

Novas construções identitárias do *eu*: Fenômenos de identidade na *web 2.0*¹

Maria Carolina Gomes CASCAES²

Rosilene Moraes Alves MARCELINO³

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

RESUMO

Neste artigo visamos refletir sobre a constituição da identidade nas redes sociais online, e, para isso, direcionamos nossa atenção a estas e as suas ferramentas. Iniciamos os estudos acerca do tema através de pesquisas bibliográfica e documental, ancorando-nos, majoritariamente, nas obras de Paula Sibília, Anthony Giddens, Zygmund Frederic Bauman, Stuart Hall e Raquel Recuero. Tratamos aqui de conceitos como identidade, troca social e autenticidade. A título de delimitação, nossa pesquisa tem como objeto de estudo o *Facebook*, de onde foram retirados fragmentos de textos e imagens, além de colocações dos próprios usuários. Diante deste recorte, nos questionamos sobre o papel das redes sociais e seu entrelaçamento à formação de identidades na atualidade.

Palavras-chave: cibercultura; *web 2.0*; redes sociais; *Facebook*; identidade.

INTRODUÇÃO

Propomo-nos, neste artigo, a problematizar a constituição da identidade, no universo das redes sociais. Nossa reflexão, inicialmente, respalda-se na discussão de Stuart Hall⁴ (2005), para quem a globalização, ao mediar a vida social, acaba por desvincular as identidades de parâmetros específicos como a tradição, a cultura, o tempo e o espaço. Tal fenômeno é

¹ Trabalho submetido à área 8, Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, realizada durante o XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Manaus/AM, de 4 a 7 de setembro de 2013.

² Aluna recém-graduada em Comunicação Social pela Escola Superior de Propaganda e Marketing com habilitação em publicidade e propaganda, com conclusão em julho de 2013. Contato: mccascaes@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Pós-graduada em Comunicação com o Mercado (ESPM, 2006) e em Ciências do Consumo Aplicadas (ESPM, 2008). Jornalista (FISP, 2004). Leciona na ESPM, no curso de graduação em Comunicação Social. Contato: rosilene@espm.br

⁴HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10ª Ed.. Rio de Janeiro: DP&A, 2005

colocado por Hall (2005) como agente pluralizante de identidades, fazendo com que essas tenham “uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação” (p. 87).

Para a sociologia clássica, conceitua Hall (2005), a identidade resulta da “interação do *eu* com a sociedade” (p.11). Guiddens⁵ (2002), em certa medida, corrobora esta perspectiva ao dizer que a formação da identidade do indivíduo atrela-se às experiências de seu cotidiano, e à reflexividade de seu *eu*. Guiddens (2002) acrescenta, ainda, que a passagem de geração em geração, em si, já implica mudanças na configuração de identidades.

À conceituação supracitada, acrescentamos o contexto da *Web 2.0*, termo utilizado para descrever a segunda geração da *World Wide Web* – “tendência que reforça o conceito de troca de informações e colaboração dos internautas com sites e serviços virtuais”⁶. Assim, nos questionamos sobre o papel das redes sociais no processo de constituição da identidade de seus usuários dentro das mesmas. Interessa-nos, ainda, indagar de que modo o posicionamento destes usuários sobre seu *eu* é alterado (ou não), tendo o uso dessas ferramentas como parte de seu cotidiano.

Para conduzir nossas reflexões, elegemos como objeto de estudo o *Facebook*, rede social online criada em 2003 por quatro amigos da universidade de *Harvard* com o propósito de colocar os estudantes daquela instituição em contato uns com os outros, de acordo com suas afinidades. Esta rede tornou-se um fenômeno social e – conforme matéria publicada na Revista *Veja*⁷ em outubro de 2012 – atingiu a marca de um bilhão de usuários. Dentre diversas funcionalidades oferecidas pela plataforma – *feeds* de notícias, *live chat* e canal de compras –, o *Facebook* permite aos seus membros o contato com uma vasta gama de usuários. Esta rede possibilita, ainda, o compartilhamento de conteúdos variados, como fotos, notícias e comentários pessoais.

Para conduzir nossas reflexões em torno deste objeto, recorreremos a pesquisas bibliográfica e documental, como pontuado por Fragoso, Recuero e Amaral⁸ (2011) “para obtermos contribuições duradouras para a pesquisa, ela precisa estar embasada pelas pesquisas já estabelecidas anteriormente” (p.32), de tal modo que apoiamo-nos em autores dentre os quais, antecipamos e destacamos, estão Paula Sibilia, Anthony Giddens, Zygmund

⁵ GUIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002

⁶ FOLHA DE SÃO PAULO, **Entenda o que é a Web 2.0**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20173.shtml>. Acesso em: 15 mar. 2013

⁷ SBARAI, Rafael. **Facebook atinge marca de 1 bilhão de usuários**, Uma em cada sete pessoas do planeta tem um perfil no serviço que Mark Zuckerberg criou aos 19 anos. Desafio é manter rede ativa e rentável. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/facebook-uma-rede-de-1-bilhao-de-usuarios>. Acesso em: 15 mar. 2013.

⁸ FRAGOSO, Sueli, RECUERO Raquel, AMARAL Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011

Bauman Frederic, Stuart Hall e Raquel da Cunha Recuero, que tratam em suas obras dos temas articulados nesse artigo. Também servimo-nos da observação empírica do *Facebook*, embasado na conceituação de Fragoso, Recuero e Amaral (2011), para quem

na perspectiva da internet como cultura, ela é normalmente compreendida enquanto um espaço distinto do off-line, no qual o mundo enfoca o contexto cultural dos fenômenos que ocorrem nas comunidades e/ou mundos virtuais (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2011, p. 41).

À luz das perspectivas desses autores – algumas brevemente delineadas neste item – discorreremos os tópicos *O eu e os outros*, *Privacidade pública*, *fragilidade de laços e identidade líquida* e *Exposição pessoal como reflexão*.

Destacamos também, que no decorrer deste artigo constam recortes, comentários, fotos e conteúdos variados retirados de páginas reais de usuários do *Facebook*, e com o intuito de preservar a identidade destes, os nomes, rostos, bem como a *URL* que dá acesso a seus perfis foram suprimidos.

O EU E OS OUTROS

A partir das colocações supracitadas, se considerarmos o usuário como *eu* e os membros com os quais interage como parte da sociedade, teríamos, então, como hipótese, que em cada perfil articula-se o processo de construção identitária, gerado à medida que os usuários relacionam-se uns com os outros.

Guiddens (2002), coloca-nos como tecido moral da autorrealização a autenticidade, baseado “em ser verdadeiro consigo mesmo” (p. 77). Ao utilizarmos tal posicionamento sobre identidade dentro do ciberespaço, nos deparamos com o desafio acerca da percepção de autenticidade sobre os conteúdos que são publicados de modo autônomo por cada um dos membros. Aqui, compreendemos o ciberespaço como

funções comunicativas pós-massivas que permitem a qualquer pessoa, e não apenas empresas de comunicação, *consumir, produzir e distribuir informação*, sob qualquer formato em tempo real e para qualquer lugar do mundo sem ter de movimentar grandes volumes financeiros ou ter de pedir concessão a quem quer que seja (LEMOS, LÉVY, 2010, p.25)⁹.

A partir dessa premissa, sentimo-nos provocados sobre o que pode ser considerado autêntico no âmbito cibernético e em qual ponto uma colocação (*post*) desloca-se da esfera da autenticidade do “eu” e transforma-se em exibição do privado.

⁹ LEMOS, André, LÉVY, Pierre. **O Futuro da Internet**. São Paulo: Paulus, 2010.

Esta nossa reflexão ecoa de Sibilía¹⁰ (2008), quando afirma que tanto nos *reality shows*, quanto nas modalidades autobiográficas da *web 2.0*, existe a “criação de personagens estereotipados, caricaturescos e deturpados pelo exagero, e essa tendência aponta para a construção de personagens reais e ao mesmo tempo ficcionalizados” (p. 51).

Para ilustrar tal colocação, consta abaixo um *print-screen*, retirado do *Facebook*, onde um homem, na faixa dos 30 anos, porta-se, veste-se e coloca-se em seus *posts* como um *rock-star*, sendo escolhido a título de exemplo por tem sido citado por internautas em conversa preliminar acerca do tema.



Figura 1: Print–screen usuário do Facebook

Este homem é real e ao mesmo tempo ficcionalizado, sendo um exemplo do fenômeno explicitado por Sibilía (2008). A partir dessa premissa, colocamos aqui que talvez a construção da identidade dentro das redes sociais correlacione-se mais a ser autêntico com o que outros usuários esperam de um ator¹¹, do que do que ele espera de si próprio. Sobre a relação do *eu* e a comunicação com terceiros, Sibilía argumenta:

Porque tanto o eu quanto seus enunciados são heterogêneos: para além de qualquer ilusão de identidade, eles sempre estarão habitados pela alteridade. Toda comunicação requer a existência do outro, do mundo, do alheio, do não-eu, por isso todo discurso é dialógico e polifônico, inclusive os monólogos e os diários íntimos: sua natureza é sempre intersubjetiva (SIBILIA, 2008, p. 32).

¹⁰ SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

¹¹ “Os atores são o primeiro elemento da rede social [...] trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa” (RECUERO, 2009, p. 25).

Dentro de nosso estudo perguntamo-nos então : ferramentas como *Facebook*, fruto da web 2.0, contribuiriam para uma necessidade de aprovação por parte de outros integrantes, para que a identidade individual autêntica seja legitimada? Seria então plausível pensar que tal colocação geraria confusão entre conteúdos passíveis de serem publicados, e outros socialmente considerados íntimos?

PRIVACIDADE PÚBLICA

Nos períodos que antecederam a *web 2.0*, a produção e disseminação de produtos culturais, como livros, artigos e músicas, estavam necessariamente atreladas ao nome de um autor, sendo este responsável pelo conteúdo presente em tais materiais. Já a sociedade contemporânea insere-se em um momento, como colocado por Levy¹² (1999, p. 153) onde o declínio da totalização é atualizado pela “imanência da mensagem ao seu receptor, sua abertura e a transformação contínua e cooperativa de uma memória-fluxo dos grupos humanos, todas essas características atualizam o declínio da totalização”.

Discorremos então, dentro do contexto das redes sociais, que se os usuários são os próprios autores, e não existe conteúdo absoluto, sendo que “os ‘consumidores’ também são os produtores, ou seja eles são ‘prosumers’” (TAPSCOTT, WILLIAMS, 2007 ,p.158) então talvez não exista motivo para uma identidade fixa, podendo essa ser moldada de acordo com a necessidade. Supomos, assim, que os próprios usuários receptores dessas mensagens são protagonistas na legitimação dessas identidades, como nos contam Tapscott e Williams¹³ (2007) acerca das novas possibilidades de geração de conteúdo na configuração da internet atual “Essa nova forma de aprender e interagir significa que eles verão o mundo como um palco para as próprias inovações” (p. 161)

Esta perspectiva leva-nos à Recuero¹⁴ (2009) e sua ponderação a respeito da autoridade dentro das redes sociais. Afirma-nos, Recuero: “É uma medida da efetiva influência de um ator com relação à sua rede, juntamente com a percepção dos demais atores da reputação dele” (p. 113).

Desse modo, refletimos que a aceitação (ou não) de uma nova identidade está intimamente



Figura 2: Print-Screen post no Facebook

¹² LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34. 1999

¹³ TAPSCOTT Don, WILLIAMS D. Anthony. *WIKINOMICS*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007

¹⁴ RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009

relacionada ao grupo onde se está inserido, e pode ser mutável.

As ferramentas disponíveis nas redes sociais permitem aos seus usuários a possibilidade de expressão e de geração de conteúdos, e conceituamos aqui que as mensagens publicadas tem o objetivo de transmitir algo aos receptores que terão acesso a elas e não necessariamente algo que seja pertinente. A figura 2, mostra-nos *post* de usuária do *Facebook*, que trata de um tema que não estava sendo abordado em sua página naquele momento, mostrando-se então desconexo ao conteúdo ali presente. Sobre a participação dos *prosumers* nas redes sociais, Marangoni¹⁵ (2012) conta-nos :

os prosumers se apresentam como ativos participantes de blogs, comunidades virtuais em redes sociais e criadores de *redes* para discussão dos mais diversos assuntos. Nessa grande quantidade de espaços de compartilhamento, de informações, os prosumers, divulgam e replicam conteúdo aumentando sua audiência a cada repasse (MARANGONI, 2012, p. 48).

Tal fato, mais uma vez problematizamos, pode ser a explicação para a publicação de conteúdos que podem ser vistos como privados e desconexos no âmbito de interação social aos olhos de terceiros, como descrições e fotos das refeições diárias, comentários sobre a vida amorosa, exposição do corpo e atualizações rotineiras sobre o estado de espírito dos usuários, colocados por Sibilía (2008) como “imperativo da visibilidade”, relacionado à necessidade de exposição pessoal. A imagem a seguir, extraída do *Facebook*, visa ilustrar tal colocação, sendo escolhida para análise por ser parte integrante do perfil de uma usuária com mais de onze mil seguidores.



Figura 3: Foto postada por usuária do *Facebook* em seu próprio perfil

¹⁵ MARANGONI, Matheus Matsuda. *Advertainment*. São Paulo: ESPM, 2012

Sobre a troca social existente nas redes, Recuero (2009) fala-nos da possibilidade de se “solicitar suporte, receber suporte e dar suporte” (p.27) e que as interações não precisam “ser capazes de construir ou acrescentar algo”(p.27).

As fotos disponibilizadas, ao exporem temas como relacionamentos, viagens, trabalho, amigos, gostos pessoais entre tantos outros, supomos, tem o objetivo de instigarem outros integrantes, conjecturamos, a olhar, compartilhar, curtir e comentar. Talvez representem, ainda como parte da ferramenta e não ela como um todo, pessoas buscando não apenas encontrar outras pessoas, mas também, a si mesmas.

FRAGILIDADE DE LAÇOS E IDENTIDADE LÍQUIDA

Com a mobilidade e capacidade rápida de mudanças existente no ciberespaço, podemos observar a dificuldade em se manter uma permanência identitária. Tal suposição nos permite, então, refletir sobre a pluralidade de identidades que permeiam os perfis das redes sociais. O mesmo vale para a fragilidade de laços nos relacionamentos interpessoais e para o esforço que existe entre os usuários das redes em manter-se constantemente em destaque, por meio da geração ininterrupta de conteúdos.

Outra conceituação emerge em nossas inferências. Trata-se da sociedade líquido-moderna, termo utilizado por Bauman¹⁶(2004) para caracterizar uma sociedade em que tudo parece temporário e metaforicamente remete aos líquidos, e sua incapacidade em manter a forma. Sobre a estabilidade da identidade na sociedade líquido-moderna, Bauman conceitua:

Se os compromissos, incluindo aqueles em relação a uma identidade particular são insignificantes, você tende a trocar uma identidade, escolhida de uma vez para sempre, por uma “rede de conexões”. Tendo feito isso, contudo, assumir um compromisso e torná-lo seguro parece muito mais difícil (e assim mais desconcertantes, até mesmo assustador do que antes). Agora lhe faltam as habilidades que o fariam, ou pelo menos poderiam fazê-lo funcionar (BAUMAN, 2005, p. 38).

Apoiando-nos sobre o raciocínio colocado por Bauman¹⁷ (2005) onde existe a troca de uma identidade fixa por uma “rede de conexões” problematizamos se esta seria uma explicação para a extensão do número de “amigos” que os usuários do *Facebook* têm em seus perfis.

¹⁶BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004

¹⁷ BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005

Em nossos estudos então, torna-se necessário discernir o que seriam amigos reais, aqui colocados como pessoas com as quais se mantém laços de amizade fora do ambiente virtual (podendo estes também estar presentes no ambiente cibernético), e amigos virtuais, sendo aqui considerados como pessoas com as quais se mantém contato online e não necessariamente se possui laços de amizade, ou outro tipo de contato fora das redes sociais. Ressaltamos desta forma que ao utilizarmos o termo “amigo” em nossas discussões, referimo-nos aqui a nomenclatura utilizada dentro do *Facebook*, que caracteriza os membros da rede presentes no perfil de cada usuário.

Posto isto, voltamos às nossas considerações sobre o tema, onde lançamos a hipótese de quanto maior o número de “amigos” (sendo estes virtuais) e maior o número de conexões, parece-nos, menos o usuário teria de preocupar-se em constituir e manter uma identidade que reflita seu *eu*.

EXPOSIÇÃO PESSOAL COMO REFLEXÃO

Em matéria publicada pela revista *Época*¹⁸ sobre a dificuldade de se identificar amizades verdadeiras na era do *Facebook*, estudos apontam que o círculo de amizades íntimo de um indivíduo não passa de cinco pessoas, e que não é possível administrar uma rede de amigos com mais de cento e cinquenta componentes, é posto também que o usuário de uma rede social pode ter centenas de “amigos” em seu perfil, mas conversa regularmente com um grupo que varia de quatro a seis pessoas.

Dessa forma buscamos refletir sobre a necessidade contemporânea de aceitação entre os grupos sociais. Tal fato não representa que, para gerações passadas não existia essa necessidade, mas sim que ferramentas como as redes sociais digitais, tornam a expansão de conexões mais simples e rápida, o que supomos aqui, acaba por contribuir para o aumento de tal manifestação.

Sobre as conexões sociais geradas em uma rede online, Recuero coloca:

Sites de redes sociais proporcionam que os atores aumentem significativamente suas conexões sociais, como explicamos. No entanto, essas conexões não são iguais às conexões *off-line*. São conexões, como dissemos, que são mantidas pelo sistema, e não pelas interações (RECUERO, 2009, p. 108).

A citação acima, em conjunto com a obra de Recuero (2009), leva-nos então a refletir sobre a interação gerada dentro *Facebook*, e se podemos considerar que ocorre

¹⁸ BUSCATO, Marcela. KARAM Luiza, AYUB Isabella. **Como fazer amigos de verdade em tempos de facebook**. Amizades próximas e distantes existem desde os tempos do filósofo Aristóteles – e são igualmente importantes para nossa vida. É possível utilizar a internet e as redes sociais para cultivá-las? *Época*, 749, p. 90, set, 2012.

interação dentro da rede, pois ela é composta de pessoas e estas interagem entre si, ou seria então que ao estar conectado à rede, um usuário interage com o grupo social como um todo, não desenvolvendo comunicação entre usuários isoladamente.

À esta reflexão, podemos talvez, somar paralelamente as contribuições de Sibilía (2008) questionando o “surto de megalomania estimulada” gerado pela difusão da *web*. Sibilía pontua: “Mas o que significa essa repentina exaltação do banal, essa espécie de reconforto na constatação da mediocridade própria e alheia? (SIBILIA, 2008, p. 9).

Consideramos aqui que uma possível direção para esse questionamento esteja presente quando ponderamos: se as redes sociais não geram interação social entre usuários, e sim dentro da rede como um todo, então os conteúdos colocados por cada um dos atores não visa necessariamente interagir com outros, e talvez a necessidade se satisfaça apenas por estar presente naquele meio.

Nesta direção, as colocações feitas pelos usuários, como refletimos aqui anteriormente, podem estar atreladas à necessidade de exposição pessoal e paralelamente sejam uma forma contemporânea de reflexão dos mesmos, que supomos, em tempos de mudanças, apresentam dificuldades em lidar com as transformações sociais, como colocado pelo crítico social Mercer: “a identidade somente se torna uma questão quando está em crise, quando algo que se supõe como fixo, coerente e estável é deslocado pela experiência da dúvida e da incerteza” (apud HALL, Stuart, 2005, p. 9).

Deste modo, se as transformações sociais, implicam questionamentos de identidade, então lançamos aqui a relação entre o volume de usuários no *Facebook* no Brasil, que de acordo com a revista Exame¹⁹, em 2012, atingiu a marca 60 milhões, com a necessidade de questionamento presente entre os usuários. Apoiamo-nos em Guiddens (2002) que conceitua:

A reflexividade do eu é contínua, e tudo penetra. A cada momento, ou pelo menos a intervalos regulares, o indivíduo é instado a auto-interrogar-se em termos do que está acontecendo. Começando por uma série de perguntas feitas conscientemente, o indivíduo se acostuma a perguntar como posso usar este momento para mudar?(GUIDDENS, 2002, p. 75)?

¹⁹ AGUIARI, Vinicius. **Brasil supera 60 milhões de usuários no facebook**. Hoje, segundo maior mercado para a companhia, país deve ser superado pela Índia em breve. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/brasil-supera-60-milhoes-de-usuarios-no-facebook>. Acesso em: 17 mar. 2013.

Colocamos então, que plataformas como o *Facebook* corroboram para aumento da reflexividade pessoal no âmbito de cada usuário, tendo talvez como base o potencial de retorno que cada colocação feita pode alavancar dentro de cada grupo social.

Posto isto, entendemos aqui, através dos entrecruzamentos realizados em nossa pesquisa, que as perspectivas de transformação dentro dos grupos sociais tiveram sua estrutura modificada com o surgimento da *web 2.0*. O *Facebook*, como ferramenta de comunicação social, promove entre seus usuários possibilidades de mobilidade e fragmentação de sua identidade, modificando conceitos como autenticidade e privacidade de modo *sui generis* aos olhos de uma sociedade que há menos de duas décadas não possuía *internet*, sendo esta apenas posteriormente difundida para a população geral.

Desta forma, aqui refletimos sobre a competência das redes sociais como ferramenta de troca social, buscamos então avaliar seu papel na interação entre os usuários.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10ª Ed.. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

GUIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34. 1999

FRAGOSO, Sueli, RECUERO Raquel, AMARAL Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011

LEMOS, André, LEVY, Pierre. **O Futuro da Internet**. São Paulo: Paulus, 2010.

TAPSCOTT Don, WILLIAMS D. Anthony. **WIKINOMICS**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.