

A IDENTIDADE ADQUIRIDA NAS REDES SOCIAIS ATRAVÉS DO CONCEITO DE PERSONA

Lídia FARIAS¹

Taís MONTEIRO²

RESUMO

O artigo tem por escopo analisar a influência do advento da internet e das redes sociais na comunicação interpessoal existente e na criação de identidades paralelas à do mundo tático nessa nova maneira de existência, a existência virtual. A análise da apropriação da identidade criada pelo indivíduo usuário da rede de computadores será feita através do conceito de persona da psicologia analítica, das identidades líquidas de Bauman e do conceito de interação através dos teóricos da cibercultura.

PALAVRAS –CHAVE: Persona; Identidade virtual; Redes Sociais

INTRODUÇÃO

Em um mundo conectado através de uma rede de comunicação mundial, a Internet, deve-se atentar para o fato de que os indivíduos que se apropriam dela com o intuito de se comunicar com outros indivíduos através de mídias, sites ou softwares possuem, a maioria deles, objetivos semelhantes. Objetivos esses que giram em torno de firmar relações. Essas relações, por sua vez, são usadas como pontes de acesso para que cada usuário que sabe exatamente o que pode fazer firmando essas relações possa, enfim, usá-las do modo como achar necessário.

Lévy (1996) caracteriza o processo de virtualização das relações que ocorre em diversos campos, seja na interação da linguagem, na economia, o lugar onde há o

¹ Aluna Líder e Acadêmica do 7º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade da Universidade Federal do Ceará – UFC. E-mail: lidialif@gmail.com

² Acadêmica do 3º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Ceará – UFC. E-mail: tais.monteiro@gmail.com

desterritorializar o presente, em uma unidade sem tempo e sem lugar. Lévy considera a abertura uma possibilidade de maior interação e comunicação.

A relação firmada entre os usuários da rede não se mantém somente no âmbito de compartilhamento de informações. Os usuários passam, a partir da Web 2.0³, a compartilhar também suas vidas e suas personalidades, através principalmente das redes sociais.

1. Redes sociais e o usuário

A rede mundial de computadores é, atualmente, requisito mínimo para desempenhar vários tipos de ofícios e compromissos. É difícil conseguir destacar um emprego de profissionais que tenham terminado o ensino superior em qualquer instituição que não necessite, direta ou indiretamente, do uso de computadores e, essencialmente, da Internet. Também é fácil perceber que a internet está presente no cotidiano de inúmeros jovens desde sua infância. Isso contribui para que a dependência desse meio de comunicação se torne algo necessário para a vida desses tipos de indivíduo. Mesmo que os porquês de se usar a Internet se transformem (como deixar de usá-la exclusivamente para o entretenimento), ela dificilmente deixará de executar um papel importante no dia-a-dia desses inúmeros indivíduos.

“(...) estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano.” (LEVY, 2005, p.35)

Em se tratando de firmar relações a nível cordial no domínio da internet, é necessário, prioritariamente, que você se mantenha conectado a outro usuário através de algum meio que os conecte. Um desses meios é conhecido como rede social. “Quando uma rede de computadores conecta uma rede de pessoas e organizações, é uma rede social.” (Garton, Haythornthwaite e Wellman, 1997, p. 1)⁴

³ O conceito de Web 2.0 segundo Tim O’Reilly é: “Web 2.0 é a mudança para uma Internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nessa nova plataforma. Uma das principais regras é a criação de aplicativos que aproveitem a inteligência humana através da colaboração”.

⁴ Tradução da autora Raquel Recuero em seu livro “Redes Sociais na Internet” (Porto Alegre, Editora Sulina, 2009)

Nas redes sociais, são construídos perfis individuais que demonstram características do usuário através de ferramentas e/ou aplicativos criados nesses domínios. O objetivo maior dessas redes sociais é o de integrar e relacionar seus membros a fim de que eles mantenham relações virtuais, sejam elas afetuosas, profissionais, comerciais, etc.

Exatamente para poder se relacionar com outro indivíduo independente do grau de proximidade e de intimidade, cada usuário dessas redes sociais deve e, de fato, se preocupa com a imagem que veicula de si mesmo através de definições, fotos, aplicativos, entre outros métodos de aparição pública. É importante que se note que outro ser é criado nesse processo: a versão de si mesmo para objetivos distintos.

No momento em que um indivíduo se filia a redes sociais, este deve, no mínimo, ter o objetivo de agradar àqueles que visitam sua versão de si mesmo virtualmente. Nesse processo de “agradar”, deve-se levar em conta que o perfil do usuário também possui a função de convencer outros usuários dos seus propósitos. Dessa forma, são veiculadas informações que expressam não exatamente o seu gosto pessoal e intransferível, mas sim aquele tipo de informação que, de acordo com o usuário, irá agradar o tipo de usuário que ele considera importante para si mesmo. Os componentes de caracterização de seu perfil, de sua versão virtual, relacionam-se diretamente com aquilo que o usuário pensa ser positivo para a sua reputação dentro daquele domínio.

Os usuários dessas redes podem ter seus perfis acessados através de diferentes formas, mas todas elas estão diretamente ligadas ao que o próprio usuário escolheu para lhe representar. Pode-se citar, por exemplo, a foto que representa o perfil ou os aplicativos que ele escolheu utilizar ou os artistas que ele escolheu “seguir” ou “curtir”.

Esses acessos não se definem apenas por ligar um perfil de um usuário a outro. Eles caracterizam o usuário e podem servir de empecilho para que haja um contato mais efetivo entre este e os outros usuários. Entra aí a questão de se relacionar através dos gostos pessoais.

“[...] a observação científica mostra que as necessidades culturais são o produto da educação: a pesquisa estabelece que todas as práticas culturais (frequência dos museus, concertos, exposições, leituras, etc.) e as preferências em

matéria de literatura, pintura ou música, estão estreitamente associadas ao nível de instrução (avaliado pelo diploma escolar ou pelo número de anos de estudo) e, secundariamente, à origem social.” (BOURDIEU, 2007, p. 9)

Esse tipo de relação que é firmado virtualmente pode ser efetivado somente se as caracterizações de ambos os usuários forem equivalentes ao ponto de se permitirem e de se aceitarem em determinados meios ou mídias da Internet. Essa aceitação mútua dá início a uma relação que pode se consolidar e tornar-se duradoura ou que pode, simplesmente, parar no processo da aceitação, visto que muitos usuários consideram importante a quantidade de contatos que possuem em mídias sociais, o que também poderia chegar a ser considerado um tipo de capital social. Segundo RECUERO (2009), “O capital social é um dos elementos estudados por diversos autores como um indicativo da conexão entre pares de indivíduos em uma rede social”.

Os laços sociais formados nessas redes são diretamente ligados às relações e às interações que seus usuários realizam. No âmbito dessas redes sociais, é possível que os indivíduos inscritos nela se relacionem baseados na expectativa que eles mesmos executam ao se utilizar de recursos técnicos para se comunicar e realizar suas formas de conversação. Vale ressaltar que todo esse processo é potencialmente possível, visto que o objetivo de um usuário ao se comunicar só será conseguido dependendo da percepção e da significação que o usuário receptor daquela mensagem atribuir a ela. Se o emissor e o receptor da mensagem coincidirem em considerar da mesma forma os símbolos e signos ali veiculados, a comunicação é considerada bem sucedida.

“Estudar as relações entre suas trocas de mensagens e os sentidos das mesmas, estudar como as trocas sociais dependem, essencialmente, das trocas comunicativas.” (RECUERO, 2009, p. 31)

A internet como mídia exerce o poder influenciativo na atitude dos usuários. Entretanto, trata-se de uma troca social e cultural. Segundo Thompson (2005), a orientação midiática é maior que uma simples recepção, é uma atividade situada.

“Essa orientação significa também que a recepção é uma atividade situada: os produtos da mídia são recebidos por indivíduos que estão sempre situados em específicos contextos sócio-históricos.” (THOMPSON, 2005, p.42)

A utilização da internet como meio de comunicação a engloba em uma realização especializada, pois adiciona atributos socialmente adquiridos, “com habilidades e competências que podem variar em muitos aspectos de um grupo para o outro.”

A necessidade de comunicar-se é nata ao ser humano. Ao entrar em uma era sem precedentes, onde há a interação não-tátil, observa-se uma necessidade de aceitação através do que se mostra nas redes sociais.

2. Persona

Persona é o nome dado à máscara usada pelos atores no teatro grego para identificar o personagem interpretado, sendo uma peça de vital importância para o desempenho do artista. Em comparação a esse adereço, a Persona, como termo utilizado na psicologia analítica, é uma máscara irreal vestida pelo indivíduo para a adaptação aos conteúdos socialmente aceitos e almejados.

No momento em que os usuários da rede mundial dos computadores assumem um papel e um personagem, através do desejado ser espelhado que almejam, criam uma identidade para navegar na internet. Pode-se usar a analogia da atuação em um palco virtual interativo. SIBILIA (2008) critica em um artigo no livro *WEB 2.0: Participação e vigilância na era da comunicação distribuída*, a relação da necessidade existente do persona em ser um grande espetáculo de acordo com as expectativas da audiência formada pelos demais membros da rede.

“Pois, independentemente da quantidade de espectadores que de fato consigam recrutar, os adeptos desses recursos da web 2.0 costumam pensar que seu presunçoso eu tem o direito de possuir uma audiência. À sedução desse público, dedicam-se todos os dias com seus relatos, fotos e vídeos de tom intimista e cotidiano, nos quais o protagonista exclusivo é sempre o mesmo: eu. Um sujeito que é, simultaneamente, autor, narrador e personagem “principalíssimo” de todas as peripécias”. (SIBILIA, 2008, p. 244)

O persona constrói para a Internet uma identidade virtual que pode ser irrealizável pelo seu ‘eu’ fora da rede, ou trazer atributos que valorizem a sua identidade cotidiana,

mesmo que muitas vezes, os atributos vinculados à persona sejam irreais e incompatíveis ao criador.

Para Jung (1979), “No fundo a Persona nada tem de “real”. Trata-se de um compromisso firmado entre o indivíduo e a sociedade na qual ele está inserido, para a formação de “alguém parece ser”, sendo esta identidade aceita, em detrimento do real “eu”.

“Em relação à individualidade essencial da pessoa, representam algo de secundário, apenas uma imagem de compromisso na qual os outros podem ter uma quota maior do que o indivíduo em questão.”
(JUNG, 1979, p.134.)

Na vida tátil, o nosso corpo expressa e é o meio de reconhecimento do que invariavelmente representamos e somos. Na web, o internauta escolhe por completo como será visto e julgado por os outros usuários, e o território corpóreo, que é considerado por Bauman (2005), como o meio de expressão nas relações interpessoais, passa a ser o perfil das diversas redes sociais.

Bauman (2005) situa esse fenômeno na decorrência da pós-modernidade e da globalização, e os descreve como identidades líquidas, devido à rapidez de mudança e de consumo das informações que formarão a persona desejada pelo usuário, em detrimento da sólida formação de uma personalidade, cujo tempo e os fatores para tal construção é longínquo e profundo.

A persona, logo, é uma faceta adquirida para melhor comunicar-se, ou no caso, para demonstrar uma identidade que se pretende ser nas redes sociais.

3. A identidade online e a Persona adquirida

Para Andrew Kenn (2009), a internet é de fato uma grande sedução. Em que milhares de usuários compartilham em um “despudor simiesco” sobre a vida real e a Second Life⁵. E o

⁵ Second Life é um termo cunhado para identificar a vida virtual como sendo uma “segunda vida” dos usuários, um ambiente virtual em que se há uma outra existência.

senso de verdade e de mentira, do imaginário e do real está sendo, segundo Andrew Kenn (2009), distorcido.

“Em vez de usá-la para buscar notícias, informação ou cultura, nós a usamos para SERMOS de fato a notícia, a informação e a cultura. (...)Eles se dizem devotados à interação social, mas na realidade existem para que possamos fazer propaganda de nós mesmos.” (KENN, 2009, p.12)

O resultado recorrente é que todos estão a falar sobre si mesmos, ou quem consideram que são. O compartilhar do “eu” é relacionado à aceitação social, que Bauman (2005) chama de “promessa de compromisso”. Há a promessa na sociedade de aceitação a quem detém uma identidade que é compartilhada por certo grupo, e a comunicação é o elo que ligará os usuários, em um processo de auto-formação da identidade pessoal nos moldes considerados pelo “eu” na construção da identidade. Para John Thompson (2003) os meios de comunicação incorporam à vida do homem uma compreensão de si mesmo.

“uma consciência daquilo que ele é e de onde ele está situado no tempo e no espaço... nós estamos ativamente nos modificando por meio de mensagens e de conteúdo significativo... este processo de transformação pessoal... acontece lentamente, imperceptivelmente, dia após dia, ano após ano.(THOMPSON. 2003, p.41, 46)

Há, então, a sensação de pertencimento pelo reconhecimento de identidades semelhantes, mesmo com contextos sociais e históricos diferenciados. Esta sensação é nata ao homem. “Identificar-se com...” significa dar abrigo longe da influência ou dominação, um sentimento de liberdade, pertencimento que amenize a sensação de solidão ou abandono. (BAUMAN, 2005, p.37)

A busca por uma imagem e um meio que haja identificação e que torne o usuário igual e diferente ao mesmo tempo. Há, logo, a preocupação é construir uma identidade que deverá ser reconhecida pelos outros, e que com a pretensão de valor social na comunidade em que deseja estar inserido.

As comunidades virtuais parecem ser um excelente meio, entre centenas de outros, para socializar, quer suas finalidades sejam lúdicas, econômicas ou intelectuais, quer seus centros de interesse sejam sérios, frívolos ou escandalosos. (LÉVY, 1999, p. 132)

A identificação midiática com um grupo social é a fórmula para identificar-se com certo tipo. Os papéis assumidos tornam-se a identidade criada online, assume-se um modelo novo, com padrões de comportamento e de cultura diferenciados do tido na vida tátil. Logo, passa-se a associar a sua imagem nos perfis de redes sociais com códigos ideológicos e significantes que se adaptam a escolha inconsciente do “eu” no desejo de construir quem se deseja ser.

Para ser aceito, o internauta passa a assumir uma identidade, e sente-se livre para expressar a sua própria maneira de pensar ou a do personagem criado. O usuário passa a escolher e criar um “eu moderno”, uma identidade validada pelos outros. . (KELLNER, 2001, p. 296).

Nas comunidades virtuais, a idéia de compartilhar para pertencer é ampla. O indivíduo compartilha o que considera que formulará sua Persona com a melhor aceitação da sociedade a qual está inserida. Pierre Lévy considera as comunidades virtuais um movimento social, estruturalizado pela inteligência coletiva, que cria as sub comunidades que são aceitas na rede.

[...] a emergência do ciberespaço é fruto de um verdadeiro movimento social, com seu grupo líder (a juventude metropolitana escolarizada), suas palavras de ordem (interconexão, criação de comunidades virtuais, inteligência coletiva) e suas aspirações coerentes. (LÉVY, 1999, p.123)

A formação de um perfil em uma rede social possibilita a criação de uma Persona, com o único objetivo de aceitação. A escolha eletiva das preferências e dos gostos, é diferenciada do modelo tradicional, no qual é necessário uma exposição física e um contato direto para participar de um grupo a qual deseja.

O indivíduo, munido com referências e interesses que deseja exhibir, pode compartilhar para a formação de uma Persona reconhecida em uma sociedade como real. E, logo, o desejo nato de aceitação é satisfeito.

As comunidades virtuais parecem ser um excelente meio, entre centenas de outros, para socializar, quer suas finalidades sejam lúdicas, econômicas ou intelectuais, quer seus centros de interesse sejam sérios, frívolos ou escandalosos. (LÉVY, 1999, p. 132)

Procura-se pessoas que tenham maior identificação com quem deseja ser. A “Persona”, uma identidade assumida, na tentativa da aceitação, vira uma espécie de sistema empregado para a formação do “eu online”, intensificando, logo, a prática da utilização das máscaras.

Para Gideens (2002), toda identidade é construída em um processo de constante reflexividade, não há dissociação entre a constituição das sociedades modernas, por conta da complexidade atual, há os riscos que imprimem tanto ao indivíduo quanto à interatividade na coletividade. Afeta-se logo “os aspectos mais pessoais de nossa existência” (p.9).

A afetação do “eu”, quando cria uma persona particular para a vida online, é no caso a afetação dos seus aspectos mais pessoais de existência. O indivíduo, na rede, tende a viver uma realidade paralela, sem as barreiras temporais e espaciais necessárias na representação do “eu” no mundo tátil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É nítido que a sociedade deve suas evoluções e seus regressos às relações sociais como também à ausência delas. Os contatos permitem que inúmeras ações, como trocas, transações e interações de quaisquer tipos se efetivem e permitem que ambas as partes formadoras e participantes desse contato consigam efetivar seus objetivos.

Estes “contatos” acima referidos são um tipo mais específico de relação: são interações. Por interação, deve se entender que há sempre algo a se ganhar, não importando quem se relaciona. Em interações sociais, os indivíduos sempre se encontram em um estágio de abertura a novas possibilidades e a novos aprendizados. São trocas psicológicas e subjetivas, mas ainda assim importantes a ponto de podermos destacar que a humanidade não teria chegado tão longe não fossem esses tipos de relações.

A Internet surgiu, nesse contexto, como uma ferramenta facilitadora e incentivadora de inúmeros tipos de relações, portanto, deve-se conferir a ela os créditos por ter sido tão importante na efetivação de relações, sejam elas econômicas, políticas, sociais ou interpessoais.

A partir da apropriação que inúmeros indivíduos fizeram da Internet, utilizando-a como um campo de interação para com outros usuários, surgiram as possibilidades de apresentação de cada um desses indivíduos. As escolhas que cada um desses usuários faz para se apresentar não como realmente é, mas como poderia chegar a ser, levando em conta aspectos que podem provar o que ele realmente é são componentes de uma personalidade nova, uma personalidade criada para ser executada ali, e somente ali, no campo cibernético de interação.

Até que ponto seria positiva essa criação de uma nova personalidade? É certo que o ego de cada criador dessas novas personas certamente se abastece com o que encontra nessas redes, mas, intelectualmente, em que essas facetas acrescentam à formação de seu criador?

Se a Internet passar a ser utilizada por usuários que deixem o crescimento intelectual de lado para dar lugar ao suprimento de seus egos com informações criadas e veiculadas para esse fim, pode-se considerar que o meio está sendo utilizado improdutivamente, visto que a evolução do próprio meio é impedida nesse processo.

Redes sociais devem ter como principal característica a efetivação de relações que tornem produtivos intelectualmente e culturalmente os contatos que participam desses tipos de interações como também o próprio meio, a fim de que seja uma relação mútua entre os indivíduos e o meio do qual utilizam e se apropriam.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmund. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP, 2007.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar d., 2002.

JUNG, C. G. **O Eu e o Inconsciente**. Petrópolis: Editora Vozes, 1979.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

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

SIBILIA, Paula. **Em busca da aura perdida: espetacularizar a intimidade para ser alguém.** In: ANTOUN, Henrique (Org.). Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

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