

AMOR NOS TEMPOS DE INTERNET: DO CORREIO ELEGANTE AO *SPOTTED*

Alice Lima GOEHRING

Thiago Rodolfo de MORAIS

Clarissa Resende ROSA

Isabella de OLIVEIRA

Isabela Scarassati VICENTIN

Orientador: Prof. Dr. Marcelo El Khouri Buzato

Resumo: Se compararmos as interações sociais que ocorriam há vinte anos com as de hoje, veremos que nos socializamos de maneiras diferentes de outrora, já que, graças às redes sociais, as relações interpessoais e as produções de conteúdos estão sendo mediadas, moldadas, influenciadas e proporcionadas pelas novas tecnologias. Neste artigo, buscaremos descrever e analisar a página *Spotted 2.0 – Because true love never dies*, criada em julho de 2013 para alunos da Unicamp, através da qual os usuários podem procurar pessoas novas, mas que pertencem a um mesmo contexto geográfico e institucional, para a construção de uma amizade ou de um relacionamento amoroso com base nos interesses em comum. Para isso, partiremos da hipótese de que essa ferramenta se apresenta como uma versão online e melhorada do Correio Elegante.

Palavras-chave: Linguística Aplicada, Cultura Digital, Redes Sociais, Facebook, Spotted

1. INTRODUÇÃO

Não faz muito tempo que, para nos comunicarmos e nos socializarmos com outros indivíduos, mesmo que do mesmo bairro ou cidade, era necessário o uso da carta, de encontrar-se pessoalmente ou da ligação telefônica; para ficarmos por dentro das notícias era preciso comprar o jornal ou a revista impressa ou confiar no *boca a boca*. Além disso, para exprimir uma opinião em veículos públicos, era necessário ser um especialista ou possuir conhecimento mínimo sobre o assunto; para divulgar trabalhos artísticos, como fotografias e desenhos, era preciso se inscrever nos grandes salões, assim como para publicar textos literários era fundamental a presença de um editor.

No entanto, através da invenção e do avanço de diversas tecnologias, dentre elas o computador e a Internet, esse modelo de interação e produção se modificou drástica e rapidamente nos últimos anos. Hoje, socializamos de maneiras diferentes de outrora,

já que as relações interpessoais e as produções de conteúdo estão sendo mediadas, moldadas, influenciadas e proporcionadas pelas novas tecnologias e pelas redes sociais.

Como exemplo dessa situação, podemos citar a Primavera Árabe, uma onda de protestos e revoluções que ocorreu no Oriente Médio e no norte da África em 2010, e levou a população às ruas com o intuito de derrubar ditadores e reivindicar melhores condições de vida, é provavelmente o maior e mais forte exemplo de como a Internet se tornou poderosa e influente, principalmente devido à sua possibilidade de troca de informações em tempo real entre quase todas as partes do mundo. Isso porque a difusão desse movimento só foi possível graças à um conjunto de três elementos: atores (pessoas, instituições e grupos), suas conexões (interações ou laços sociais), e a comunicação mediada pelo computador (CMC), que permitiram que os fluxos de bens, serviços, pessoas, cultura e informação se intensificassem, possibilitando uma maior integração entre os países e a sociedade ao redor do mundo.

Acontecimentos como esse representam uma grande mudança nas formas de organização, identidade, conversação e mobilização social. Tal forma de relacionamento permite muito mais do que apenas a difusão de informações aos indivíduos, pois amplifica a capacidade de conexão.

Essa mudança nas relações pessoais também se refletiu no modo pelo qual entramos em contato ou conhecemos pessoas novas. As redes sociais, através de suas páginas e comunidades, são, sem dúvida, os exemplos mais expressivos da interação de indivíduos mediada pelo computador e da produção e compartilhamento de conteúdo. Sites como *Facebook*, *Twitter* e *Tumblr* são apenas algumas amostras das várias redes sociais presentes na web, que potencializam uma participação mais ativa de seus usuários, estimulando, assim, maior interatividade. Com elas, os indivíduos podem trocar mensagens públicas ou particulares, compartilhar fotos, vídeos, músicas e links, expressar suas opiniões, marcar eventos etc. Algumas ferramentas permitem, inclusive, que uma rede social converse com a outra, como as fotos postadas no *Instagram* que podem ir para um álbum do *Facebook* se o usuário habilitar essa opção, por exemplo.

Por meio dessas ferramentas os usuários podem, também, criar diversas páginas, grupos, comunidades ou tópicos de conversa movidos por interesses coletivos e/ou individuais. Dentro dessas formas de interação, no entanto, não é necessário que os usuários se conheçam pessoalmente ou partilhem de um relacionamento afetivo. Isso porque esses espaços são criados justamente para que indivíduos com interesses em comum possam se relacionar, compartilhar ideias e produzir conteúdo juntos. Assim, de acordo com Tjäder (2013, p.5),

Com a ascensão da Internet, surgiram as redes sociais, que permitem a conexão online entre as pessoas. Elas permitem uma nova construção de imagem, uma identidade paralela, a possibilidade

do indivíduo construir uma imagem a partir das pessoas com quem se relaciona, e o que compartilha nessas redes.

Além da facilidade de construir perfis moldados aos interesses dos usuários, “elas revolucionaram o relacionamento entre os indivíduos, aproximando mundos distantes e conectando informações que nunca se interligaram com tamanha facilidade” (TJÄDER, 2013, p.6).

No entanto, essas mudanças nas formas de relacionamento, de acordo com Castells (2003), têm gerado discussões acerca de seu impacto na vida dos usuários. Por um lado, cidadãos e pesquisadores afirmam que o uso das redes sociais pode acarretar em problemas nos relacionamentos presenciais dos indivíduos, tornando-os, dessa forma, mais solitários, antissociais e dependentes das redes para estabelecerem vínculos com outros sujeitos. Por outro lado, temos a opinião de que essas redes sociais são, na verdade, benéficas, na medida em que possibilitam uma interação muito maior entre as pessoas: familiares distantes e amigos de longa data, por exemplo, podem ser contatados mais facilmente.

Contudo, é indiscutível que as redes sociais possibilitam novas formas de interações, ocasionadas pelas inovações tecnológicas, e que o surgimento das novas tecnologias alterou o modo como entendemos o mundo a nossa volta, gerando novas relações ou práticas sociais.

Essa mudança nas relações pessoais através das redes sociais também se refletiu no modo pelo qual entramos em contato ou conhecemos pessoas novas. Além de aplicativos de relacionamento como o *Tinder*, páginas no *Facebook*, tal como o *Spotted*, voltadas para o público universitário têm tomado força nos últimos tempos. Através destas, os usuários podem procurar pessoas novas, mas que pertencem a um mesmo contexto geográfico e institucional, para a construção de uma amizade ou de um relacionamento amoroso com base em características que considerem importantes, sejam elas físicas ou de personalidade. Além das duas possibilidades já mencionadas, páginas do gênero também possuem espaço para aqueles que querem pedir conselhos, fazer graça ou, em alguns casos, até mesmo desabafar sobre as mais diversas decepções. Tudo isso, no entanto, é feito anonimamente – a menos que o usuário deseje deixar contato para que o destinatário de sua mensagem possa encontrá-lo –, uma vez que as postagens são enviadas através de um formulário e mediadas pelos administradores.

Com isso em mente, trataremos, em particular, da página *Spotted 2.0 - Because True Love Never Dies*, criada para o público universitário da Unicamp em 27 de julho de 2013 e, atualmente, administrada por cinco pessoas. A página, que leva o “2.0” no nome por ser a segunda versão de um *Spotted* para a universidade, uma vez que o anterior (*Spotted: Unicamp*) foi abandonado pela administração, já acumulou mais de 11 mil curtidas e

milhares de postagens. De acordo com os administradores, a média de mensagens diárias enviadas à página oscila entre sessenta e setenta, sendo que as postagens são realizadas ao menos duas vezes por dia.

Assim, neste artigo, buscaremos descrever a página e analisar de que maneira o *Spotted* da Unicamp impacta na vida social e amorosa dos estudantes e usuários da página. Partiremos, também, da hipótese de que essa ferramenta se apresenta como uma versão online e *melhorada* do Correio Elegante.

1.1 *Facebook*

O *Facebook* foi criado pelo norte-americano Mark Zuckerberg e outros três colegas no dia 4 de fevereiro 2004, enquanto estes ainda estudavam em Harvard, uma universidade de Cambridge, Massachussets, nos Estados Unidos. A ideia inicial era desenvolver uma rede de contatos para alunos que estavam saindo do Ensino Médio e ingressando em uma faculdade, pois esse momento da vida de um jovem quase sempre representa mudanças de ambiente e um espectro novo de relações sociais. Em um primeiro momento, portanto, a rede social era limitada apenas ao corpo estudantil da Universidade de Harvard; aos poucos, porém, ela foi estendida às outras universidades norte-americanas até se tornar pública e *dominar o mundo*, alcançando a marca de 1 bilhão de usuários ativos em 4 de outubro de 2012, tornando-se a maior rede social do planeta.

Para usar essa rede social, os usuários devem se registrar no site, criando um perfil no qual inserem informações pessoais como nome, data de nascimento, local de trabalho e/ou de estudo, locais onde morou, dados sobre família e relacionamentos, entre outros. Depois disso, os usuários podem adicionar outros usuários como amigos, se comunicar via *inbox* (mensagens privadas ou para grupos), postar ou compartilhar mensagens, fotos e vídeos, curtir páginas e participar de grupos de interesses em comum. Assim, vários tipos de operações sociais se tornam possíveis devido ao avanço das TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação).

Além disso, o *Facebook* apresenta a possibilidade de qualquer usuário criar páginas, ou seja, espaços dentro do próprio *Facebook* que contam com um ou mais administradores responsáveis por postar vídeos, imagens, links e/ou textos, a depender do conteúdo da página. Normalmente, essas páginas são dedicadas a empresas, artistas, blogs, lojas, instituições públicas ou marcas de alimento, vestuário etc., e podem ter tanto um enfoque mais profissional quanto mais pessoal. Os usuários que curtem essas páginas geralmente recebem, em seu *feed* de notícias, os *posts* recém-publicados. Além disso, pode ou não haver interação usuário-página através de curtidas, comentários e compartilhamentos.

É importante observar que criação dessas páginas não apresenta como pré-requisito o conhecimento das regras de programação. Isso ocorre por conta das interfaces culturais das quais os programadores experientes se servem a fim de facilitar o acesso e manuseio dos usuários (BUZATO *et. al.*, 2013, p. 1204).

Recentemente, tornou-se cada vez mais comum a criação de páginas no *Facebook* intituladas como *Spotted*, voltadas para o público universitário. Como mencionado anteriormente, esse artigo focará na página *Spotted 2.0 - Because true love never dies*, criada em 27 de julho de 2013 e voltada para aqueles que circulam no ambiente da Universidade Estadual de Campinas.

2. *PRODUSAGE* NAS REDES SOCIAIS

Nos últimos anos, as redes sociais têm adquirido diversas funções. Diferentemente do senso comum, essas ferramentas não se restringem apenas à promoção e manutenção de relações sociais, sendo utilizadas com frequência para a divulgação e compartilhamento de ideias. O *Facebook*, que oferece a possibilidade de criar de páginas, permite ao usuário um espaço onde este possa partilhar suas criações e receber *feedbacks* dos demais indivíduos, o que ocorre através dos comentários e curtidas.

Assim, no interior dessas relações propiciadas pelas redes sociais, o conceito de *produsage*, cunhado pelo estudioso Axel Bruns, vem à tona. Segundo o autor, o termo pode ser definido como um modo de criação de conteúdo colaborativo, onde os usuários atuam como sujeitos híbridos e produtores, gerando e divulgando conteúdos em rede.¹ O elemento central dessa prática é o usuário, chamado por Bruns de *producer*, termo em inglês oriundo da junção dos vocábulos *producer* (produtor) e *user* (usuário)², que, de acordo com Silva (2012, p. 41) é aquele que

desenvolveu letramentos para se apropriar de conteúdo, e realizar reproduções e modificações, ou mesmo produzir informação em espaços de afinidade, especialmente no âmbito da cultura digital e apoiado na disponibilidade de portais, comunidades virtuais e novas ferramentas digitais de criação, edição, remixagem, e distribuição de conteúdos midiáticos.

A *produsage* é muitas vezes associada à “Geração C”, uma expressão usada pela *Trendwatching*, empresa multinacional de pesquisa do

1 Disponível em: <<http://produsage.org/>> Acesso em 09 jun. 2015.

2 Segundo Silva (2012), esses termos em português são traduzidos como *produsuário* (*producer*) e *produsagem* (*produsage*).

consumidor, para se referir ao perfil dos usuários mais ativos, ou seja, atuantes em projetos de construção colaborativa. O termo também contempla algumas características típicas dos indivíduos e, principalmente, da geração atual: a criatividade, a criação de conteúdo, o *status* de celebridade (propiciada pelo mérito) e o colapso casual³, sendo que este se refere ao colapso de antigos paradigmas, como das noções de propriedade intelectual e direito autoral que eram, até então, conceitos fundamentais, mas que agora estão passando por profunda reformulação.

Dessa forma, na *produsage*, parte-se do princípio de que o coletivo tem mais potencial e capacidade produtiva. Os papéis são fluidos, isto é, os usuários participam segundo suas habilidades, conhecimentos ou interesses pessoais, podendo a qualquer momento migrar de função e exercer papéis de maior ou menor relevância.

3. SPOTTED 2.0 - BECAUSE TRUE LOVE NEVER DIES

Voltadas principalmente para o público universitário, as páginas de *Spotted* (do inglês “marcado”) são dedicadas a encontrar (online, em um primeiro momento) uma pessoa que chamou a atenção do usuário universitário no campus, alguém que compartilhe dos mesmos interesses que aquele que envia a mensagem, a pedir conselhos, a *fazer graça* ou, em alguns casos, até mesmo para desabafar sobre as mais diversas desilusões e pedir conselhos amorosos. Tudo isso, no entanto, é feito anonimamente, a menos que o usuário deseje deixar contato para que o destinatário de sua mensagem possa encontrá-lo.

A página do *Spotted* da Unicamp (*Spotted 2.0 - Because true love never dies*, figuras 1 e 2), criada em 27 de julho de 2013 e, atualmente, administrada por cinco pessoas, conta com mais de 11 mil curtidas e milhares de postagens, realizadas ao menos duas vezes por dia. O

nome da página leva o “2.0” no nome por esta ser a segunda versão de um *Spotted* para a

Unicamp, já que o anterior (*Spotted: Unicamp*) foi abandonado pela administração.

De acordo com um dos administradores, a média de mensagens enviadas à página através do formulário do Google (figuras 3 e 4) varia entre sessenta e setenta por dia. É interessante notar também que, para os alunos da Unicamp, *spotted* é não só o nome

3 Disponível em: <http://trendwatching.com/trends/GENERATION_C.htm>. Acesso em 09 jun. 2015.

da página, como também o nome das postagens que ela realiza. Pode-se dizer, assim, que “Fulano recebeu um *spotted*” e tudo o que isso acarreta está subentendido.



Figura 1 - Visão da página do *Spotted 2.0 - Because true love never dies*, no Facebook

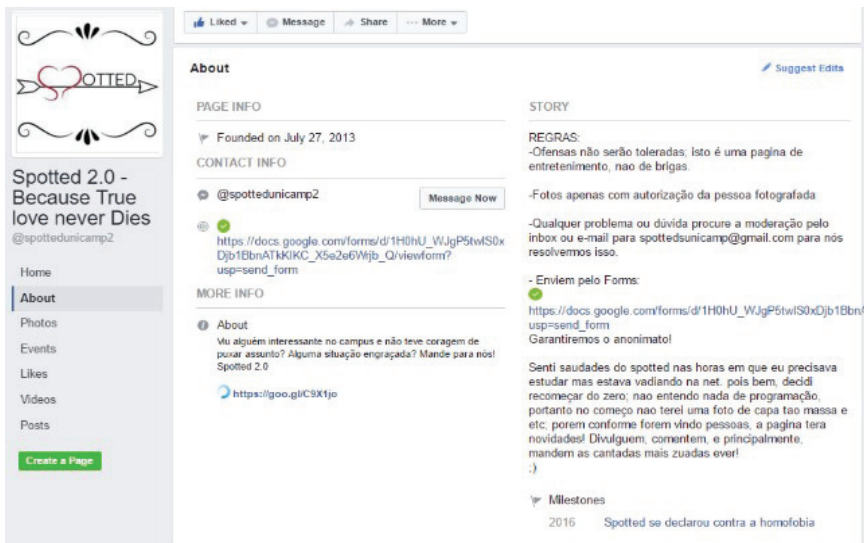


Figura 2 - Visão da parte “Sobre” da página, que contém as regras.

Spotted 2.0 - Because the true love never dies!

S.A.C - Serviço de Atendimento do Cupido

Selecione uma das opções abaixo

- Deixe seu Spotted ;)
- Fale com a Equipe Spotted <3
- Tire suas dúvidas (?)

PRÓXIMA

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Figura 3 - Página inicial do formulário

Spotted 2.0 - Because the true love never dies!

*Obrigatório

Deixe seu Spotted ;)

Encontrou um amor ou uma situação engraçada? deixe sua mensagem ;)

*

Sua resposta

Quer deixar contato?

Sua resposta

VOLTAR

ENVIAR

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Figura 4 - Formulário do Google utilizado para enviar mensagens à página

Além disso, como mostram as figuras 5 e 6, também é por meio do formulário que os usuários também podem entrar em contato com a equipe da página para pedir informações de contato de alguém que deixou um *spotted*, deixar uma denúncia, fazer uma sugestão ou tirar dúvidas.

Spotted 2.0 - Because the true love never dies!

*Obrigatório

Fale com a Equipe Spotted <3

Selecione uma: *

- Quer o contato de alguma postagem?
- Quer deixar uma denúncia?
- Quer deixar uma sugestão?

[VOLTAR](#) [PRÓXIMA](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Figura 5 - Formulário para falar com a equipe

The image shows a Google Form interface. At the top, the title "Spotted 2.0 - Because the true love never dies!" is displayed in a large, dark font. Below the title, there is a red asterisk icon followed by the word "Obrigatório" in red. A dark green header bar contains the text "Tire suas dúvidas (?)". The form has two main sections. The first section is titled "Qual a sua dúvida? *" in bold black text, with a red asterisk. Below it is a text input field with the placeholder "Sua resposta". The second section is titled "Deixe seu e-mail *" in bold black text, with a red asterisk. Below it is a smaller text input field with the placeholder "Sua resposta" and a note in grey text: "É por ele que vamos retornar uma resposta :)". At the bottom of the form, there are two buttons: a grey "VOLTAR" button and a blue "ENVIAR" button. Below the buttons, there is a small grey text line: "Nunca envie senhas pelo Formulários Google."

Figura 6 - Formulário para dúvidas

Como dito anteriormente, a administração da página é realizada por cinco pessoas, sendo que não há hierarquia entre elas. O trabalho da administração consiste em filtrar as mensagens enviadas pelo formulário, excluindo as de cunho preconceituoso, racista, machista, homofóbico ou que contenham quaisquer assuntos que possam fomentar uma discussão intensa entre os usuários, e postando as demais. Além disso, caso seja requisitado pela pessoa que recebeu o *spotted*, eles também atuam como mediadores entre as duas partes interessadas, informando o contato do autor do *spotted* para aquele que recebeu a mensagem.

O aspecto mais interessante acerca do funcionamento da página é sua forma de construção colaborativa, que se dá através dos comentários e compartilhamentos que os usuários realizam nas postagens da página. Em quase todos os casos, os usuários, por meio de seus comentários, podem ajudar o produtor do *spotted* a encontrar a pessoa que procura ou dar conselhos aos desabafos dos autores dos *posts*. A cooperação entre os usuários para atingir esse fim se dá por vários motivos e de várias formas. Uma de suas motivações pode ser, por exemplo, a de informar a um amigo de que ele (ou ela) recebeu

um *spotted*, ou, ao menos, que suas características se encaixam na descrição feita pelo autor da mensagem, pois nem sempre a pessoa que recebeu o *spotted* o vê antes de ser marcado por um amigo. Além disso, essa forma colaborativa também permite que os usuários estimulem o estabelecimento de relações entre o autor do *spotted* e o destinatário ao acrescentar informações ou responderem as perguntas no lugar daquele para quem o *spotted* é destinado, indicando se ele(a) está solteiro(a) ou não, entre outras coisas.

Dessa forma, percebe-se aqui a concretização da prática do *producer*, ou seja, em cada *spotted* os usuários trabalham em conjunto tanto como produtor de informações como usuário. Além disso, a produção colaborativa é essencial para o funcionamento da página, já que sem essa interação não seria possível alcançar o objetivo do funcionamento. A potencialidade e a capacidade produtiva da página só ocorre por causa do coletivo. Esses usuários se apropriaram das redes sociais realizando novas possibilidades e distribuição de conteúdo, expandindo as formas de relações interpessoais. Os papéis entre eles são fluidos e participam segundo seus conhecimentos ou interesses pessoais, podendo mudar de função a qualquer momento, ou seja, um “dono” do *spotted* pode, também, participar de outros por meio dos comentários.

3.1 Correio elegante vs. *Spotted*

O *spotted* tem se tornado cada vez mais comum nas redes sociais, funcionando de maneira similar aos correios elegantes (figura 7). Essa brincadeira, típica das Festas Juninas, consiste na entrega de bilhetes ou recados curtos que possuem a finalidade de expressar um sentimento ou admiração especial, onde o autor se mantém anônimo e a entrega do bilhete é realizada por uma terceira pessoa. O *spotted*, no entanto, apenas se inspira no gênero textual das cartas do correio elegante e o insere no ambiente digital das redes sociais, que possibilitam um processo muito mais dinâmico, funcionando de maneira própria, diferente da simples troca de bilhetes que ocorre no correio elegante (figura 8).

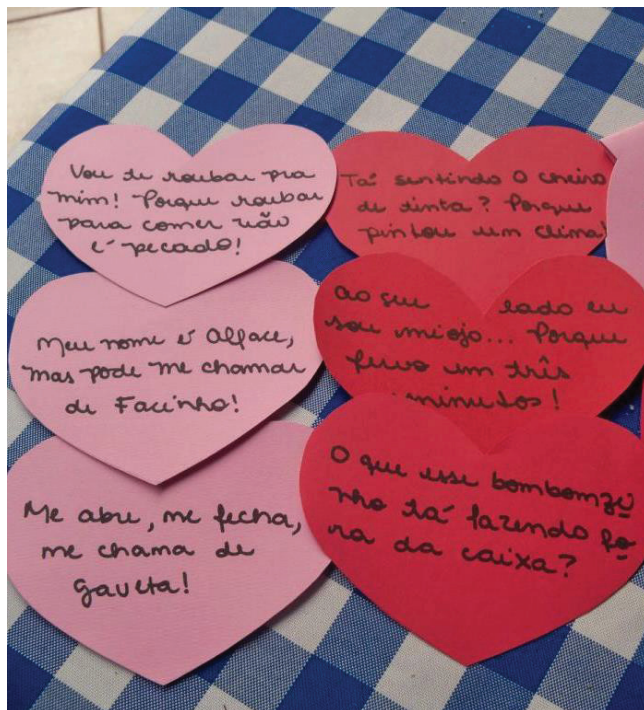


Figura 7 - Exemplo de bilhetes de correio elegante utilizados em Festas Juninas

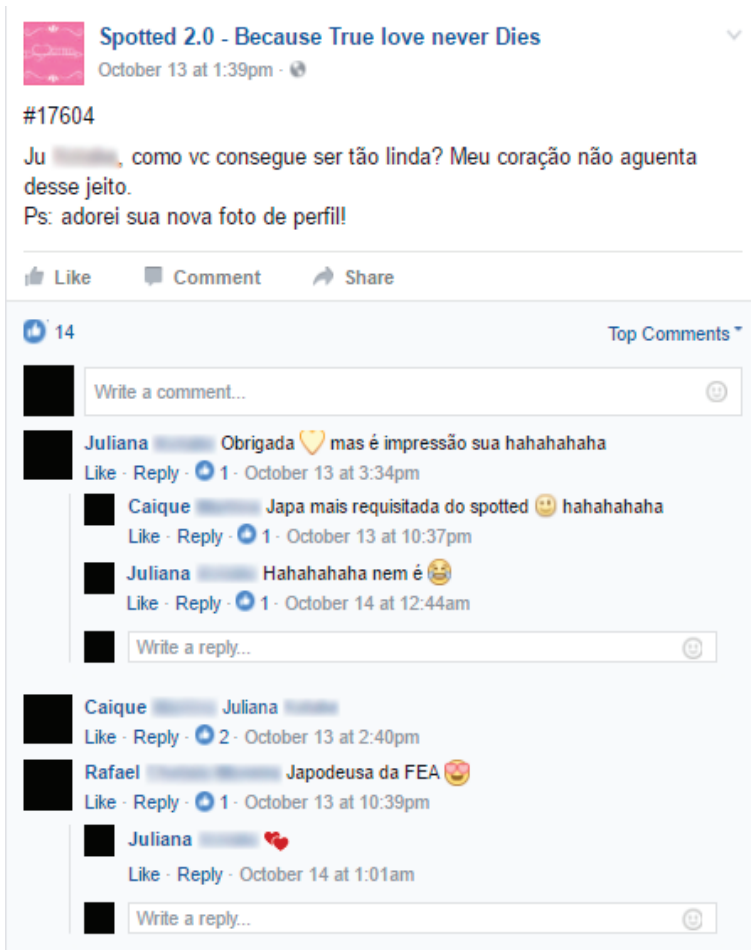


Figura 8 - Exemplo de spotted enviado para a página do Facebook

Passando para esse novo meio digital, o *spotted* ganha novas características em relação ao correio elegante: como exemplo, podemos citar uma característica atemporal.

Diferentemente do correio elegante que funcionava apenas nas épocas das festas juninas, o *spotted* atua o tempo todo. Assim, o que antes estava preso à um tempo e espaço físico (a festa junina) agora se expande para um espaço muito mais amplo e sem o enlaçamento a uma temporalidade (a universidade).

Outra diferença entre as duas práticas está na relação entre o anonimato e a exposição. No caso do correio elegante, por exemplo, o dono do bilhete está em completo anonimato e, ao mesmo tempo, a pessoa que o recebe não é completamente exposta, pois apenas os envolvidos no correio elegante sabem do bilhete. Entretanto, no caso do *spotted*, apesar

de a pessoa que o enviou permanecer em anonimato, o destinatário, quando citado seu nome, fica completamente exposto para qualquer indivíduo que tenha acesso à página.

Isso só é factível graças à possibilidade de tornar público o que antes ficava restrito a poucas pessoas, característica intrínseca às redes sociais, além da interação coletiva em busca do alvo de admiração. Isso ocorre porque, depois de postada a mensagem, a ajuda para sua divulgação fica a cargo dos próprios usuários, o que possibilita um processo muito mais dinâmico. Dessa forma, pode-se dizer que o gênero do correio elegante encontrou um novo suporte, nas novas mídias, que permitiu a integração de novas características graças às possibilidades das redes sociais.

3.2 Breve análise de *spotteds*

Temos, de maneira mais comum, os *spotteds* com descrições de características físicas, como corte/cor do cabelo, estilo e cor da roupa. Informações como curso e turma, lugar e hora em que foi visto ou disciplina que frequenta também aparecem com frequência em *spotteds* que prezam a descrição a fim de serem bem-sucedidos em sua busca. O *spotted* abaixo (figura 9) é um bom exemplo do que podemos chamar de *spotted descritivo*, visto que o autor se utiliza apenas de uma característica física (“negro alto com um black maravilhoso e barbudão”), o curso (“física”) e do local onde o destinatário foi visto (“RS - restaurante saturnino”) a fim de encontrar o alvo de seu desejo. Como podemos observar através dos comentários, as opções são geralmente marcadas pelos amigos da pessoa indicada pelo *spotted*, como no caso de Rafael, que foi marcado por seus amigos Hideo e Lucas. Percebe-se, assim, a ação do coletivo em busca do mesmo propósito: o de ajudar o autor do *spotted* a encontrar a pessoa desejada. Isso ocorre por meio dos comentários feitos nos *posts* e da possibilidade de marcar um amigo, de forma que este seja notificado.



Figura 9 - Exemplo de *spotted* descritivo enviado à página

Outro tipo de *spotted* recorrente na página é aquele que podemos chamar de *spotted nominal*. Nesse caso, o nome da pessoa desejada já aparece no próprio *spotted*, e sua identificação fica, de certa forma, muito mais fácil, tanto para o autor do *spotted* quanto para aqueles que desejam ajudar o remetente em sua busca:



Figura 10 - Exemplo de *spotted nominal* enviado à página

Outra possibilidade de *spotted* é aquele que podemos categorizar como *spotted procura-se* ou *spotted genérico*, onde o autor descreve as características ou os gostos que procura em uma pessoa, geralmente com algumas de suas próprias características no começo ou no final do *post*. Na Figura 11, por exemplo, um homem descreve a si mesmo (“cabelos castanhos e olhos azuis. Dizem que sou até bonito. Tímido com certeza. [...]”).



Figura 11 - Exemplo de *spotted procura-se* enviado à página, onde uma mulher procura o amor ideal

Nesse caso, as interessadas devem curtir o *post* em questão para que o autor entre em contato. Aqui, curtir o *post* não é mais uma forma de mostrar que gostou da mensagem, sem, no entanto, deixar comentários, mas uma maneira de o usuário mostrar que está interessado no autor do *spotted* e que gostaria de ser contactado. Dessa forma, as pessoas que podem curtir este *post* se encaixam em um grupo menor, pois este não se destina mais à todos os usuários que seguem a página, mas àqueles que se encaixam na descrição. Com o *curtir*, existe, também, uma relação um pouco mais direta entre a pessoa que escreve e a pessoa procurada, não intermediada pelos comentários e marcações. Entretanto, essa prática continua presente, como pode-se observar nos comentários. Amigos que marcam seus conhecidos como uma forma de incentivo para eles.

Já Figura 12, temos o exemplo de um *spotted procura-se*, mas, nesse caso, há pouca descrição da pessoa que escreve e mais uma descrição da pessoa procurada (pessoas que “curtam The 100”).

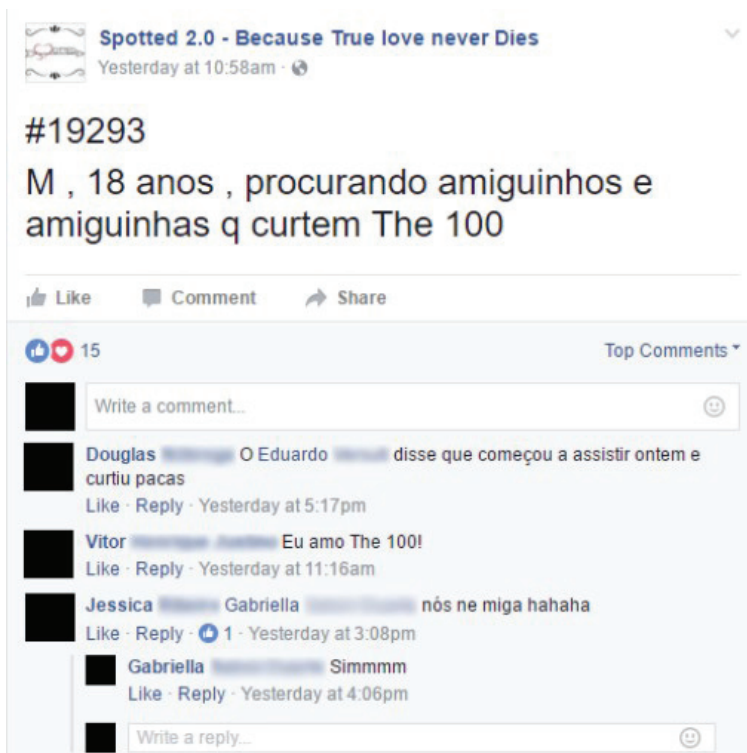


Figura 12 - Outro exemplo de *spotted procura-se*, onde a autora (mulher, 18 anos) busca amigas que gostem de The 100 (série televisiva exibida nos Estados Unidos pela emissora The CW)

O que chama a atenção nesse *post* é o fato de que, ao mesmo tempo de marcarem as pessoas, ou se identificarem, elas mostram que se encaixam no perfil por comentar algo da série, como Vitor que disse que ama “The 100”. Um comentário interessante é o de Jessica e Gabriella que se comunicam entre si, mas também com a dona do *spotted* ao mesmo tempo. Assim, às vezes, há uma interação não apenas entre o autor do *spotted* e a pessoa procurada, mas também entre os usuários que comentam e participam coletivamente.

Entre as inúmeras possibilidades oferecidas pelo *spotted*, há também aqueles que o utilizam com o intuito de desabafar ou pedir conselhos, frequentemente sobre suas respectivas vidas amorosas ou problemas que estão enfrentando em seus relacionamentos ou vida pessoal, o *spotted psicológico*. No exemplo abaixo, temos uma usuária

desabafando sobre a própria página, dizendo que queria curtir uns *spotteds* e conhecer novas pessoas, mas que ela é muito tímida para isso.



Figura 13 - Exemplo do *spotted psicólogo* enviado à página.

Assim, temos aqui a facilidade com a qual os usuários publicam ou compartilham, mesmo que anonimamente, assuntos pessoais para desconhecidos, de forma a saírem das interações fechadas em ambientes pessoais e passarem para o público. No caso da imagem acima, essas interações estão situadas dentro de um ambiente específico, o *Spotted*, onde muitos desses usuários interagem entre si por meio dos comentários. É interessante notar que a relação entre as pessoas que comentam e o dono do *spotted*, nesse caso, é diferente. Os indivíduos que comentam estão se relacionando diretamente com a pessoa; entretanto, essa relação provavelmente ficará restrita à página, uma vez

que eles não sabem quem é a pessoa que o escreveu e que, talvez, não se conheçam pessoalmente.

É certo que muitos dos autores de *spotted*s e pessoas *procuradas* acabam interagindo fora da página, tanto nas redes sociais quanto pessoalmente. Entretanto, na maior parte das vezes, o relacionamento entre o autor e os usuários que participam pelos comentários fica restrito a esse ambiente. Assim, as páginas de *Spotted* permitem uma interação entre pessoas que não seria possível antes destas.

No entanto, há casos em que um usuário se oferece para conversar mais com o autor, por meio do *inbox* (mensagem privada). Isso é muito comum no tipo de *spotted* considerado anteriormente, de desabafos ou com pedidos de conselhos, como se pode observar na Figura 14.

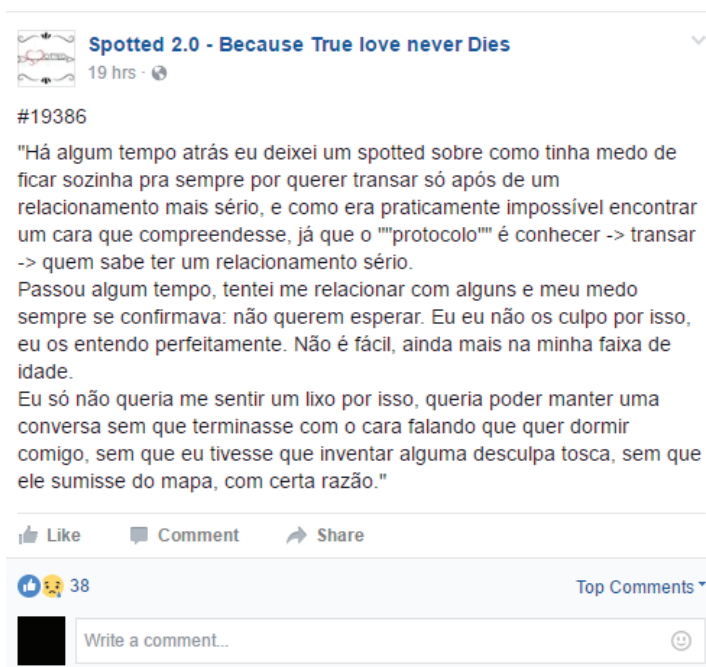


Figura 14 - Exemplo de *spotted psicólogo* enviado à página

Nesse *spotted*, a autora desabafa sobre suas experiências amorosas e o problema que enfrenta. Na Figura 15, temos os diversos comentários com conselhos de outros usuários, que também acabam respondendo à indagação explicitada no *post*. Além disso, há uma pessoa que comenta e se oferece para conversar com a autora do *spotted* através do sistema de mensagens do *Facebook*, caso ela queira. Assim, novamente, temos uma

relação entre pessoas que começa no meio digital e que, depois, pode passar para o mundo real.

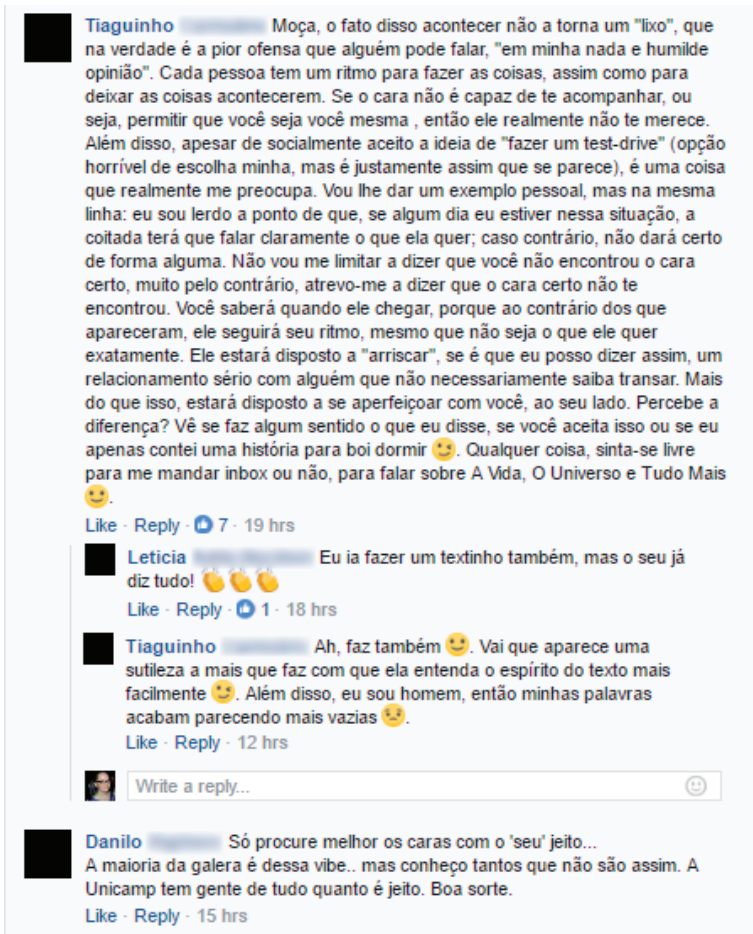


Figura 15 - Comentários realizados na postagem apresentada na Figura 14

Temos novamente uma situação que sai do pessoal e entra no público. Nesse caso, a “exposição” é algo que acaba se tornando vantajoso, uma vez que o indivíduo consegue encontrar outros que já passaram pela mesma situação e o compreendem melhor do que aqueles que não conhecem essa realidade, além de manter em sigilo sua identidade. Assim, no caso exemplificado acima, o remetente da mensagem pode entrar em contato com outros que apresentam algumas características em comum com o autor, algo que não era possível antes das redes sociais. Essas pessoas podem lhe oferecer suporte emocional e conselhos.

É possível, dados alguns dos exemplos apresentados nessa seção, traçar um paralelo entre o *Spotted* e o aplicativo *Tinder*, onde os usuários, após cadastrarem informações como nome, gostos e localização, são apresentados, pelo próprio aplicativo, às pessoas que se encontram em um determinado raio de distância do usuário, ou seja, que apresentam compatibilidade com alguns dos dados fornecidos nos perfis. Cabe então ao próprio indivíduo dizer se gostou ou não do perfil que lhe foi apresentado, deslizando-o para a direita ou para a esquerda. Em determinado momento, quando duas pessoas gostam do perfil uma da outra, temos o que o aplicativo chama de *match*, ou seja, um possível par, graças aos metadados oferecidos pelo usuário e os algoritmos utilizados pelo *Tinder*. No caso do *spotted*, no entanto, os próprios usuários tornam-se analistas de metadados, buscando (ou se oferecendo) alguém que atenda às expectativas do autor do *spotted*.

Dessa forma, através das análises, é possível perceber uma mudança na maneira com a qual os relacionamentos são formados, típica da atualidade, sendo que a tecnologia não é mais um meio que diminui distâncias, mas sim aquela que permite o primeiro contato. Assim, muitos dos relacionamentos passam a ter um primeiro momento de interação no meio digital, com a possibilidade de, posteriormente, serem estendidos ao real. Além disso, vemos nessa página a construção colaborativa entre os usuários para o mesmo objetivo e a fluidez entre os papéis na página de produtor e usuário.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Internet, desenvolvida para determinados fins, acabou desempenhando papéis para os quais não estava inicialmente destinada, tendendo, assim, a ser reapropriada para os diversos usos e práticas que a sociedade demanda. Dentre esses, podemos citar as várias páginas, aplicativos e redes sociais que fazem uso da ferramenta e permitem criar laços e relacionamentos interpessoais. Esse fenômeno da atualidade pode ser facilmente observado através, por exemplo, do *Facebook*.

É preciso notar, no entanto, que essa rede social foi inicialmente pensada para universitários de certa instituição de ensino superior, mas como resultado da sua grande popularização, foi expandido para o uso no mundo todo. No caso do *Spotted*, podemos dizer que os usuários se apropriaram desse meio digital para criar páginas que passam novamente a serem direcionadas apenas para o público universitário.

Analisando, então, a página *Spotted 2.0 - Because true love never dies*, direcionada à alunos e funcionários da Unicamp, é possível notar algumas das características distintas no estabelecimento de relações, proporcionadas pelo suporte digital em que se encontram. Os *posts* encontrados na página mostram formas diferentes de interações, pois permitem uma interação entre usuários que não se conhecem, mas que participam

de forma conjunta para um mesmo objetivo, a identificação daquele que se encaixa na descrição do *spotted*. Assim, no *Spotted*, as relações se dão tanto na aproximação entre usuários, autor do *spotted* e destinatário, quanto entre os indivíduos que participam de forma conjunta nos comentários, além de possibilitar a interação entre usuários com interesses em comum. Dessa forma, observa-se que esses tipos de relações travadas e a coletividade estabelecida pelos *producers* só pode ocorrer de maneira eficaz nos ambientes digitais.

Desse modo, podemos perceber o quanto o *spotted* depende da colaboração dos usuários para funcionar, algo que seria impensável há alguns anos, quando as relações interpessoais dependiam do contato físico ou de outros meios de comunicação que, diferentemente da CMC, possuíam limites de tempo, custo e distância. Vemos também que, através do crescimento das TICs, os usuários se tornaram produtores de conteúdo, e não apenas consumidores passivos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BUZATO, M. E. K. *et al.* (2013) “Remix, mashup, paródia e companhia: por uma taxonomia multidimensional da transtextualidade na cultura digital”. Revista Brasileira de Linguística Aplicada, v. 13, n. 4, p. 1191–1221.
- CASTELLS, M. (2003). “A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade”, Jorge Zahar, RJ.
- GENERATION C. Disponível em: <http://trendwatching.com/trends/GENERATION_C.htm> Acesso em 22 jun. 15.
- GOMES, H. S. (2013) “Correio elegante no Facebook, ‘spotted’ vira hit entre universitários”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/04/correio-elegante-no-facebook-spotted-vira-hit-entre-universitarios.html>>. Acesso em 22 jun. 15.
- RECUERO, R. (2012). “A conversação em rede”, Sulina, Porto Alegre, pp. 9-14.
- SACHS, R. S. (2012) “Travessias hipermodais em letramentos dos fãs de Glee: da produçagem à reflexão metadiscursiva”. Monografia - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, SP.
- SILVA, D. P. da. (2012) “Práticas de letramentos em jogo de construção colaborativa: MUD Valinor”. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, SP.
- “SPOTTED 2.0 - Because true love never dies”. Disponível em: <<https://www.facebook.com/spottedunicamp2>>. Acesso em 12 jun. 15.
- TJÄDER, M. T. (2013). “Spotted: A comunicação do amor”. In: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id=55792>> Acesso em 22 jun. 15.
- TREND WATCHING (2010). “Maturalism” Disponível em: <<http://trendwatching.com/trends/maturalism/>>. Acesso em 22 jun. 15.