Parte 1 – Facebook potenciais sociotécnicos e educacionais, espaço de subjetivação, sociabilidade e diferença

Pedagogias das conexões: compartilhar conhecimentos e construir subjetividades nas redes sociais digitais

Edvaldo Souza Couto

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

COUTO, ES. Pedagogias das conexões: compartilhar conhecimentos e construir subjetividades nas redes sociais digitais. In: PORTO, C., and SANTOS, E., orgs. *Facebook e educação: publicar, curtir, compartilhar* [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2014, pp. 47-65. ISBN 978-85-7879-283-1. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.

All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

Pedagogias das conexões

Compartilhar conhecimentos e construir
subjetividades nas redes sociais digitais

Edvaldo Souza Couto

Introdução

A conectividade se tornou um modo de ser e viver a vida presente. Muitos professores vivem o fascínio desses tempos de cibercultura, mas também os muitos desafios a serem enfrentados no campo da educação quando colocamos em questão a produção coletiva e a difusão de saberes.

Na internet, uma boa maneira de identificar o prestígio de uma pessoa é observar a facilidade com que se faz ouvir, respeitar e ser levada em conta. Não por acaso as narrativas de si se multiplicam e encontram nas redes sociais digitais espaços importantes para acelerar e multiplicar as diversas possibilidades para cada um construir e dar visibilidade a si mesmo, a uma determinada percepção, defender e divulgar um ponto de vista. Nesse contexto, a abordagem que apresento aqui é a dos sujeitos conectados que estabelecem laços sociais e pedagógicos a partir das contínuas emergências que caracterizam a vida online. O argumento que defendo é o de que nos sites de redes sociais, tão populares no Brasil e em plena expansão, o

sujeito sempre conectado, fala alegremente de si, produz e divulga textos, imagens fotográficas e videográficas, comenta e pavoneia condutas pessoais, acadêmicas e profissionais. Esses hábitos borram tradicionais fronteiras como o de vida privada e pública, anônimo e celebridade, produtor e consumidor, ensinar e aprender.

Esse modo de viver a cibercultura, por meio das narrativas de si, passou a ser considerado por muitos pais e profissionais da educação formal como um problema. Parece, dizem, que muitas pessoas, sobretudo as crianças e jovens, não conseguem estabelecer limites e acabam publicizando em detalhe sua vida íntima, expondo modos de ser que podem colocá-los em riscos, criando vulnerabilidades a diversos tipos de agressões e crimes na rede. Não são poucas as vozes que alardeiam os perigos e defendem orientações para uma navegação segura. Os mais exaltados não cessam de defender e propor mecanismos de controles, como a vigilância dos adultos sobre os mais jovens ou mesmo tentativas de proibição a determinados sites nas escolas, *lan houses*, computadores pessoais, tablets ou smartphones, sobretudo das redes sociais digitais. É possível perceber exageros e uma certa histeria que se espalha. A partir daí vivemos um paradoxo tipo da época: de um lado, pessoas seduzidas e instigadas a se mostrar ininterruptamente, narrando de modo aparentemente integral a vida na internet e, de outro, uma ávida obsessão em defender a privacidade e garantir mais segurança. Frente a esse problema, o objetivo do estudo é problematizar tais discursos e posturas, em especial a noção de privacidade, e defender a ideia de que as práticas crescentes das narrativas de si nas redes sociais digitais são maneiras criativas e generosas de compartilhar a vida, produzir e difundir conhecimentos na cibercultura. Elas organizam as pedagogias das conexões.

Para desenvolver esses argumentos, o estudo foi estruturado em dois tópicos complementares. O primeiro discute a construção de uma cultura de participação, colaboração e compartilhamento na internet. O segundo enfatiza que essa cultura encontra nas redes sociais digitais os ambientes fecundos para as narrativas

de si, pois mostrar-se e ser reconhecido são valores imprescindíveis para a construção das nossas subjetividades online. A conclusão mais ampla é a de que a proliferação festiva das narrativas pessoais é um modo fascinante de compartilhar conhecimentos, promover e solidificar as pedagogias das conexões, exaltar sinergias, encontros e criativos modos solidários de viver a cibercultura.

Hoje a felicidade exagerou comigo

Nesses tempos de cibercultura somos estimulados ininterruptamente à exposição, a popularidade e a incontinência verbal. Parece que a introspecção cedeu lugar à exibição de si. Não existe mais lugar para pessoas tímidas, quietas, ensimesmadas, capaz de cultivar e preservar segredos em sua própria redoma. Agora vivemos uma espécie de desabrochamento contínuo. Todos são incitados a emitir opiniões, rotular, avaliar e classificar as informações, a comentar isto e aquilo, a narrar acontecimentos e experiências emocionais. Essas ações cotidianas para as populações, sobretudo de jovens, que vivem conectadas, com acesso à mídia rápida e interativa, traduzem o que Shirky (2010) chama cultura da participação.

Como demonstrou Castells (2007), antes da chamada “sociedade em rede” vivíamos uma espécie de participação passiva em que a cultura e os saberes eram produzidos por poucos e difundidos no modelo “um para todos” para o consumo de uma maioria que só em situações excepcionais podia se manifestar. Esse modelo encontrou na televisão a sua mais clara e simples expressão. Uma empresa, um canal, umas poucas pessoas produtoras de conteúdo, transmitiam para a maioria calada o que devia e merecia ser visto, consumido. De modo geral, as pessoas eram reduzidas ao consumo: de produtos, informações e saberes. Durante várias décadas, para muitas pessoas, a vida podia ser resumida em trabalhar, dormir e ver TV. Não é difícil perceber a monotonia desse passado recente em que poucas pessoas podiam ter voz e se expressar em meios de

comunicação de massa. Não é difícil perceber os usos políticos e restritivos de liberdades sociais e pessoais quando as poucas pessoas que podiam criar e difundir conteúdos “ditavam” supostas verdades e modos de ser.

Com a internet, a sociedade em rede de certo modo implodiu esse modelo transmissivo, hierarquizado, de cima pra baixo, feito e controlado por alguns. As pessoas gostam de consumir, e o consumo forma aquilo que Lipovetsky (2009), chamou de civilização do desejo. A febre do conforto parece ter seduzido a quase todos, substituiu paixões nacionalistas, ideais revolucionários, pois, parece, o que de fato conta é o melhoramento contínuo das condições de vida. A partir daí, o que conta é o bem-estar, a saúde e a qualidade de vida compradas num mercado promissor e imediatista. Em outras palavras, os modos de vida, os prazeres e os gostos são sempre dependentes do sistema mercantil. Consumir é uma sensação da modernidade tardia, como diz Bauman (2008). Uma sensação que vai além do conforto material, pois nesses tempos fluídos, interessa, sobretudo o bem-estar psíquico, o desabrochamento subjetivo, a felicidade como recompensa imediata.

Nos últimos anos as democracias enveredaram por uma nova era da mercantilização dos modos de vida. Muito além dos produtos e das marcas, as práticas de consumo exprimem uma nova relação com as coisas, os outros e, especialmente, do sujeito com ele mesmo. Esse é o pleno domínio da publicidade que não cessa de exaltar os gozos instantâneos, o estímulo dos desejos, as imagens luxuriantes da sexualidade festiva, dos corpos performáticos, turbinados pelas mais diversas estratégias tecnológicas, a vida feliz em ritmo continuo de férias. Consumir agora significa viver de modo aventureiro, sentir sensações inusitadas, viver experiências *sui generis*, conservar a juventude e a saúde. Nesse sentido, o consumo já se afastou do modelo antigo, vinculado a uma determinada identidade econômica e social das pessoas. Agora é a vez do consumo emocional, baseado nas experiências afetivas, imaginárias e sensoriais.

Nesse contexto, consumir coincide com expressar-se. Já não se trata de adquirir, acumular e descartar coisas, de possuir aquilo que é produzido por profissionais, mas de viver, em cada momento, sensações e sobre elas se pronunciar. Isto significa que na sociedade conectada as pessoas adoram consumir, mas a proliferação de produtos e comentários públicos por amadores está por toda parte. Agora, o enfoque não pode ser mais restritivo ao consumo. As pessoas consomem, mas também gostam e querem produzir, opinar, relatar suas experiências, falar de si, compartilhar. O consumo deixa de ser a única maneira como se podia usar a mídia. Agora se fala em consumo ativo, interativo, participativo. Quando as oportunidades são dadas, as pessoas querem fazer e falar sobre o que fazem, pois sempre tem muito a dizer.

Com a internet foi possível inaugurar e expandir sideralmente o ideal participativo (SANTOS; SANTOS, 2013). Cada um, simultaneamente, consome, produz e difunde conteúdos. O conteúdo deixa de ser produzido apenas pelos profissionais e passa a ser construído e difundido por cada usuário que, ao mesmo tempo, se torna autor. A consequência é que vivemos um estouro de criatividade e de presença midiática nos blogues, sítios de compartilhamento de vídeos e sons, nas redes sociais digitais de relacionamentos.

Durante o século XX muitos historiadores defenderam a chamada “história das mentalidades”, como uma modalidade historiográfica que privilegia os modos de pensar e de sentir dos indivíduos de uma mesma época. De acordo com Vovelle (1987), um dos seus principais expoentes, trata-se do estudo das mediações entre, de um lado, as condições objetivas da vida dos homens e, de outro, a maneira como eles a narram e mesmo como a vivem. A proposta desse jeito de entender e fazer história, era voltar-se para os acontecimentos cotidianos, valorizar o pequeno, o ordinário, tudo aquilo que sempre foi silenciado no jeito tradicional de fazer história, narrando versões dos grandes, fortes e vencedores. Com a sociedade em rede, essas novidades passaram a ser vivenciadas por milhares

de pessoas, sempre ávidas por publicizar os seus modos de vida, falar de si e dos seus relacionamentos com os outros, daquilo que consomem e, ao mesmo tempo, do que alegremente produzem. Os apelos que proliferam são da ordem do “faça você mesmo”, “narre a sua história”, “mostre-se como for”, “esteja nas telas”, “seja noticiada”, “esteja na boca do povo”, “aconteça”.

Assim, a chamada revolução da web 2.0 parece realizar com sucesso o objetivo de ajudar as pessoas a criarem e compartilharem ideias, produtos e saberes. As práticas de expressão de si não cessam de ser estimuladas e valorizadas. Agora, tudo e qualquer coisa que um sujeito faz ou pensa só faz sentido se for imediatamente publicizado. Nenhuma imagem fotográfica tem razão de ser se não for imediatamente compartilhada nas redes sociais digitais; nenhuma ideia merece crédito se não se converter rapidamente em diversas postagens; nenhum vídeo caseiro é produzido fora da finalidade de potencialmente ser visto por milhares de pessoas na internet; nenhuma canção fica guardadinha esperando uma gravação oficial, pois é imediata e amplamente disponibilizada, às vezes no seu próprio processo de criação, com a colaboração de várias pessoas. A partir daí, as imagens, sons, escritos, ideias, saberes, comportamentos, produtos diversos, circulam alegre e alucinadamente nas redes de pessoas conectadas e se instalam nas conversas, anima e estimulam os comentários, as opiniões, as críticas e geram, consequentemente, outras imagens, ideais, saberes, comportamentos, produtos. Estão criadas, pois, todas as condições e estímulos para que as intimidades sejam oferecidas alegremente e despidoradamente aos olhares fascinados do mundo inteiro. É aí, sempre visível na rede mundial de computadores, que cada um pode experimentar, criar e festejar as subjetividades excêntricas, megalomaniacas e estridentes. É aí onde cada um pode de fato se mostrar e acontecer (COUTO; ROCHA, 2010).

Desse modo, e cada vez mais, a vida se torna uma narrativa midiática sem fim. Cada um é instigado a criar, como produto, suas próprias narrativas por meio de textos, imagens e sons. Mas

também é preciso a inventividade necessária de bem administrar a visibilidade, de se fazer render e se popularizar nas tramas das redes. Pois nesses relatos de si autor, narrador, personagens e produtos midiáticos convergem. O fluxo narrativo dos sujeitos conectados compõe a riqueza infindável desse universo estritamente pessoal e estritamente visível e, por isso mesmo, social. A partir daí, qualquer detalhe da vida, qualquer gesto cotidiano mais banal ou insignificante, triunfa como espetáculo e o sujeito borbulhante e efêmero se expande e circula na rede.

Desse modo, três verbos – participar, colaborar e compartilhar – passam a sintetizar a vida na cibercultura avançada. E eles traduzem as frequentes ações, os comportamentos de milhares de pessoas, que não só criam redes e afinidades, mais canais contínuos de solidariedade, pois acessar uma rede significa acessar uns aos outros. E isto significa que onde antes só era possível ser espectador, agora é possível agregar valores por meio da participação. Participar quer dizer se colocar como agente, narrar, publicar, falar e intercambiar uns com os outros, em público, mas quer dizer, sobremaneira, colaborar e aceitar colaboração, fazem em conjunto, encontrar soluções por meio de parcerias. E nada disso faz sentido se alguém deseja guardar as experiências e descobertas para si. As motivações para participar e colaborar são dadas pelo prazer em compartilhar. A cultura da participação é a própria cultura do compartilhamento. As pessoas descobrem que cooperar e compartilhar não só torna a vida mais fácil e divertida como dá diferentes sentidos a tudo o que fazemos: das notícias internacionais ou dilemas políticos aos informes de casa, fotos familiares, conversas, debates, paqueras, fofocas etc., tudo integra círculos colaborativos e efervescentes (GAMA, TEIXEIRA, VALE, PORTO, 2013). Compartilhar é motivo de prazeres pessoais, alimenta redes de amigos, mas é principalmente um meio eficiente para mais rapidamente satisfazer curiosidades, combinar criativamente possibilidades e alternativas, encontrar soluções e abraçar novos desafios.

Esses são os elementos fundamentais de uma “computação social”. Como escrevem Lemos e Lévy (2010, p. 106),

Há assim, um grande uso de ferramentas da Web 2.0, criando efetivamente uma “computação social”, que começou com as primeiras comunidades virtuais em listas de *newsgroups*, que, por sua vez, evoluíram para as redes sociais contemporâneas. O espírito, no entanto, é o mesmo: ampliar as formas de relações entre as pessoas, modificando a esfera pública.

Essa potência de consumir, produzir e distribuir informações cria uma rede de produção de conteúdo no modelo “todos para todos”. Esse é o ambiente ideal para o pavoneamento do sujeito que se entrega faceiramente aos muitos jogos de mostrar-se, fer-vilhar, acontecer, revelar talentos, ser reconhecido, ocupar transformar a espera pública. Mostrar-se e ser reconhecido resumem estados de felicidade barulhenta que exageradamente toma conta das narrativas de si nas redes sociais digitais.

Subjetividades pavoneadas

A cotidiana espetacularização do sujeito é progressivamente associada aos espaços de constituição e manutenção de redes sociais na internet. Na rede, são muitos os ambientes onde as pessoas, de todas as idades, condições econômicas e graus de escolaridade transformam as pequenas ações do dia a dia em performances dignas de exibições. Bauman (2011 p. 29) destaca que a visibilidade se tornou a marca por excelência das nossas existências conectadas. Para ser cada vez mais visível é importante ampliar a frequência de participação, colaboração e compartilhamento em rede, principalmente

usar de estratégias para chamar à atenção para si. É preciso multiplicar o fluxo das mensagens publicadas no Orkut, Facebook, no Twitter, no Google +, Instagram e/ou outras redes sociais digitais. As preferências e modos de vida de cada um são difundidas por meio de narrações textuais, sonoras imagéticas também no YouTube, por e-mails, MSN, blogs, chats ou qualquer outro ambiente digital onde seja possível fazer-se presente e, conseqüentemente, visível.

Ser visto passa a ser a mais importante prova de existência. Nesse sentido, parece que todos vivemos um conflito entre o anonimato e a celebridade. Quanto maior é a frequência das mensagens, quanto mais pessoas visitam nosso perfil, quanto mais amigos comentam e replicam o que ali publicamos mais o anonimato encolhe e a celebridade aflora. A visibilidade acentuada parece elevar cada sujeito à condição de celebridade. E é a própria presença continua nas redes sociais digitais que faz alguém ser famoso. Já não é mais preciso fazer algo em especial, ter essas ou aquelas qualidades, se destacar numa determinada atividade profissional. Basta estar ali, sempre presente, podendo ser visto o tempo todo, podendo ser interpelado, gerar renovadas narrativas. O fato é que já não existe lugar para quem não quer mais ser visto, para quem ainda deseja ou reivindica passar despercebido. Esse anacronismo não se sustenta, pois, culturalmente, não se vê mais benefício algum em se esconder.

É possível que uma das razões para o sucesso das redes sociais digitais esteja nessa ânsia de visibilidade a qualquer custo, nessa promoção sem fim de subjetividades alterdirigidas, construídas diante das câmeras e estampadas nas telas para o consumo voraz de centenas ou milhares de amigos e seguidores. A partir do momento em que cada sujeito possui uma câmara conectada a internet, com acesso imediato às redes sociais, tudo o que sente, pensa ou faz, o que o alegra ou o entristece, os sonhos ou as vontades simples e ordinárias, como comer pipoca ou banana, tapioca ou acarajé, se converte em narrativas a ser compartilhadas. Esse fascinante mundo do mostre-se sem restrições ocupa o pódio das virtudes que festeja

e arrebatam multidões. Diante dessa condição praticamente absoluta de mostrar-se, ser visto, bajulado e badalado, isto é, reconhecido, a exposição inebria e cada um fica a mercê de si mesmo inventando estratégias possivelmente mais criativas e eficientes para se fazer ainda mais notado e notável.

Perseguir visibilidade é uma característica da nossa época. Em toda parte cresce, triunfa e se difunde o imaginário, mas também as possibilidades, para que cada um seja sacudido pelos sismos incontrolláveis do marketing pessoal, sempre partilhado com o mundo (SANTANA; COUTO, 2012). Desse modo, a visibilidade do sujeito torna-se uma marca da cultura digital, estrutura o cotidiano em rede, se infiltra em todas as dimensões da vida social e pessoal, está no âmago das aspirações humanas. Tudo isso porque a visibilidade é uma forma de relacionamento entre as pessoas. A visibilidade cria uma rede de influência, onde as opiniões e os comentários são valorizados, e tal rede é, também, um meio de diversão online.

A visibilidade de um sujeito nos sites de redes sociais digitais está diretamente implicada na sua popularidade, que é convertida em um tipo de capital social relacional (RECUERO; ZAGO, 2009). Neste estudo as autoras concluem que dois usos são predominantes para que o sujeito aconteça na rede: a informação e a conversação como formas de capital social. A informação e a conversação são usos que apontam não apenas as condições de acesso, mas, principalmente, os benefícios que cada um obtém a partir da popularidade adquirida. O capital social se refere ao conjunto de recursos coletivos associados a uma rede de atores sociais. Os benefícios são construídos para o grupo e também apropriados pelos sujeitos e traduzidos em valores como confiança, normas, informação autoridade, sanções, etc. E aqui, em grupo ou individualmente, é importante aprender a administrar o capital social em benefício de mais visibilidade e popularidade, pois, dessa maneira, o sujeito é mais valorizado e reconhecido nos ambientes onde atua.

É nesse contexto que exalta o sujeito visível e popular que a noção de privacidade deve ser problematizada. Na carta intitulada “Estranhas aventuras da privacidade (1)” Bauman (2011) recorre à Wikipédia (www.wikipedia.org), com o argumento de que essa enciclopédia colaborativa reflete rapidamente e de maneira meticulosa tudo o que a opinião pública considera importante e verdadeiro sobre um determinado assunto, e zela pela atualização frequente, procurando captar depressa os alvos mais notórios que passam a frente até dos mais dedicados, para discutir o que chamamos atualmente de privacidade. Assim, na versão inglesa da Wikipédia, em 08 de março de 2009, era possível ler:

Privacidade é a capacidade de uma pessoa ou um grupo de controlar a exposição e a disponibilidade de informação a seu respeito, e dessa forma revelar-se de maneira seletiva. Ela se relaciona às vezes com a capacidade de existir anonimamente na sociedade, com o desejo de não ser notado ou identificado na esfera pública. Quando algo pertence a uma pessoa de modo privado, isso em geral significa que há nela algo que se considera inerentemente especial ou pessoal...A privacidade pode ser entendida como um aspecto da segurança – pela qual se torna clara, em geral, a equivalência entre os interesses de um grupo e os de outro grupo.

Na versão brasileira da Wikipédia, em 30 de outubro de 2011, era possível ler noção semelhante, mas com acréscimos importantes:

Privacidade é a habilidade de uma pessoa em controlar a exposição e a disponibilidade de informações acerca de si. Relaciona-se com a capacidade de existir na sociedade

de forma anônima (inclusive pelo disfarce de um pseudônimo ou por uma identidade falsa). É o poder de revelar-se seletivamente ao mundo e significa não apenas o direito de ser deixado em paz, mas também o direito de determinar quais atributos de si serão usados por outros.

Ao considerar tais definições, observamos que a privacidade não é aquilo que necessariamente se opõe ao público, mas determinadas maneiras de se colocar em público, porque o jogo entre a esfera privada e a esfera pública é cada vez mais embaralhado, essas fronteiras são progressivamente borradas. O que parece em questão é a administração do grau de exposição que cada um deseja e promove para si. Então, de um lado, não se trata nem do sujeito que supostamente quer viver fechado em si nem, de outro, de uma liberação total. Existe um transitar entre essas esferas onde cada um pode, confortavelmente, se colocar. É importante atentar para essa condição de que cada um se expõe ou pode se expor a partir de uma seleção de dados e informações pessoais que julga importante.

Revelar-se de maneira seletiva e administrar graus de exposição são ações que interpelam cada sujeito para uma participação ativa e responsável nas redes sociais digitais. Nesse contexto, cada um se torna seu próprio agente de relações públicas e ao compartilhar aquilo que deseja de si contribui para reconfigurar a esfera pública, pois, agora, todos podem participar e a expressão de si depende da vontade individual ou de grupo, sem intermediários. De acordo com Lemos e Lévy (2010, p. 88-89) essa mutação da esfera pública é um dos fundamentos da ciberdemocracia. Um dos fundamentos centrado na liberdade de que qualquer um é estimulado a produzir, distribuir e consumir informação.

O tráfego intenso entre a chamada vida privada e vida pública mostra que a intenção de revelar-se seduz e vigora com intensidade nos ambientes online. Para uma maioria, o que parece incomodar

não é a exposição crescente da vida privada, mas a falta de ouvintes ansiosos, a ausência de uma plateia sempre disposta a acolher e comentar tudo o que é compartilhado, a inexistência de uma ampla audiência (TAPSCOTT, 2010). Nada parece mais frustrante do que publicar uma informação que não seja imediatamente celebrada por seguidores e amigos. Pessoas costumam ficar desoladas quando suas postagens no Facebook, por exemplo, não são apreciadas. “Curtir” o que o outro revela é um modo de promover o capital social de uma pessoa e, ao mesmo tempo, demonstrar intimidade, porque fazemos parte do mesmo grupo, pensamos de modo semelhante, concordamos com as mesmas percepções de uma determinada situação, modo de ser ou pensar. O simples gesto de “Curtir” a publicação do outro promove igualmente o nosso capital social, desencadeia o poder de mostrar também quem e o que eu sou. Ao mesmo tempo que legítimo e aumento a visibilidade e a popularidade do outro também me faço mais visível e me popularizo.

Esse mostrar e se mostrar converte progressivamente o privado em público. É essa a principal consequência do aumento sideral da produção livre e íntima de conteúdos. E quando cada um pode livremente difundir tudo e qualquer coisa que deseja, gosta ou o incomoda é inegável o aumento da diversidade, da pluralidade, da diferença, do emaranhado complexo da vida construída nesse luxo do excesso criativo. Bauman (2011) destaca que durante a maior parte da modernidade existia o ataque ou a ameaça do ataque do público ao privado. Durante décadas convivemos com a suspeita de que instituições públicas podiam bisbilhotar, invadir, conquistar e submeter o privado. Em muitos lugares, mecanismos de espionagens e escutas fizeram estragos pessoais e políticos, colocaram vidas em perigo. Governos totalitaristas, marcados por sangrentas ditaduras, emprestaram de bom gosto veracidade a essas desconfianças e medos. O Estado todo-poderoso, agressivo e violento, contribuiu para que as pessoas defendessem um estado de direitos à vida privada, que deveria se ver livre da intromissão indevida dos

detentores do poder. Era preciso afastar vigorosamente os bisbilho-teiros profissionais a serviço de um governo itatorial, aqueles que espionavam os assuntos particulares dos outros. Defender a vida privada, nesse contexto político, já foi uma estratégia de resistência e, muitas vezes, de sobrevivência.

Nas nossas atuais democracias esses perigos praticamente desapareceram e já não somos seriamente ameaçados por eles. Não existe mais prazer ou necessidade de alguém manter segredos. Os segredos agora fazem parte de tudo aquilo que alguém pode preparar para serem exibidos nas mídias e, em especial, nas redes sociais digitais. Anunciar segredos se converteu numa estratégia eficiente para garantir visibilidade e popularidade. Não por acaso, no Twitter, por exemplo, sempre encontramos alguém prometendo revelar um segredo dentro de instantes, contar tudo que sabe sobre determinado tema ou acontecimento. Os apelos seguem por meio de convites para que as mensagens sejam replicadas: “Se você ficou curioso e quer saber o segredo que vou revelar em instantes, retuíte” ou “Fulano e fulana foram vistos aos beijos no restante x. Não conto mais nada.” O sigilo, que já foi uma proteção contra a divulgação de uma determinada informação, passou a ser o estímulo que aguçava a curiosidade e gera incontáveis relatos íntimos.

Bauman (2011, p. 41) conclui que na modernidade vivemos a ameaça da espera pública bisbilhotar e invadir, conquistar e devassar a privacidade. No entanto, na nossa cibercultura avançada, é o contrário que acontece. Em todo momento “a esfera *pública* é que se encontra hoje inundada e sobrecarregada, invadida pelos exércitos da *privacidade*”. As narrativas de si se tornaram modos exemplares para invadir e ocupar a esfera pública: notícias de casa, fotos de crianças, conversas, paqueras, fofocas, músicas, vídeos caseiros, comentários picantes sobre sexo e fantasias sexuais, novidades e explicações, deboches de qualquer natureza, etc., se tornaram oportunidades riquíssimas e altamente valorizadas nesses ambientes digitais efervescentes de círculos colaborativos. Agora, o discurso público é construído incessante por meio de ampla participação e

o conteúdo em si pouco importa. O que conta mesmo é o fato de que cada um não cessa de narrar a si mesmo, de fazer-se presente. É desse modo que ampliamos a nossa capacidade cognitiva de criar e acontecer, juntos (SANTAELLA; LEMOS, 2010).

Agora vivemos assim. Negar, criticar ou desvalorizar esse modo de viver participativo e colaborativo, onde cada um é estimulado a falar de si, a revelar-se, tem sempre algo de hipócrita.

Algumas conclusões

Diante da complexidade das relações culturais na cibercultura, nada mais em evidência do que o prazer de narrar a si mesmo e, por meio delas, construir subjetividades deslizantes. A sofreguidão do eu narrador parece encontrar no escancaro os modelos perseguidos de repercussão pública. Agora, em toda parte, exalta-se o fazer falar e mostrar-se, como modo de emancipação. É aqui que cada um se inventa e se coloca como protagonista dos relatos intermináveis. E cada um parece escolher fazer parte desse show de intimidades nas sideralidades das redes sociais digitais. E justamente aí, quanto mais a intimidade invade e colore o âmbito público mais é valorizada e solicitada. Um certo tom intimista toma conta de tudo e é por ele que, sempre fascinados, bisbilhotamos e consumimos alegremente vidas alheias. E, da mesma maneira, oferecemos a nossa vida, transparente, lisa e brilhosa para o consumo extravagante das maiorias borbulhantes.

Alguns aspectos dessa discussão merecem ser ressaltados e apontam um conjunto de conclusões ou, se preferirmos, de consequências. Destaco três delas: em primeiro lugar, uma certa grita que, muitas vezes, aflora em nome da defesa da privacidade parece centrada muito mais numa determinada obsessão por segurança. Dizem que quando mais as pessoas se expõem e conquistam a visibilidade mais vulneráveis se tornam na esfera pública. *Webcams* e *paparazzi* estão por todos os lugares. Em muitos casos, são as

próprias pessoas, no entanto, que oferecem as histórias e imagens capazes de promover o burburinho em torno de um eu midiatisado. Os antigos muros, os quartos, o interior da casa, que costumavam proteger e confinar a privacidade individual estão ruindo, desaparecendo. Não é estranho que muitos se sintam paradoxalmente desprotegidos numa esfera pública que escancara sem limites as dobras do eu.

Essa preocupação com a segurança recoloca em questão as definições de privacidade usadas nesse estudo: a capacidade de uma pessoa ou grupo administrar a difusão de informações a seu respeito, revelar-se de maneira seletiva. Esta e a segunda conclusão a ser destacada: as possibilidades de aprendizado contínuo com e nas redes sociais digitais são incríveis. Os chamados integrantes da geração internet são essencialmente colaboradores em todas as esferas da vida, são ativistas, querem compartilhar e fazer juntos. Pais e educadores devem prestar atenção nessas características. As pedagogias tradicionais continuam centradas no professor, no modelo de ensino hierarquizado, unidirecional, padronizado. E o aluno acaba ficando isolado do processo de aprendizagem. Na era das conexões as pessoas aprendem trabalhando em conjunto, colaborando umas com as outras, com os professores e também entre si. A colaboração está se tornando o foco de uma outra pedagogia focada na participação, na interação, complexa, dinâmica, multidirecional e muito mais criativa. É em meio a esse fazer com os outros que cada um vai aprender a coordenar, administrar, selecionar e valorizar o quê, como, quando e quanto deve revelar de si mesmo. Essa exposição responsável de si deve ser ensinada e aprendida no próprio processo das dinâmicas das redes e das recentes orientações educacionais, em andamento.

As narrativas pessoais se tornaram fecundas estratégias para produzir e compartilhar conhecimentos. Pois é justamente aqui que a pedagogia das conexões deve se inserir, para compartilhar as orientações coletivas e livres onde cada um pode se projetar, olhar, perceber, aprender em conjunto a abrir e celebrar seus caminhos.

É um desafio para a pedagogia das conexões ensinar e aprender colaborativamente o exercício da liberdade. É orientar-se em meio a tudo que circula e transborda no tempo do agora.

Por fim, terceira conclusão a ser destacada, devemos recusar discursos, propostas políticas e pedagógicas que visam controlar, intimidar ou cercear liberdades. As pedagogias disciplinares devem ser vencidas pelas pedagogias de conexão que celebram a cultura da participação, colaboração e compartilhamento. As redes sociais digitais, tão populares atualmente, fazem circular esses novos hábitos e também nos ensinam a aperfeiçoar condutas de narrativas pessoais por meio das quais todos construímos, difundimos e festejamos subjetividades online. Elas devem ser valorizadas em seus muitos usos experimentais, dinâmicos e reflexivos sobre a vida ativa que temos e queremos ter. As redes sociais digitais devem ser vistas como ambientes privilegiados das pedagogias da cultura compartilhada, em que cada sujeito deve ser o protagonista feliz e triunfante e, por meio das narrativas de si, promova sinergias, encontros e criativos modos de viver baseados na solidariedade, pois, nesse universo da cognição conectiva, cada um é o que compartilha. Narrar a si mesmo, difundir impressões por meio de palavras, sons ou imagens, já é transformar-se, pois narração, afirmação e crítica andam juntos, multiplicam nossos sonhos e dão outros sentidos à vida.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **44 cartas do mundo líquido moderno**. Tradução de Vera Pereira. Rio de Janeiro, Zahar, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro, Zahar, 2008.

COUTO, Edvaldo Souza e ROCHA, Telma Brito (Orgs). **A vida no Orkut**. Narrativas e aprendizagens nas redes sociais. Salvador, EDUFBA, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer. 10 ed. São Paulo, Paz e Terra, 2007.

GAMA NETO, E. M. ; TEIXEIRA JUNIOR, V. A. ; PORTO, Cristiane ; VALE, L. C. Pensar, fazer e compartilhar: A construção cooperativa entre aluno e professor no Facebook. **Revista Interfaces Científicas - Educação**, v. 2, p. 94-101, 2013.

LEMOS, André e LÉVY, Pierre. **O futuro da internet**. Em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo, Paulus, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **Le bonheur paradoxal: Ensaí sur la société d'hyperconsommation**. Paris, Gallimar, 2009.

RECUERO, Raquel. ZAGO, Gabriela. Em busca das redes que importam: redes sociais e capital social no Twitter. **Líbero**. Vol. 12, No 24, dezembro de 2009. Disponível em < <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewFile/6787/6129>>. Acesso em: 15 mar. 2011.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais**. A cognição conectiva do Twitter. São Paulo, Editora Paulus, 2010.

SANTANA, Camila e COUTO, Edvaldo Souza. A publicização da vida privada no Twitter. **Revista Fronteira** , v. 14, p. 31-39, 2012.

SANTOS, Edméa; SANTOS, R. A tessitura do conhecimento via mídias e redes sociais da internet: notas de uma pesquisa-formação mutirreferencial em um Curso de Especialização. **Educação em Foco** (Juiz de Fora), v. 18, p. 43-71, 2013.

SHIRKY, Clay. **Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age**. New York, The Penguin Press, 2010.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital. Como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos.** Tradução de Marcello Lino. Rio de Janeiro, Agir Negócios, 2010.

VOVELLE, Michel. **Ideologias e mentalidades.** São Paulo: Brasiliense, 1987.