

## ATOS DE AMEAÇA À FACE E À CONVERSÇÃO EM REDES SOCIAIS NA INTERNET

Raquel Recuero

### 1. Introdução

No início da minha trajetória de pesquisa, quando comecei a pesquisar a sociabilidade no ciberespaço e, logo a seguir, no doutorado, quando passei a me interessar pelas redes sociais, os agora chamados sites de rede social<sup>1</sup> eram escassos. O Friendster<sup>2</sup>, o primeiro deles a ser realmente conhecido, nunca chegou com força ao Brasil. O Orkut<sup>3</sup>, esse sim, um dos primeiros sites a realmente fazer sucesso no Brasil, por exemplo, chegou algum tempo depois. Na época, ninguém esperava que essas ferramentas tivessem um impacto tão profundo nas redes sociais e que sua transmutação para o ambiente on-line pudesse igualmente impactar de forma tão pungente as práticas sociais também no espaço off-line. Hoje, os sites de rede social são uma realidade cotidiana, assim como a

---

<sup>1</sup> Esse conceito é usado, neste trabalho, no sentido que lhe foi atribuído por boyd & Ellison (2007): trata-se de uma ferramenta que permite "(1) a construção de um perfil público ou semipúblico; (2) a articulação de uma lista de com quem os usuários dividem conexões e (3) ver e navegar essas listas de conexões feitas por si e pelos demais"(tradução nossa). Poderíamos definir assim que são sites que permitem a publicação das redes, a navegação e a interação por meio delas.

<sup>2</sup> Lançado em 2002 e popularizado em 2003 - <http://www.friendster.com>

<sup>3</sup> O Orkut foi lançado oficialmente em janeiro de 2004, sendo rapidamente adotado, a seguir, no Brasil.



presença, quase ubíqua, das redes sociais on-line. Basta logar no Foursquare<sup>4</sup>, Facebook<sup>5</sup>, Pinterest<sup>6</sup> ou LinkedIn<sup>7</sup>, dentre outros, e temos acesso quase instantâneo ao que os amigos, conhecidos (e desconhecidos) estão fazendo, o que pensam sobre os lugares onde estamos, quais suas recomendações, que vídeos viram, que imagens curtiram e onde podemos, inclusive, interagir.

A interação mediada pelo computador, objeto de estudo do Limc, também mudou com a apropriação dessas ferramentas. Aquilo que antes víamos como interação passou a constituir-se não apenas de ações verbais, mas de todo o tipo de troca que sinalizasse, em algum momento, a participação, a tomada de turno e, mesmo, a legitimação do discurso nos sites de rede social. A natureza dos laços sociais também sofreu alterações. Aqueles laços que antes necessitavam da interação para serem construídos (laços emergentes, como chamamos) passaram a ser construídos também pela associação (laços associativos) e passaram a ser mantidos pelos próprios sites (Recuero, 2009). Com isso, o tamanho das redes sociais no espaço on-line foi aumentado, a qualidade das conexões, complexificada, e o capital social, diversificado (Steinfeld, Ellison & Lampe, 2008), necessitando de menor investimento e com maior retorno desse investimento. E todas essas mudanças também modificaram os processos sociais no espaço off-line, com efeitos sobre os grupos e os fluxos de informação. Vários estudos mostraram, por exemplo, os efeitos do Twitter na organização da chamada “Primavera Árabe” (*Arabe Spring*).

Novos fenômenos passaram assim a emergir como objetos de estudo nas redes sociais on-line e nos sites de rede social. Entretanto, recentemente, passei a interessar-me pela rede de conversação gerada pela interconexão das redes sociais e dos sites de rede

<sup>4</sup> <http://www.foursquare.com>

<sup>5</sup> <http://www.facebook.com>

<sup>6</sup> <http://www.pinterest.com>

<sup>7</sup> <http://www.pinterest.com>

social, notadamente, pelo que chamo de conversação em rede (Recuero, 2012). Neste breve artigo, pretendo expor um pouco mais dessas ideias, focando principalmente a manutenção da face (conceito de Goffman, 1974 e 1967 para nortear a interação) e a violência discursiva e simbólica na conversação (principalmente por meio de atos de ameaça à face, notadamente, o “trolling”) e seus efeitos sobre o grande valor das redes sociais: o capital social.

## 2. Conversação em Rede e Hiperconexão das Redes Sociais

A conversação é um fenômeno emergente nos sites de rede social na atualidade, que enfoca as apropriações dessas redes para a interação. A conversação, conforme trato aqui, não é algo criado pelos sistemas técnicos, mas uma apropriação das próprias redes sociais desses sistemas de forma a criar elementos e sentidos. Assim, elementos como os turnos, o contexto etc., que na conversação face a face são essenciais, precisam ser reconstruídos na mediação das ferramentas digitais.

A conversação é um fenômeno que foca principalmente as interações orais, que ocorrem entre atores, em um determinado contexto, com alternância na tomada de turno de fala (Marcuschi, 2006; Kerbrat-Orecchioni, 2006). É um evento onde os atores, por intermédio de interações verbais, negociam sentido, constroem relações sociais e dividem informações e valores sociais. É pela conversação, assim, que conseguimos conhecer melhor o Outro, estabelecer relações e construir os laços sociais que vão estruturar os grupos sociais e a sociedade como um todo. Por isso, a conversação precisa ser organizada, ou seja, necessita de cooperação entre os atores (seja na negociação das regras, seja no objetivo, seja na legitimação dos discursos). Nesse sentido, Kerbrat-Orecchioni (2006, p. 11) explica que “na interação face a face, o discurso é inteiramente ‘coproduzido’”.

A conversação na mediação do computador apresenta características diferenciadas. Primeiro, porque é preciso apropriar es-



sas ferramentas, que são mais textuais. Assim, o uso de indicadores de oralidade, tais como o uso de palavras referentes ao “falar” e “dizer” na Internet (Herring, 2010), o uso de convenções específicas como emoticons e onomatopeias (Donath, 1999) etc. Além disso, o uso de elementos específicos oferecidos pelo sistema com sentidos reconstruídos (como os usos das hashtags no Twitter, por exemplo, conforme demonstram Honeycutt & Herring, 2009) é comum e faz parte dessa apropriação. Como essas práticas são eventos comuns na comunicação mediada por computador, diversos autores passaram a comparar a conversação mediada com a conversação oral (vide boyd & Heer, 2006; Hering, 2010; Primo e Smaniotto, 2006 entre outros). Mas o que é a conversação em rede?

Dentre as conversações mediadas pelo computador, há ainda uma forma nova. É aquela da conversação em rede. A conversação, nos sites de rede social, adquire, ainda, as características dos chamados públicos em rede (boyd, 2007), que seriam: (a) a permanência das interações, no sentido de que aquilo que foi publicado permanece acessível no site; (b) a buscabilidade, característica que se refere à capacidade de busca das mensagens nas ferramentas, que é também consequência da permanência; (c) a replicabilidade das mensagens, gerada justamente pela permanência e aumentada pela buscabilidade, e (d) a presença das audiências invisíveis, que se refere à característica da escalabilidade das redes. Essas quatro características dariam uma nova dimensão para a audiência das ferramentas mediadas.

Essas características, no caso dos sites de rede social, são também potencializadas pela apropriação. Por exemplo, diversos trabalhos (vide Recuero, 2004 e Fragoso, 2006 sobre o Orkut, e Huberman, Romero e Wu, 2009 sobre o Twitter) apontaram práticas de adição comuns nos sites de rede social. Essas práticas referem-se à adição de novas conexões pelos atores nessas ferramentas que não necessariamente representam conexões no mundo off-

line (ou que não têm a mesma força). Quanto mais conexões um determinado ator tem, mais próxima está sua rede de outros atores. Essa ideia está presente na discussão dos chamados “mundos pequenos”, onde as conexões-pontes (ou laços fracos ou conhecidos), que os atores possuem em muito maior número do que as dos laços fortes (os amigos), são as que conectam os diversos clusters (grupos) nas redes sociais, reduzindo os graus de conexão entre todos. É delas a importância fundamental para a circulação de informações entre os grupos sociais.

Vários trabalhos focam essas ideias, tais como os de Watts (2003) e Granovetter (1973 e 1983). Todos referem-se aos experimentos que demonstrariam a existência de “mundos pequenos” nas redes sociais, a partir de interconexões entre os grupos, reduzindo a distância máxima entre eles para apenas seis graus de separação. Entretanto, o que parece acontecer nos sites de rede social é uma amplificação das conexões e uma mudança nos padrões de conectividade. As pessoas parecem adotar práticas de adição de conexões fracas (pessoas que não conheciam ou que conhecem muito pouco), gerando redes cada vez mais conectadas. Backstrom *et al.* (2012) apontam evidências dessas práticas ao demonstrar que a distância social no Facebook é muito menor do que o esperado (apenas 3,74 graus de separação).

O que isso nos mostra? Parece que nos deparamos com uma **hiperconexão das redes** nos sites de redes sociais. As conexões nessas ferramentas parecem estar amplificadas pelas práticas sociais dos atores, amplificando, também, todas as características dos públicos em rede. Quanto mais conectados estão essas redes, mais visíveis estão as mensagens que são publicadas pelos atores e mais capazes são de ser discutidas, buscadas, replicadas e reproduzidas pelos demais. E é essa capacidade da conversação de transcender o grupo que a iniciou, navegando pelas conexões dos sites de rede social e ampliando a audiência e a participação dos demais, que caracteriza as conversações em rede. São conversa-



ções amplas, públicas, síncronas ou assíncronas<sup>8</sup> (embora sejam mais encontradas neste último tipo), que emergem das diversas interações entre os atores nessas ferramentas e que viajam pelas conexões, possibilitando larga participação. É o caso, por exemplo, de uma hashtag no Twitter: como dá uma dimensão contextual, amarra também uma determinada conversação, que pode ser seguida por outros atores que, a qualquer momento, podem tomar um turno e adicionar participação. Embora muitos desses atores estejam invisíveis porque ainda não participaram, eles também leem e recebem as mensagens que são publicadas. No Facebook, quando alguns atores passam a discutir alguma coisa em uma postagem, mesmo que esta não seja pública, ela torna-se visível para os amigos dos debatedores (mesmo que não sejam amigos entre si ou que não estejam conectados ao autor da mensagem que iniciou a conversação). Trata-se, assim, de conversações que ou são públicas ou têm o potencial de serem. Do mesmo modo, porque permanecem nesses sites e são visíveis, essas interações são replicáveis por outros atores e buscáveis dentro das ferramentas digitais.

### 3. Capital Social, Manutenção da Face e a Conversação

As conversações, portanto, servem para proporcionar a interação entre os atores. Entretanto, os atores também utilizam-se da conversação para construir valores e ter acesso a recursos do grupo, tais como a legitimação de impressões a respeito de si mesmos, o acesso a informações, o suporte e o apoio social etc. Esses elementos são chamados de capital social (Coleman, 1988; Bourdieu, 1983). O capital social é, assim, constituído dos valores negociados e embebidos na estrutura dos grupos sociais, aqueles

<sup>8</sup> Conversações assíncronas são aquelas em que as interações acontecem espalhadas no tempo, quando os envolvidos não estão conectados ao mesmo tempo, como blogs, e-mails etc. Já as síncronas são aquelas em que as interações acontecem enquanto os atores estão conectados ao mesmo tempo, simulando uma conversação, como a off-line.

associados a “fazer parte” desses grupos (Coleman, 1988; Putnam, 2000; Bourdieu, 1983). Esses valores sempre estiveram presentes nos grupos sociais, pois sua negociação é uma das motivações mais importantes para a ação social, conforme Coleman (1988).

Como constituído de valores e recursos associados às redes sociais, o capital social tem natureza mais polêmica. Por exemplo, há divergências sobre como o capital social poderia ser apropriado (se apenas coletiva ou também individualmente) e quais tipos de valores e recursos configurariam-se como capital social. Neste trabalho, consideraremos o capital social como aqueles recursos que são definidos pela sua função para os atores, como Coleman (1988), e que podem ser apropriados tanto pelos indivíduos quanto pelos grupos (assim, portanto, tem duplo aspecto). O capital social é constituído diretamente pelo investimento dos atores no grupo. Ao mesmo tempo, é um recurso que pode ser tanto apropriado pelo grupo como um todo (por valores construídos que geram segurança e confiança no grupo, como explicita Putnam, 2000) quanto pelos indivíduos (que, nesse caso, apropriam-se de valores que são negociados com outros indivíduos, como o acesso à informação e o suporte social, no sentido construído por Burt, 2001 e Coleman, 1988).

Desse modo, porque permitem a construção de redes sociais mais complexas e diferenciadas, os sites de rede social apresentam novas formas de ter acesso e construir capital social. É o que argumenta o trabalho de Ellison, Steinfeld & Lampe (2007) a respeito dos tipos de capital social que seriam disponíveis no Facebook. Para os autores, o site proporciona a seus membros acesso a um tipo de valor específico, denominado por eles de “capital social de manutenção”, ou seja, o Facebook torna mais fácil a manutenção das conexões sociais já existentes. Como estar num site de rede social e criar/manter as conexões ali demanda pouco investimento (se comparado com aquele necessário para uma rede social off-line), a quantidade de conexões é maximizada, em busca de



um retorno em cima dos valores construídos pelos grupos nas ferramentas. Essas conexões também permitem a emergência de outros tipos de valores e recursos. Primo (2009 e 2011), por exemplo, demonstrou como é possível construir, por essas conexões associativas, valores conectados à fama e à popularidade do ator na rede. Hogg e Adamic (2004) em uma via semelhante, demonstraram como as redes sociais são capazes de engrandecer a reputação dos atores, outro valor associado às conexões associativas dos sites de rede social. Portanto, estar mais conectado por meio desses sites representa, também, ter acesso a tipos diferentes de valores sociais.

Além disso, sites de rede social também permitem aos atores criar e manter uma “identidade” que pode ser legitimada pelos demais, gerando ainda outros valores, tais como reputação e autoridade. A busca pela legitimação dos demais de determinados valores e constructos que imaginamos para nós faz parte daquilo que Goffman (1967) chama de “trabalho de face”. A face, para o autor, é constituída pelos “valores sociais positivos” que um determinado ator busca por meio de sua expressão, de sua participação em situações de interação com outros. “A face é uma imagem do *self* delinada em termos de atributos sociais aprovados” (p. 5, tradução nossa)<sup>9</sup>, ou seja, uma imagem positiva constituída por um ator diante dos demais. Além disso, por ser constituída de “atributos sociais”, que se buscam positivos, é também um valor de capital social.

A conversação é o principal elemento utilizado no cotidiano para construir e legitimar a face. Essa conversação é recheada de rituais que são construídos culturalmente e que têm por objetivo organizar e normatizar as interações e estabelecer legitimação e manutenção das faces expostas pelos atores. Goffman (1967) explicita essas normas como rituais, convenções que guiam o pro-

cesso da conversação, cujo sentido é construído culturalmente. Há rituais para a troca de falantes, para o contexto, para aquilo que é dito etc.

A manutenção da face dá-se por um “trabalho de face”, ou seja, de negociações entre os atores de modo a manter os valores sociais positivos atribuídos à face proposta e que precisam ser legitimados pelos demais. Propor e receber legitimação de uma determinada face em uma determinada conversação é essencialmente uma negociação de valor. Estar ou manter uma face com sucesso implica, explica Goffman (1967), em sentimentos positivos e em valores para um ator e para um determinado grupo, na medida em que gera algum tipo de segurança social. A representação do “papal” social (Goffman, 1974) só pode ser bem-sucedida quando há legitimação do contexto e da face apresentada. A face buscada e a legitimação dessa face pelos demais atores, assim, influenciam as escolhas discursivas dos envolvidos na interação.

Os sites de rede social proporcionam formas diferentes de representação da face. Ao construir um perfil, há uma construção também de determinadas impressões que desejamos dar aos demais atores e à “audiência invisível”. Ao mesmo tempo, essa face proposta é legitimada (ou não) pelos demais atores que vão usar a plataforma para conversação.

Entretanto, interagir também apresenta risco para a face. Esse risco é baseado na possibilidade de que atos de ameaça à face venham a surgir de situações de interação. Esses atos acontecem quando a face não é legitimada pelos demais atores na conversação. Goffman (1967) argumenta que esse risco pode levar desde a tentativas de salvaguarda da face até mesmo o recolhimento do ator que não participa da interação para não sofrer essas ameaças. Em geral, as normas de interação pregam o respeito à face alheia. Assim, atos de ameaça à face são aqueles que colocam em risco a face proposta, quebrando as normas de interação (por exemplo, falas ofensivas, descrédito etc.).

<sup>9</sup> Tradução de: “Face an image of self delineated in terms of approved social attributes”.



É aqui que a conversação nos sites de rede social torna-se mais complexa. Enquanto os sites de rede social permitiram aos atores uma série de vantagens em termos de capital social, a superexposição e a conversação em rede, que muitas vezes levam uma mensagem a um público não esperado e heterogêneo, apresentam sérios riscos à face.

#### 4. Os Atos de Ameaça à Face, a Polidez e o Trolling na Conversação

O objetivo primordial da conversação é a manutenção da face. De modo especial, no espaço dos sites de rede social, a construção de capital social e a apropriação dos recursos para legitimação da face e criação de reputação por intermédio da conversação mediada pelo computador. Ao participar das conversações em rede, os atores esperam receber legitimação de sua face, pela participação e aceitação dos demais daquilo que enunciam e compartilham. Essa expectativa é frustrada quando acontece uma interação fora do *frame* pretendido, ou seja, quando acontece uma quebra da polidez (das normas da conversação), com um ato de ameaça à face (que no caso dos sites de rede social pode ser apontado principalmente por meio do trolling e da violência, que discutiremos adiante).

Antes de tudo, no entanto, é preciso compreender a polidez. Para que a conversação ocorra de forma coerente e organizada, os atores participantes precisam respeitar e negociar normas. Essas normas constroem a polidez. Kerbrat-Orecchioni (2006) explica que a polidez é uma noção que acompanha a normatização pela qual os enunciados verbais estão submetidos. São “aspectos do discurso que são regidos por regras cuja função é preservar o caráter harmonioso da relação interpessoal” (p. 77). A polidez, assim, constitui-se numa dimensão normativa da conversação, que guia aquilo que é dito e o modo como é dito por meio de formas que são culturalmente e contextualmente aceitas pelos grupos. A polidez é, assim, um elemento ritualístico dentro da conversação

que visa preservar a cooperação nas interações e evitar o conflito e a ameaça à chamada “face”.

A noção de face remete também às impressões que são construídas e legitimadas na interação entre os atores, ou seja, às impressões que são projetadas por eles e que constituem também a visão de quem é o ator e o modo como os outros o percebem. Assim, a construção e a manutenção da face são elementos motivadores para a normatização da interação por meio da polidez, uma vez que é preciso uma cooperação ativa dos participantes para a manutenção da face de cada ator. Contudo, a face é constantemente ameaçada por atos denominados “*face-threatening acts*” (atos de ameaça à face). Essas ocorrências acontecem quando há ameaça e dano à face de um dos interagentes, ou seja, quando há uma ação verbal ou não verbal que vai contra o desejo de legitimação da face de algum dos autores envolvidos (Goffman, 1967), conforme discutimos nos capítulos anteriores. Nesse contexto, a polidez surge como elemento de normatização das interações que visa evitar o confronto e obter a colaboração dos interagentes na manutenção das faces.

Entretanto, para que a face seja mantida na interação mediada pelo computador, é necessário um trabalho de cooperação com base nas normas de polidez que são estabelecidas pelos grupos. Com o fenômeno da hiperconexão, como dissemos, entretanto, há grupos muito mais heterogêneos em contato, o que dificulta a negociação da polidez. Assim, mais atos de ameaça à face podem ocorrer. Talvez por isso seja frequente o uso de regras de interação, conversação e comportamento em canais de chats, fóruns e ferramentas de CMC. Crystal (2006) explica que são modos de explicitar a etiqueta (e, portanto, reforçar as formas de polidez), uma vez que as normas de comportamento não são imediatamente discerníveis no espaço on-line.

Quando não há cooperação, seja pelo desconhecimento das normas, seja pelo descaso pelas mesmas (o que é comum, uma vez



que os grupos na conversação em rede não são necessariamente formados pelo estabelecimento de interações e laços mais fortes, logo, não há compromisso), há conflitos e violência nos discursos. Dery (1994) aponta a separação da palavra do corpo como um dos elementos que geram uma aceleração da hostilidade em um conflito, possivelmente por conta de uma sensação de impunidade associada à ausência desse corpo e ao anonimato<sup>10</sup>. Não há, assim, uma “punição” do grupo, tal como a perda de reputação, ou a redução do acesso ao capital social, quando o ator decide não cooperar ou não respeitar as normas de polidez em uma conversação. Quanto mais distante o ator se sente dos demais participantes da conversação, menor é seu compromisso, logo, maior a chance de ele cometer um ato de atentado à face contra outro. Por isso, a conversação em rede é um espaço frutuoso para a emergência de discussões inflamadas, discursos agressivos e ofensivos e, mesmo, pela propagação da violência.

Todo o ato de atentado à face, no espaço da mediação do computador, representa um ato que deslegitima os participantes da conversação, notadamente por alguma forma de violência (simbólica). A polidez não é um elemento dado na conversação mediada. Ao contrário, quanto mais assíncrona a conversação, mais complicada parece ser a negociação da polidez, uma vez que interpretações errôneas podem induzir os atores a pensar que estão sofrendo um ato de ameaça à face. E esses atos têm consequências sobre os atores e suas participações nas conversações mediadas, notadamente, o conflito e o silenciamento dos participantes das conversações.

Em sites de rede social, esses atos de ameaça à face tendem a ser realizados mais fortemente por usuários anônimos, pelo “trolling”. Zago (2012) define o “troll” como aquele que “busca

<sup>10</sup> Dery fala especificamente das *flame wars* (guerras inflamadas), debates acalorados e violentos que acontecem em ferramentas de CMC.

interferir no bom andamento de uma discussão”, principalmente “através de comentários maldosos e fora de contexto” (p. 151). Krapitz (2012, p. 35) explica que o “trolling é o ato de desestabilizar as pessoas, para a diversão pessoal ou de vários outros” (tradução nossa)<sup>11</sup>. A ação do troll pode levar ao “flaming”, que corresponde à discussão acalorada, à briga, em geral recheada de ofensas pessoais e críticas (Donath, 1999). O troll, desse modo, é aquele que, nas suas interações, ameaça a face do Outro, ridicularizando, ofendendo, perturbando ou desestabilizando as construções<sup>12</sup>.

Embora possamos argumentar que o objetivo principal do “trolling”, ou “trolagem”, como é referenciado comumente na Rede, seja a troça, consideramos o troll como aquele que busca a desestabilização da face alheia. Como Donath (1999), associamos o “trolling” ao conflito. Embora o objetivo do trolling possa não ser a discussão e o conflito diretos, a ação do troll nos sites de rede social gera um comprometimento da interação da conversação, que pode tornar-se conflituosa. A presença do troll, assim, gera insegurança nos grupos, reduzindo o capital social que é construído pelas conversações em rede. Ao conduzir suas interações de modo a quebrar as regras de polidez, o troll coloca em risco a face do outro, levando, muitas vezes, ao silenciamento deste.

O pretenso anonimato, que inibe a “punição” pela quebra das normas de polidez, parece ser uma das principais razões para a desinibição do comportamento agressivo e disruptivo (Ess, 1996). A forma agressiva de comportamento dos trolls também nasce na medida em que este compromete a cooperação em torno da conversação para obter visibilidade para sua ação e, muitas ve-

<sup>11</sup> Tradução de: “Trolling is the act of disrupting people for personal amusement or the amusement of many.”

<sup>12</sup> O trolling, entretanto, é entendido por alguns autores, como Herring *et al.* (2002), de forma mais superficial, em que o objetivo é fazer com que o outro “perca tempo” e se envolva em discussões fúteis e não exatamente o conflito.



zes, comprometer ou lançar dúvidas sobre a reputação do Outro. Essas práticas, portanto, também podem decorrer da busca pelo capital social e da apropriação, a qualquer custo, dos recursos gerados em comum. Entretanto, quando ocorre o silenciamento e a retirada da conversação, há um decréscimo do valor de capital social que é construído, pois as trocas são reduzidas. Há, portanto, um contrassenso intrínseco nas práticas do “trolling”.

Em sites de rede social, entretanto, o “trolling” parece bastante associado ao humor. Busca-se a visibilidade e a reputação do bom humor pela destabilização da face do Outro. Dentro dessa perspectiva, nem sempre o “troll” está consciente que sua ação está legitimando a desconstrução e a perturbação da face do Outro. É o caso, por exemplo, de práticas consistentes no Facebook, tais como apropriação “memes”<sup>13</sup> que ridicularizam ou comprometem classes de indivíduos ou indivíduos em particular (por exemplo, um determinado candidato durante as eleições que é ridicularizado em cima de uma discussão a respeito de sua orientação sexual; ou uma imagem em que as chamadas “periguetes” são ridicularizadas por suas roupas). Tais discursos, embora humorísticos, reproduzem preconceitos sexuais e de gênero, ou seja, são intrinsecamente violentos e capazes de ameaçar a face de suas vítimas. Muitos dos usuários que compartilham, comentam ou curtem tais mensagens nem sempre estão conscientes de sua ação de “trolling”, mas indiretamente estão conscientes do humor e da busca pela visibilidade enquanto capital social. Entretanto, a consequência última dessas ações é a popularização desses discursos agressivos e o silenciamento ou o flaming por parte dos ofendidos.

Essas práticas são potencializadas pela hiperconexão. Quanto mais distantes em termos de backgrounds são os participantes da

<sup>13</sup> Usamos a palavra meme no sentido da ideia que é reproduzida em larga escala pelos usuários.

conversação, maiores as diferenças e mais facilmente emerge o conflito e o trolling. A ameaça à face, portanto, nessas ferramentas, torna-se potencialmente mais danosa, uma vez que é mais pública por conta da hiperconexão, mais replicável, mais permanente (como as características dos públicos em rede) e, igualmente, mais abrangente em termos de rede. Uma ofensa, assim, é potencializada pela própria rede e pela capacidade da rede de reproduzir o caso e amplificar seus efeitos para os envolvidos.

Com isso, vemos que os atos de ameaça à face, nas conversações em rede, são potencialmente danosos para a produção de capital social no grupo, especialmente aquele vinculado à apropriação coletiva (como a confiança no ambiente social, para Bertolini e Bravo, 2004; e a segurança e o engajamento dos atores, para Putnam, 2000), pois atores que não foram atingidos passam a agir de forma mais comedida, mais receosos daquilo que veem. Também produzem efeitos negativos no capital social apropriado pelos indivíduos, especialmente os recursos notadamente apropriados pela legitimação da face, tais como a reputação, autoridade etc., inclusive com a circulação de informações falsas (Zago, 2012).

## 5. Conclusões

Neste artigo, busquei delimitar e discutir aspectos dos atos de ameaça à face, de um modo especial, a prática do trolling e seus efeitos nas redes sociais na Internet de forma ampla. Essas práticas podem gerar danos consideráveis para os grupos e as conversações em rede, notadamente reduzindo o capital social gerado e construído pela mediação do computador. A hiperconexão dos grupos, gerada pelos sites de rede social, e as próprias características dos públicos em rede podem, inclusive, potencializar os danos gerados pelo “trolling” à face e ao capital social. É preciso, portanto, estudar com cuidado os efeitos gerados pela conversação em rede, de modo especial, com atenção para as formas de propagação do discurso da violência e da agressividade por meio



dos conflitos gerados por essas práticas. De um modo especial, a forma do humor tende a mascarar o discurso de forma crucial, tornando-o mais facilmente legitimado e propagado pelos atores.

Em minha trajetória de pesquisa, percebo, cada vez mais, a necessidade de foco não apenas nos efeitos positivos das redes sociais na Internet, mas, igualmente, naqueles negativos. Os atos de ameaça à face podem ser, assim, pelo trolling, terrivelmente danosos para os atores envolvidos, levando à perda de capital social, ao silenciamento e, mesmo, ao rompimento das conexões que mantêm as redes (por exemplo, pela retirada do perfil do site de rede social). A conversação em rede, assim, pode vir constituir-se em um ponto fundamentalmente negativo para as redes sociais on-line.

Este breve artigo traz algumas das inquietações que, assim, permeiam meus interesses de trabalho nas redes sociais no presente momento, principalmente o foco na propagação do discurso da violência, de onde procurei trazer a questão central e os efeitos do trolling. Nesse sentido, busquei, dentro da própria perspectiva interacionista de onde o Limc trabalhou, trazer questões abrangentes e desafios para o estudo da interação mediada pelo computador.

## 6. Referências

AMARAL, A.; QUADROS, C. Agruras do blog: o Jornalismo Cor-de Rosa no ciberespaço. *Razón y Palabra*, v. 53, 03, México, 2006.

ARAÚJO, J. C. A Conversa na Web: Um estudo da Transmutação em um Gênero Textual. In: MARCUSCHI, L.A.; XAVIER, A.S. *Hipertexto e Gêneros Digitais: novas formas de construção do sentido*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

BACKSTROM, L.; BOLDI, P.; ROSA, M.; UGANDER, J.; VIGNA, S. Four Degrees of Separation. 2012. Disponível em: <<http://arxiv.org/pdf/1111.4570v3>>

BERTOLINI, S.; BRAVO, G. *Social capital, a multidimensional concept*. 2004. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20030318075349/http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>. Acesso em: 8 jun. 2008.

BOURDIEU, P. The Forms of Capital. In: *Handbook of theory and Research for*

*Sociology of Education*, edited by J.G. Richardson. Westport, CT: Greenwood Press, 1983.

BOYD, Danah. "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life." MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume (ed. David Buckingham). Cambridge, MA: MIT Press, pp. 119-142, 2007. Disponível em: <http://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf> Acesso em: 12/07/2012.

BOYD, Danah; HEER, Jeffrey. "Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster." *Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-39)*, Persistent Conversation Track. Kauai, HI: IEEE Computer Society. January 4 - 7, 2006. Disponível em: <http://www.danah.org/papers/HICSS2006.pdf> Acesso em: 12/07/2012.

BOYD, D.; GOLDR, S.; LOTAN, G. "Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter." HICSS-43. IEEE: Kauai, HI, January 6, 2010.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>, 2007. Acesso em: 10/07/2008.

BURT, R. "Structural Holes Versus Network Closure as Social Capital," Ronald S. Burt, in N. Lin, K. Cook and R. S. Burt: *Social Capital: Theory and Research*. Sociology and Economics: Controversy and Integration series. New York: Aldine de Gruyter, 2001, p. 31-56.

COLEMAN, J. S. Social Capital and the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, n. 94, p. S95-S120, 1988.

CRYSTAL, D. *Language and the Internet*. Cambridge University Press, Second Edition, 2006.

DERY, M. *Flame wars: the discourse of cyberculture*. Duke University Press, 1994.

DONATH, J. S. Identity and Deception in the Virtual Community. Smith, M. A., Kollock, P (Eds). *Communities in cyberspace*. London; New York: Routledge, 1999.

ESS, C. *Philosophical perspectives on computer-mediated communication*. Ess, Charles (Editor); Ess, Charles. Albany : State University of New York Press, 1996.

Ellison, N. Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). *The benefits of Facebook 'friends': Exploring the relationship between college students' use of online social networks and social capital*. In *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (3).

FREEMAN, L. *The Development of Social Network Analysis*. A Study in the Sociology of Science. Empirical Press: Vancouver, 2004.

FRAGOSO, S. *WTF a crazy Brazilian invasion*. Proceedings of CATaC, 2006. P. 255-274.



GOFFMAN, E. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. 9ª edição. Petrópolis, Vozes: 2001 (1974).

\_\_\_\_\_. *Interaction Ritual: Essays on Face-To-Face Behavior*. Pantheon Books, New York, 1967.

GRANOVETTER, M. The Strength of Weak Ties. *The American Journal of Sociology* 78 (6):1360-1380, 1973.

HERRING, S. Introduction. In S. C. Herring (Ed.), *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives* (pp. 1-10), 1996. Amsterdam: Benjamins. Disponível em: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/cmc.intro.1996.pdf> Acesso em: dezembro de 2011.

HERRING, S. C. (2010). Computer-mediated conversation: Introduction and overview. *Language@Internet*, 7, article 2. <http://www.languageatinternet.org/articles/2010/2801>

HERRING, S. C.; JOB-SLUDER, K.; SCHECKLER, R.; BARAB, S. (2002). Searching for safety online: Managing “trolling” in a feminist forum. *The Information Society*, 18 (5), 371-383. <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/trolling.pdf>

HONEYCUTT, C.; HERRING, S. C. Beyond microblogging: Conversation and collaboration via Twitter. *Proceedings of the Forty-Second Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-42)*. Los Alamitos, CA: IEEE Press, 2009. Disponível em: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/honeycutt.herring.2009.pdf>

HUBERMAN, B.; ROMERO, D. WU, F. Social Networks that Matter: Twitter under the microscope. Volume 14, Number 1 - 5 January 2009. Disponível em: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2317/2063/> Acesso em: 12/07/2012.

HOGG, T.; ADAMIC, L. ‘Enhancing reputation mechanisms via online social networks’, ACM EC’06, New York, NY, 236-237, 2004.

KAPRITZ, S. *Troll Culture – A Comprehensive Guide*. 2012. Disponível em: <http://wwwwwwwww.at/trolls/> (Acesso em: 20/08/2012).

KERBRAT-ORECCHIONI, C. *Análise da Conversação. Princípios e Métodos*. São Paulo: Parábola Editorial, 2006.

KO, K. *Structural Characteristics of Computer-Mediated Language. A Comparative Analysis of InterChange Discourse*. *Electronic Journal of Communication*, Vol. 6, Nº. 3, 1996. Disponível em: [http://www.cios.org/EJCPU-BLIC/\\$964733218640\\$/006/3/006315.HTML](http://www.cios.org/EJCPU-BLIC/$964733218640$/006/3/006315.HTML). Acesso em: 20/06/2008.

LEMOS, A. *Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LIN, N. *Social Capital. A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

MARCUSCHI, L. A. *Análise da Conversação*. São Paulo: Editora Ática, 2006.

PRIDHAM, F. *The Language of Conversation*. Routledge: London, 2001.

PRIMO, A. *De narcisismo, celebridades, celetoides e subcelebridades: o caso*

*Tessália e sua personagem Twittess*. *Comunicação, Mídia e Consumo* (São Paulo. Impresso), v. 7, p. 159-189, 2010.

\_\_\_\_\_. *Existem celebridades da e na blogosfera? Reputação e renome em blogs*. *Líbero (FACASPER)*, v. 12, p. 107-116, 2009.

PRIMO, A.; SMANIOTTO, A. R. *Blogs como espaços de conversação: interações conversacionais na comunidade de blogs insanus*. *E-Compos*, v. 1, n. 5, 2006. Disponível em <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/conversacao.pdf> >. Acesso em: 20/06/2008.

PUTNAM, R. D. *Bowling Alone*. New York: Simon & Schuster, 2000.

RECUERO, R. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

\_\_\_\_\_. *Redes Sociais na Internet: Considerações iniciais – Artigo publicado na revista E-Compós*, edição 2, em 2005/1. O trabalho também foi apresentado no GT de Tecnologias da Comunicação e da Informação da XXVII Intercom, em setembro de 2004, em Porto Alegre/RS.

\_\_\_\_\_. *A Conversação em Rede*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RIBEIRO, J. C. *The increase of the experiences of the self through the practice of multiple virtual identities* *Psychology Journal*, 2009 Volume 7, Number 3, p. 291-302, 2009.

STEINFELD, C.; ELLISON, N.B.; LAMPE, C. *Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis*. *Journal of Applied Developmental Psychology* 29 (2008) 434-445.

SCOBLE, R.; ISRAEL, S. *Naked Conversations: How Blogs are Changing the Way Businesses Talk with Customers*. John Wiley & Sons: 2006.

WATTS, D. *Small worlds: the dynamics of networks between order and randomness* Princeton University Press, 2003.

ZAGO, G. *Trolls e Jornalismo no Twitter*. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Volume 09, 1, janeiro a julho de 2012.