

A EMERGÊNCIA DO FACEBOOK COMO INSTRUMENTO DE LUTA POR RECONHECIMENTO

The emergence of Facebook as an instrument of struggle for recognition

Mário César de Souza*

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar a relação entre o Facebook, enquanto rede social, e a luta por reconhecimento. Para este fim, utilizamos como coleta de dados os seguintes procedimentos metodológicos: bibliográfico, levantamento e leitura de textos para aprofundar e ampliar estudos sobre a temática, e pesquisa em páginas do Facebook. Para dar sustentação teórica ao nosso projeto utilizamos o livro de Axel Honneth (2003) “Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais”. Com essa empiria, podemos concluir que o Facebook é um facilitador, em rede, de criação, captação e distribuição de novos conceitos, que oferecem aos sujeitos maiores espaços de lutas por reconhecimento, seja no campo pessoal, social ou político.

Palavras-chave: Facebook; Luta por reconhecimento; Redes sociais.

ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the relationship between Facebook, as a social network, and the struggle for recognition. For this purpose, we used the following methodological procedures as data collection: bibliographic, survey and reading of texts to deepen and expand studies on the subject, and research on Facebook pages. To give theoretical support to our project, we used the book by Axel Honneth (2003) “Struggle for recognition: the moral grammar of social conflicts”. With this empirical evidence, we can conclude that Facebook is a facilitator, in a network, for the creation, capture and distribution of new concepts, which offer subjects greater spaces for struggles for recognition, whether in the personal, social or political field.

Keywords: Facebook; Struggle for recognition; Social networks.

* Doutorando em Sociologia pela Universidade Federal de Sergipe. Mestre em Sociologia. Especialista em Comunicação Educacional pela Faculdade São Luis de France. Graduado em Letras Português e Francês. Graduado em Ciências Sociais.

1. INTRODUÇÃO

O conceito Honnethiano de reconhecimento remete às expectativas morais de comportamento sustentadas pelos sujeitos frente a seus parceiros de interação. Na concepção de Honneth¹ (2003) são as expectativas morais do comportamento dos outros agentes que formam o processo de interação intersubjetiva. Quando estas expectativas são frustradas nascem os conflitos. A intenção de Honneth (2003) é fazer uma investigação sobre as configurações de reconhecimento. Para esse autor, o conflito é a base da interação, cuja sua gramática é a luta por reconhecimento.

Neste trabalho, utilizamos o filósofo Axel Honneth como o principal referencial teórico. Desse modo, reconhecemos que nosso conceito de luta por reconhecimento foi fundamentado no livro "*Luta por Reconhecimento: A Gramática Moral dos Conflitos Sociais*" (HONNETH, 2003), em que o princípio dessa luta é sustentado por vários elementos. Primeiramente, o conceito está baseado na importância atribuída à consciência do outro nas ações promovidas pelo sujeito (1). A reciprocidade é o alicerce que sustenta essa posição, ou seja, o sujeito só pode compreender verdadeiramente a si mesmo quando leva em consideração o outro (2). Além disso, a constituição do sujeito como tal acontece porque há outro que o reconhece enquanto sujeito (3). A solidariedade, baseada na premissa da simetria entre os sujeitos, desempenha um papel fundamental nesse processo (4). O prestígio ou a reputação fazem parte da individualização do reconhecimento e representam valores que proporcionam novas formas de autorrealização. Quando o sujeito se sente prestigiado, ele se percebe inserido no contexto social (5) (HONNETH, 2003; SOUZA, 2016, 2020).

A nosso ver, a temática da luta por reconhecimento assume grande relevância no âmbito das ciências sociais e se apresenta contemporaneamente como uma aplicação da teoria crítica, possibilitando abordagens inovadoras dos conflitos presentes na sociedade (MATTOS, 2006). Nesse contexto, Bressiani (2011) destaca que os indivíduos atualmente desenvolvem perspectivas morais de comportamento por meio de artifícios de mediação social.

De acordo com Honneth (2003), o reconhecimento assume diferentes formas – amor, direito e solidariedade – nas quais os indivíduos lutam para serem reconhecidos. O amor é uma relação primária que se manifesta intensamente em pequenos grupos, como casais, amigos e pais e filhos. A dependência mútua entre os seres humanos desde o nascimento forma a base para o reconhecimento

¹“Axel Honneth é sociólogo e filósofo de Frankfurt e se debruçou sobre a formulação da teoria crítica do reconhecimento com contribuições decisivas. Foi assistente e posteriormente sucessor de Habermas naquela Universidade. Ele segue os esforços de Charles Taylor para dar à categoria do reconhecimento um papel central dentro da concepção política moderna e, além disso, conferir uma abordagem que lhe retire o caráter abstrato e metafísico impresso por Hegel, para permitir torná-la sensível à investigação e comprovação empírica” (BRESSIANI, 2011, p. 01).

no âmbito afetivo. O cuidado, carinho e atenção transferidos ao outro são esperados para alcançar um reconhecimento mútuo, tornando-o essencial para o desenvolvimento emocional e relacional dos indivíduos.

Já o reconhecimento jurídico é baseado na importância atribuída à consciência do outro nas ações do sujeito. Através dele, o indivíduo percebe-se como parte de uma comunidade, compartilhando os mesmos direitos e obtendo autorrespeito. A reciprocidade e a simetria intersubjetiva são fundamentais para a compreensão plena de si mesmo em relação aos outros. A busca pela igualdade, justiça e dignidade é refletida na luta por esse tipo de reconhecimento, levando muitas vezes a reivindicações por mudanças nas políticas e leis para garantir os direitos de todos os cidadãos (HONNETH, 2003).

A solidariedade, por sua vez, vai além da mera tolerância à particularidade individual. Ela envolve um interesse afetivo genuíno pela singularidade do outro. Essa forma de reconhecimento é vital na luta por uma compreensão mútua e por respeito entre os diversos grupos sociais. A solidariedade busca construir pontes entre diferentes grupos sociais, fomentando a empatia e o entendimento das experiências e realidades de cada um (HONNETH, 2003).

Em suma, as formas de reconhecimento – amor, direito e solidariedade – desempenham papéis cruciais na construção de relações igualitárias e empáticas na sociedade. Pelo nosso prisma, a luta incessante por reconhecimento estrutura os conflitos sociais e impulsiona o aprendizado moral coletivo, visando promover uma sociedade mais justa e respeitosa para com todos os seus membros (HONNETH, 2003; SOUZA, 2016; 2020).

2. FACEBOOK: UM FACILITADOR EM REDE DE CRIAÇÃO, CAPTAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE NOVOS CONCEITOS

Segundo Defleur e Ball-Rokeach (1993, p. 17), “Nossa impressionante capacidade atual de enviar mensagens instantaneamente a distâncias imensas, e para suscitar significados semelhantes em milhões de pessoas ao mesmo tempo, é tão familiar para nós que é fácil encará-la com indiferença”. E é a essa indiferença à qual nos opomos. Entendemos que no interior dessa mídia social, Facebook, encontram-se fatores importantíssimos, como as lutas por reconhecimento, por exemplo, que merecem ser estudados, pois aferimos que, nos dias de hoje, o poder de visibilidade conferido pelo Facebook é um fator determinante para novas ações sociais (SOUZA, 2016; 2020).

Nesse cenário, Boyd (2010) identifica a existência de um novo tipo de público chamado de "público em rede", que é caracterizado por possuir atributos inerentes ao ambiente digital, i.e.: a)

persistência, que implica na permanência das informações publicadas *on-line*; b) replicabilidade, pois as informações podem ser facilmente reproduzidas, mantendo-se idênticas ao original; c) escalabilidade, ou seja, a disseminação das informações pode crescer exponencialmente dentro das redes, gerando maior visibilidade; e d) "buscabilidade", que se refere à capacidade dessas informações serem encontradas e acessadas nos espaços virtuais. Essas mudanças acarretam novas formas de circulação de informações nesse público em rede, resultando em uma "nova dinâmica" dos contextos de interação. Ademais, essas propriedades permitem uma melhor apreensão dos efeitos resultantes da incorporação dessas ferramentas no dia a dia dos indivíduos e na divulgação de conteúdos nos círculos sociais.

Como podemos perceber no texto acima, enquanto meio de comunicação, o Facebook é um facilitador em rede de criação, captação e distribuição de novos conceitos. Isso oferece aos sujeitos maiores espaços de lutas por reconhecimento, seja no campo pessoal, social ou político. Tanto é que "o conhecimento arqueológico dos memes², dos virais, das gírias e até mesmo das funcionalidades e ferramentas funcionam como moeda de disputa do capital social dos usuários mais familiarizados com os menos familiarizados" (AMARAL, 2011, p. 02).

Pelo nosso olhar, o Facebook faz mais que unir pessoas *on-line*, ele une sentimentos, veicula ideias e compartilha ideais. Desse modo, se transformou em um campo de batalha onde estratégias elucidam e confundem ao mesmo tempo. Um verdadeiro tabuleiro de xadrez onde todos são peões e reis, num jogo em que realidade e ficção tramam o mesmo tecido social (SOUZA, 2016; 2020). Dito de outra forma, um teatro onde atores reais e avatares digladiam para consolidarem-se nesse espaço comunicativo. "As sociabilidades em rede ampliam e permitem a criação de laços com desconhecidos e possibilitam as comunicação e visibilidade mais rápidas, sem a necessidade de intermediação para que isso aconteça" (SILVA, 2014, p. 45).

Pode parecer óbvio afirmar que com o advento do Facebook, como rede social, o campo de luta por reconhecimento se ampliou. Porém, o objetivo desse trabalho é apresentar algumas maneiras pelas quais se dá essa ampliação e como essa ferramenta de comunicação social é utilizada para esse fim. Pelo ângulo, a chegada do Facebook não significou, simplesmente, que os modelos de comunicação tradicionais foram substituídos, mas que eles foram flexibilizados, descentralizados (SOUZA, 2016).

² "O termo Meme de Internet é usado para descrever um conceito que se espalha via Internet. O termo é uma referência ao conceito de memes, que se refere a uma teoria ampla de informações culturais, criada por Richard Dawkins em 1976 no seu livro *The Selfish Gene*. Na sua forma mais básica, um Meme de Internet é simplesmente uma ideia que é propagada através da *World Wide Web*. Essa ideia pode assumir a forma de um hiperlink, vídeo, imagem, *website*, *hashtag*, ou mesmo apenas uma palavra ou frase. Esse meme pode se espalhar de pessoa para pessoa através das redes sociais, blogs, e-mail direto, fontes de notícias e outros serviços baseados na web tornando-se geralmente viral". Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Meme>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

Um exemplo claro disso é a mudança no poder exercido pelo Estado através de ferramentas de manipulação simbólica, como a informação, que foi flexibilizado com o surgimento do Facebook. Anteriormente, o Estado controlava o monopólio informativo, mas com a chegada dessa mídia social, os indivíduos passaram a ter a capacidade de produzir conteúdo, o que resultou na disseminação de informações de forma mais flexível e na quebra do controle estatal sobre elas.

Segundo Weber (2002, p. 18), explicar uma ação “requer uma apreensão da conexão de sentido dentro do qual ocorre o curso da ação real”, mas, em se tratando de um objeto cujo campo de atuação é o ciberespaço, carece perguntar: o que é o real quando estamos tentando apreender o universo *on-line* das mídias sociais? Para respondermos a essa pergunta é necessário abrir um parêntese para discutir dois termos que são facilmente confundidos como opostos ou se não, pelo menos mal interpretados: o real e o virtual³.

Segundo Lévy (1996), normalmente a palavra virtual é utilizada para significar que algo inexistente, já a realidade seria algo materializado. Para o autor supracitado, a virtualização⁴ pode ser entendida como movimento contrário, a atualização; o atual é uma resposta ao virtual e configura-se como primordial condutor da criação do real. Isto é, assim como a semente é uma árvore em potencial, o virtual é o real em potencial. Virtual e real não perfazem uma antinomia. Por isso, “[...] a identidade passa a ser fruto de um processo de construção intencional e, desse modo, os sujeitos teriam total liberdade na reelaboração de suas personas. [...] O sujeito passa, então, a ser o criador de si mesmo [...]” (FELINTO, 2005, p. 48.). Torna-se, então, um sujeito virtual, ou seja, é como é, mas, poderia ser de outra maneira. É nesse contexto que asseveramos que com o surgimento do Facebook o palco da luta por reconhecimento foi ampliado.

Na visão de Teixeira (2012), o Facebook é uma rede rizotônica onde o internauta pode transitar, fazer novas amizades e, também, reencontrar pessoas. Para Dias e Couto (2011, p. 636), “as redes sociais são ambientes [...] nos quais sujeitos se relacionam instituindo uma forma de sociabilidade que está ligada à própria formulação e circulação do conhecimento”. Coelho (2011), por sua vez, aponta que o cuidado com a criação da própria imagem, a importância da imagem para se estabelecer e se sobressair na sociedade é uma fórmula poderosa que vem sendo utilizado há muito

³ “A palavra virtual vem do latim medieval *virtualis*, derivado por sua vez de *virtus*, força, potência. Na filosofia escolástica, é virtual o que existe em potência e não em ato. O virtual tende a atualizar-se, sem ter passado, no entanto, à concretização efetiva ou formal. A árvore está virtualmente presente na semente. Em termos rigorosamente filosóficos, o virtual não se opõe ao real, mas ao atual: virtualidade e atualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes” (LÉVY, 1996, p. 15).

⁴ “A virtualização não é uma desrealização [...], mas uma mutação de identidade, um deslocamento do centro de gravidade ontológico do objeto considerado: em vez de se definir principalmente por sua atualidade (uma solução), a entidade passa a encontrar sua consistência essencial num campo problemático. Virtualizar uma entidade qualquer consiste em descobrir uma questão geral à qual ela se relaciona, em fazer mutar a entidade em direção a essa interrogação e em redefinir a atualidade de partida como resposta a uma questão particular (LÉVY, 1996, p. 17-18).

tempo e em várias sociedades. Segundo esse autor, Facebook é apenas mais um instrumento criado pela nova realidade social mediada pelo computador e pela internet.

Para Castells (2013, p. 12), o Facebook é uma mídia que se configura em uma autocomunicação: “autocomunicação porque a produção da mensagem é decidida de modo autônomo pelo remetente, a designação do receptor é auto direcionada e a recuperação de mensagens é [...] auto selecionada”. Por isso, é preciso entender que a compreensão do funcionamento do Facebook, na confecção e circulação de sentidos e na formação do conhecimento do indivíduo moderno, é compreender o modo de subjetivação do sujeito em uma determinada formação social (DIAS; COUTO, 2011).

Sublinhamos que no Facebook, ocorre a apresentação de características específicas através da combinação de diferentes modos de comunicação, que são compartilhados entre os usuários durante suas interações. Essas diversas formas de comunicação multimodal incluem discursos de natureza religiosa, política, propagandista, informativa e até mesmo simples interações entre os indivíduos. Por meio dessa plataforma, são construídas relações sociais entre amigos, conhecidos, desconhecidos, empresas e instituições, entre outros, utilizando ferramentas interativas para diversos fins (SOUZA, 2016). Nesse contexto, um sujeito que comunica busca influenciar um sujeito que interpreta por meio de uma ampla gama de discursos possíveis (MACHADO; MELO, 2014). Por isso, de nossa parte, asseveramos que o fato dessa mídia social se apresentar como um precioso instrumento na luta por reconhecimento, tanto individual quanto coletivo, é devido à grande facilidade que ela oferece para se produzir e veicular conteúdo.

3. RECONFIGURAÇÃO SOCIAL PROMOVIDA PELO FACEBOOK

Assinalamos que luta por reconhecimento sofreu uma grande ampliação do seu campo de agência com a entrada em cena do Facebook porque essa ferramenta ajudou a promover a “política da diferença” e serve como canal para que “cada diferença” ocupe sua posição dentro do espaço comunicativo. Acreditamos que a identidade só pode ser compreendida considerando o constante movimento da relação com o outro, em que o “eu” se constrói e se define (DIAS; COUTO, 2011).

Podemos perceber como isso se dá no hemisfério *on-line* aludindo aos protestos sociais ocorridos em 2013, contra o aumento das passagens de ônibus. Esses protestos tiveram início em São Paulo e se espalharam pelo Brasil, em grande parte, promovidos com o auxílio do Facebook. Nas palavras de Castells (2013, p. 178), o que ocorreu foi “Um grito de indignação [...] (que) se difundiu pelas redes sociais e foi transformado no projeto de esperança de uma vida melhor, por meio da ocupação das ruas em manifestações que reuniram multidões em mais de 350 cidades”.

Como diziam os manifestantes naquela ocasião: “não era somente pelos vinte centavos⁵”, mas sim por outros fatores que, na visão deles, estavam ferindo a dignidade do povo brasileiro, dentre eles os gastos exorbitantes que foram feitos na realização da copa do mundo de 2014 (que ocorreu no Brasil). Na visão dos manifestantes, um povo carente de saúde, de boa educação, de segurança não poderia ver milhões de reais empregados em obras supérfluas, superfaturadas, sem se rebelar.

Em seu livro *Redes de Indignação e Esperança*, Manuel Castells (2013) faz um levantamento dos movimentos sociais na era da internet e coloca o quanto as mídias sociais foram importantes para promover uma mudança substancial na geopolítica mundial. Nesse livro, Castells (2013) analisa a revolução das panelas ocorrida na Islândia; as insurreições árabes; os indignados na Espanha; o *occupy Wall Street* e pontua como as redes sociais tiveram importante papel para o desfecho dessas manifestações.

Nesse universo, por meio do Facebook, os sujeitos que lutavam por reconhecimento hoje receberam influência e apoio do mundo todo, porque “As identidades nacionais estão se desintegrando, como resultado do crescimento da homogeneização cultural e do ‘pós-moderno’ global. [...] As identidades nacionais estão em declínio, mas novas identidades – híbridas – estão tomando seu lugar” (HALL, 2011, p. 69, grifo do autor).

O Facebook, como plataforma de mídia social, não foi diretamente responsável pelos levantes ou protestos que ocorrem. Esses eventos foram impulsionados por pessoas que se mobilizaram para defender suas causas e lutaram por mudanças sociais. O que destacamos é que o surgimento de plataformas de mídia social como o Facebook proporcionou às pessoas uma ferramenta para se expressar, se conectar e compartilhar informações, o que pode ter contribuído para a disseminação mais rápida de ideias e o aumento da conscientização sobre certas questões sociais. Em outras palavras, o que o Facebook, enquanto mídia social, fez foi servir de instrumento para a dinâmica do processo, conferindo maior visibilidade às manifestações, agilizando o processo de recrutamento de manifestantes, a organização dos protestos etc., para que esses tipos de movimentos sociais tivessem êxito, ou melhor, foi necessário que as motivações brotassem de uma demanda coletiva, que a afronta sentida por um indivíduo ecoasse nas outras pessoas, igualmente ou de forma semelhante (MATTOS, 2006; SOUZA, 2016).

Segundo o site observatório da diversidade⁶ a mudança foi concebida em colaboração com organizações de proteção dos direitos da comunidade LGBT e permite a inclusão de identidades de gênero que não estão presentes no rol oficial. Em entrevista para o site supracitado, o coordenador do

⁵ Valor que seria acrescido às passagens de ônibus estipulado pelo prefeito da Cidade de São Paulo.

⁶ Disponível em: <http://observatoriodiversidade.org.br/site/muito-alem-do-feminino-e-masculino/>. Acesso em: 30 nov. 2015.

grupo de pesquisa em Cultura e Sexualidade (CUS) e doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), Leandro Colling, afirma que o fim da divisão entre “feminino” e “masculino” pode contribuir para a redução do preconceito estabelecido em nossa sociedade. Segundo Colling (2015), “O aspecto perverso do binarismo de gênero tem sido denunciado e analisado há anos pelos estudos das sexualidades e dos gêneros e também por inúmeras pessoas do ativismo”. Para Colling (2015), as 17 maneiras de identificação são bem melhores que duas e podem ajudar a implodir o binarismo que existe dentro e fora das academias.

A matéria, que foi veiculada em 26 de março de 2015, trouxe também o ponto de vista da antropóloga social e mestre em antropologia social pela Universidade Estadual de Campinas e pesquisadora em Gênero, Sexualidade, Juventude e Políticas Públicas, Ana Laura Lobato, para quem essa ação do Facebook “contribui para reconhecimento dos sujeitos e, ainda, gera a oportunidade de que muitos deles possam expressar mais livremente suas identidades, interesses e convicções”. Para Lobato (2015) existem muitos grupos identitários no Facebook que podem não somente trocar experiências, como também se unirem para se tornar mais fortes na luta contra o preconceito.

Já outros estudos, em relação a essa mídia social, mas com enfoques diferentes, apontam que pais que passam muito pouco tempo com seus filhos, utilizam o Facebook para manter uma aproximação maior com eles. Segundo reportagem veiculada pelo provedor UOL, filhos que adicionam pais em redes sociais se sentem mais próximos deles⁷. Segundo a matéria, o estudo foi feito pela Universidade de Brigham Young, nos Estados Unidos e publicado no jornal *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, mostrou ainda que esses mesmos jovens demonstram ter comportamentos positivos e são mais generosos, amáveis e prestativos. Ainda segundo a reportagem, quinhentas famílias participaram da pesquisa, e aproximadamente cinquenta por cento delas era formada por pais que se relacionavam com seus filhos através das redes sociais, e um em cada cinco jovens pesquisados disse que interagiu com seus pais através das redes sociais todos os dias. É claro que uma rede social como o Facebook pode não ser a panaceia na relação entre pais e filhos, como também sugere a respectiva matéria, mas não podemos ignorar que esse instrumento ajuda a aproximar pais e filhos que buscam por reconhecimento reciprocamente, ainda dentro de uma das formas estabelecidas por Honneth: o amor.

Ainda nesse universo, asseveramos que na relação amorosa também a influência do Facebook pode ser notada. Os amantes podem se transformar em *stalkers*⁸. Estudo mostra que 88% das pessoas

⁷ Disponível em: <http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/07/18/filhos-que-adicionam-pais-em-redes-sociais-se-sentem-mais-proximos-deles-diz-estudo.htm>: Acesso em: 30 jun. 2015.

⁸ Resumidamente, *stalking* é a vigilância exacerbada que uma pessoa dispensa a outra, muitas vezes forçando contatos indesejados. Nem sempre há um motivo claro além da obsessão; no entanto, um *stalker* (ou seja, o obcecado) muitas vezes pode ter o intuito de amedrontar sua vítima. Disponível em:

usam o Facebook para espionar ex-namorados (as)⁹. De acordo com uma pesquisa feita pela Western University (do Canadá), 88% dos usuários do Facebook usam a rede social para acompanhar o que o ex-parceiro está fazendo. Ainda segundo a pesquisa, um terço do total dos participantes da pesquisa admitiu que também atualizam o perfil com intenção de criar ciúmes no (a) ex-parceiro (a). Os principais métodos para irritar o antigo amado são fotos “em que se está divertindo muito” ou com letras de músicas com indiretas.

Um outro estudo, desta vez realizado pela Universidade do Alabama (EUA)¹⁰, com 226 casais heterossexuais, apontou que as mulheres são mais facilmente atingidas por crises de ciúmes ao ler *posts* do parceiro de relação no Facebook. Na pesquisa, o índice de ciúme médio na escala de zero a nove era seis para as mulheres e quatro para os homens. Já o estudo realizado com cinco mil solteiros pelo *site* de relacionamento *Match.com*¹¹ aponta que 48% das mulheres fazem busca no Facebook antes de sair para encontrar um rapaz pela primeira vez. Entre os homens este número cai para 38%. Esta mesma pesquisa também indicou que 49% das mulheres cancelaram um encontro por ter encontrado no Facebook algo desfavorável ao pretendente. Esse quesito entre os homens chegou a 27%.

Para se ter uma ideia da importância do Facebook para o relacionamento hoje em dia, sublinhamos que entre aqueles que têm acesso a essa rede social, aproximadamente 27% dos homens, entrevistados pela pesquisa da *Match.com*, e 26% das mulheres afirmam que limpam ou limpariam o perfil antes de aceitar a amizade que visa um futuro romance. Essa pesquisa, que levou o nome de “Solteiros na América¹²”, também apresentou outros dados interessantes a respeito da influência do Facebook nos relacionamentos. Por exemplo, a respectiva pesquisa aponta que 65% dos solteiros não preenchem informações no campo “relacionamento” do Facebook e que 40% dos solteiros não ficariam amigos de seus chefes na rede, e ainda que 32% não aceitariam “ex” como amigo no Facebook.

Além disso, é importante destacar que o processo de sociabilidade promovido pelo Facebook abrange instâncias ainda mais amplas. Por exemplo, a plataforma comunica a data de aniversário de

https://www.google.com.br/search?q=o+que+significa+Stalkers&ie=utf-8&oe=utf8&gws_rd=cr&ei=KAiTve26LYipgwSkiIPACw . Acesso em: 30 jun. 2015.

⁹ Disponível em: <http://uoltecnologia.blogosfera.uol.com.br/2012/07/19/stalkers-estudo-mostra-que-88-dos-usuarios-usam-facebook-para-espionar-ex-namoradoa/>. Acesso em: 30 jun. 2015.

¹⁰ Disponível em: tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/02/14/posts-no-facebook-despertam-ciumes-mais-facilmente-em-mulheres-aponta-estudo.htm. Acesso em: 30 jun. 2015.

¹¹ Disponível em: blog.match.com/2013/02/05/more-on-dating-in-a-digital-word-from-sai-3/ Acesso em: 30 jun. 2015.

¹² “Do total de entrevistados, quase três quartos (cerca de 3.750) estão no Facebook. Um em cada dez disse que acharia uma pessoa mais interessante caso ela não tivesse um perfil no Facebook; uma em cada 20 pessoas desconfiaria de quem não está no Facebook”. Disponível em: tecnologia.uol.com.br/redacao/2013/02/06/metade-das-mulheres-e-38-dos-homens-xeretam-pretendente-no-facebook-antes-de-1-encontro.htm. Acesso em: 30 jun. 2015.

todos os amigos e sugere que se enviem mensagens de parabéns para eles. Dessa forma, através dessa rede social, é possível receber felicitações de dezenas, centenas e até milhares de pessoas, algo que seria praticamente inviável pessoalmente. O interessante é que, para o usuário dessa mídia social, a satisfação vem em dobro: primeiro por ser felicitado por uma grande quantidade de pessoas e, segundo, por saber que as outras pessoas com quem se mantém relacionamento através do Facebook estão vendo o quando ele, o usuário, é “amado”, “querido” e, conseqüentemente, reconhecido.

Por isso, apontamos que com o surgimento do Facebook, além do campo de luta por reconhecimento ter sido ampliado, a procura pelas relações simétricas¹³ (HONNETH, 2003), onde o sujeito busca ver suas qualidades percebidas pelo outro, hoje em dia, passou a ser uma obrigação. Entretanto, não é somente uma simetria entre indivíduos que pode ser buscada com o auxílio do Facebook, mas também uma simetria entre grupos, pois a principal atividade relevante da internet atualmente ocorre através das plataformas de redes sociais, que são utilizadas não apenas para interações pessoais, como amizades e bate-papos, mas igualmente para fins de marketing, comércio eletrônico, educação e, notavelmente, ativismo sociopolítico. Nesse enquadramento, podemos dizer que o Facebook, enquanto plataforma de comunicação, desempenha um papel significativo na formação do poder, seja ele de natureza pessoal ou coletiva. Esse poder se apresenta de uma maneira inovadora e descentralizada, sem uma estrutura hierárquica tradicional, mas isso não significa que seja caótico ou desorganizado, como assevera Castells (2013). Nesse sentido, Nunes e Nunes (2012) apontam que a ideia de rede deve ser vivida em sua plenitude.

Lévy (1996) afirma que desde o desenvolvimento da linguagem, a humanidade passou a existir em um ambiente virtual, onde o fluxo temporal é percebido como um todo, porém o presente imediato é atualizado apenas de forma breve e incompleta. Nessa toada, afiançamos que as relações humanas não mudaram; elas se ampliaram. As comunidades virtuais estão presentes e vieram para ficar, como afirma Lemos (2010). De outro modo dito, “A apropriação da capacidade de intercomunicação por meio de redes sociais de todos os tipos levou à formação de comunidades *on-line* que reinventaram a sociedade [...]” (CASTELLS, 2003, p. 53).

Entretanto, é importante compreender que o Facebook é um campo de luta por reconhecimento que se mostra bastante complexo. Isso ocorre porque essa plataforma é uma ferramenta que requer interesse compartilhado, intimidade e durabilidade nas relações, para que alcance o efeito desejado.

¹³ “[...] simétrico não significa estimar-se mutuamente na mesma proporção, [...] significa que todo sujeito recebe a chance, sem graduações coletivas, de experienciar a si mesmo, em suas próprias realizações e capacidades, como valioso para a sociedade” (HONNETH, 2003, p. 211).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciamos este artigo apontando que intenção de Honneth (2003) é fazer uma investigação sobre as configurações de reconhecimento, já que, para este autor, o conflito é a base da interação social. Em um segundo momento discutimos emergência do Facebook como instrumento de luta por reconhecimento, afirmando que atualmente, o poder de visibilidade conferido pelo Facebook é um fator determinante para novas ações sociais. Asseguramos que o Facebook é um verdadeiro tabuleiro de xadrez social onde todos são peões e reis, num jogo em que realidade e ficção tramam o mesmo tecido social. Em um outro momento discutimos dois termos que são facilmente confundidos como opostos ou, se não, pelo menos, mal interpretados: o real e o virtual. Afirmamos que, nesse sentido, virtual e real não perfazem uma antinomia. Por esse viés, garantimos que o fato dessa rede social se apresentar como um precioso instrumento na luta por reconhecimento, tanto individual quanto coletivo, é devido à grande facilidade que ela oferece para se produzir e veicular conteúdo. Defendemos, ainda, que luta por reconhecimento sofreu uma grande ampliação do seu campo de agência com a entrada em cena do Facebook porque essa ferramenta ajudou a promover a “política da diferença” e, nesse sentido, serve como canal para que “cada diferença” ocupe sua posição de destaque dentro do espaço social. Concluimos, sem o intuito de esgotar a questão, apontando que o Facebook é um campo de luta por reconhecimento que se mostra bastante complexo. Isso ocorre porque essa plataforma é uma ferramenta que requer interesse compartilhado, intimidade e durabilidade nas relações, para que alcance o efeito desejado. Pelo nosso ponto de vista, é esse tripé que diferencia uma comunidade mediada por computadores de uma simples agregação eletrônica.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Adriana. Redes Sociais, linguagem e disputas simbólicas. *Com Ciência*, Campinas, n. 131, 2011. Disponível em: <http://comciencia.scielo.br/pdf/cci/n131/a09n131.pdf>. Acesso em: 21 jul. 2015.
- BRESSIANI, Nathalie. *Redistribuição e reconhecimento* - Nancy Fraser entre Jürgen Habermas e Axel Honneth. 2011. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-49792011000200007&script=sci_arttext. Acesso em: 19 set. 2014.
- CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- COELHO, André. *O que é o mundo da vida em Habermas?* 2011. Disponível em: <http://aquitemfilosofiasim.blogspot.com.br/2012/10/o-que-e-mundo-da-vida-em-habermas.html>. Acesso em: 19 out. 2014.

DEFLEUR, Melvin L; BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

DIAS, Cristiane; COUTO, Olivia Ferreira do. *As redes sociais na divulgação e formação do sujeito do conhecimento: compartilhamento e produção através da circulação de ideias*. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ld/v11n3/a09v11n3.pdf>. Acesso em: 07 nov. 2014.

FELINTO, Erick. *A religião das máquinas: ensaios sobre a imaginação da cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

HONNETH, Axel. *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*. São Paulo: Ed. 34, 2003.

LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* São Paulo: Ed. 34, 1996.

LEMOS, André. *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia*. São Paulo: Paulus, 2010.

MACHADO, Beatriz dos Santos Clemente; MELO, Mônica Santos de Souza. A constituição dos sujeitos no facebook: um estudo da formação identitária. *Interletras*, Mato Grosso do Sul, v. 3, n. 19, abr./set., 2014. Disponível em: http://www.unigran.br/interletras/ed_anteriores/n19/conteudo/artigos/2.pdf. Acesso em: 21 ago. 2015.

MATTOS, Patrícia Castro. *A sociologia política do reconhecimento: as contribuições de Charles Taylor, Axel Honneth e Nancy Fraser*. São Paulo: Annablume, 2006.

NUNES, João Batista Carvalho; NUNES, Ana Igenes Belém Lima. *Educação no século XXI: desafios e perspectivas*. São Cristóvão: UFS, 2012.

SILVA, Juliana Correia Almeida e. *Consumo e narcisismo nas sociabilidades em rede*. 2014. 133f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2014.

SOUZA, Mário César de. *A “Luta por reconhecimento” no facebook: a comunicação social nas redes sociais, uma interpretação sociológica*. 2016. 103f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2016.

SOUZA, Mário César de. A lógica da reprodução da estrutura social por meio da luta por reconhecimento em Axel Honneth. *Revista Sinais*, v. 1, n. 24, jan-jun 2020, p. 137-155. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/sinais/article/view/28814>. Acesso em: 28 fev. 2022.

TEIXEIRA, Carlos Alberto. A origem do Facebook. *O Globo*, Rio de Janeiro, 18 de maio, 2012. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/a-origem-do--4934191>. Acesso em: 23 out. 2014.

WEBER, Max. *Conceitos básicos de sociologia*. São Paulo: Centauro, 2002.