A Espetacularização da Identidade Virtual nas Redes Sociais

Ariel Cardeal MALVEIRA[1]
Universidade do Vale do Itajaí

Resumo
Este trabalho investiga mudanças nas relações humanas, buscando entender como se dá a espetacularização da identidade virtual nas redes sociais do ciberespaço. Para realização do estudo foram feitas as devidas relações entre a identidade fragmentada do indivíduo na pós-modernidade, as relações humanas mediadas pelas imagens da sociedade do espetáculo e as redes sociais no ciberespaço. O objeto estudado foi o perfil @OCriador no Twitter. Com isto objetiva-se compreender como ocorre tal fenômeno contemporâneo relacionados tais fatores. Espera-se como resultado esclarecer as relações entre os fatores concernentes a este estudo.

Palavras-chave:
Redes Sociais; Ciberespaço; Pós-Modernidade; Identidade Virtual.

1. Introdução

Há um ditado que diz "nem tudo é o que parece ser" e que talvez seja adequado ao tempo atual da modernidade tardia. Este é o tempo em que o mundo parece caber na palma da mão, à distância de um clique do indivíduo, podendo escolher de que maneira aparecerá ao mundo, com um avatar inventado para desempenhar uma atividade específica em uma rede específica. Diante de tal observação sobre uma mudança atual nas relações humanas, nota-se uma inversão de papéis da mídia espetacular, e o indivíduo que antes assistia ao espetáculo midiático vê-se agora como participante do mesmo. E daí surge a pergunta: como se dá a espetacularização da identidade virtual nas redes sociais?

Os fatores sociais concernentes a este estudo estão relacionados ao capital social, laço social, pós-modernidade, sociedade da informação, sociedade do espetáculo, identidade virtual e redes sociais no ciberespaço. Como objeto de estudo foi definido uma identidade virtual que se proclama Deus na rede social do twitter, agregando grande número de laços sociais. A maioria das postagens do perfil no microblog tem conteúdo de humor e algumas têm conteúdo publicitário. Logo, justifica-se a relevância do estudo por tentar explicar um fenômeno contemporâneo por meio de um estudo de caso específico e tendo por objetivo principal a compreensão deste fenômeno antropológico-comunicacional e mais especificamente explicar

[1] Acadêmico da 6ª fase do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UNIVALI, email: arielcardeal@gmail.com

a ocorrência da espetacularização virtual, entender a relação das redes com o espetáculo e a participação do indivíduo da pós-modernidade neste processo.

O trabalho estrutura-se pela descrição e relação dos principais fatores relativos à pesquisa: a identidade na pós-modernidade, que serve de base para a compreensão do espetáculo midiático; o espetáculo midiático em si, fenômeno da pós-modernidade que afeta a identidade individual em suas relações nas redes sociais; as redes sociais, estruturadas por estes indivíduos.

2. A identidade

Diversos pensadores tentam responder à pergunta fundamental para o entendimento do mundo atual: quem é o indivíduo na contemporaneidade? Frente às diversas mudanças que a humanidade já passou, o processo atual de mudança tem uma força especial com o advento da tecnologia elétrica. Tal invenção tem forte impacto sobre a mente humana e a consciência da identidade individual. Isto acaba por exigir novas relações e equilíbrio do homem com seus espaços de significação, seus semelhantes e inclusive com suas extensões. (MCLUHAN, 1964)

Para compreender a formação da identidade do indivíduo atual há de se lembrar como se constituiu o indivíduo anterior à modernidade. Stuart Hall categoriza três formações que precedem a identidade pós-moderna, a saber: o sujeito cartesiano do Iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito da pós-modernidade.

Tal formação parte da concepção do sujeito no Iluminismo que pensava um sujeito "totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo 'centro consistia num núcleo interior" (HALL, 2005, p.10). Essa ideia de indivíduo baseava-se no pensamento cartesiano "penso, logo existo."

No entanto os fatores externos ao indivíduo começaram a ser levados em conta para a formação de sua identidade, dando início ao estudo do indivíduo como sujeito sociológico. Percebeu-se então que a identidade é formada "na relação com 'outras pessoas importantes para ele', que mediavam para o sujeito os valores, sentidos e símbolos – a cultura – dos mundos que ele/ela habitava" (HALL, 2005, p.11). Ou seja, a identidade se dá pela interação entre o indivíduo e seus espaços de significação, os espaços antropológicos – espaços afetivos, estéticos, sociais, etc. (LÉVY, 1998).

Para Lévy existem quatro principais espaços antropológicos: a Terra, o Território, o Espaço das Mercadorias e o Espaço do Saber; e "a cada espaço corresponde um tipo de identidade, um estilo de desejo, uma estrutura psíquica. Existem afetos terrestres, territoriais, comerciais e sapienciais" (LÉVY, 1998, p.131).Logo, existem diferentes relações de identidade nestes espaços. A identidade nestes espaços é reconhecida pelo nome (Terra), endereço (Território), profissão (Espaço das mercadorias), e pelo saber (Espaço do saber) e "cada um de nós possui os quatro tipos de identidade, mesmo que a primeira seja esquecida e a quarta ainda não apareça" (LÉVY, 1998, p. 138).

Por último, a fragmentação da identidade deve-se ao descentramento final do sujeito cartesiano, o que pode ser explicado pelos fenômenos sociais tal como o feminismo e descritos por Marx, Freud, Saussure e Foucault. Com os estudos de Freud compreende-se que a identidade é formada ao longo do tempo através de processos inconscientes, e deveria-se falar não de identidade, mas de identificação (HALL, 2005, p.39). Esse conceito é correlato à estrutura linguística proposta por Saussure, em que a identidade estrutura-se dentro de um conjunto de regras e adaptando-se a elas. Ainda sustentando o descentramento do indivíduo, Hall usa Foucault destacando um novo tipo de poder – o poder disciplinar – o qual o objetivo "consiste em produzir um ser humano que possa ser tratado como um corpo dócil" a fim de um maior controle social (DREYFUS; RABINOW, 1982, p.135 *apud* HALL, 2005, p.42). Desta forma, "quanto mais coletiva e organizada a natureza das instituições da modernidade tardia, maior o isolamento, a vigilância e a individualização do sujeito individual" (HALL, 2005, p.43), que pode ser compreendido como uma segmentação das subjetividades coletivas. Hall cita ainda o feminismo e os movimentos sociais emergentes dos anos sessenta, momento histórico importante para a politização destas subjetividades, da identidade e do processo de identificação; questionamento da distinção público/privado; contestação política de temas como a sexualidade, a família, o trabalho doméstico, etc.

A fragmentação identitária fica evidente a partir desta emancipação segmentada das subjetividades coletivas. Hall cita como exemplo um caso de 1991 em que o presidente Bush encaminhou Clarence Thomas, um juiz negro de políticas conservadoras, para restaurar a maioria conservadora na Suprema Corte americana. Durante o processo de indicação o juiz foi acusado de assédio sexual por uma mulher negra. O escândalo polarizou a sociedade americana: alguns negros apoiaram Thomas baseados na questão da raça, outros se opuseram levando em conta a questão sexual. As mulheres negras dividiam-se pela identidade que prevalecia: a identidade como negra ou como mulher. Tal identificação baseia-se na

interpretação individual do evento de acordo com as várias subjetividades que, em seu discurso, pode possuir vários sentidos simultâneos, como explica Baudrillard usando uma declaração de Berlinguer, segundo a qual são identificadas no mínimo seis interpretações: "Não há que ter medo de ver os comunistas tomar poder na Itália" (BAUDRILLARD, 1991, p.26-27). Cada indivíduo fará uma interpretação diferente tendo uma identificação diferente com o discurso baseando-se em seu repertório individual de subjetividades.

A desterritorialização é outro efeito colateral da modernidade tardia sobre a identidade, pois,

> (...) quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem 'flutuar livremente (HALL, 2005, p.75)

Mas a desterritorialização é efeito culminante da emergência da modernidade, com o avanço das tecnologias elétricas que permitiram ao mundo interconectar-se, tornando-o semelhante a uma "vila", segundo comparação de McLuhan. O efeito desterritorializante da modernidade é correlato à virtualização da identidade na pós-modernidade, pois segundo Lévy "quando uma pessoa, uma coletividade, um ato, uma informação se virtualizam, eles se tornam 'não-presentes', se desterritorializam" (1996, p.21). A virtualização é explicada adiante.

A relação do indivíduo com seu contexto social é importante para a compreensão da formação de sua identidade, e este contexto tem mudanças profundas a partir da modernidade.

2. O Espetáculo

O impacto da globalização à identidade é devido à compressão das distâncias e de escalas temporais, coordenadas básicas de todos os sistemas de representação (HALL, 2005, p. 70); e toda a vida das sociedades modernas se esvai no próprio sistema de representação, na acumulação do que é simultaneamente o resultado e o projeto do principal modo de produção existente: o espetáculo. A produção de bens adquire valor de mercado e, em dado momento em que a mercadoria ocupa totalmente a vida social, o consumo se faz onipresente como afirmação da escolha já feita na produção (DEBORD, 1997). E o consumo espetacular vai além do que tange a economia, pois ele é também o consumo dos signos do espetáculo, que caracteriza a sociedade do espetáculo como "uma relação social mediada por imagens" (DEBORD, 1997, p. 14). A própria linguagem do espetáculo, para Debord, é constituída por signos da produção moderna; e, portanto é também participante do ciclo do consumo espetacular.

Mais do que para a satisfação de necessidades, o consumo serve para a construção da identidade (LÉVY, 1998, p.132). Os hábitos de consumo é que expressam as subjetividades individuais, simulando a diferença do indivíduo para a coletividade - a fragmentação de subjetividades coletivas proposta por Foucault - e o reintegram a vários grupos de identificação comum, de acordo com sua posição hierárquica na cadeia de produção vigente, ou seja, pela profissão. Logo, a construção da identidade é também uma construção de imagem para a representação da identidade em seus diferentes ambientes de proximidade, mediada pela imagem. Assim, as relações sociais na modernidade são a afirmação "de toda a vida humana (...) como simples aparência" (DEBORD, 1967, p.16).

Desestruturados os âmbitos anteriores da sociabilidade e da identidade pelo Espaço das mercadorias (LÉVY, 1998), cabe afirmar que o capital circulante do consumo global é também desterritorializante, pois este é "o primeiro a brincar à dissuasão, à abstração, à desconexão, à desterritorialização" (BAUDRILLARD, 1991, p.33). Uma vez desarraigada pelo mercado global, "a identidade torna-se uma celebração móvel" (HALL, 2005, p.13), construída a partir do consumo das imagens que alimentam este mercado. Atualmente o mundo é mais interconectado pelo processo de globalização, integrando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo e atravessando fronteiras nacionais (HALL, 2005), confrontando o indivíduo com uma variedade de estilos, culturas e imagens veiculadas maior que sua cultura local antes lhe ofereceria.

Chegou-se ao ponto em que o espetáculo invade as relações sociais, ele está em toda parte, como sugere Debord e que Baudrillard interpreta como "uma socialidade hiper-realista, em que o real se confunde com o modelo", num estágio da relação social que já não é o da persuasão, mas o da dissuasão (1991, p. 42). Ele usa o caso Loud como exemplo: um reality show exibido na TV americana que apresentava o dia a dia de uma família estadunidense. Assim, o que se mediava antes tendo o real como modelo torna-se o próprio objeto simulado como real. Afirmando isto Baudrillard declara a abolição do espetacular em detrimento da simulação. É o espetáculo que sobrevive em sua forma expurgada (BAUDRILLARD, 1991).

O meio digital, relativamente novo, individualiza de tal forma esta espetacularização da realidade, que no ciberespaço o indivíduo tem a possibilidade de comunicar-se com um alcance que ignora limitações anteriores de tempo e espaço. O sujeito contemporâneo encontra ali um espaço de significação que o incita a rever a questão da própria identidade. Diante disto Lévy indaga: "é possível fazer surgir um novo espaço, no qual se possa ter uma identidade social, mesmo que não se tenha profissão?" (1998, p.24).

3. A Rede

A analogia do indivíduo da pós-modernidade e seus *gadgets* com um polvo e seus tentáculos é válida, posto que "qualquer invenção ou tecnologia é uma extensão ou auto-amputação de nosso corpo" (MCLUHAN, 1964, p.63). Aos meios de comunicação, desde a fala até o computador, aplica-se o princípio da auto-amputação como alívio para a pressão sobre o sistema nervoso. A roda serve como exemplo deste princípio, servindo como extensão do pé, encontrou na aceleração das trocas por meios escritos e monetários as condições necessárias de criação da extensão para alívio da pressão das novas cargas.

Se "com o advento da tecnologia elétrica, o homem prolongou ou projetou para fora de si mesmo, um modelo vivo do próprio sistema nervoso central" (MCLUHAN, 1964, p.61), o desenvolvimento do ciberespaço reforça este argumento, pela virtualização das relações sociais na comunicação mediada por computador.

O virtual não é o que se opõe ao real, mas é o que está em potência no real. A semente é a virtualização da árvore, pois ali está o potencial para seu desenvolvimento (LÉVY, 1996). É importante sublinhar que a diferença entre o virtual e o possível é a atualização. O possível é um real latente, só lhe falta a existência, enquanto que é implícito no virtual a resolução de um complexo problemático, sua atualização. A semente deverá inventar, co-produzir a árvore atualizando-se, a partir das coerções que lhe são próprias (LÉVY, 1996).

O ciberespaço é um ambiente onde o virtual constitui um novo espaço antropológico, o Espaço do saber. E a virtualização deste ambiente reinventa uma cultura nômade, por reorganizar pela não-presença as relações sociais, que aqui tornam-se independentes de distâncias e escalas temporais. Neste novo espaço antropológico o saber é moeda corrente, e o capital social é determinante para a manutenção e existência do mesmo. O que é o saber? Pela definição de Lévy é "cada vez que um ser humano organiza ou reorganiza sua relação consigo mesmo, com seus semelhantes, com as coisas, com os signos, com o cosmo" (1998, p. 121). As relações são mediadas pelas imagens construídas a partir do consumo dos signos de uma cultura global a fim de pertencimento por identificação às mais variadas subjetividades coletivas, e dá-se conta, neste mercado global de estilos, que os demais indivíduos partilham do saber bem como da identidade: de forma fragmentada.

Para Talcott Parsons (1969) "o sistema social deveria resolver quatro problemas básicos para a sua existência", e que pode ser entendido como o complexo problemático inerente ao sistema

para sua atualização. Para Lévy o Espaço do saber é o ambiente virtual que propicia a atualização do complexo problemático social como um todo, o que explica o surgimento de redes sociais no ciberespaço (LÉVY, 1998).

Para Raquel Recuero, principal autora de publicações consultadas acerca do tema pesquisado, o que compreende uma rede social é "um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos) e suas conexões" (WASSERMAN; FAUST, 1994, DEGENNE; FORSÉ, 1999 *apud* RECUERO, 2005, p.3), sendo as conexões os laços e relações sociais ligando as pessoas pela interação. Como qualquer sistema social, é importante frisar que as redes são formadas em essência por pessoas, a premissa básica para que haja conexões.

Thacker (2004a, p.5) aponta três princípios básicos das redes, a saber: a conectividade, a ubiquidade e a universalidade. Ou seja, tudo está conectado, e esta conectividade acontece em todos os lugares, logo suas propriedades gerais abstratas podem explicar, descrever e analisar uma vasta quantidade de fenômenos. Ainda, as redes assemelham-se aos sistemas biológicos e, segundo Maturana e Varela (2001) haveria dois elementos necessários para seu estudo: o padrão de organização e a estrutura. O padrão de organização envolve o "mapeamento abstrato de relações", enquanto que a estrutura é a substância do sistema. Ambos estão sob os três princípios básicos apontados por Thacker, ou seja, todos os seus fenômenos são interconectados.

A organização de uma rede é a totalidade de interações de um determinado agrupamento social, sendo elas um processo comunicacional, "uma série de mensagens trocadas entre pessoas" (WATZLAVICK; BEAVIN; JACKSON, 2004 *apud* RECUERO, 2005, p.5). Para tratar da interação social nas redes do ciberespaço, Primo (2003) estabelece duas formas de interação: a interação mútua e a interação reativa. A primeira caracteriza-se por relações independentes e processos de negociação, enquanto que a segunda limita-se por relações determinísticas de estímulo e resposta. A interação social, para Lakatos e Marconi (1999, p.88-93) é causadora de processos sociais que culminam em cooperação, competição e conflito.

A estrutura da rede social, sua substância, trata do resultado das interações repetidas, da sedimentação das trocas que podem ser observadas pelos laços sociais e do capital social. O laço social é denominado laço relacional, em contraposição ao laço associativo. O laço associativo é relacionado a conexões formais, que independem da vontade do indivíduo, tais como pertencer a algum lugar, sem grande interferência na estrutura social, tratando-se apenas

de uma classificação. No entanto, estes laços podem surgir a partir da interação social e do laço relacional.

Os laços relacionais podem ser fortes ou fracos. Os primeiros caracterizam-se pela proximidade, pela intimidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas; os laços fracos não traduzem proximidade e intimidade, são relações esparsas. Para a criação de fortes laços relacionais é necessário tempo, além de várias relações e interações de investimento das partes. Os laços sociais podem ser ainda multiplexos, quando constituídos de diversos tipos de relações sociais, segundo Degenne e Forsé (1999). É possível afirmar que quanto maior o número de laços, maior a densidade de rede, pois mais conectados estão os indivíduos que fazem parte dela.

O conteúdo das relações sociais é o capital social, é o que consolida as relações dentro de um grupo:

> Como uma relação social, que constitui a forma de produção do capital existe através de investimento e custo para os envolvidos, o capital social que transita e que é produzido através dela, também depende desses investimentos para que possa ser acumulado nos laços sociais (Gyarmati e Kyte, 2004:3). Sem investimento, os laços sociais tendem a enfraquecer com o tempo, depreciando o capital social de um determinado grupo (RECUERO, 2005, p.8)

Para Bertolini e Bravo (2004:1-5) o capital social pode ser encontrado em categorias pelos seguintes aspectos: a) relacional; b) normativo; c) cognitivo; d) confiança no ambiente social; e) institucional; classificando o capital social como de primeiro e segundo nível. O primeiro nível é associado às características individuais de um grupo na rede, como os aspectos relacionais (a), leis ou normas (b) e conhecimento (c), e o segundo nível é relacionado à coletividade pelos aspectos do ambiente social (d) e a presença das instituições (e). O primeiro nível do capital social é precedente ao segundo nível, e o segundo demonstra uma maior maturidade, densidade e existência no tempo dos laços da rede social. Assim está estruturada a rede social.

Porém, as redes sociais não são isoladas no tempo e espaço, elas modificam-se em relação ao tempo, o que traz ao estudo das redes um terceiro fator: sua dinâmica.

Como dito anteriormente, é característica do virtual a resolução de um complexo problemático a fim de sua atualização. Nas redes, são as interações sociais como causadoras de processos sociais que definem este complexo, como explicado por Lakatos e Marconi (1999, p.88-93). São estes processos de cooperação, conflito e competição que afetam a estrutura social seja, respectivamente, para a criação e manutenção da estrutura, para seu desequilíbrio ou podendo gerar tanto conflito quanto cooperação.

Quanto maior o número de indivíduos envolvidos numa rede social, maior é a possibilidade da ocorrência destes processos sociais e a fragmentação em pequenos grupos. Além das subjetividades individuais entrarem em conflito, há um limite biológico da quantidade de conexões com laços fortes que um indivíduo seria capaz de manter, "e seria o número de 150 (conhecido por 'Dunbar number')" (RECUERO, 2005, p. 11).

A emergência é outro aspecto importante para a dinâmica das redes sociais, sendo uma característica dos sistemas complexos que "envolve o aparecimento de padrões de comportamento em larga escala, que não são necessariamente determinados em micro-escala" (RECUERO, 2005, p.11). Esta emergência contempla a propagação de memes, por exemplo. São comportamentos emergentes a auto-organização, o aparecimento da ordem em sistemas caóticos e a adaptação dos sistemas.

Para Lévy, esta engenharia do laço social põe à disposição do indivíduo "ferramentas de subjetivação que deixam sempre abertas a apropriação da fala, o domínio sobre as imagens" (1998, p.138). As potências do sujeito pós-moderno multiplicam-se diante da possibilidade de, a partir de seu núcleo irrepresentável, tornar-se ator expondo à sua escolha algumas de suas qualidades nesta ou naquela comunidade virtual (LÉVY, 1998). E, se a identidade anterior a este quadro limitava o indivíduo ao pertencimento, a partir de suas interações nas redes abrem-se ao indivíduo inúmeras potencialidades de representar-se.

4. Análise do objeto

Foi feita a observação do perfil @OCriador no Twitter, no dia 18 de novembro de 2010 e até às 22 horas deste dia o perfil contava 563.541 seguidores, seguindo 3.397 perfis. Seus *tweets* contabilizavam 2.529. Ainda, o perfil estava em 16.491 listas selecionadas por usuários. Foram lidos 50 *tweets* compreendidos no período de 30 dias, desde o dia 18 de outubro ao dia 18 de novembro de 2010, a fim de selecionar uma amostragem da atividade de interação social em rede que pudesse identificar o caráter qualitativo destas estatísticas.

O Twitter é uma ferramenta de *microblogging*, em que o usuário tem um campo restrito de até 140 caracteres para escrever e postar uma mensagem. A postagem da mensagem é instantânea, e ela torna-se pública imediatamente. O caráter de rede social está na relação dos usuários da ferramenta: cada usuário possui uma identidade virtual e identificada pelo caractere "@" anterior ao nome escolhido pelo usuário para identificação. Identificados pela arroba, os usuários podem comunicar-se instantaneamente inserindo o nome do usuário identificado no

conteúdo da mensagem. Estas mensagens contendo o hiperlink identificando outros usuários são chamadas de "menções". Para envio de mensagem privada a outro usuário há uma opção de mensagem direta, as *Direct Messages*. As conexões entre os usuários são chamadas de "seguidos" e "seguidores", caracterizando os laços sociais relacionais entre eles. No primeiro caso os usuários podem acompanhar simultaneamente o conteúdo postado por outros usuários se estiver conectado à ferramenta e o estiver "seguindo". No segundo caso, é a mesma relação só que inversa. Desta forma, as relações no Twitter podem ser mútuas ou não.

O perfil @OCriador é um perfil anônimo que afirma com seriedade ser o avatar online do que é para a tradição cristã a representação personificada de forças sobrenaturais que governam a vida na Terra e tudo mais. A sátira já é evidente em sua descrição no microblog: "Onipresente, Onisciente, Onipotente e Online." O conteúdo postado também ironiza e satiriza os dogmas cristãos, como feito abaixo:

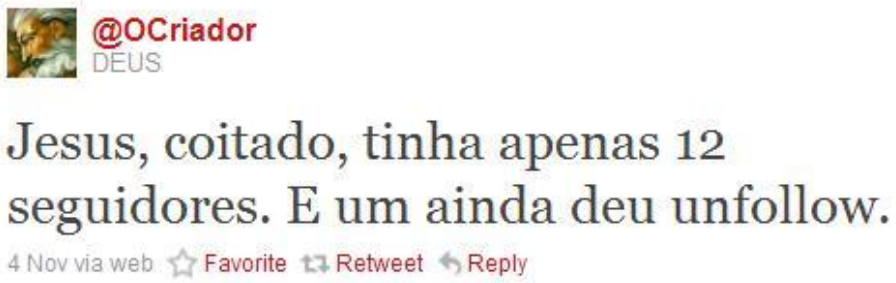

Figura 1

A quantidade de postagens é relativamente pequena, com uma média de duas ou três postagens por dia, no período observado. O perfil não faz menção alguma a outros usuários, se não quando divulga anúncios publicitários através de hiperlinks encurtados. A baixa frequência de postagens comprova a falta de laços relacionais fortes, como afirma Recuero que é necessário investimento de tempo em interações de ambos os lados no processo comunicativo. Com mais de meio milhão de seguidores, existe grande chance de um número considerável de respostas para cada mensagem publicada. Praticamente não há interação com os seguidores do perfil. Como um perfil anônimo que não se comunica diretamente com nenhum outro avatar publicamente pode agregar tantas conexões? Essa comunicação de via única é uma característica da mídia de massa, a mídia espetacular, o que parece ir na contramão da proposta do ciberespaço e das redes sociais. No entanto, como foi observado, cada postagem d'OCriador no microblog é reencaminhada para outros usuários da rede por uma média de 80 seguidores, além do montante de respostas e menções que recebe.

Para a explicação deste fenômeno primeiro é percebida a simulação da identidade divina utilizando a imagem conhecida em todo globo da pintura de Michelangelo que representa Deus no momento da criação do homem, fazendo referência imediata àquele que o perfil pretende representar. Fazendo a devida relação entre a figura icônica e o discurso ali contido, está montado o perfil da divindade cristã em uma rede social do ciberespaço. A fácil propagação desta identidade virtual reside no discurso em drágeas de 140 caracteres satirizando uma religião que é um dos pilares fundamentais da cultura ocidental pela "voz" de seu próprio criador. Este é o capital social produzido pelo perfil, que torna-se moeda de troca na rede, e àqueles que desejam beber da própria fonte devem criar o laço relacional com o perfil seja seguindo-o ou citando-o dentro ou fora da rede.

Desta forma observa-se a expressão das subjetividades coletivas, propriedade do segundo nível do capital social envolvido nas redes sociais. Independente da identidade real deste sujeito virtual que se faz passar por Deus, o perfil funciona como agregador de laços relacionais, como ponto em comum para onde converge o meio milhão de conexões que ele possui. É uma rede dentro da própria rede.

A repercussão do perfil é tão grande que ele é seguido por alguns dos perfis mais seguidos nacionalmente, como @marcelotas. Usando o princípio da conectividade, o alcance de @OCriador é muito maior do que seu número de seguidores. Em uma rede a disseminação de informação não tem limites.

E não é exclusiva ao @OCriador essa qualidade de interconexão de relações, pois nas redes sociais do ciberespaço toda identidade virtual serve aos mesmos princípios básicos descritos por Thacker, posto que "tudo está conectado, nada acontece de forma isolada"; "a conectividade acontece em todos os lugares e é uma propriedade geral do mundo"; "as redes são universais e suas propriedades gerais podem explicar, descrever e analisar uma vasta quantidade de fenômenos" (*apud* RECUERO, 2005). E, se as redes existem por causa do engajamento de pessoas, tal fenômeno de busca por laços e conexões em alteridade é resultado do processo de construção identitário da contemporaneidade, pela busca da identificação das subjetividades a fim de expressá-las coletivamente, o que é facilitado pela estrutura das redes sociais do ciberespaço.

5. Considerações finais

Quando o indivíduo descobre que a identidade unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia, lhe é concedida a consciência da própria responsabilidade sobre a construção de sua identidade, a partir de suas escolhas de convivências e experimentações. À medida que avança o pensamento moderno, descobre a força das próprias subjetividades, toma consciência da própria individualidade e encontra na produção moderna de mercadorias a mediação em massa para a expressão de suas qualidades: o espetáculo. A necessidade de identificação com outros indivíduos pelas suas subjetividades determina a circulação de signos a fim de mediar as relações sociais quando o espetáculo ocupa toda a vida social; o consumo sutil dos signos apodera-se da produção de bens para que tome conta o mercado global. Para Debord, é "quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico" (1997, p.18).

E é aí que "o real já não é o que era, a nostalgia assume todo o seu sentido. Sobrevalorização de verdade, de objetividade, e de autenticidade de segundo plano" (BAUDRILLARD, 1991, p.14). O indivíduo que antes era espectador do real, sem participar, passa a ver a si na mídia de massa. O indivíduo torna-se o espetáculo, descobre-se como simulador de si e perde-se do real para dar lugar ao hiper-real; o comum torna-se espetacular (BAUDRILLARD, 1991).

A partir da comunicação mediada por computador e da possibilidade de representar-se pelo anonimato ou por deixar transparecer de si apenas o que se quer, o ciberespaço dá chance ao indivíduo de ter maior domínio da própria imagem. E é nas redes sociais que o sujeito encontra a possibilidade de construir uma identidade de saber, engajando suas qualidades, fator inerente à criação e manutenção dos laços sociais destas redes: o capital social. Comprimidas as noções de espaço-tempo, as relações pelas redes tornam-se instantâneas e de alcance global. Diante um sistema aparentemente caótico que determina a ordem de vigência dos comportamentos em larga escala nas redes sociais, a identidade virtual encontra terreno fecundo para sua propagação e fetichização, da mesma forma que a propagação de um meme, tal qual os bens de consumo.

Após a relação do objeto de estudo com a fundamentação teórica apresentada acima é possível compreender a espetacularização da identidade virtual nas redes sociais, de acordo com a apresentação de um capital social que agrega laços relacionais, levando em conta as relações sociais em uma sociedade pós-espetacular. A espetacularização nas redes é resultado destas

relações mediadas por imagens da sociedade espetacular, e tendo como principal ator deste processo o indivíduo da pós-modernidade.

Fica a sugestão para futuros trabalhos que busquem compreender como acontece a propagação do conteúdo a partir dos laços relacionais. A fetichização de alguns aspectos do capital social também é uma questão importante relacionada à espetacularização nas redes sociais.

Referências Bibliográficas

1. BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação.** Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

2. DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo:** comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

3. HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade.** 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

4. LÉVY, Pierre. **O Que é o Virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

5. LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva:** por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Edições Loyola, 1998.

6. McLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem.** 3. ed. São Paulo: Cultrix, 1964.

7. RECUERO, Recuero. **Redes Sociais no Ciberespaço: Uma proposta de Estudo.** Disponível em <http://www.scribd.com/doc/37370171/RECUERO-Redes-sociais> Acesso em 18/11/2010.