associados a uma loja de aplicações, onde o ponto essencial é o próprio sistema operativo (Google Android) ou o conjunto do dispositivo móvel mais o sistema operativo (iOS iPhone/iPad). Enquanto a Apple lidera a partir dos seus dispositivos, a Google faz o seu negócio a partir de um sistema operativo ligado a diversos serviços de agregação de informações.

A Apple baseia-se no controle rígido das suas bases de dados de clientes e vende conteúdos e aplicações através do iTunes e da App Store. A Google também vende através do seu Google Play Store, mas a sua aposta não precisa de tanta informação explícita dos utilizadores, já que se torna conhecida devido às comunicações comerciais entre serviços Google e as suas tecnologias de segmentação contextual e comportamental (Castellet: 2012).

Ambos vendem conteúdos, serviços e publicidade para anunciantes, mas a fórmula para o sucesso é baseada na combinação dos três elementos em diferentes proporções e apresentações, e isso também leva a atrair público diferenciado com experiências diferentes. Por exemplo, os estudos revelam que os utilizadores do iPhone gastam mais dinheiro em planos de dados e mais tempo nas redes social do que os proprietários de *smartphones* Android com desempenho semelhante (McDermott: 2013; Aguado, Feijóo & Martínez: 2013).

Os sistemas operativos delimitam o ambiente de programação, plataformas móveis, interface do utilizador e experiência, além de definirem as regras às quais os programadores de aplicações, os fornecedores de serviço e distribuidores devem obedecer. Por exemplo, o Amazon Android e o Apple iOS proíbem o acesso a lojas concorrentes. Enquanto isso, as plataformas forjam as relações entre os diferentes atores, agregando serviços por meio de distribuição de conteúdo de canais e serviços, definidos nas lojas de aplicações.

Assim, além de incluir as relações específicas (normalmente externas e muitas vezes tensas) com os operadores de rede, as plataformas móveis articulam o acesso ao *hardware* (móvel e/ou fixo), ao sistema operativo e respectivas interfaces de utilizador, ao *software*/aplicações de gestão de conteúdos e aos *kit* de desenvolvimento de *software* (SDK) com linguagem e parâmetros de programação específicas para a plataforma. O *software* de gestão de conteúdos/aplicações também serve como vigilante da atividade do utiliza-



dor, recolhe informações sobre o perfil e preferências e controla as formas de rentabilizar monetariamente o produto, a fim de minimizar a integração do conteúdo não controlado para a plataforma (Aguado, Feijóo & Martínez: 2013).

A informação pessoal

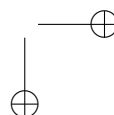
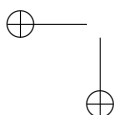
O uso de informações pessoais acrescenta valor à publicidade (discriminada e direcionada) e é também a base de modelos de negócios, sendo um claro desafio para as indústrias de conteúdos tradicionais ao oferecer informações sobre comportamentos dos utilizadores. Portanto, isto levanta questões importantes sobre privacidade e transparência, assim como o uso de *cookies* de rastreio ou a prospeção de dados também levanta. Por isso, neste ambiente, as leis de defesa do consumidor estão em mudança e num contexto desafiador, onde se pode distinguir duas das principais tendências: EUA e Europa.

As Diretrizes de Privacidade da OCDE⁴ têm descrito informações pessoais como aquelas que dizem respeito a uma pessoa singular identificada ou identificável. Há alguma controvérsia sobre as responsabilidades e direitos dos detentores de serviço e utilizadores, por um lado e, por outro, a administração dos limites do que é estritamente informação pessoal. A conceção restrita aborda o “quem somos” como dados pessoais, tais como o nome, o endereço, a identificação, os registos financeiros e os registos médicos. Um conceito mais amplo abrange o “o que fazemos” como dados comportamentais, tais como a pesquisa, a navegação e as compras. O “como, onde e quando o fazemos” são dados sobre hábitos de uso, tais como a localização, a data e hora, a frequência, o tempo gasto, e assim por diante (Aguado, Feijóo & Martínez: 2013).

O Perfil e a Identidade Digital

Um perfil é uma informação estruturada sobre os utilizadores de serviços digitais. A estrutura depende da forma como a informação foi recolhida, da tecnologia envolvida, dos tipos de dados ou do que a lei permite. No ecossistema móvel, esse perfil é geralmente mais rico do que no caso genérico da

⁴ *OECD Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data*. URL [www.oecd.org]. Consultado a 28 de fevereiro de 2014.





Internet e também está ligado, de forma mais clara, com um indivíduo em particular através da associação entre dispositivo móvel e o endereço IP. Além disso, no caso de ter ubiquidade (a consciência do contexto), o perfil de utilizador pode, até mesmo, incluir parâmetros biofísicos, nível de carga da bateria e um conjunto avançado de variáveis sobre as circunstâncias, que podem incluir, para além da localização e da orientação, a temperatura, a humidade e o ruído (Aguado, Feijóo & Martínez: 2013).

Em especial, as tecnologias móveis apresentam os maiores desafios relativamente ao uso e abuso de informação pessoal. Grandes exemplos são a localização e o acesso à rede Wi-Fi. A recolha de informações, feita pelos fornecedores das principais plataformas móveis Apple iOS e Google Android, é assumida alegando que servem para acelerar a prestação de diferentes serviços com base na localização do utilizador (Wicker: 2012). De acordo com a teoria dos mercados multilaterais, o uso de informações pessoais tornou-se uma moeda de troca entre utilizadores e prestadores de serviços, onde uma relação estratégica ocorre entre os agentes envolvidos na plataforma: detentores do serviço, promotores e anunciantes.

O conceito de Identidade Digital (ID) surge a partir da combinação de três fatores principais (Cerra & James: 2012): a manifestação concreta da autoimagem da pessoa no serviço digital em questão (por exemplo, a rede social profissional), os elementos decorrentes da proteção/limitação/modificação ou ocultação de determinadas informações que os utilizadores consideram de acordo com suas preferências (sublinhar certo emprego) e o da implementação de políticas em matéria de dados do operador (a criação de um ID de utilizador único e do registo de todas as atividades que ocorrem ao aceder à rede social em questão). Portanto, um determinado indivíduo pode ter várias identidades digitais.

Na estruturação de informações sobre o perfil dos utilizadores e na combinação dos três fatores para a obtenção das possíveis múltiplas identidades digitais, as esferas líquidas são, uma vez mais, representativas. Os dados pessoais fluem num ambiente suportado pelas normas das plataformas, aplicações e outros serviços, cada qual com os seus próprios interesses de mercado e as suas diretrizes de programação.



Preocupações sobre a privacidade

Até ao momento, várias pesquisas mostraram que os utilizadores têm preocupações com a privacidade, mas que não estariam dispostos a pagar pela sua proteção, como no caso do Reino Unido (Potoglou, *et al*: 2013), ou mesmo dispostos a vendê-la. Um estudo indicou que 32% dos canadianos estariam dispostos a vender os seus dados digitais a uma empresa de confiança e pelo preço certo e 45% poderiam vender pelo menos parte deles⁵. Todos referem o facto de que não forneceram informações nem ferramentas para garantir a integridade contextual, sendo que, é no uso delas, fora do contexto, que reside a maioria das preocupações. A integridade contextual aplica-se à utilização de informações pessoais no contexto específico do serviço utilizado e não fora da relação concreta estabelecida entre o fornecedor de serviço e o consumidor final (Nissebaum: 2010).

Nos EUA, os resultados de janeiro de 2014, da pesquisa do Pew Research Center⁶, mostraram um aumento de 7% em informação roubada a partir de 2013, sendo que 18% dos adultos reconhecia-a como importante e 21% tinham uma conta de *e-mail* ou de rede social comprometida. Metade declarou estar mais preocupado com a quantidade de informação pessoal disponível *on-line* desde 2009, que é cerca de 33%. Sobre o anonimato, em setembro de 2013⁷, 86% tomaram medidas *on-line* para remover ou mascarar as respectivas pegadas digitais e 55% para tentaram evitar a observação por pessoas específicas, organizações ou entidades governamentais.

Continuando com o caso do Canadá, muitos dos que participam nas redes sociais usam esses espaços para criar perfis expressamente para distribuição pública. Ao mesmo tempo, e de acordo com Dr. Burkell⁸, os potenciais perigos da partilha de informações pessoais *on-line* – desde riscos concretos como o roubo de identidade a riscos mais esotéricos como a erosão da autonomia pessoal como resultado de vigilância – eram muito remotos para influenciar as

⁵ “45% of Canadians willing to sell their digital data”, in: *CBC News Business*. 30 January 2014. URL [www.cbc.ca]. Consultado a 4 de fevereiro de 2014.

⁶ “More online Americans say they’ve experienced a personal data breach”. Pew Research Center. 14 April 2014. URL [www.pewresearch.org]. Consultado a 14 de abril de 2014.

⁷ “Anonymity, Privacy, and Security Online”. Pew Research Center. 5 September 2013. URL [www.pewinternet.org]. Consultado a 14 de abril de 2014.

⁸ “Trading privacy for security in the online world”, in: *GRAND NCE*. 4 February 2014. URL [http://grand-nce.ca]. Consultado a 4 de fevereiro de 2014.

suas decisões, especialmente quando comparado com os benefícios imediatos e tangíveis da partilha.

Isto é especialmente verdade quando a recolha, partilha e análise das informações pessoais ocorreu de forma invisível, sem o nosso consentimento ou mesmo o nosso conhecimento. “Francamente, a partir de uma perspectiva individual, nós ainda sentimos – muitos de nós – como se tivéssemos privacidade. E no dia-a-dia... o tipo de vigilância que nos é feita, o tipo de supervisão à qual estamos sujeitos não é evidente para nós”, comentou o Dr. Burkell, “os riscos que corremos não são imediatamente evidente para nós”.

Feijóo e Gomez-Barroso (Aguado, Feijóo & Martínez: 2013) explicaram as duas principais tendências para reduzir o risco de privacidade: por design e por lei. Com relação às tecnologias, as de salvaguarda da privacidade como as PET (Privacy-Enhanced Technologies) podem ajudar a reequilibrar a relação entre utilizadores e fornecedores de serviço, extrair padrões gerais de consumo e proteger a informação particular. Outra possibilidade será a dos utilizadores poderem mover os seus dados entre fornecedores, permitindo a portabilidade de dados pessoais, o que ajudaria a reduzir o poder de mercado desses fornecedores em relação aos utilizadores e aumentaria a concorrência. Desta forma, os serviços seriam mais respeitadores com a utilização de informações pessoais para evitar a fuga de utilizadores para outros fornecedores.

Estes avanços devem ser acompanhados por um enquadramento regulamentar. Parece haver falta de racionalidade do utilizador quando confrontado com serviços digitais que são baseados nas informações pessoais fornecidas por eles. Para estabelecer e implementar a necessária regulamentação enfrentam-se desafios consideráveis: o equilíbrio entre a inovação e a defesa do consumidor, os riscos associados à invasão de privacidade a curto, médio e longo prazos e ao facto das informações pessoais serem tratadas e transferidas num mundo globalizado, onde os limites geográficos são irrelevantes.

Na Europa, o debate é ainda bastante teórico, sem um enquadramento regulamentar estável, debatendo-se o “direito a ser esquecido” pela União Europeia. Enquanto isso, os EUA e a Ásia estão a deixar o mercado dominar este debate que segue um processo de tentativa e erro em inovações que são oferecidas aos utilizadores e que se revelam algo incerto para os benefícios de toda a sociedade. As propostas europeias existentes para o seu território são destinadas a ser aplicáveis independentemente da origem ou da localiza-

ção geográfica do fornecedor, o que exige uma série de iniciativas e acordos internacionais que ainda parecem distantes.

Percepção de privacidade

No contexto de funções comunicativas, Jin Park (Jin Park: 2011) analisou três dimensões do impacto de comportamentos de literacia digital relacionadas com a privacidade *on-line*: a) familiaridade com os aspetos técnicos da Internet; b) a consciência de aspetos comuns e institucionais e c) a compreensão da política de privacidade vigente. A análise mostrou uma forte capacidade preditiva de conhecimento do utilizador, mas os resultados foram misturados ao representar a interação entre o conhecimento e as experiências. Havia limitações sobre as extensões do conhecimento e da ação relacionadas com a informação personalizada.

Além disso, essas limitações foram divididas por características sócio-demográficas como a idade, o género, o rendimento e a educação. O estudo demonstrou a presença de um fosso digital de segundo nível em privacidade na Internet, para além do nível de acesso, ambos fortemente influenciados pela prioridade temporal. Neste contexto, Fathi (Fathi: 2011) distingue as seguintes áreas: a perspetiva de segurança, autenticação contra a personificação, o vazamento de esquemas resilientes, criptografia baseada em identidade para a privacidade, anonimato para a privacidade, a recuperação de informação privada para a privacidade e confiança.

A falta de sensibilização para os riscos imediatos, a falta de racionalidade dos utilizadores ao fornecerem dados pessoais, a relevância da prioridade temporal em alfabetização digital, bem como as limitações entre interação de conhecimento e ação/experiências, intimamente relacionadas com memória, as esferas líquidas, do ponto de vista técnico, a partir do comportamento dos utilizadores levam a um ambiente preocupante. Temos de ter, também, em conta que as Políticas de Privacidade/Termos e Condições são descritas como ambíguas e confusas desde há muito tempo – de 2005 (Fernback & Papacharissi: 2007) –, e infelizmente ainda o são, como a nossa pesquisa, tal como outras, concluíram. Além disso, deve ser tida em consideração a relevância da linguagem nos processos de cognição.

Portanto, neste ambiente móvel líquido, onde os dados fluem sem fronteiras, os utilizadores tentam, com grande dificuldade, aplicar os seus conhe-

cimentos às ações; em parte por causa de sua própria falta de consciência e porque a informação sobre Políticas de Privacidade/Termos e Condições, bem como sobre a tecnologia em geral, é ambígua e confusa. A prioridade temporal como um factor chave também agrava essa capacidade.

A Arquitetura da Intimidade (Turkle: 2011), a Arquitetura da Divulgação (Marichal: 2012) e o Design da Interface da Exposição (Serrano Tellería: 2014), em que o Facebook representa um exemplo primordial, reforçam esse ambiente líquido, estabelecendo uma estrutura de projeto que incentiva a exposição e a visibilidade em detrimento da proteção e privacidade.

Algumas tendências

O conceito de “atenção parcial contínua”, proposto por Stone⁹, explica como “estar-se sempre ligado” afeta a qualidade com que os utilizadores executam cada uma das suas funções, com menos “mind share”. Com foco na identidade, ele refere-se à ideia de como as pessoas pensam sobre as respetivas vidas e prioridades, que também podem ser afetadas. Neste sentido, o “Próprio” pode perder o sentido da escolha da comunicação consciente, uma vez que os meios de comunicação estão sempre omnipresentes e ativos (Turkle: 2008). Hipótese apoiada também por Starner¹⁰, cuja pesquisa até ao momento sugere que a nossa capacidade de multi tarefa não é tão grande como nós pensamos, referindo que “quando nós tentamos executar muitas tarefas ao mesmo tempo fazemos pior essas tarefas a mais”.

A experiência relacionada com o conceito de “identidade móvel” introduzido por Stald (Stald: 2008), que é focado na juventude, identidade e comunicações móveis, caracteriza-se, principalmente, pela “fluidez da identidade” – constantemente a ser negociada – com base em quatro eixos: 1) disponibilidade; 2) a experiência da presença onde a representação social no espaço público vai sendo invadida pela comunicação móvel em curso; 3) o registo diário das atividades pessoais, relações interpessoais e comunicação de experiências, um papel que tem implicações tanto para a relação entre o indivíduo

⁹ “What is Continuous Partial Attention?” In: *Lindastone.net*. URL [<http://lindastone.net>]. Consultado a 8 de fevereiro de 2014.

¹⁰ “Multiplexing versus multitasking”. In: *The Technium*. URL [<http://kk.org>]. Consultado a 11 de fevereiro de 2014.

e o grupo, como para a experiência emocional; 4) a aprendizagem das normas sociais.

Estas tendências estão intimamente relacionadas com as três revoluções tecnológicas de acordo com o Pew Research Center, 2014: “Banda Larga, Dispositivos Móveis e Redes Sociais”, em que os contactos, localização e sincronização entre eles pareciam ser um recurso cada vez mais valioso do ecossistema móvel, como mostraram recentes estratégias de modelos de negócio, tais como a compra do Instagram ou do WhatsApp pelo Facebook. Outra tendência, sublinhada pelo MIT nos artigos de tecnologia, prende-se com o facto de algumas aplicações móveis começarem a adicionar a possibilidade do anonimato nas redes sociais. Anúncios especializados para dispositivos móveis, principalmente locais, também foram uma tendência crescente.

Neste ambiente, menos de 40% do tráfego *web* veio de humanos¹¹, onde uma nova teoria sobre interfaces do utilizador afirma que não deveria haver uma (interface) e que as informações deveriam apenas estar disponíveis (Manyika: 2013). Além disso, a capacidade de adicionar novos recursos para a pesquisa em dispositivos móveis está apenas a começar, com propostas para o futuro como as de MindMeld, Expect Labs (2013), onde um assistente pessoal deduzirá o comportamento futuro dos utilizadores a partir da análise das suas conversas (Aguado, Feijóo & Martínez: 2013).

Objetivos e metodologia

Por um lado, os sistemas operativos delimitam o ambiente de programação, as plataformas móveis, a interface do utilizador/experiência e as regras às quais os programadores de aplicações, fornecedores e distribuidores devem obedecer. Por outro lado, ambientes – Plataformas – agrupam a relação entre os diferentes atores por meio de canais e serviços de distribuição de conteúdo, definindo, de alguma forma, as lojas de aplicações. Eles articulam, à parte dos operadores de rede, do sistema operativo e da interface de utilizador/experiência, o *software* de gestão de conteúdos e aplicações que funcionam como controladores da atividade do utilizador e do SDK – *Kit* de Desenvolvimento de Software.

¹¹ “Report: Bot traffic is up to 61.5% of all website traffic” by Igal Zeifman. In: *Incapsula.com*. URL [www.incapsula.com]. Consultado a 24 de janeiro de 2014.



Portanto, a nossa investigação incidiu sobre a análise das inter-relações entre os sistemas operativos e o seu ambiente, as plataformas e aplicações que apresentam definições e configurações relacionadas com a privacidade: Apple iOS (6.4.1), Android (2.3.5), Blackberry (5) e Windows Phone (7.5) com as plataformas: Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+ e as aplicações Instagram, Vine, WhatsApp e Line.

Em segundo lugar, foi realizada uma comparação entre as condições e os termos de privacidade das quatro plataformas e aplicações mencionadas. Finalmente, foi feita a instalação de todas essas plataformas e aplicações em Apple iOS e Google Android, principalmente, bem como em Blackberry e Windows Phone, a fim de aferir as semelhanças e as diferenças no processo, nos resultados, no design da interface e na ação sobre as opções de visibilidade.

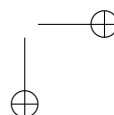
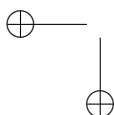
Por fim, algumas conclusões incipientes resultantes do trabalho com um grupo de foco exploratório e um inquérito sondagem realizado no norte de Portugal irão ser adicionadas como complemento.

Discussão

Sistemas operativos – ambiente, aplicações e plataformas

Foram encontradas as principais diferenças entre os sistemas da Apple iOS, Blackberry e Windows Phone comparativamente ao do Google Android. Estabelecendo uma relação com as esferas sólidas e líquidas, o primeiro grupo foi observado como sendo sólido e o segundo como líquido, ao passo que o iOS Jailbreak ou Amazon OS, por exemplo, seriam colocados no meio de um processo contínuo. Após a data de início da nossa análise, e até ao momento presente, uma aproximação e até mesmo dissolução das fronteiras tem sido constatada como uma tendência. As fechadas têm vindo a iniciar um processo de abertura ao seu sistema e vice-versa.

Geralmente, o Apple iOS, Blackberry e Windows Phone esforçam-se para tentar criar “ambientes fechados”, enquanto que o Android seguiu a conceção de mercado do “código aberto”. Esta divisão nos sistemas operativos relaciona-se com a maioria dos outros aspetos analisados, em função das principais características observadas: se controlam mais ou menos todas as funções e as relações entre o seu *hardware*, as aplicações e plataformas instaladas,



bem como outros serviços. Como explicado no referencial teórico, o Apple iOS mantém um controle rígido da sua base de dados de utilizadores através do binómio sistema operativo iOS e dispositivo móvel, enquanto o Google Android cria um sistema operativo ligado a serviços de agregação da informação e respetivas tecnologias de segmentação contextual e comportamental.

Neste sentido, o Apple iOS pediu a permissão do utilizador para acesso a serviços e *hardware* antes de fazer *download* de qualquer tipo de aplicação; enquanto que, nos restantes, os utilizadores tinham de confirmar ou não, o acesso a eles após o *download*. Este aspeto foi bem exemplificado quando no Apple iOS as aplicações pediram para aceder a todos os contactos – para depois serem capaz de partilhar o conteúdo, por exemplo –, assim como o acesso ao *hardware* e à rede de dados móveis.

Outro exemplo, prende-se com o facto do utilizador não precisar de estar ligado à aplicação ou plataforma (com ela aberta) para realizar ações através dela. Por exemplo, observou-se que o utilizador foi capaz de partilhar conteúdo em plataformas usando diferentes aplicações das “oficiais”. Esses dados do utilizador foram definidos no sistema operativo para que fossem usados por qualquer aplicação que incluía, por exemplo, um menu de partilha de conteúdos – observado no Apple iOS e na aplicação WhatsApp para Windows Phone.

Pelo contrário, Android e Blackberry precisavam de ter instaladas e abertas as aplicações e plataformas, especificamente no caso do Facebook e Twitter, para que as opções de menu de partilha de conteúdos fossem capazes de aparecer noutras.

Aprofundando as questões concretas feitas para todos os sistemas, a análise começou a medir se eles permitem modificar todas as “configurações de privacidade”, ou não, e a que nível. Lembrando uma diferença principal, anteriormente explicada, o Apple iOS controla todas as definições e aplicações, incluindo as específicas de aplicações e plataformas, através de seu sistema operativo por si só. Aqui, os utilizadores podem, em qualquer altura, configurar as definições de “Segurança” ou as de “Privacidade” através do sistema operativo.

Pelo contrário, o Google Android estabeleceu as suas “Configurações de Privacidade” em relação direta com as aplicações e as plataformas para que elas pudessem ser modificadas a partir das mesmas (aplicações e plataformas). Devido ao facto de elas poderem vir de autores desconhecidos e não controla-



dos, o Google Android forneceu uma opção específica para permitir ou não a sua instalação através da opção “instalação de aplicações de autores desconhecidos”. Mais ainda, os utilizadores podiam instalar aplicações que usassem a localização do GPS, mas estavam impedidos de alterar essa configuração da aplicação no sistema operativo depois da instalação.

Em seguida, os principais aspetos relativos às relações entre sistema operativo, o seu ambiente, aplicações e plataformas serão listados e usados como epígrafes, constituindo os recursos ou aplicações que utilizam informações pessoais para diferentes tipos de efeitos.

Configurações de privacidade

Os elementos analisados foram: ‘Localização’, ‘Contactos’, ‘Calendário’, ‘Lembretes’, ‘Fotos’, ‘Bluetooth’, ‘Twitter’, ‘Facebook’, ‘ID Phone’, ‘Safari’, ‘Chrome’, ‘Internet Explorer’, ‘BB Browser’, ‘Opera Mini’, ‘Backup’, ‘Feedback-Data Sense’, ‘Transmissão dos dados de uso da aplicação’ e ‘Partilha de Ficheiros entre aplicações’.

As aplicações enumeradas são as que estabeleceram uma ligação direta entre o dispositivo e o utilizador. Por exemplo, o acesso a ‘Contactos’ era altamente suscetível de oferecer uma grande quantidade de dados do utilizador. Uma característica observada no Google Android foi o facto de os ‘Contactos’ não terem “configurações de privacidade” específicas no sistema operativo e nem nas aplicações e plataformas. O Windows Phone seguiu os mesmos padrões que o Google Android aquando da pergunta sobre se permitem que as opções de “configurações de privacidade” fossem alteradas no sistema operativo. O Blackberry também foi semelhante ao Google Android em relação às “configurações de privacidade”, mas foi o único que ofereceu especificamente a possibilidade de definir a proteção “Firewall” – aceita-se que outros poderiam tê-la, mas não foram explícitos. Outra característica única do Blackberry foi que a instalação da aplicação teve de ser feita através da conexão com o computador.

Em seguida, três tendências são descritas com base na observação do acesso a elementos como a ‘Localização’ ou o ‘ID Phone’: a primeira foi a do Apple iOS com todas as definições incluídas em ‘Settings’ onde existe uma lista de aplicações autorizadas, ou não, e permitindo também o acesso ao ‘ID Phone’. A segunda foi a do Google Android com a ‘Localização’ e ‘Blu-



etooth' em 'Settings', mas com itens específicos para o 'Google Calendar', 'Twitter' e 'Facebook', mas apenas se as aplicações oficiais estiverem instaladas anteriormente com o respetivo acesso ao 'ID Phone'. A terceira foi a do Blackberry e do Windows Phone, que têm muito em comum, como por exemplo a incapacidade de encontrar o 'ID Phone', assim como os 'Contactos', 'Calendário', 'Lembretes' e 'Fotos', e sem uma lista de aplicações autorizadas em 'Settings'. O Blackberry tinha definido o 'Bluetooth' em 'Settings', enquanto que o Windows Phone tinha para além do 'Bluetooth' a 'Localização'. A partir desta parte da análise, os dois principais modelos de sistemas operativos e de mercado, tal como mencionado no início do capítulo, foram distintos. Por um lado, o Apple iOS, Blackberry e Windows Phone detêm o controle da loja, das aplicações e, conseqüentemente, do respetivo processo de instalação. Por outro lado, o Google Android permitia configurar várias lojas de aplicações, tornando, assim, o processo de instalação controlado pelo utilizador ou por outros que não a Google.

Cada sistema operativo tinha um navegador (Safari, Chrome, BB Browser e Internet Explorer) padrão instalado. As configurações desses navegadores são semelhantes às versões para computadores pessoais e contêm modos como o 'Private Browsing'. No caso do Windows Phone, a opção similar encontrada foi 'Do Not Track'. Todos os sistemas suportam a instalação do navegador 'Opera Mini' que constitui uma alternativa ao navegador padrão pré-instalado. Quanto às configurações de navegação, foi observada uma convergência para "estado líquido" nas configurações de privacidade. Ou seja, que todos os navegadores já tinha encontrado um ponto de equilíbrio comum para lidar com o controle de privacidade.

O Apple iOS e o Windows Phone não permitiam que as aplicações tivessem acesso aos ficheiros comuns do dispositivo móvel (exceto o acesso às imagens do rolo da câmara), enquanto que o Google Android até pode incluir uma aplicação para listar e manipular os arquivos. Na área do desenvolvimento de aplicações, o Apple iOS, Blackberry e Windows Phone são designados de "Controlled Developers" ou ambientes fechados; enquanto que o Android detinha o rótulo de ser "Open Source". Aqui, observa-se uma clara delimitação de modelos: líquido versus sólido. No entanto, a tendência é a de abrir as fechadas e vice-versa, a fim de partilhar itens com mais segurança. Note-se, como exemplo, que o iOS 8 permitirá partilhar informações entre aplicações, de resto tal como o Google Android já permite.

Características

No grupo seguinte, o 'Java Support', 'Flash Support', 'Security', 'Social Media Integration', 'Social Gaming', 'Movie Store', 'Music Store', 'Book Store', 'Default Browser', 'Cloud Support', 'Cloud Messaging', 'Wireless Cloud Support', 'Parental Control', 'Remove/Clear Data', 'Internet Wi-Fi', 'Internet 3G/4G', 'SIM/Telephone' e 'Notifications System-Messages' foram itens estudados.

Só o Google Android suportou o 'Flash' e, juntamente com o Blackberry, também executa aplicações 'Java'. As ligações próximas ao *hardware* por parte do 'Java' e do código fechado/proprietário do 'Flash', que é executado com proximidade ao sistema operativo, conduziram a dúvidas em relação à segurança das aplicações e do próprio sistema, bem como à eficiência energética dos próprios aparelhos. Mas, em relação ao suporte destas funcionalidade a tendência mantém-se inalterada sem variações.

No que diz respeito à segurança, o Google Android e Blackberry encriptam a pasta pessoal e o Windows Phone tinha multicamadas, 'secure boot', 'sandboxing' bem como uma sincronização de dados com recurso à criptografia. Todos apresentaram 'Social Media Integration', enquanto que a Apple iOS (com o Game Center) e o Windows Phone (com o Microsoft XBOX Live) tinham a sua loja de jogos sociais (Social Gaming), bem como suporte via rede sem fios (Wireless Cloud Support). Não foi possível determinar se o *backup* ficou cifrado e se os dados transmitidos, via ligação sem fios, eram encriptados. Mas, parece haver, a este nível, um ponto de convergência e que passa pelos dados pessoais e transmissões sem fio serem cifradas/encriptadas de modo a prevenir os acessos não autorizados.

Sobre as aplicações nas respetivas lojas, não se registam diferenças significativas dignas de serem mencionadas, contendo cada uma os seus próprios destaques. As grandes apostas do Apple iOS eram o 'iTunes' e o 'iBooks'; do Google Android eram o 'Google Books' e sem nada de específico para a música; no Blackberry eram o 'Rovi' e 'Music Store RIM'; no Windows Phone havia o 'Zune'. Note-se que, os dois últimos tinham também o Amazon-Kindle. Todos ofereceram 'Cloud Suporte & Messaging' havendo para o Apple iOS o 'iCloud' e o 'iMessage', para o Google Android o 'Google Sync' e 'Google Cloud Messaging', o Blackberry tinha o 'Third Party' e o Windows Phone disponibilizava os 'Sky Drive' e 'Windows Messaging'.

Apenas os sistemas Apple iOS e Google Android ofereciam o 'Parental Control' mas todos eles permitiam apagar os dados do utilizador remotamente (Remote Clear Data). Se bem que, não sendo uma definição padrão no Google Android, era oferecida pelas aplicações da Samsung. A razão para tal acontecer é a abertura do sistema à criação de versões proprietárias do sistema operativo, com aplicações específicas, criadas pelos detentores da marca de *smartphones* e respetivos programadores. As definições da Internet Wi-Fi, 3G/4G, SIM/Telephone e as mensagens de notificações estavam incluídas nas respetivas aplicações. Ou seja, todas as plataformas permitem que as aplicações tenham a liberdade de escolher se devem incluir a capacidade do utilizador em definir as configurações destes recursos ou não. Se bem que há definições configuradas no próprio sistema operativo que se sobrepõem às definições encontradas nas aplicações.

Aplicações oficiais

Foram estudadas as seguintes: Maps, Google Play e Search, Gmail, Youtube, Pandora Radio, Apple iTunes, Cooliris, as compras incluídas em aplicações, Twitter, Yahoo Messenger, eBay Mobile, Amazon Mobile, LinkedIn, Flickr, Instagram, WhatsApp, Skype, Line, Viber, Foursquare, Pinterest e Facebook. O principal aspeto a salientar foi a potencialidade de o utilizador realizar 'compras em aplicações'. Aqui, o Apple iOS mostrou o controle que detém da plataforma, tal como o Windows Phone através do MS Market/XBox Live, mostrando mensagens claras sobre essa potencialidade e controlo do processo de pagamento. Por outro lado, o Google Android e o Blackberry permitem essa funcionalidade através do Google Wallet, usando o Paypal ou o sistema incluído na aplicação, como no caso apresentado na Kindle App.

A Loja iTunes só existia no Apple iOS, ao passo que o Google Android era o único que permitia a loja 'Google Play'. Enquanto o Apple iOS tinha o 'Cooliris', o Android e Windows Phone tinha o 'LiveShare'. No Blackberry não foi encontrado o 'Flickr' e o 'Instagram' não existia no mercado do Windows Phone.

Apesar das diferenças, o ponto de convergência parece ser de que todos vão ter as mesmas aplicações disponíveis no futuro.

Termos de Privacidade e Condições

De modo geral, parece que os Termos de Privacidade e Condições foram escritos para proteger as empresas detentoras das aplicações, ao invés do utilizador. O texto é, por vezes, muito ambíguo, permitindo diferentes interpretações e, provavelmente, com o objetivo de expandir o seu conteúdo para definir/prevenir possíveis situações futuras e colocando em dúvida quem seria o beneficiário do contrato. Muitos aspetos foram analisados, mas neste estudo apenas focamos aqueles mais ligados à delimitação da privacidade. Desde logo apontamos o carácter da sua volatilidade e constante mudança, ou seja, a sua liquidez.

Por um lado estudamos os serviços Web: Facebook¹², Twitter¹³, LinkedIn¹⁴ e Google¹⁵ (representado pelo Google+, o nosso objeto de estudo, seguiu os mesmos termos e condições do Google) e por outro lado estudamos as seguintes aplicações: Instagram¹⁶, Vine¹⁷, WhatsApp¹⁸ e Line¹⁹. Os últimos quatro foram consideradas aplicações (vulgarmente chamadas de 'App') porque exigem uma instalação no dispositivo móvel (mesmo no caso do utilizador apenas usar o serviço *web*), o que se coaduna com a sua principal plataforma – *smartphone*. Outra diferença é que os termos e condições do primeiro grupo estavam mais completos, desenvolvidos e disponíveis em mais idiomas.

Três dos serviços *web* exigiam um *e-mail* válido para concluir o registo (com exceção do Google), sendo que o Facebook também considerou indispensável a data de nascimento e o género. As aplicações relacionadas com as

¹² [https://www.facebook.com]; data: 11 de dezembro de 2012. Facebook, 1601 Willow Road, Menlo Park, CA 94025 USA.

¹³ [https://twitter.com]; data: 3 de julho de 2013. Morada específica não encontrada no documento: Twitter, Inc. 1355 Market St, Suite 900. San Francisco, CA 94103.

¹⁴ [http://pt.linkedin.com]; data: 12 de setembro de 2012. LinkedIn Corporation, 2029 Sierlin Court, Mountain View, CA 94043 USA.

¹⁵ [https://www.google.com]; data: 24 de junho de 2013 - analisados dois documentos, 'Terms of Use' e 'Privacy Policy'. Google Inc. 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043 USA.

¹⁶ [http://instagram.com]; data: 19 de janeiro de 2013.

¹⁷ [https://vine.co]; data: 21 de janeiro de 2013 – analisados dois documentos, 'Terms of Service' e 'Vine Privacy Policy'. 1355 Market St., Suite 900 – San Francisco, CA 94103.

¹⁸ [https://www.whatsapp.com]; data: 7 de julho de 2012. 3561 Homestead Road, #416, Santa Clara, CA 95010-5161.

¹⁹ [http://line.naver.jp]; data: 1 de abril de 2013.

funções de um telefone exigiam, obviamente, o acesso ao respetivo número e no caso do Line foi necessário uma palavra-chave para a função 'Contactos' em multi-dispositivos.

Em relação à idade mínima exigida para o registo: o Twitter indicou 13 anos, o LinkedIn 18 anos, enquanto que o Google não especificou (deixando esta exigência aberta para o caso de uso de alguns produtos adicionais) nem o Facebook. Se bem que, este último pediu essa informação para se fazer o registo (13) e outras aplicações (18). Uma abordagem diferente foi observada nas aplicações: "O Instagram não reúne ou solicita qualquer informação de pessoas com idade inferior a 13 anos", o Vine não discrimina, embora o serviço tenha sido indicado para mais de 13 anos, "Você afirma que tem mais de 16 anos de idade ou que é um menor emancipado...". Tanto o WhatsApp como o Line não estipularam uma idade mínima, mas apresentaram uma política de proteção infantil.

Foram observadas diferenças sobre quem seria o proprietário das informações pessoais: o Facebook não o particulariza, embora tenha indicado que o que estará em causa são os dados que o utilizador decidiu partilhar e no caso do Twitter é até mais específico, apontando que o utilizador permitiu à empresa usar a informação submetida. O LinkedIn e o Google designaram que o proprietário dos dados era o utilizador. Mas também especificaram que os dados eram controlados pelo LinkedIn, para proteger a informação dos utilizadores, e que o uso do Google não confere ao utilizador qualquer propriedade sobre os serviços ou conteúdos consultados. O Instagram e o Line não se referem explicitamente aos dados, nem o Vine que até acrescentou: "é uma plataforma de partilha de vídeo, por isso a maioria das informações que você nos fornece é a informação que você escolhe para ser tornada pública"; e o WhatsApp também indica que "você detém os direitos de propriedade sobre as submissões de estado, mas você tem que ter esses direitos do que submete em primeiro lugar". Este foi um claro exemplo da ambiguidade encontrado nos termos e condições analisados.

Todos armazenam dados do uso do *site* ou da aplicação, bem como de outros serviços de terceiros, exceto os casos do WhatsApp e Line – talvez porque eles não tinham parceiros externos. Além disso, todos usam os *cookies* ou tecnologias similares, bem como meta-dados específicos que servem para reunir outras informações. Só o Facebook e o Twitter especificaram a opção de "não

rastrear”, embora indiquem que os utilizadores podem impedir a utilização de *cookies* se assim o definirem no navegador.

Todos ofereceram a possibilidade de o utilizador alterar as informações, desativar, suspender ou eliminar totalmente a conta, mas, no caso do Google, este foi o único que não se referiu especificamente ao ato de encerramento de uma conta e, também, não assegura ser capaz de excluir a conta de dados. O Twitter e o Line foram os únicos que não especificaram onde a informação foi armazenada, o que poderia ser interpretado como ambíguo e dependente das leis de cada país. Em relação a uma política específica de proteção de dados voltamos a ter, mais uma vez, informação ambígua sem que tenha sido escrito em detalhe ou em concreto essas políticas. Simplesmente declararam que fariam o melhor para defender as informações recolhidas, acrescentando que seria para ajudar os utilizadores e até recomendavam que estes tivessem comportamentos considerados como corretos.

Uma diferença entre o primeiro grupo (principalmente classificados como aplicações Web: Facebook, Twitter, LinkedIn e Google) e o segundo (chamados de aplicações: Instagram, Vine, WhatsApp e Line) foi a de que, em relação ao possível círculo de amigos para quem partilhar o conteúdo, o grupo das aplicações estava mais ou menos restringido ao uso de contactos inseridos no dispositivo móvel. Isso significaria que, ao responder à questão de permitir, ou não, que outros *sites*, aplicações, plataformas, serviços ou utilizadores acessem à informação, o utilizador controlasse a partilha de dados.

A maioria delas especificavam, ou simplesmente não mencionavam ao deixar este aspeto em aberto, que a informação dos utilizadores era partilhada com outras plataformas, *sites*, aplicações, serviços ou outros utilizadores e em nome de diferentes propósitos: criar conteúdo personalizado, melhorar os próprios serviços, informar os amigos, fazer sugestões, por exemplo. Esta partilha entre terceiros criou tensão no facto de se desconhecer se os serviços iriam divulgar informações por solicitação da lei ou para se protegerem, levando a que este aspeto ficasse em aberto e sujeito a várias interpretações.

Todos eles tinham a preocupação de criar anúncios direcionados ou feitos sob encomenda e o LinkedIn tinha até uma secção específica para descrever como lidavam com isso. O primeiro grupo e o WhatsApp ofereciam concretamente a opção de bloqueio de anúncios. O Facebook, LinkedIn e o Google informaram que até aderiram a algum tipo de autoridade reguladora de diferentes países. Além disso, todos exceto o Line, indicaram as condições de

venda do serviço ou da empresa com uma nota para o que aconteceria aos dados reunidos. Também havia uma secção sobre as atualizações dos respetivos “Termos e Política de Privacidade”. Na prática, os utilizadores tinham que estar atentos, por conta própria, já que nem sempre seriam informados pela empresa sobre a existência ou atualização de novos termos.

Outra diferença entre os grupos reside no facto das aplicações não terem sido específicas sobre a política de dados relacionadas com crianças, com a exceção do Twitter. Noutro ponto, todas as aplicações, especificavam, pormenorizadamente, que cumpriam os protocolos do “Safe Harbour²⁰” e as regras do “TRUSTe²¹” ou do “Shine the Light Law of California²²” (marketing direto). O Facebook e o LinkedIn também cumpriam com as leis do marketing direto e o Twitter apenas mencionava o protocolo.

O interesse da recolha de informações pessoais tal com a sua partilha através das redes sociais, é tão difundido e relevante que todos os ambientes e plataformas aceitam ser abertos na comunicação com outros serviços, a fim de obter o máximo de dados possíveis, gerando um estado de liquidez para o fluxo de dados.

Grupo de foco exploratório e Inquérito

Grupo de foco exploratório²³

A sociabilidade, coordenação e a organização foram relevantes, enquanto que as questões relacionadas com a vida pessoal e profissional foram consideradas muito importantes e, nalguns casos, até essenciais. Neste sentido, é pertinente lembrarmos as características da fluidez de identidade, bem como a intimidade celular e nómada, que estão a ser negociadas constantemente.

A questão da privacidade apareceu em duas formas: ao nível de conteúdo/dados e ao nível dos contextos de interação. Havia uma preocupação na perceção da privacidade quando se produz uma apropriação do telefone móvel de outros. Os participantes afirmaram mostrar relutância em emprestá-lo para além de uma utilização momentânea (por exemplo, para fazer uma

²⁰ [<http://export.gov>]; Consultado a 28 de setembro de 2013.

²¹ [<http://www.truste.com>]; Consultado a 28 de setembro de 2013.

²² [<http://en.wikipedia.org>]; Consultado a 28 de setembro de 2013.

²³ Covilhã, Portugal, Julho de 2013. 3 do sexo masculino e 3 do sexo feminino, idades: 19, 2*20, 2*21, 23.

chamada) e alguma ignorância no controle da difusão dos conteúdos partilhados. Havia percepção da existência de algum risco de exposição dos aspetos pessoais e que essa exposição *online* poderia perdurar no tempo, mas as práticas pareciam despreocupadas. Os participantes tendem a considerar que os dados sempre foram privados, mas nalguns casos (quando envolve imagens, por exemplo) contradizem-se com a possibilidade de os partilhar ou publicar.

Esta observação vai de encontro a estudos anteriormente citados: os utilizadores tinham algumas preocupações com a privacidade, mas apresentavam-se de tal modo remotas que não eram suficientes para influenciar as respetivas decisões. Embora tomassem algumas medidas para prevenir a invasão da privacidade, em comparação, sabiam dos benefícios imediatos e tangíveis que obtinham da partilha e das questões emocionais envolvidas – no caso do Canadá até se podia vender os dados pessoais por um bom preço. Além disso, os riscos não eram tão evidentes, porque eles continuaram a agir como se tivessem privacidade. Estas atitudes lembram, de alguma forma, a falta de racionalidade descrita no quadro teórico.

A discussão em grupo destacou a diferença entre dois tipos de risco sobre privacidade do conteúdo/informações: os dados armazenados num dispositivo (computador/telefone) e os dados que se tornam acessíveis por serviços de terceiros, em qualquer tempo e *online* – sob integridade contextual. A preocupação em divulgar fotos tinha a ver com as situações embaraçosas e estéticas das imagens. A diferença na publicação em círculos abertos ou fechados era resultado do “bom senso”. No entanto, eles apresentaram uma alta tolerância à invasão/ao uso comercial de dados pessoais não autorizados. Sobre este ponto, mostraram uma sensibilização inicial para as diferentes fontes de recolha dos seus dados pessoais. No entanto, aqui as possibilidades reais são mais amplas, como foi descrito no quadro teórico no que diz respeito ao perfil e identidade digital. Portanto, o conhecimento necessário deve ser transmitido nesta área.

Para terminar, sublinhamos outras ideias e considerações gerais, tais como: a causa da ansiedade derivada ao facto de “ter que estar sempre disponível”, ter a bateria carregada, em responder a chamadas (dependendo de quem está a chamar) ou corresponder a solicitações via *smartphone*; a relutância em falar em público perto de pessoas desconhecidas, de forma a não constranger a sociabilidade ou interromper conversas por telefone; da estratégia para mi-

nimizar o risco de perturbação aquando da solicitação via telemóvel (modo de silêncio/vibratório).

Inquérito²⁴

As funções básicas, tais como “fazer chamadas” e “enviar e receber mensagens de texto” foram aquelas em que os inquiridos consideraram a sua utilização como essenciais e às quais recorriam várias vezes ao dia. Os inquiridos usavam o seu dispositivo para, também várias vezes por dia, “visitar *sites*, navegar na Internet, procurar informação” e ainda para “visitar *sites* de redes sociais”. 71% usava o telefone para tirar fotos ou fazer vídeos com uma frequência de uma a três vezes por semana. A intimidade com as pessoas era crucial para emprestar ou pedir emprestado os telemóveis. Existia até um forte sentido de propriedade que demonstraram ao escolher a opção “é o meu telefone”.

68% verificaram se a aplicação oferecia opções de acesso e permissão, mas 61% não lia esses “pedidos” antes de a aceitar e instalar, ao contrário dos 32% que o fazia. 55% não permitiam que as aplicações acessem às listas de contactos ou outras informações. Ou seja, metade tomou, como resultado, algumas medidas para impedir a sincronização de dados.

Metade das pessoas dizem que podem viver sem *smartphones*. 32% iriam sentir a sua falta e 18% consideram que esses dispositivos não têm um papel assim tão importante nas suas vidas. O uso era circunstancialmente forte, muito dependente das condições, uma vez que não havia regras gerais auto-estipuladas pelos utilizadores relativamente às situações da vida, que tratavam comportamentos diferentes de acordo com o contexto. 63,5% concordaram com “sinto-me desconfortável quando tenho de fazer uma chamada e há estranhos ao meu redor”, onde o “concordo” e o “concordo totalmente”, totalizaram 94,6% dos resultados.

Este uso circunstancial forte destacou características relevantes descritas

²⁴ Portugal: de 15 de julho a 21 de agosto de 2013, online. Teve 74 respostas. O grupo com maior número de respostas foi o de 30 a 45 anos de idade e não houve respostas de pessoas com menos de 18 ou mais de 65. 56,8% eram do sexo feminino e 43,2% do masculino. 73% tinham emprego, sendo que destes, 85,7% eram mulheres e 81,2% homens do grupo com educação superior. 67,7% possuíam um *smartphone* e 31% não.



no quadro teórico: a fluidez da identidade, a intimidade celular e nómada, assim como a relevância da prioridade temporal na literacia digital.

Conclusões

Em relação aos sistemas operativos, foram observados dois modelos principais: o “ambiente fechado” do Apple iOS que controla tudo o que diz respeito ao *smartphone*: equipamento, SDK, Apps, loja de aplicações (App Store), vendas nas próprias aplicações, bem como os próprios utilizadores; e o “ambiente aberto” do Android que permite o comportamento de livre-arbítrio. Em relação a este conceito e à respetiva privacidade, o Apple iOS controla os dados do utilizador, a relação entre estes e as aplicações, e destas com as plataformas, enquanto que o Android pode ou não fazê-lo, dependendo do que é permitido em cada aplicação e da plataforma, bem como da sua relação com o Google como um intermediário.

Uma diferença importante entre reside no facto de depois de aceitar a instalação da aplicação, somente com o Apple iOS é que o utilizador pode alterar as configurações de “privacidade” relacionadas com o seu ambiente. Enquanto que os utilizadores do Google Android devem reinstalar a aplicação caso não concordem com o que foi anteriormente aceite. Além disso, o Apple iOS oferecia a possibilidade de alterar, por exemplo, as definições de acesso ao GPS ou contactos, em cada aplicação ou na plataforma, enquanto que no Google Android o utilizador apenas poderia aceitá-las todas, ou nenhuma.

Em termos de características de segurança, a tendência parece a mesma para todos os ambientes tornando-se mais “fechados”, ou seja, menos líquidos. Esta tendência justifica-se com a necessidade de se adaptarem aos requisitos e preocupações com a privacidade do utilizador, como será explicado seguidamente.

A falta de controle sobre como e quem acedeu aos dados e conteúdos publicados e, de acordo com a revisão de literatura e estudos exploratórios, foi a característica com a qual os utilizadores mais conscientes se sensibilizaram. Mas também parece não desenvolverem muitas ações de prevenção, com exceção da preocupação com o acesso à localização e lista de contactos aquando da instalação ou configuração das aplicações. Evitar a sincronização, ativar as proteções oferecidas pelos sistemas e aplicações e, até, usar uma nova conta



de *e-mail* para se registarem poderiam ser soluções parciais para estas preocupações.

Como um e principal exemplo da volatilidade e da ambiguidade dos “Termos e Condições” analisados, o Google não pode assegurar total eliminação da conta do utilizador e da informação. Ainda assim, o Google esteve a trabalhar numa proposta para a opção do “direito a ser esquecido”. Nenhum deles especifica uma política de proteção de dados, remetendo esta responsabilidade para o utilizador e apelando-lhe ao respetivo bom senso. Este último tem, também, que estar ciente das possíveis atualizações dos “Termos e Condições”.

A liquidez observada na sociedade e no ambiente móvel, bem como entre as esferas públicas e privadas, também pode ser aplicada aos sistemas operativos. O Apple iOS, o Blackberry e o Windows Phone começaram por ser uma esfera sólida (não permitiam a instalação de aplicações externas) e passaram por um processo de liquidez, que permite agora a instalação de aplicações provenientes de outros programadores apesar de manterem um controlo apertado. Enquanto isso, o Android começou totalmente líquido (código fonte aberto) e tem vindo a tornar-se cada vez mais sólido (devido às suas preocupações relacionadas com a privacidade dos utilizadores e informações – por exemplo, o sistema operativo da Amazon que deriva do Android é mais “fechado”). Esta tendência pode levar tempo até chegar a um ponto de convergência em que ambas as marcas/programadores e utilizadores teriam o controle de privacidade. Aqui, ambas as esferas/sistemas operativos e o seu desenvolvimento estão a passar por um processo de liquidez.

Tendo em mente essas características que definem os *smartphones* como a instantaneidade e ubiquidade; a preocupação com a literacia e consciencialização digital; a atenção parcial contínua e a sua relação com a memória; a falta de racionalidade nalgumas atitudes e ações; as limitações na extensão entre conhecimento e divulgação; o forte comportamento padrão circunstancial; a volatilidade e a ambiguidade dos “Termos e Condições”, acrescentando a liquidez e a mobilidade da nossa sociedade e da própria tecnologia. Pelo exposto, os utilizadores lidam com esferas líquidas quando o constante fluxo de dados escapa à consciência clara do mesmo e até sem uma noção profunda dos riscos envolvidos.

Portanto, os utilizadores lidam com uma negociação constante de circunstâncias com base na avaliação de cada cenário emoldurado pela ambiguidade e do imediatismo, que também está ligado à consciência individual, bem como

à percepção do risco envolvido em cada ação. É também líquida a forma como o utilizador protege a sua privacidade em diferentes camadas e estágios de acordo com as suas possibilidades. Além disso, a possibilidade de receber estímulos de todos os tipos influencia constantemente a forma de estabelecer corretamente o nível de prioridade.

Referências

- Aguado, J.M.; Feijóo, C. & Martínez, I.J. (coords.) (2013). *La comunicación móvil. Hacia un Nuevo ecosistema digital* (pp. 18, 30, 31, 41, 308, 309, 318-320). Barcelona: Gedisa.
- Ahonen, T. (2008). Mobile as 7th of the Mass Media. Cellphone, Cameraphone, iPhone, Smartphone. *Futuretext*.
- Bauman, Z. (2000). *Vida para consumo. A transformação das pessoas em mercadoria* (p. 71). Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2005). *Liquid Life*. Cambridge: Polity.
- Bauman, Z. (2008). *In Search of Politics*. Stanford University Press.
- Bauman, Z. (1999). *Em busca da política*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Castellet, A. (2012). *El ecosistema del contenido móvil: actores, líneas de evolución y factores de disrupción*. Ph.D dissertation, Spain: Murcia University.
- Cerra, A. & James, C. (2012). *Identity Shift*. Indianapolis: John Wiley & Sons.
- Fathi, H. (2011). Security and Privacy Challenges in Globalized Wireless Communications, in Prasad, et al. (eds.) *Globalization of Mobile and Wireless Communications: Today and in 2020, Signals and Communication Technology*. Springer.
- Fernback, J. & Papacharissi, Z. (2007). Online privacy as legal safeguard: the relationship among consumer, online portal and privacy policies. *New Media and Society*, 9: 715.

- Fidalgo, A. (2011). Conectados e tutelados. Uma revisitação tecnológica da esfera pública, in J.C. Correia & R. Maia (Orgs.) *Public Sphere Reconsidered: Theories and Practices* (pp. 68-70). Universidade da Beira Interior: LabCom.
- Fidalgo, A.; Serrano Tellería, A.; Carvalheiro J.R.; Canavilhas, J. & Correia, J.C. (2013). Human Being as a Communication Portal: The construction of the Profile on Mobile Phones. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68.
- Fortunati, L. (2002). The Mobile Phone: Towards New Categories and Social Relations. *Information, Communication, and Society*: 514-528.
- Geser, H. (2005). Is the cell phone undermining the social order?. *Thumb Culture*: 25. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Goffman, E. (1993). *The presentation of Self in everyday life*. New York: Garden City.
- Goffman, E. (1959). *A Apresentação do Eu na Vida de Todos os Dias*. Lisboa: Relógio d'Água.
- Isabella, S. (2009). Mobile Phone: Users Practices and Innovations Between Public and Private Sphere. *COST 298 Conference. Participation in the Broadband Society*: 7.
- Jin Park, J. (2011). Digital Literacy and Privacy Behaviors Online. *Communication Research*, Sage, 23 August 2011.
- Katz, J.E. & Aakhus, M. (eds) (2002). *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Katz, J.E. (2008). Mainstreamed Mobiles in Daily Life: Perspectives and Prospects, in J. Katz & M. Castells (eds.), *Handbook of Mobile Communication Studies*. Cambridge: MIT Press.
- Katz, J. & Castells, M. (eds) (2008). *Handbook of Mobile Communication Studies* (p. 49). Cambridge: MIT Press.

- Kawamoto, K. (2003). *Media and Society In the Digital Age* (p. 33). New York: University of Washington.
- Manyika, J. (2013). The impact of disruptive technology. A conversation with Eric Schmitt. *McKinsey & Company*, *mckinsey.com*.
- Marichal, J. (2012). *Facebook Democracy. The Architecture of Disclosure and the Threat to Public Life*. United Kingdom: Ashgate.
- Mazmanian, M. (2005). *Some thoughts on blackberries*. Memo.
- McDermott, J. (2013). iPhone owners consume more entertainment than Android. *Advertising Age*, *adage.com*, 25 March 2013.
- McQuail, D. (2006). *Mass Communication Theory*. London: Sage.
- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University.
- Nissenbaum, H. (2010). *Privacy in context. Technology, policy and the integrity of social life*. Stanford: Stanford University Press.
- Potoglou, D.; Patil, D.; Gijón-Tascón, C.; Palacios, J. & Feijóo, C. (2013). The value of personal information online: results from three stated preference discrete choice experiments in the UK. *European Conference on Information Systems*, ECIS 2013: 1-12, Utrecht, Netherlands.
- Sennett, R. (2002). *The Fall of Public Man* (p. 36). New York: Penguin Books.
- Serrano Tellería, A. (2014). The Construction of Profiles on Mobile Phones. Public and Private Spheres. *DESIGNA 2013: INTERFACE International Congress*, 21 & 22 November, Beira Interior University: LabCom.
- Stald, G. (2008). Mobile Identity: Youth, Identity, and Mobile Communication Media, in D. Buckingham, *Youth, Identity, and Digital Media* (pp. 143-164). The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning, Cambridge, MA: The MIT Press.

- Turkle, S. (2008). Always-On/Always-on-You”: The Tethered Self, in J. Katz & M. Castells (eds), *Handbook of Mobile Communication Studies* (pp. 128-129). Cambridge: MIT Press.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- Wellman, B. (2001). Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25: 227-52.
- Wicker, S.B. (2012). The Loss of Location Privacy in the Cellular Age. *Communications of the ACM*, 55(8): 60-68.

Nota: Capítulo originalmente publicado em *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, vol. 9, nº 1 (2015). Publicado como submetido pelos autores em 24 de Setembro de 2014.
URL [<http://online-journals.org/index.php/i-jim>]



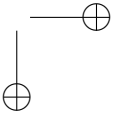
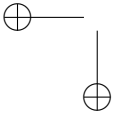
A nova fluidez de uma velha dicotomia: Público e privado nas comunicações móveis

Contribuições

Ana Isabel Albuquerque é licenciada em Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior (2007) e fez mestrado em História da Arte, Património e Teoria do Restauro na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa (2013). Trabalhou como assistente de museografia no Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior entre 2008 e 2009 e foi jornalista na revista *Artes & Leilões* entre 2010 e 2011. Atualmente é bolsista de investigação no projeto “Público e Privado nas Comunicações Móveis”, desenvolvido pelo LabCom. As áreas de interesse são ilustração, fotografia, design, arquitetura e urbanismo, belas artes e comunicação.

Ana Serrano Tellería PProfessora Assistente (ANECA, agência espanhola estatal de avaliação). PosDoc, coordenadora da equipa de bolsistas (5) no projecto europeu FEDER ‘Public and Private in Mobile Communications’ (2013-15) no LabCom (membro integrado) e professora de ‘Cibercultura’ (2013-15) na Universidade da Beira Interior (Portugal). Prémio Extraordinário (2012) de Doutoramento (bolsa 2006-08 e contrato 2008-10) e Bacharel em Jornalismo (2002) pela Universidade do País Vasco. Tradução e Interpretação de Inglês (2000). Gestora de projectos Europeus e de Cooperação Internacional (2012-13). Responsável do Departamento de Comunicação (2011). Máster em Gestão da Inovação (bolsa, 2010-11) e especialista em ‘Teatro e Artes Cénicas’ (2004-05). Investigadora visitante no GJOL e Universidade Federal da Bahia (Brasil; 2009, bolsa do Ministério de Ciência e Inovação espanhol e Educação brasileiro). Gestora Cultural (2005). Professora de teatro (2003-04). Jornalista online (2002-03, ElCorreo-VOCENTO). Outras bolsas: Embaixada de EEUU em Madrid, Fundação Marcelino Botín, UNICEF. É membro do Comité Científico em destacadas revistas indexadas e congressos internacionais. Há participado em projectos de investigação nacionais e internacionais, focada a sua contribuição no Jornalismo e Comunicação na Internet: Design, conteúdo trans/multimédia, géneros e narrativas, modelos de negócio e media sociais assim como Jornalismo empreendedor. Há publi-

Público e privado nas comunicações móveis, 195-198



cado em diversas revistas de impacto (1º e 2º Q) tanto ao nível nacional como internacional.

António Fidalgo é atualmente Reitor da Universidade da Beira Interior. Bacharel em Filosofia pela Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Magister Artium e doutor em Filosofia pela Universidade de Wuerzburg. É professor Catedrático na Universidade da Beira Interior e diretor do Labcom – Laboratório de Comunicação Online. Foi fundador da BOCC (Biblioteca de Ciências da Comunicação) e da SOPCOM (Sociedade Portuguesa de Ciências da Comunicação), tendo ainda presidido à Comissão de Avaliação Externa dos Cursos Universitários de Ciências e Tecnologias da Comunicação, no âmbito do CNAVES. Tem como áreas de especialização a Retórica e a Semiótica, tendo nos últimos anos estudado a sua aplicação no campo da comunicação online.

Hélder Prior é Pós-doutorando na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (PNPD-CAPES). Doutor Europeu (2013) em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior e licenciado em Ciências da Comunicação (2007) pela mesma instituição. É investigador integrado no Laboratório de Comunicação e Conteúdos On-line (LabCom) da Universidade da Beira Interior e investigador colaborador no Observatorio Iberoamericano de la Comunicación da Universidade Autònoma de Barcelona, onde realizou períodos de investigação de doutoramento na Facultat de Ciències de la Comunicació entre 2008 e 2011. É vogal executivo da Junta Directiva da Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE). Foi bolseiro de investigação no projecto “Public and private in mobile communications”.

João Canavilhas é licenciado em Comunicação Social pela UBI, DEA em Comunicación Audiovisual y Publicidad e doutorado pela Universidade de Salamanca com a tese “Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW”. Atualmente é professor na Universidade da Beira Interior onde, para além da atividade docente, é diretor do URBI, o primeiro jornal online universitário em Portugal e subdiretor do Labcom – Laboratório de Comuni-

cação e Conteúdos On-Line da UBI. A sua área de investigação centra-se no campo das novas tecnologias aplicadas ao jornalismo e à política.

João Carlos Correia é professor associado da Universidade da Beira Interior e investigador do Labcom. As suas áreas de intervenção são “Comunicação e Cidadania, Jornalismo, Comunicação e Cultura”. É agregado e doutor em Ciências da Comunicação. Foi professor visitante das Universidades Pompeu Fabra (2007-2008) e Universidade Federal de Minas Gerais (2010) e Universidade de Sófia – St. Klement Ordinjski – Bulgária (2012-2013). É autor de livros “O Admirável Mundo das Notícias” (2011), “Teoria e Crítica do Discurso Noticioso” (2009), “Comunicação e Cidadania” (2005) e “Teoria da Comunicação de Alfred Schütz” (2004), “Jornalismo e Espaço Público” (1996). É organizador e editor de cerca de uma dezena de obras colectivas e possui ensaios e capítulos de livros publicados no Brasil, Espanha e Reino Unido. É coordenador da linha de investigação “Identidades e Cidadania”; diretor da Revista Científica Estudos em Comunicação.

João Carlos Sousa é Doutorando em Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior-Portugal. É mestre em Sociologia pela Universidade da Beira Interior. Foi bolseiro de investigação no projecto “Agenda do Cidadão: jornalismo e participação cívica nos media portugueses” e é actualmente bolseiro no projecto “Público e Privado nas Comunicações Móveis”, desenvolvido no Laboratório de Comunicação e Conteúdos On-line da Universidade da Beira Interior. Os seus interesses de investigação versam sobre os domínios da sociologia política, sociologia da comunicação e em metodologias quantitativas e qualitativas em ciências sociais.

José Ricardo Carvalho é mestre em Sociologia e doutor em Ciências da Comunicação. No Labcom coordenou, entre 2012 e 2014, o projecto de pesquisa “Media, Recepção e Memória: Audiências Femininas no Estado Novo”. Entre os seus interesses de investigação salientam-se, ainda, as relações entre os media, as migrações e as identidades culturais. Faz parte do Departamento de Comunicação e Artes da UBI, onde dirige a Licenciatura em Ciências da Comunicação desde 2009. Tem lecionado sobretudo nas áreas do Jornalismo, Teorias da Comunicação, História dos Media, e Públicos e Audi-

ências. Desde 2012, dirige a editora Livros LabCom. Exerceu a profissão de jornalista durante uma década.

Marco Oliveira é Mestre em Engenharia Informática pela Universidade da Beira Interior desde 2009. Tem vindo a desempenhar funções como programador sénior na área do desenvolvimento de aplicações para a internet e dispositivos móveis. É investigador do LabCom – Laboratório de Comunicação Online, entidade orgânica de investigação da Universidade da Beira Interior onde participou em vários projectos multidisciplinares envolvendo as área das ciências da comunicação e da informática.

Maria Luísa Branco é Doutora em Educação pela Universidade da Beira Interior (UBI), Covilhã, onde leciona desde 1997. É atualmente Professora Auxiliar, com nomeação definitiva, no Departamento de Psicologia e Educação da UBI e membro integrado do LabCom.IFP. A sua investigação tem privilegiado as áreas da Teoria da Educação, Educação para uma Cidadania Democrática e Formação de Professores, tendo vários artigos publicados em revistas da especialidade. É neste momento diretora do 3º Ciclo em Educação da UBI.

Ricardo Morais é Mestre em Jornalismo: Imprensa, Rádio e Televisão pela Universidade da Beira Interior e licenciado em Ciências da Comunicação pela mesma instituição. Desenvolve a sua investigação na análise das diferentes dimensões das oportunidades de participação oferecidas aos cidadãos pelos novos media. Foi Bolseiro de Investigação dos projetos “Public and private in mobile communications” e “Agenda dos Cidadãos: jornalismo e participação cívica nos media Portugueses” no Laboratório de Comunicação Online.