



Lifestreaming: a rede fragmentada como referência¹

Sandra Bordini Mazzocato²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo definir o termo *lifestreaming*. Trata-se de um processo de interação recente na *Web 2.0* que tem como causas tecnológicas a acelerada proliferação de serviços disponíveis, e como causas sociais a tendência à dispersão de informações sobre um sujeito no ciberespaço. Analisa-se a relação da dispersão de informações com as características do sujeito fragmentado contemporâneo. E realiza-se um estudo de caso do ambiente *friendfeed* para exemplificar como um espaço de *lifestreaming* pode tornar-se uma fonte alternativa de referências *online*.

PALAVRAS-CHAVE: *Lifestreaming*; Sujeito Fragmentado; Redes Sociais; *Friendfeed*.

Introdução

Atualmente há uma acelerada proliferação de serviços voltados para relação social na *Web 2.0*. Na sua segunda fase, a *web* passa a ser uma plataforma, com serviços disponíveis *online*, em que a arquitetura da participação permite a alteração de documentos por qualquer usuário (O'REILLY, 2005). Vossen e Hagemann (2007) apontam que a *web* funciona como uma biblioteca de informações crescente, uma plataforma de comércio e um repositório de mídia com serviços gratuitos cada vez mais diversificados. A grande oferta de espaços gerou uma demanda para um novo tipo de serviço, chamado *lifestreaming*, em que seja possível organizar os outros. Neste artigo, pretende-se pesquisar o processo de *lifestreaming*, em que informações relativas a diferentes ambientes que uma pessoa utiliza na internet são reunidas.

O principal objetivo é definir o termo *lifestreaming* e pesquisar suas razões sociais e tecnológicas. Além disso, relacionar este novo acontecimento do ciberespaço com as características do sujeito fragmentado da pós-modernidade, e a forma como o mesmo se apresenta e interage na *web*. Busca-se, também, analisar a relação entre as preferências por certos assuntos de um sujeito fragmentado e a escolha de seus contatos no serviço de *lifestreaming*. Para melhor explicar o processo de *lifestreaming*, e também

¹ Trabalho apresentado na NP Tecnologias da Informação e da Comunicação, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do curso de Pós-Graduação em Comunicação e Informação - UFRGS (ingresso 2007/1). email: sandrabordini@gmail.com.



exemplificar como este processo pode tornar-se uma rede de referências, realiza-se um estudo de caso do ambiente *friendfeed*.

1. Lifestreaming

Lifestreaming é um processo de interação recente na *web*, cuja característica principal é a união e divulgação de informações incluídas em diferentes serviços por uma pessoa. Ou seja, uma pessoa que participa de mais de um serviço na internet, como blog, site de redes sociais, repositório de fotos, entre outros, pode, em um ambiente que proporcione *lifestreaming* cadastrar estes outros serviços. Desta forma, sempre que este sujeito realizar uma ação em qualquer um dos outros serviços cadastrados, estas ações são divulgadas no ambiente de *lifestreaming* em que ele se inscreveu.

Por ser recente não há uma documentação científica definindo o termo *lifestreaming*, no entanto a definição parece ser um consenso entre os blogueiros que observam a novidade. Estas apontam que *lifestreaming* são espaços que proporcionam a agregação de informações sobre um sujeito espalhadas em outros serviços na *web*. No site da folha de São Paulo o termo foi conceituado como reunião de todo o conteúdo que uma pessoa produz na *web*, organizado por *feed* ou *microblogging*³. Para melhor explicar a prática de *lifestreaming* é preciso conceituar os termos *feed* e RSS. *Feed*, do inglês, alimentar, é um termo relacionado com a tecnologia RSS (Really Simple Syndication). Alguns sites, normalmente os que são atualizados periodicamente, fornecem *feeds* que podem ser assinados através da tecnologia RSS em espaços que sirvam para isto. De forma que neste espaço de assinatura o sujeito recebe as atualizações de todos os sites cadastrados⁴. O *lifestreaming* é um processo em que atualizações realizadas por uma pessoa em algum serviço na *web* são enviadas ao espaço em que os *feeds* foram assinados, através de RSS. A diferença é que neste novo processo o que ocorre é uma assinatura pessoal. Nele a pessoa cadastra os próprios dados e os disponibiliza para serem assinados por seus contatos. No *lifestreaming* assina-se pessoas, e não sites.

O termo *lifestreaming* une as palavras *life* e *stream*, que em inglês significam vida e corrente. A palavra vida passa a noção de que a vida *online* de uma pessoa pode ser resumida em ambientes que proporcionem esse tipo de serviço. Naturalmente é uma metáfora, pois a vida inteira de um sujeito não pode ser publicada na *web*, ou resumida em um espaço como este. As informações transmitidas para o ambiente de *lifestreaming* são aquelas que a pessoa escolhe enviar, o que pode não ser tudo o que há na internet

³ Fonte: <http://www.folhadeseupaulo.com/2008/07/voc-sabe-o-que-lifestreaming.html>

⁴ Fontes: <http://pt.wikipedia.org/wiki/RSS> e <http://pt.wikipedia.org/wiki/Feed>



sobre a mesma, e dificilmente será toda a sua vida. A palavra *stream* tem sentido de fluxo contínuo liquefeito ou gaseificado (STEEL, 2000). Nesta metáfora, o termo é utilizado com a noção de canalização. São idéias e eventos relativos a uma pessoa no ciberespaço que são canalizadas a um único serviço. Este processo recente surge como resposta a uma demanda de organização, agregação e divulgação de todas, ou quase todas as informações existentes sobre uma pessoa na internet. Esta demanda tem uma origem tecnológica e outra social. A tecnológica é o desenvolvimento acelerado de serviços voltados para a interação social na *Web 2.0*. E a social é a tendência à dispersão de informações sobre um sujeito na *web* que participe de inúmeros destes serviços. Outros tipos de organização de informações na *web* já existem há mais tempo, como sites para agregação de links favoritos⁵, ou sistema de assinaturas de blogs através do RSS⁶. São formatos de combinação de informações alheias, enquanto o *lifestreaming* tem a função de agregação pessoal. Da mesma forma que um sujeito organiza os dados sobre outrem que deseja encontrar na *web*, pode, com o *lifestreaming* organizar os próprios.

1.2 Tipo de site ou um novo processo?

Na internet encontram-se algumas listas que classificam como *lifestreaming* serviços cujos objetivos variam muito, e não necessariamente funcionam para agregar informações de outros serviços. Na lista mais extensa⁷ confundem-se ambientes específicos de *lifestreaming*, ambientes que proporcionam além do *lifestreaming* outras funcionalidades, e ambientes que nem ao menos proporcionam esta função. De acordo com as definições encontradas para o termo, busca-se descrever um funcionamento padrão para o conceito. Quais espaços podem ser considerados *lifestreaming*? E o que é *lifestreaming*, um tipo de site ou um processo?

Na definição da Folha de São Paulo *online* citada, aponta-se que o *lifestreaming* pode ser organizado por *feed* ou *microblogging*. O que para este artigo parece uma definição precipitada. Nos espaços de *microblogging* sujeitos podem realizar postagens pequenas, normalmente com número limitados de caracteres, que serão visualizados por sua rede de contatos (JAVA, et all, 2007). Para Java, et all. (2008) o *microblogging* preenche uma necessidade de comunicação mais rápida que a dos blogs tradicionais. Segundo os

⁵ Sites de *Social Bookmarking* em que é possível criar um espaço de favoritos na *web*. Além disso outras pessoas podem visualizar estes favoritos.

⁶ Sites de organização de *feeds* de blogs ou outros espaços atualizáveis.

⁷ Exemplo de lista: http://www.readwriteweb.com/archives/35_lifestreamin_apps.php



autores, o *microblogging* exige menos tempo de seus leitores e escritores, o que possibilita um processo de atualização mais acelerado. Porém, o *microblogging* não fornece ferramentas através das quais seja possível cadastrar dados de outros ambientes de forma que as atualizações destes sejam transmitidas automaticamente, nem possibilita assinar, através de RSS as informações disponibilizadas por um sujeito na *web*. Alguns espaços de *microblogging* podem fornecer estas ferramentas, como é o caso do *Jaiku*⁸, mas não funciona como regra. Além disso, outros sites com outras finalidades podem fornecer ferramentas de *lifestreaming* apesar de não servirem especificamente para este fim. É o caso do *Facebook*⁹ que é primariamente um site de redes sociais, mas possui espaço para cadastro de outros serviços que o interagente participe na internet.

Logo, o *lifestreaming* é um processo e não necessariamente um tipo de site. Existe um tipo de site utilizado específica e unicamente para *lifestreaming*. Porém o termo relaciona-se com um processo em que o determinante é a reunião de informações que provenham de outros serviços de forma automática, através de assinaturas de *feeds* pela tecnologia RSS. *Lifestreaming* envolve expressão e interação, pois a reunião das informações de uma pessoa tem mais sentido quando visível para os contatos do mesmo. É um processo típico da *Web 2.0*, e tem como causa social a dispersão de informações de um sujeito, e causa tecnológica o grande número de serviços disponíveis. O que gerou uma demanda de um novo formato de programas capaz de organizar e divulgar estas informações.

1.2 Entendendo melhor o *lifestreaming* com o *friendfeed*

Alguns sites citados na lista do blog *Read Write Web* são especificamente para *lifestreaming*, como é o caso do *friendfeed*¹⁰ e o *secondBrain*¹¹. Para este artigo realizou-se um estudo de caso do *friendfeed* por já possui um número maior de adeptos no Brasil. Na seção *About* deste site encontra-se sua definição, em que se promete a possibilidade de um *feed* customizado daquilo que é postado por contatos na rede, de novos artigos a fotos de família e links e vídeos interessantes. Seu posicionamento é o de tornar todos os sites que já são utilizados por uma pessoa um pouco mais sociais¹².

⁸ <http://www.jaiku.com>

⁹ <http://www.facebook.com>

¹⁰ <http://www.friendfeed.com>

¹¹ <http://www.secondbrain.com>

¹² Fonte: <http://friendfeed.com/about/>



Ao entrar no *friendfeed*, e cadastrar nele seus serviços, a pessoa cria um resumo de todas as suas ações na *web*. Este resumo é disponibilizado para outros usuários em forma de *feed*, seja na interface do próprio *friendfeed* ou por email. As atividades deste sujeito serão informações enviadas para aqueles que as assinarem, como atualizações em um blog ou espaços de notícias. Assim, a pessoa se transforma em notícia, disponível para aqueles que desejarem recebê-la.

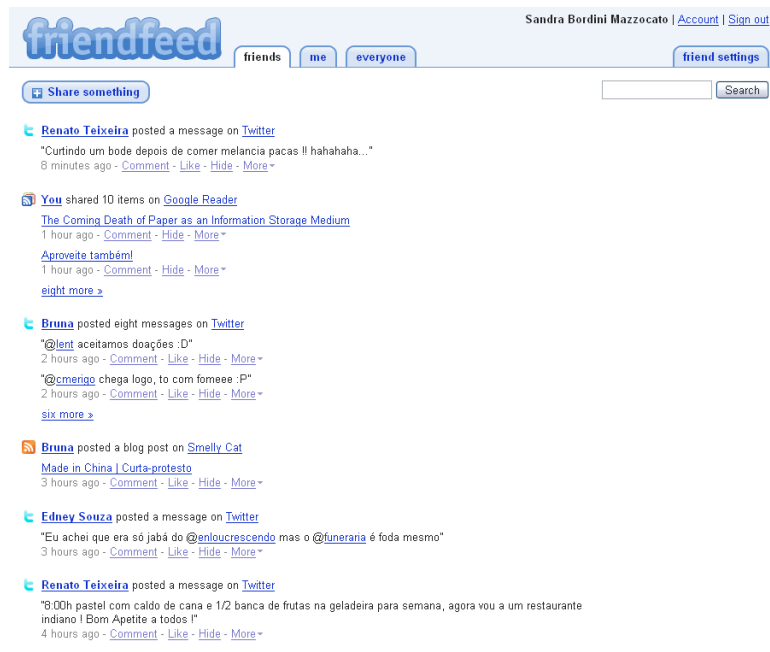


Figura 1 – Aba “Friends” com as atualizações mais recentes de todos os contatos assinados. Fonte: <http://friendfeed.com/>

Esta plataforma oferece a possibilidade de inclusão de serviços de várias categorias, como de notícias, *bookmarking*, status, foto, blogging, vídeos, músicas, livros, entre outros.

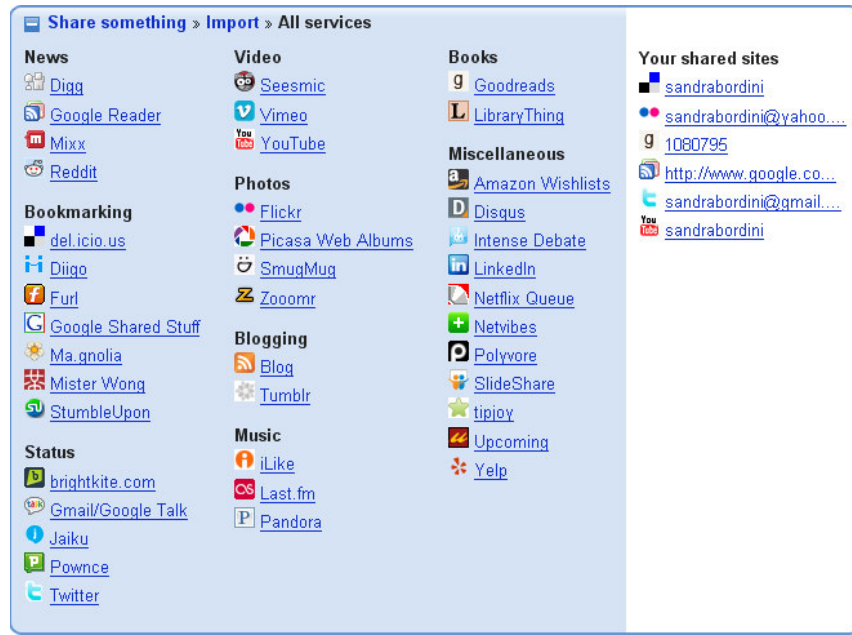


Figura 2 – Opção dos serviços disponíveis para cadastro. Em abril de 2008 eram 35 serviços. Em junho de 2008 já estão em 41. Fonte: <http://friendfeed.com/>

Muitos destes serviços têm como objetivo possibilitar o compartilhamento de referências em determinadas mídias. Por exemplo, no site *Goodreads*, da categoria livros, o sujeito cadastrado pode inserir informações sobre os livros que leu, participar de redes sociais e receber recomendações de outros livros que possam interessar. Isso funciona da mesma forma com músicas em sites como o *Last-FM* ou com notícias e sites em geral em serviços como o *Digg* ou o *Stumble Upon*. Ao cadastrar estes serviços no *friendfeed*, não é necessário entrar em cada uma das plataformas para saber as atualizações de seus amigos, elas são enviadas automaticamente.

2. Identificações: o sujeito fragmentado na web

Existe na *Web 2.0* uma tendência à dispersão de informações sobre um sujeito devido à proliferação dos serviços e de suas finalidades. Na era pós-moderna existe uma tendência à fragmentação do sujeito que não pode mais ser interpretado como homogêneo (MAFFESOLI, 2005a). Estes dois conceitos não são a mesma coisa, tampouco um determina o outro. Este segundo fator não pode ser considerado causa do *lifestreaming*, no entanto, pode-se observar em muitos casos o sujeito fragmentado interagindo na *web*. O sujeito fragmentado pós-moderno é contraditório de interesses variados. Um espaço disperso como a *web* parece ser ideal para interações efêmeras de um eu plural. Lemos (2004), define o processo de religação social no ciberespaço como cibernsocialidade. Segundo o autor formam-se grupos de interesse nos ambientes da *web* cujas regras de conduta são de acordo com uma ética da estética. No universo das



comunidades, os interesses do sujeito fragmentado regem a busca por grupos relevantes, que podem se tornar fontes de referências. Como funciona a apresentação de um eu social fragmentado no ciberespaço? E quais as conseqüências de uma ferramenta como a de *lifestreaming*, cujo objetivo é reunir informações sobre um sujeito, para esta incoerência de dados pessoais?

2.1 O Sujeito Fragmentado

Para o presente artigo parte-se da prerrogativa de Maffesoli (2005b) que na era contemporânea a identidade de um sujeito não pode ser interpretada como homogênea, em que o comportamento e o interesse são únicos e estáveis. Na pós-modernidade o indivíduo, ou o individualismo, valores máximos do racionalismo moderno, perdem o sentido (MAFFESOLI, 2005a). Assim, segundo este autor, o sujeito contemporâneo constitui-se de múltiplas identificações que se articulam em um contexto coletivo, em que a dinâmica do estar-junto prevalece, e o eu perde o lugar para o nós. Neste contexto o ato de religação coletiva é sancionado por uma moral relativa chamada de ética da estética, que faz sentido na medida em que condiz com os interesses dos integrantes de algum grupo (Ibidem). A estética torna-se um valor coletivo e passa a ser interpretada como único código de regras em um dado grupo de interesse. Porém, fora do grupo este conjunto de valores perde a legitimidade. A ética da estética aparece como princípio efêmero, cujo conjunto de regras é válido em uma situação específica, perdendo força quando em outro contexto. Na sociabilidade a forma como ocorrem as trocas sociais é mais importante do que o conteúdo que elas envolvem (MAFFESOLI, 2005a).

O ator pós-moderno é o sujeito fragmentado que combina e recombina suas sinceridades sucessivas, agindo de acordo com o grupo em que se encontra e do valor coletivo em vigor, seja a situação profissional, política, pessoal, entre outras (MAFFESOLI, 2005b). Neste contexto, não se espera mais de um sujeito um comportamento concreto e imutável. Na moral relativa da pós-modernidade o *eu* pode assumir diversos papéis, com fachadas específicas para as diferentes situações de gregarismos sociais. Estas fachadas múltiplas não são, necessariamente, invenções de uma personalidade inexistente, mas sim alternações de padrões de conduta de acordo com o código de estética existente no grupo. No contemporâneo, sob a visão de Maffesoli (2005a), as normas de conduta variam muito, pois são de acordo com a ética da estética de cada grupo.

2.2 O Eu Social

Goffman (2007), já em 1956, apontava que o *eu* social quer ser aceito, e para isso desenvolve mecanismos necessários através do convívio com outros. Nesse sentido, qualquer pessoa em meio social apresenta um *eu* que não necessariamente corresponde a uma versão exata de seu *eu* puro, e sim uma versão com os artifícios que a levará a ser aceita. Para este autor uma persona social é construída com filtros baseados nos costumes de seu meio e época. A representação do *eu* social, portanto, exige uma construção e uma manutenção controlada e reavaliada, a cada processo interativo em que haja participação (GOFFMAN, 2007).

Porém, eu social de Goffman (2007) é o sujeito moderno e preocupado com sua coerência e sua reputação pública. Do contrário, o sujeito pós-moderno de sinceridades sucessivas (MAFFESOLI, 2005b) combina estas sinceridades de acordo com o grupo em que se encontra, mas este processo ocorre de forma natural. A incoerência do eu contemporâneo ocorre na medida em que este interage em diferentes situações, e este não está preocupado em manter uma imagem estável. O sujeito pós-moderno não está preocupado em ser coerente, ele é, de fato, contraditório. No entanto, assim como o eu social de Goffman (2007) o sujeito contemporâneo quer ser aceito, e também utiliza de artifícios para obter este fim. O *eu* social constitui-se através da interação social, pois observando o comportamento aceito em um grupo o sujeito aprende as normas de conduta consideradas apropriadas (GOFFMAN, 2007). Na dinâmica da religação social (MAFFESOLI, 2005a) a pessoa utiliza os artifícios necessários para ser aceito dentro do grupo em que se encontra, porém os artifícios variam de acordo com a ética da estética.

2.3 Representação Fragmentada do Eu Social na Web

Há uma tradição entre autores que analisam o *eu* no ciberespaço em tratar a existência virtual como fantasiosa. Turkle (1997), por exemplo, coloca que o internauta entra na tela do computador e constrói novas identidades em comunidades virtuais. Para a autora, a internet é uma nova forma de projetar idéias e fantasias, onde um espelho é atravessado e do outro lado habitam novas personalidades e mundos virtuais, em que ocorrem interações com outros *eus* irrealis. Em outro extremo, Miller e Arnold (2003) apontam que a comunicação eletrônica não é rica o suficiente para uma sustentação de um *eu* eletrônico que exista somente na internet. Nem verdadeiro, nem fictício, muito menos múltiplo, os autores apontam que uma construção *on line* só funcionaria como reforço da identidade na “vida real” (MILLER e ARNOLD, 2003, p. 5). As duas



referências consideram a presença na *web* como algo que ocorre em oposição à realidade. A primeira propondo mundos fantásticos e o segundo relatando que o *eu* eletrônico é tão fraco que não se sustenta sozinho, funcionando somente como reforço da vida tangível. Para este trabalho considera-se que um “*eu* social” (GOFFMAN, 2007) pode ser sustentado inteiramente na *web*, sem ser necessariamente uma fantasia. O que se propõe é que com a proliferação de serviços *Web 2.0* um sujeito constitui diversos *eus* sociais no ciberespaço.

No ciberespaço a representação do eu social pode ser diferente dependendo de vários fatores. Uma pessoa pode se mostrar e interagir de forma diferente dependendo, principalmente, da rede social em que a mesma está inserida. Na internet essa rede social pode ser um site inteiro de relacionamento, ou os grupos que se formam dentro deste. A representação de um sujeito pode se diferenciar de um ambiente para o outro, primeiro porque os grupos mudam, mas também, porque os sites de redes sociais na *web* possuem diferentes objetivos finais. Como por exemplo, o *linkedin*¹³, voltado para relacionamentos entre parceiros de negócios. Ou o *My Space*¹⁴ que começou como espaço para divulgação de bandas menos conhecidas, e até hoje valoriza a troca de mídias digitais entre os participantes (BOASE e WELLMAN, 2008). Outro fator que pode influenciar na diferenciação na forma de representação é o tipo de mídia cuja postagem um ambiente valoriza. Pois a própria linguagem utilizada no formato pode revelar diferentes aspectos do sujeito. Por exemplo, em um site de postagens de vídeo como o *Youtube*¹⁵ uma pessoa pode disponibilizar um material completamente distinto do que disponibiliza no seu blog. Tudo depende de como a pessoa se apresenta (com que ferramentas) e para quem, ou seja, em que meio e quais os objetivos. O sujeito fragmentado contemporâneo jogará com suas sinceridades, sem preocupar-se com a coerência (MAFFESOLI, 2005b). Mesmo assim, no momento em que se encontra em um grupo ele quer ser aceito. Assim, o sujeito fragmentado pode se apresentar de formas diversificadas na *web*. Uma mesma pessoa pode ser descoberta com papéis diversos em diferentes sites dependendo da imagem que deseja passar em cada um. Mas o sujeito pós-moderno sente-se prejudicado ao ser descoberto interagindo de formas diferentes? O *lifestreaming* é um processo que surge conforme uma demanda por espaços capazes de organizar informações pessoais na *web*. Se os próprios interagentes

¹³ <http://www.linkedin.com/>

¹⁴ <http://www.myspace.com/>

¹⁵ <http://www.youtube.com>



sentiram esta necessidade, será que estão preocupados que esta aglutinação os prejudique?

Goffman (2007) aponta que toda a ação social ocorre dentro de uma determinada estrutura que envolve algumas convenções, suposições e características físicas do espaço. Segundo o autor, quando um sujeito age dentro de uma estrutura, procura se adaptar a ela buscando uma imagem de si mesmo compatível com a estrutura e com a impressão que deseja passar. Esta estrutura de ação e as características destacadas pelo ator social é o que Goffman (2007) chama de “região frontal”. As “regiões de fundo” (GOFFMAN, 2007) são as expressões inapropriadas que podem desacreditar a imagem almejada. Thompson (1998) analisando Goffman (2007), coloca que em uma interação mediada¹⁶ os contextos de cada interagente são separados e em cada uma há uma região frontal, que deve ser acentuada, e uma região de fundo, que deve ser controlada. Ao escrever seu texto, este autor considera como interação mediada conversas ao telefone ou por troca de cartas, ou através de outras tecnologias anteriores à internet. No *lifestreaming* e, principalmente, sob a visão do sujeito fragmentado, informações que prejudiquem a imagem de um sujeito em um determinado contexto podem ser consideradas regiões de fundo. Por exemplo, uma pessoa que interage em uma rede específica e constrói nesta uma imagem condizente com a mesma, resolve cadastrar vários serviços em um ambiente de *lifestreaming*. Posteriormente, contatos que possui naquela rede específica passam a assinar este sujeito no serviço de *lifestreaming*. Com isso, passam a receber informações sobre este sujeito vindas de outros espaços na web, que podem não condizer com a imagem que o mesmo construiu naquele contexto específico, causando até mesmo contradição.

Este seria um ponto negativo da fragmentação na *web* que de repente passa a ser aglutinada por um novo tipo de serviço. Ao aglutinar diferentes representações que se dão em diferentes serviços podem juntar informações incoerentes ou contraditórias sobre um sujeito. Porém, isso somente ocorrerá dependendo dos dados que o sujeito transmitir, pois nem sempre uma pessoa publica na *web* mais de uma de suas facetas. E mesmo que publique, pode não cadastrar todas em seu serviço de *lifestreaming*. Um caso mais extremo de gerenciamento do *eu* seria o cuidado com a coerência de

¹⁶ O autor classifica como interação mediada, os tipos de relação social que contém bilateralidade, mas não são realizadas presencialmente. Os outros dois tipos nomeados pelo autor são a interação face-a-face, presencial, e a interação quase-mediada que define os tipos de interação realizadas entre um meio de comunicação de massa e sua audiência.



informações sobre si em todos os ambientes possíveis. Seria um retorno ao sujeito moderno de Goffman (2007), preocupado com a coerência. Aliás, o *lifestreaming* pode, em alguns casos, ocasionar o retorno a esse tipo de preocupação, por tornar mais evidente a fragmentação do sujeito. Porém, não se quer interpretar a fragmentação do sujeito contemporâneo como um problema, muito menos propor o *lifestreaming* como uma solução para o mesmo. Pelo contrário, o objetivo é pesquisar as possibilidades de representação do *eu* contemporâneo na *web*, e como este novo processo pode influenciar nisto.

Neste sentido, o *lifestreaming* serve para visualizar todos os aspectos que um mesmo contato deixa visível naquele serviço. Assim, ao assinar um sujeito a pessoa escolhe absorver os de maior interesse, e descartar, ou simplesmente não dar importância aos menos relevantes.

3. *Lifestreaming*: o social como referência

Thompson (1998) aponta que com o surgimento da interação mediada e interação quase-mediada a “mistura interativa” da vida social se modificou. “Cada vez mais os indivíduos preferem buscar informação e conteúdo simbólico em outras fontes do que nas pessoas com quem interagem diretamente no dia-a-dia” (THOMPSON, 1998, p. 82). A observação deste autor condiz com a organização social da modernidade, em que a credibilidade do meio é proporcional a sua forma de produção, ou à tecnologia envolvida. Atualmente, com a *Web 2.0* os ambientes de redes sociais, e os contatos que um sujeito possui, cada vez mais serve como fonte de referências. Boyd e Ellison (2008) apontam que o termo “Amigo” nos sites de redes sociais não tem o mesmo sentido convencional do cotidiano presencial. Para eles, os amigos fornecem contexto, oferecendo aos interagentes uma audiência imaginada que guia normas comportamentais. No *lifestreaming* este sentido de “audiência imaginada” se exalta, uma vez que os contatos do sujeito assinam suas atualizações, para visualizá-las automaticamente. Ao assinar uma pessoa, o sujeito está escolhendo ser informado sobre todas as ações da mesma *on line*, ou pelo menos tudo o que foi cadastrado por ela e atualizado. Assim, neste tipo de interação a fonte de referência é o próprio sujeito e não o grupo. Neste sentido, pode-se considerar que os contatos adicionados nesse tipo de serviço são selecionados de acordo com o contingente de informações que se obtém dos mesmos, e a afinidade que o usuário possa ter com as mesmas.



Boase e Wellman (2008) ao falarem sobre relacionamentos interpessoais na internet colocam que na sociedade contemporânea não há uma única rede densa e particular de indivíduos. O modelo, segundo os autores, consiste em muitas pessoas participantes de pequenos e múltiplos grupos, sendo que dentro deles muitas dessas pessoas não se conhecem diretamente, mas sim através de um ou alguns nós. Boase e Wellman (2008) concluem com esse quadro que dificilmente duas pessoas terão exatamente o mesmo conjunto de relacionamentos, e cada sujeito possui sua própria rede que provavelmente será única. Se na dinâmica do *lifestreaming* o contato é fonte de referência, sob esta visão, raramente duas pessoas terão exatamente o mesmo conjunto de referências. No *lifestreaming* a rede traz indicações de conteúdos na *web*, assim, cada indivíduo terá sua própria teia de referências, sem que haja duas iguais, o que torna a rede tão fragmentada quanto o sujeito.

3.1 estudo de caso: *Friendfeed*.

No *lifestreaming* as redes de interesses entrelaçados podem se formar posteriormente, porém assina-se pessoas e não um grupo já formado. As atualizações que podem virar referência são obtidas através de cada contato. Conforme a definição encontrada na seção *About* do site *friendfeed*, neste tipo de interação a configuração de *feeds* é personalizada, e depende do grupo de amigos que cada um forma. A seguir apresentam-se alguns exemplos do serviço citado em que pode-se encontrar casos de redes de contatos como referência.

Quando uma pessoa cadastra-se no *friendfeed* ela estará criando um espaço com as referências de seu trajeto na *web*. Adicionando amigos esta pessoa passa a fazer parte de uma rede de referências, onde a fonte de informações são as trajetórias de seus amigos. Neste sentido, quando um sujeito escolhe assinar certos amigos no *friendfeed* ele passa a ficar informado quanto às ações realizadas pelos mesmos em uma gama de assuntos e categorias. Assim, estes amigos passam a ser fonte de conteúdos alternativos na *web*, conteúdos que podem não possuir divulgação e que dificilmente seriam encontrados de outra forma. Um site que foi recomendado por um contato muitas vezes é mais interessante ou possui mais credibilidade do que algum sem recomendação, encontrado em um sistema de busca. Assim, as informações recebidas em um serviço como o *friendfeed* serão de acordo com os interesses do sujeito na medida em que ele assina pessoas cujos interesses relacionam-se com os seus.

No *friendfeed* quando alguém já possui uma certa quantidade de amigos o próprio sistema passa a recomendar novos amigos que pode possuir interesses em comum. Assim, um sujeito pode criar sua rede de contatos personalizada de acordo com seus interesses. Um dado observado por um sujeito em um contato seu, pode, também, ser adicionado como favorito por ele, e portanto enviado a sua rede de amigos como atualização. Assim, um mesmo dado pode ser repassado através de diferentes configurações de contatos, de um amigo ao outro.

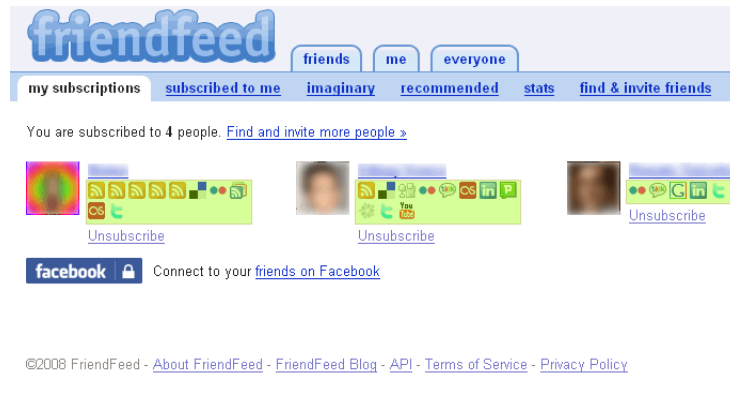


Figura 3 – Aba “My subscriptions” em que visualiza-se todos os contatos assinados e seus serviços *Web 2.0* cadastrados.

Neste site também há a possibilidade de criar salas de assuntos específicos, o que também se torna um bom espaço para referências, é a funcionalidade *rooms*. Além disso, nestas salas normalmente formam-se extensas conversações sobre as atualizações recebidas e os textos postados localmente. Assim, torna-se um ambiente em que não somente é possível acessar novas referências, mas também visualizar comentários sobre as mesmas.

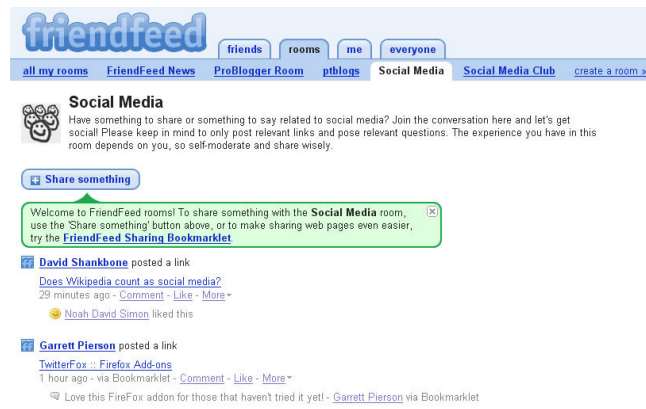


Figura 4 – funcionalidade Rooms em que é possível criar salas de assuntos específicos.

É possível, também, atribuir valor às recomendações feitas através dos comentários. Claro que o simples fato de ser uma informação relevante para um contato pode

determinar que é uma informação relevante para quem o assinou. Mas além disso, é possível incluir comentários em cada *feed* separadamente. A funcionalidade de comentários também permite uma relação de conversação através das respostas, apesar deste não ser o objetivo principal do ambiente.



Figura 5 – Inserindo comentário em um *feed* de algum contato.

4. Considerações não Finais

O *lifestreaming* é um processo ainda bastante recente na *web*. O termo inclusive pode ser confundido com uma tática de marketing para atrair atenção a uma dinâmica já existente anteriormente. No entanto, independente do termo utilizado, o *lifestreaming* é um processo que envolve razões sociais e técnicas que não poderiam existir a mais tempo. Conclui-se também que o termo não se refere a um tipo de site especificamente, mas sim a este processo de apresentação e interação no ciberespaço. Além disso, alguns sites podem combinar outros objetivos com o *lifestreaming*, porém, para que este seja proporcionado é preciso que haja funcionalidades capazes de reunir informações de outros serviços que um sujeito faça parte, e transmitir suas atualizações automaticamente.

Este processo pode ser analisado sob a visão do sujeito fragmentado da pós-modernidade por envolver a relação entre dispersão e aglutinação de informações sobre um sujeito no ciberespaço. Serão necessárias pesquisas mais aprofundadas para contemplar todos os aspectos quanto à representação do eu social no ciberespaço, e a influência da fragmentação contemporânea.

Os ambientes de *lifestreaming*, como o *friendfeed*, podem tornar-se redes sociais personalizadas em que um sujeito configura uma interessante fonte de referências alternativa, que trará materiais talvez dificilmente encontrados em outros espaços.

REFERÊNCIAS



BOASE, Jeffrey; WELLMAN, Barry. **Personal relationships: on and off the internet.** (eds.), Cambridge handbook of personal relationships. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. p. 709-723. Disponível em: http://www.chass.utoronto.ca/%7Ewellman/cgi-bin/counter.php?url=http://chass.utoronto.ca/%7Ewellman/publications/personal_relationships/PR-Cambridge-Boase-Wellman-ch2-final-doc.pdf&f=PR&mode=1 Acesso em: 28 de maio de 2008.

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.** IN: Journal of Computer-Mediated Communication. V. 13 n. 1, 2007. p. 210–230. Disponível em: <http://www.blackwell-synergy.com/doi/pdf/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x> Acesso em: 29 de maio de 2008.

JAVA, A. Et all. . **Why we twitter: understanding microblogging usage and communities.** Anais do IX WebKDD e I SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis. San Jose, 2007. Disponível em: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1348556>. Acesso em: 1 de Julho de 2008.

LEMONS, A. . **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2004.

MAFFESOLI, Michel. **O Mistério da Conjunção.** Porto Alegre: Sulina, 2005a.

MAFFESOLI, Michel. **A Transfiguração do Político: a tribalização do mundo.** Porto Alegre: Sulina, 2005b.

MILLER, H. ; ARNOLD, J. . **Self in Web Home Pages: Gender, Identity and Power in Cyberspace.** In: RIVA, G.. GALIMBERTI, C. (Eds.). Towards CyberPsychology: Mind, Cognitions and Society in the Internet Age. Amsterdam: IOS Press, 2003. Disponível em: <<http://www.vepsy.com/communication/book2/2SECTIO_05.PDF>>. Acesso em: 22/03/2008.

O'REILLY, **What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.** 2005. Disponível em: <<http://www.oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 24 de março de 2008.

STEEL, M. **Oxford Wordpower: dictionary for learners of english.** Oxford: Oxford University Press, 2000.

THOMPSON, John. **A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis: Vozes, 1998.

TURKLE, Sherry. **La Vida em la Pantalla: la construcción de la identidad em la era de internet.** Buenos Aires: Editorial Paidós, 1997.

VOSSSEN, G. ; HAGEMANN, S. . **Unleashing Web 2.0: from concepts to creativity.** Burlington: Elsevier, 2007.