

## ELEMENTOS, FINALIDADES E CONSEQUÊNCIAS DA SUPEREXPOSIÇÃO DE USUÁRIOS NAS REDES SOCIAIS

Elements, purposes, and consequences of overexposure of users in social networks

**Thatyane Gama Carvalho<sup>1</sup>**  
**Bruna Muniz dos Santos<sup>2</sup>**  
**Demóstenes Silva de Araújo<sup>3</sup>**  
**Vitor José Braga Mota Gomes<sup>4</sup>**

### **Resumo:**

A superexposição nas redes sociais é uma forma de entretenimento que envolve fatores socioculturais e raízes teóricas para serem debatidos. O artigo tem como ideia central discutir os elementos que mantêm as redes sociais e as finalidades dos usuários ao ingressarem nesses ambientes virtuais, de modo a abordar, inclusive, as consequências ocasionadas pela publicação de conteúdos.

**Palavras-chave:** Redes sociais; Superexposição; Ciberespaço.

### **Abstract:**

Overexposure on social networks is a form of entertainment that involves sociocultural factors and theoretical roots to be debated. The main idea of the article is to discuss the elements that maintain the social networks and the purposes of the users when entering these virtual environments, including the consequences caused by the publication of contents.

**Keywords:** social networks, overexposure, cyberspace.

---

<sup>1</sup> Formada em Rádio e TV pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC). E-mail: *thatyanegamac@gmail.com*.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Audiovisual, pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: *brunamuniz110@gmail.com*.

<sup>3</sup> Graduado em Cinema e Audiovisual pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). Email: *diandida@gmail.com*.

<sup>4</sup> Jornalista, professor e doutor em Comunicação pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Email: [vitorbragamg@gmail.com](mailto:vitorbragamg@gmail.com).

## Introdução

Para compreender a existência de indivíduos que se superexpõem nas redes sociais, é necessário conhecer a existência da comunicação e o que ela representa para a sociedade. A comunicação está presente na humanidade desde os primórdios dos tempos por meio de diferentes linguagens e para diversos fins. Ela é a essência de toda a experiência humana e varia conforme a cultura vigente. Também é percebida e valorizada como complemento de libertação individual e democracia na cultura ocidental. A internet surgida em meados dos anos 70 trouxe muitas mudanças para a vida da sociedade contemporânea ao se popularizar no século XXI. As redes, ou o ciberespaço, trouxeram um grande impacto sociocultural.

As redes sociais permitem a socialização por meio de ferramentas de comunicação (computadores, smartphones e tablets) mediadas por internet (RECUERO, 2010; WOLTON, 2007). Enquanto há uma enorme quantidade de pessoas buscando sabedoria e entretenimento, diminuiu-se a distância comunicativa de todo o mundo, formando as **sociedades globais**. Todo conteúdo produzido e disponibilizado nas plataformas *online* são um formato de exposição por determinado usuário através da técnica *do it yourself* (faça você mesmo). O produto oferecido na internet pode ser de textual a audiovisual.

Dessa forma, os usuários constroem a si mesmos, interagem e comunicam-se uns com os outros, deixando em seus perfis rastros que possibilitam o reconhecimento de padrões para a conexão de grupos. Existem diversas redes que possibilitam as interações sociais com postagens de conteúdos em formato de textos, fotos, vídeos, conversas (*chats*). Os domínios mais utilizados no Brasil são o *Fotolog*, *Flickr*, *Facebook*, *Instagram*, *MySpace*, *Youtube*, *Snapchat* e *Twitter*. A manutenção dessas redes sociais é realizada

principalmente pelos usuários, também chamados de **atores**. Em uma página individual na rede social, um **perfil**, o ator pode expor a privacidade em momentos rotineiros, como emprego, lazer e família.

Por meio das conexões entre atores, a visibilidade de sua atuação no ciberespaço dá a motivação para a continuidade de suas ações. Quanto maior a exposição de um ator na rede social, maior a quantidade de expectadores e maior o estreitamento dos laços sociais com outros atores. A busca de um usuário pela aceitação da comunidade na rede pode levar o usuário a superexpor a sua vida, seguindo ideais da realidade baseados no que a **sociedade imagética imediatista** (MIRANDA, 2012) quer consumir.

Ao se expor, os usuários são submetidos a situações problemáticas nas relações sociais e crimes cibernéticos. As redes sociais são locais propícios para a construção de uma identidade nos moldes que o ator julga adequada de mostrar, submergindo em uma realidade manipulável sem vigilância e com permitido anonimato, que permite o distanciamento da essência de ser e o aumento da expectativa de parecer.

## 1. Redes sociais

A rede social é uma construção linguística e cultural, apoiada sobre práticas observacionais que foram se constituindo ao longo da história humana (VERMELHO; VELHO; BERTONCELLO, 2012).

[...] redes são instrumentos apropriados para a economia capitalista baseada na inovação, globalização e concentração descentralizada; para o trabalho, trabalhadores e empresas voltadas para a flexibilidade e adaptabilidade; para uma cultura de desconstrução e reconstrução contínuas; para uma política destinada ao processamento instantâneo de novos valores e humores políticos; e para uma organização social que vise a suplementação do espaço e invalidação do tempo (CASTELLS, 1999, p. 498).

A internet possibilita o acesso às redes de conexão com uma comunicação mundial. Segundo dados do IBGE em 2015, o Brasil já possuía 58% da população usuária de internet. O dado corresponde a cerca de 102 milhões de usuários. Além disso, a internet tem um caráter global, onde o acesso a essa tecnologia abrange não só a região local, como também endereços eletrônicos e pessoas de todos os locais do planeta. A integração das sociedades de todo o planeta deu início a partir dos anos 60, com o advento da televisão, e mais tarde com o surgimento da internet, gerando a **sociedade global** ou **aldeia global**. A internet é um espaço público simbólico, que amplia o espaço comum e atribui o “acesso para todos”.

Embora o acesso aos mesmos equipamentos não reduza as desigualdades sociais, dá às populações o sentimento real de aproximação, de curto-circuito (WOLTON, 2007). A ideia da abertura de espaço para a participação social direta em conjunto à recusa das mídias de massa, à atração pelo modelo e à procura de novas formas de solidariedade mundial motivou a migração ou **transferência** dos jovens às novas tecnologias de comunicação. Três palavras são essenciais para definir o sucesso dessas novas tecnologias de informação e comunicação (TIC): autonomia, domínio e velocidade (HEWITT, 2007).

Essas novas tecnologias são blogs, redes sociais, sites de conversas e postagem de conteúdo, tudo isso com o acesso permitido através de um cadastro. Uma pesquisa realizada pela *Digital in 2016*, da *We Are Social*, realizada durante o último trimestre de 2015, revela uma média de 45% da população brasileira ativa em redes sociais de todos os tipos (RIBEIRO, 2016). A pesquisa *Futuro Digital em Foco Brasil 2015*, da *Digital Future Focus Brazil 2015*, divulgada pela consultoria **comScore** mostra que o brasileiro gasta em média 21 minutos por visita a uma rede social (OTONI, 2015). Para Rheingold (1995), o que o computador fez foi encontrar uma forma de direcionar o indivíduo para espaços de interação social em meio às situações contemporâneas que incluem a falta de

tempo e o medo da violência nas ruas. Quanto mais há comunicação, mais é preciso reforçar a identidade individual e coletiva (WOLTON, 2007).

### 1.1 Elementos para superexposição nas redes sociais

Os atores são denominações dadas a grupos, instituições e indivíduos presentes como usuários nas redes sociais. As conexões entre os atores são os laços sociais que são formados. Esses dois elementos juntos compõem uma rede social (WASSERMAN & FAUST 1994; DEGENNE & FORSE, 1999). Dessa forma, não é possível desassociar um ator das conexões. Todos os usuários das redes sociais estão sujeitos ao olhar analítico de suas ações em vantagem das conexões sociais e suas interações dinâmicas. Mark Granovetter (1973; 1983) já explorava antes das redes sociais na internet o conceito da força dos laços fracos, argumentando que eles são de extraordinária importância na difusão de informação e no acesso ao novo.

Os atores moldam as estruturas sociais. Eles constroem identidades. A cibercultura é originada pela presença dos atores nas redes, construindo um conjunto de pensamentos, práticas, atitudes, valores e modos de agir. Tudo isso acontece através da postagem de fotos, comentários, curtidas, textos, vídeos e conversas (*chats*) que interagem, falam com outros atores e expressam elementos de sua personalidade ou individualidade (RECUERO, 2010).

As imagens acompanham todas as fases da vida, do trabalho à educação, do lazer à saúde, da juventude à idade adulta, e estas novas redes sociais dão total abertura para a divulgação das mesmas. Sibilia (2003) documenta o **imperativo da visibilidade**, que é a necessidade que a sociedade possui pela exposição pessoal nas redes. Nesse contexto, é preciso ser visto para existir no ciberespaço. Para suprir a ausente comunicação face a

face, usuários postam *selfies* e *emoticons* que gerem individualidade e empatia para associar com as palavras publicadas em um perfil na internet.

A *selfie* é uma denominação social contemporânea para a histórica fotografia de autorretrato, conhecida por *self-portrait*. O autorretrato também tem a intenção original, assim como os perfis das redes sociais, de realizar a “construção de um eu”. O ser fotografado transmite um sentimento moldado à uma pose, que afirmará estaticamente sua posição de seguro, firme, alegre, triste e outros sentimentos pessoais (JÚNIOR, 2015).

Além de identificar determinada pessoa, precisa e rapidamente, o rosto informa, ao mesmo tempo, sobre o ânimo, disposição ou estado de espírito. Captar o significado de uma expressão facial é tão fácil quanto é difícil evitá-la. (...) os adjetivos e locuções com que costumamos descrever as expressões faciais demonstram a diversidade e sutileza deste modo de comunicação. (KUBRUSLY, 1998, p. 32 *apud* JÚNIOR, 2015).

Desde o século XIX, a atitude de fotografar a si e a outros é um ato político e social, com a capacidade de colocar o sujeito perante a sociedade e forjar a sua identidade.

Ao contrário da fotografia, o mundo não tem moldura; o olho divaga e pode apreender aquilo que está além das margens. Conhecemos os limites do documento fotográfico, sabemos que ele mostra apenas aquilo que o fotógrafo quis enquadrar e aquilo que determinada luz e sombra lhe permitem revelar. (MANGUEL, 2001, p. 92 *apud* MIRANDA, 2012).

Segundo Lemos (2002), a sociedade na internet compreende o indivíduo atuando através de “máscaras”, em rituais. É possível vender uma imagem ou uma propaganda que não condiz com a realidade. Debord cita o **monopólio da aparência**, que transforma o mundo em simples imagens e privilegia o sentido da visão. Ainda para Debord (1997 *apud* FREDERICO, 2010), a imagem também reproduz a forma-mercadoria, uma prática social alineada pelos homens onde há a relação entre homens mediada por coisas. A autopromoção do indivíduo é possibilitada pelas redes sociais, sem a presença de um

controle da realidade. Assim, o indivíduo é responsável por si próprio, assegura seu destino, desenvolve sua competência, cultiva-se, corresponde-se e cria relações a partir de seus próprios interesses. Os usuários de redes sociais utilizam suas fotos e suas mensagens codificadas em perfis, sempre para atrair um público, seguindo a perspectiva da indissociação entre os elementos fundamentais das redes sociais: ator e conexões. Este contexto propõe a ideia de uma individualização, ao mesmo tempo em que age a favor e em torno de uma coletividade.

## **1.2 Finalidades e consequências da superexposição nas redes sociais**

Toda imagem terá um contexto histórico, não existirá sem receptor com sua criticidade para interpretá-la e com seu imaginário. Ainda assim, a tendência maior é que os usuários prestem mais atenção na imagem do que na análise dela. O homem nunca está neutro em relação à comunicação. Como consequência antropológica, os usuários das redes são livres para amar ou rejeitar as ações de um ator no ciberespaço. A rejeição pode ser um problema quando existe a possibilidade de pessoas cometerem ciberviolência. Casos de imagens de pessoas com fisionomias alteradas devido ao metabolismo, etnia, doenças, deficiências podem vir a ser violentadas ciberneticamente. Indivíduos que publicam textos com opiniões pessoais podem sofrer de casos leves por determinada perspectiva, como críticas, até casos mais graves, como ameaças de morte. Estes atos de ciberviolência são considerados crimes na legislação vigente.

As relações sociais no ciberespaço podem ser ou não limitadas à realidade virtual, uma realidade com ou sem o aspecto de distanciamento entre os atores envolvidos. As relações sociais na rede também mudaram a forma como elas são estabelecidas, a partir de uma avaliação diferenciada do contexto das interações sociais, com novas expressões culturais e linguagens ainda em estudo (como o estudo da superexposição realizado no presente artigo). O ciberespaço está mudando a física social da vida humana, afirma Mark Smith

(1999). As redes sociais permitem também o *e-commerce*, um mercado que apresenta comodidade e rapidez para o cliente e para os vendedores, com custos menores que lojas físicas, por exemplo (BRITO; MALHEIROS, 2013). O público que um ator almeja atingir pode ser composto por familiares, contatos profissionais ou por utilidade pública, novas amizades de interesses semelhantes ou por busca relações íntimas.

Para Oldenburg (1989), existem três lugares que determinam influência e importância na vida de um indivíduo e dentro dos quais a comunicação mediada por computadores tenha encontrado um campo fértil no ciberespaço: O lar que contém a família, que é o primeiro lugar; o trabalho é o segundo lugar; e o terceiro lugar são os parques, pubs e espaços de lazer, onde constroem-se novos laços sociais. O ator determina na rede com quem irá interagir e com quem construirá laços sociais. Todavia, a relação social acontece de forma independente ao seu conteúdo: o conteúdo serve para estreitar laços entre atores com interesses condizentes ou, no caso contrário, afastar usuários. Quanto mais parecidos e mais interesses mútuos existirem entre grupos da internet, mais estes grupos surgem com características comunitárias. Em cada perfil, o usuário cria suas reservas de conhecimentos e conteúdo que ele pode deixar visíveis ao restante da rede.

Wellman e Gulia (1999) explicam que os interesses homogêneos dos participantes podem aumentar a sensação de empatia, compreensão e suporte mútuo nestas conexões. Lemos (2002) define a comunidade virtual eletrônica um local com agregações em torno de interesses comuns, independentes de fronteiras ou demarcações territoriais fixas. Nesta concepção de Lemos, já não existe mais localidade espacial. Objetifica-se o corpo ou os pensamentos, a existência enfim, em fotos, legendas e vídeos, mantendo uma comunicação à distância com públicos diferenciados. Hewitt (2007) sugere que todo o conteúdo postado nas redes sociais é produzido para ser lido, e a prova da leitura é o tráfego e as reações posteriores às postagens.

As mídias conquistadas nas redes sociais pela exposição de um ator conferem a ele a audiência aos conteúdos que foram produzidos. Quando o conteúdo postado por um ator é de interesse do público, as mídias serão conquistadas: uma entrevista no rádio ou TV, o compartilhamento pelo público, bons comentários serão gerados, tudo de forma gratuita. A exposição que gera mídias conquistadas de boa qualidade estimula retornos e motiva o ator a produzir cada vez mais conteúdo, podendo provocar uma superexposição. De um lado, existe a necessidade de manter-se nas margens das atualizações das redes sociais, a fim de fazer parte da rede de conexões e ter sua presença no mundo lembrada. Por outro lado, quanto maior a escala de alcance da comunicação de um meio, maior a desconfiança sentida pelo público. Wolton (2007) comenta que a comunicação em larga escala é sempre identificada como uma tentativa de manipulação, ao menos de influência, e não se acredita em sua sinceridade.

Existem dinâmicas estudadas por teóricos que guiam os indivíduos nas redes sociais denominadas **ciência das redes** (RECUERO, 2009). Nesse contexto, as ações dos atores podem expor a necessidade de somar e construir um laço social ou enfraquecer e destruir outro laço. Esses comportamentos advêm “de baixo de para cima”: são emergentes e coletivos. Os meios para essas dinâmicas são através da criação de conflitos, cooperação e competição; ruptura e agregação; adaptação e auto-organização. Cada ator agirá sem intermediário, quando quiser, sem filtro e hierarquia e em tempo real.

Também é importante visualizar o papel das instituições e organizações beneficentes, também consideradas usuários ao ingressarem em redes sociais, com suas conexões e ações podendo auxiliar outrem. Existem indivíduos que possuem um papel social nas suas postagens e a mídia conquistada os “ajuda a ajudar”. Outros exemplos de ações sociais que envolvem uma comunidade são os manifestos e os abaixo-assinados online. O manifesto é criado por um indivíduo ou organizações com interesses mútuos e divulgado

através das redes sociais para as conexões dos atores por eles mesmos, apresentando o caráter democrático, libertário e capacitador que uma rede social acresce a um cidadão. De acordo com Ferreira (2014), existem 4 condições relacionadas à exposição problemática de atores nas redes sociais:

A primeira é a do uso ingênuo do ciberespaço, com a superexposição da intimidade em textos, fotografias e vídeos pessoais facilmente compartilhados pelos meios digitais; a segunda, o aprofundamento do sentimento de solidão dos indivíduos, que ressoam do afrouxamento das relações familiares desde a Revolução Industrial, no século XVIII, seguindo adiante pela Revolução Tecnológica; a terceira, a explicitação do Ser-sexual no ciberespaço, em oposição à invisibilidade e ao silêncio dos desejos e das fantasias na severidade da vida no mundo real concreto; e, por fim, a quarta condição, com a concepção do anonimato do agressor e da falta de controle do governo por meio de leis no ciberespaço.

O argumento do autor é de que essas situações podem abrir precedentes para a ciberviolência. A Lei nº 12.965/2014 foi sancionada no Brasil e estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet. Esta lei tem diminuído crimes e aplicado punições a usuários que invadem a privacidade não-autorizada dos atores sociais, porém o compartilhamento de conteúdos em redes sociais expõe e dá abertura para a divulgação sem controle pelo ator-autor. Bauman (2007) afirma que “Os usuários ficam felizes por revelarem detalhes íntimos de suas vidas pessoais, fornecerem informações precisas e compartilharem fotografias”. Existe uma socialização da vida privada, ao mesmo tempo em que exprime uma vontade de conservar a distância entre si e os outros, de fechar as portas (WOLTON, 2007).

Martins (2008) parte do pressuposto de que as pessoas individualmente “fazem coisas”, mas o fazem não dentro de uma liberdade total; ao contrário, elas o fazem nos limites das

estruturas sociais e das transformações históricas concretas. Para obter amigos nas redes sociais, é necessário agir como eles. Existe um condicionamento social. No Instagram, por exemplo, existe a cibercultura de postar fotos nos ambientes que se frequenta, da vida que se leva, das comidas que se come, procurando sempre o melhor ângulo para a fotografia ou vídeo. Para participar de cada rede social, os atores sabem e reconhecem as suas instruções de uso, principalmente, através de outros atores.

Os indivíduos se submetem à perda de suas privacidades em prol de se manterem em constante visibilidade. O autor Fitzsimons (2002) cita em sua obra que o suporte social, o envolvimento em estruturas sociais relevantes, dentre outros, são alguns dos componentes do empoderamento de um indivíduo. Tanto as organizações empoderadas quanto a comunidade empoderada tem amplas condições de influenciar as decisões e mudanças em um contexto social amplo (SOARES; BUENO, 2011), aplicável à situação das redes sociais.

Surge a era das **solidões interativas**, com a obsessão das pessoas em serem encontradas a todo momento, onde estiverem (RECUERO, 2010). O surgimento do *cyborg* é relatado em estudos e representa a junção entre o homem e a máquina, sumindo com a distinção entre sujeito e objeto (FREDERICO, 2010). Para Wolton (2007), “sempre chega o momento em que é preciso desligar as máquinas e falar com alguém. Todas as competências que se tem diante da técnica não induzem em nada uma competência nas relações humanas”.

Um homem social atualiza as mídias sociais e realiza a manutenção das *networkings* (redes de relacionamentos) com a ajuda de máquinas (HEWITT, 2007). O ser condicionado e condicionador das redes sociais não se contenta apenas em fazer uma atividade (por exemplo: viajar, tomar um banho de mar, ir à academia e participar de congressos para estudos na área profissional). Neste caso, o ator cria uma valorização do

ato de justificar-se frente ao mundo virtual. O conteúdo divulgado nas páginas pessoais tem relação direta com o que o público que usuário quer atingir gostaria de consumir.

Enquanto esta sociedade analisada pode se encaixar na definição de **sociedade do espetáculo**, existe uma **sociedade de consumo** associada ao espetáculo que é oferecido. Para gerar uma melhor compreensão sobre a sociedade do espetáculo, é possível perceber que o espetáculo não é somente um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens (DEBORD 1997 *apud* FREDERICO, 2010). Debord cita Karl Marx em sua produção, expondo que “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 1997: §1).

## 2. Visibilidade do ator no ciberespaço

A comunidade virtual é uma relação social, forjada no ciberespaço, através do contato repetido no interior de uma fronteira específica ou lugar que é delineada por tópico de interesse. A comunidade associada de forma frágil por sentimentos e atitudes heterogêneas nunca é pura. Os laços de uma comunidade estão sempre associados a estratégias, conflitos ou mesmo à violência. Wolton (2007) cita o termo **comunalização** em substituição ao termo **comunidade**, transferindo a visão de movimento social aos laços supracitados.

A superexposição usa a necessidade de interação e a atenção dada pelo público ou desejada pelo ator-autor como um fator motivador para sua perpetuação. A comunidade, neste caso, seria uma defensora da comunicação mediada por computador. Qualquer conteúdo publicado nas redes sociais exige interação social reativa e mútua e acabam gerando um laço associativo, que aproxima ou afasta o indivíduo. Algumas pessoas ficam

cansadas ou impossibilitadas de manter o esforço de fazer parte do círculo social das redes e desistem, excluindo suas contas nas redes sociais. Outras pessoas, apesar de poucos acessos e reprodutibilidade de seu material, não se sentem inibidas e continuam a postar.

Existem algumas dicas que podem ser citadas com as quais (HEWITT, 2007) aconselha usuários para adicionar sucesso e importância aos blogs e que podem ser aplicadas às demais redes sociais: Atualizar sempre; criar links com outros assuntos de forma livre; ser generoso nos elogios e nos créditos; não ser prolixo; ter cuidado com as obscenidades, pois estas podem espantar o público; evitar rixas e brigas apaixonadas. Ademais, sem muitas regras e sem supervisão, os usuários continuam a expor e superexpor suas vidas, materializando as ideias nas redes da forma como elas vem e aguardando o *feedback* do público.

## **Considerações finais**

As redes sociais permitem que as pessoas tenham uma ideia de integração mundial, repleta de sonhos, capacidade criativa para criação e compartilhamento de conteúdos e poder democrático. Os elementos ator (usuário) e conexões (laços sociais) são indispensáveis para sua existência, além das tecnologias de informação e comunicação (TIC) que permitem o acesso. Embora a superexposição possa aparentar de pouca utilidade na vida prática e real, é uma forma de entretenimento, da qual muitos indivíduos gostam e compartilham em suas comunidades virtuais e em suas vidas sociais concretas.

A exposição nas redes sociais também leva ao empoderamento comportamental de determinados grupos, causando uma maior capacidade de influenciar em decisões e mudanças em um contexto social. O simples ato da crítica em si não destrói os benefícios sociais que as redes trouxeram com suas conexões, tendo como exemplo atos de solidariedade espalhados pelo mundo, *e-commerce*, disseminação rápida das

informações, diminuição da violência contra grupos particulares (mulheres, religiões, minorias, etc). A superexposição também abre precedentes para a violência causada por criminosos, seja por meio de seguidores virtuais e também de pessoas más intencionadas que estão presentes na sociedade em torno de um indivíduo.

É preciso que o ator tenha cautela com o conteúdo que disponibiliza em seus perfis na rede, analisando como deseja atingir o público e como gostará de ser visto, uma vez que os receptores de suas mensagens poderão amar ou rejeitar o que está sendo disseminado e poderão reagir das mais diversas formas. Possuir o acesso às novas tecnologias é o meio e conhecer o contexto social da utilização das redes sociais para se utilizar delas a favor de obter conhecimento e entretenimento é o fim para usufruir deste novo contexto histórico de exposição.

## Referências bibliográficas

- BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Trad. bras. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. 190 p.
- BRITO, D. S.; MALHEIROS, T. C. **A importância das mídias sociais e das ferramentas gratuitas do google no mercado de e-commerce no Brasil para microempresas**. C@LEA – Revista Cadernos de Aulas do LEA, Ilhéus, n. 2, p. 1-18, nov. 2013.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede: a era da informação - economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo e Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Trad. bras. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FERREIRA, R. da S.. **Perigos e riscos da superexposição na sociedade da informação: reflexões sobre a ciberviolência**. Revista Digital de Biblioteconomia & Ciência da Informação. Campinas, São Paulo. v. 12 n.3, p. 42-58, set/dez. 2014.
- FITZSIMONS, S.; FULLER, R.; **Empowerment and its implications for clinical practice in mental health: a review**. Journal of Mental Health. 2002; 11(5):481-99. In: SOARES, M.H.; Bueno S.M.V. Saúde mental: novas perspectivas. São Paulo: Yendis, 2011.
- FREDERICO, C. **Debord: do espetáculo ao simulacro**. MATRIZES, v. 4, n. 1, p. 179-191, jul./dez. 2010.

GRANOVETTER, M. **The strength of weak ties: a network theory revisited.** *Sociological Theory*, v. 1, p. 203-233, 1983.

GRANOVETTER, M. **The strength of weak ties.** *The American Journal of Sociology*, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973.

HEWITT, H. **Blog: entenda a revoação que vai mudar o seu mundo.** Trad. bras. Alexandre Martins Morais. Rio de Janeiro: Thomas Nelson, 2007. 261 p.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal: 2015.** Coordenação de Trabalho e Rendimento. Rio de Janeiro: IBGE, 2016. 87 p. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv99054.pdf>>. Acesso em: 25 de fev. 2017.

JÚNIOR, F. C. **A Fotografia e a Moda das Selfies: Uma Análise da Evolução do Autorretrato.** XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação; 2015; Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Intercom, 2015.

MARTINS, P. H. **As redes sociais, o sistema da dádiva e o paradoxo sociológico.** *Caderno CRH*, v. 17, n. 40, p. 33-48, 2004.

MIRANDA, L. A. de. **Corpo para mostrar: o autorretrato nas redes sociais.** In: III Encontro Baiano de Estudos em Cultura, Cachoeira, 2012. Anais III Encontro Baiano de Estudos em Cultura. Universidade Estadual de Feira de Santana, Cachoeira, 2012. Disponível em: <<http://www.ufrb.edu.br/ebecult/wp-content/uploads/2012/04/Corpo-para-mostrar-o-autorretrato-nas-redes-sociais.pdf>>. Acesso em: 20 de fev. 2017.

OTONI, A. C. **Brasileiros gastam 650 horas por mês em redes sociais.** *Oglobo*. 2015. Disponível em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/nas-redes/post/brasileiros-gastam-650-horas-por-mes-em-redes-sociais-567026.html>>. Acesso em: 1 de mar. 2017.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2010. 191 p.

RIBEIRO, L. **Quais são as redes sociais mais usadas no Brasil.** *Marketing de conteúdo*. 2016. Disponível em: <<http://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 28 de fev. 2017.

SOARES, M.H.; Bueno S.M.V. **Saúde mental: novas perspectivas.** São Paulo: Yendis, 2011.

VERMELHO, S. C.; VELHO, A. P. M.; BERTONCELLO, V. **Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores.** *Educação e Pesquisa*, São Paulo, 2015.

WOLTON, D. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias.** 2. ed. Trad. bras. Isabel Crossetti. Porto Alegre: Sulina, 2007. 231 p.