

A vida exposta nas redes sociais: Apontamentos sobre identidade, construção e representação do eu¹

Silvana Copetti Dalmaso²

Resumo

Ser membro ativo de uma rede social como o *Facebook* é deparar-se diariamente com construções de personalidades nos perfis pessoais; ações que, de forma consciente ou não, performatizam este nosso eu que participa dessas redes de relacionamento. Se nas nossas relações face a face, sem a mediação dos computadores, nós já desempenhamos papéis sociais e nos empenhamos na construção de nossa autoimagem, nos relacionamentos online, a não presença potencializa e amplifica a construção dessas personalidades. Dessa forma, o objetivo deste artigo é discutir alguns aspectos relacionados à construção do nosso eu nas redes sociais, entendendo que as manifestações de autoexpressão e o compartilhamento de experiências pessoais compõem esta complexidade de identidades e representações múltiplas do eu.

Palavras-chave

Redes sociais; construção do eu; representação; identidade

Introdução

Incorporada ao cotidiano, a internet é um dos espaços de socialização que fazem parte do cotidiano das pessoas. Na rede mundial de computadores, fizemos parte de múltiplas conexões, construímos novos relacionamentos, estabelecemos conversações e nos expressamos das mais variadas formas. Assim, Kenski (1999) observa que a expansão das tecnologias aos espaços cotidianos ampliou as nossas possibilidades de viver. Da mesma forma, o aparecimento das redes comunicacionais transformou as relações humanas. A leitura e a escrita no computador, as múltiplas formas de linguagem textuais, a anulação dos espaços geográficos, a comunicação em tempo real, incorporam-se a nossa vivência, com “a prevalência dos espaços virtuais com a

1 Artigo apresentado no Eixo 7 – Redes sociais na Internet e Sociabilidade online do VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura realizado de 20 a 22 de novembro de 2013.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

existência de um estilo de vida digital, ocupando cada vez mais o foco das nossas transações e interações quotidianas” (KENSKI, 1999, p.66).

Com as tecnologias de código aberto disponíveis aos cidadãos, os usos e apropriações dos meios digitais difundiram-se globalmente e todo o tipo de expressão individual ganhou espaço com a chamada democratização dos meios de comunicação. Os sites de redes sociais (RECUERO, 2009) intensificaram o fluxo das manifestações pessoais e a escrita de autoexpressão. A escrita confessional, pessoal, transferiu-se do papel para os blogs, caracterizando estas plataformas como diários íntimos (SCHITTINE, 2004) na internet. A personalização (ORIHUELA, 2007; RECUERO, 2003) e a subjetividade passam a ser marcas identificatórias dos textos dos blogs.

Dos blogs, as manifestações pessoais – autorais ou de autoexpressão - estenderam-se a outras redes sociais como *YouTube*, *Twitter* e *Facebook*; neste último, a manifestação individual de opiniões, gostos, preferências e imagens foi potencializada e favorecida pelas próprias ferramentas do site. Sem a limitação de caracteres imposta pelo *Twitter*, o *Facebook* cresceu exponencialmente como site de rede social de divulgação de notícias e informações de caráter público, mas principalmente como lugar de compartilhamento de experiências pessoais, opiniões, ideias, confissões, sentimentos; uma verdadeira arena pública de relatos da vida privada, de situações do cotidiano e de manifestações performáticas do nosso eu.

A narrativa do eu e construção de identidades

Para Sibilía (2008), a principal obra dos novos gêneros confessionais da internet é um personagem chamado eu, na medida em que é a própria personalidade que se cria e se recria nos espaços interativos da rede. “Por isso, as novas formas de expressão e comunicação que conformam a Web 2.0 são, também, ferramentas para criação de si. Esses instrumentos de auto-estilização agora se encontram à disposição de qualquer um” (SIBILIA, 2008, p.233). Tais construções de personalidade são mais do que orientações para si mesmo; elas direcionam-se ao outro, pois representam aquilo que se vê, a subjetividade que se torna visível a todos.

A autora contextualiza estas construções de personalidade ao modo de vida e valores do capitalismo, pois eles propiciam práticas de autovenda, autopromoção

dos indivíduos. Assim, estas construções formariam um mercado de personalidades cuja imagem pessoal é um valor de troca. Primo (2013) também nos chama a atenção para o aspecto mercadológico quando discute e pensa sobre a democratização dos meios de comunicação e a conquista da liberdade de expressão. “Enquanto blogs, Twitter, podcasts e videoblogs (ou vlogs) servem de exemplo indiscutível de formas de livre expressão, esses mesmos serviços são fundamentais para a implementação de estratégias mercadológicas de grandes veículos ainda mais sofisticadas” (PRIMO, 2013, p.19). Assim, é importante considerar o contexto socioeconômico e a apropriação capitalista que subjazem as práticas das redes sociais. Permeando a livre expressão, os processos interativos e os usos diversos das mídias digitais, estão os interesses das empresas, da indústria, enfim, do capital. “Se tudo agora foi ‘democratizado’, todos querem lucrar com a propaganda, todos sonham com a fama, todos querem explorar as mídias sociais como fonte de renda” (PRIMO, 2013, p.20). Logo, a própria construção do eu e a criação de personalidades estão condicionadas a estratégias mercadológicas que se apropriam dos comportamentos dos usuários dessas redes e criam ferramentas para estimular a produção dessa subjetividade que serve também aos interesses econômicos.

Sibilia destaca que este eu “é, acima de tudo, uma subjetividade que deseja ser amada e apreciada, que busca desesperadamente a aprovação alheia, e para tanto procura tecer contatos e relações íntimas com os outros” (2008, p.235). Assim, vivemos sob um imperativo de que aquilo que se é deve ser visto e que cada um é aquilo que mostra de si. Tal aspecto nos leva a pensar imediatamente em sites de redes sociais como o *Facebook* onde buscamos mostrar aquilo que somos aos outros, criando representações que tenham a aprovação do outro. “Agora, os novos espaços confessionais da internet são utilizados, com uma frequência e uma intensidade assombrosa, para criar as obras mais preciosas de seus usuários; isto é, suas belas personalidades alterdirigidas” (SIBILIA, 2008, p.235).

Assim, as tais obras preciosas, mencionadas pela autora, são os escritos postados em sites de redes sociais; manifestações que se fundem com a imagem dos usuários, que constroem representações. Se tomarmos como exemplo os blogs do tipo confessionais, podemos afirmar, conforme o pensamento de Sibilia (2008), que quem necessita de

comentários e de legitimação do público não é a obra em si, o objeto criado, mas o sujeito criador do conteúdo do blog, o autor.

Através dessa legitimação pelo olhar alheio, o autor deve ser reconhecido como portador de algum tipo de singularidade aparentada com a velha personalidade artística. Para se ter acesso a tão prezado fim, a obra é sem dúvida um elemento importante, porém de segunda ordem, pois o que realmente importa é a vida supostamente privada e a personalidade do auto-narrador. Toda a potência desse *eu* que narra, que assina e atua, reside em seu modo de ser e em seu estilo como personagem (SIBILIA, 2008, p.235).

O eu-narrador, assim, se constrói nesse movimento de mostrar aos outros o que ele é, colocando-se como uma personagem da própria vida, que deve relatar suas experiências e que espera um retorno do público para enxergar-se legitimado enquanto personagem de si mesmo. E não estamos falando de relatos literários, narrativas necessariamente atrativas ou interessantes, mas do simples manifestar-se sobre qualquer assunto. “Este impulso de ter que falar – e se mostrar – agora, já, em tempo real e do jeito que for, parece capaz de prescindir do trabalho silencioso e solitário que outrora era fundamental, tanto para pensar como para escrever e para se autoconstruir” (SIBILIA, 2008, p.238). No mundo das redes sociais, dos dispositivos móveis e da comunicação instantânea, o acontecimento se legitima se for publicizado, visível. É a sensação de que “só acontece aquilo que é exibido em uma tela: tudo quanto faz parte do mundo só se torna mais real ou realmente real se aparecer projetado em uma tela” (2008, p. 240). Assim, na atual conjuntura das redes, não basta viver, é preciso narrar bem a vida, dar visibilidade aos fatos rotineiros mostrá-los aos outros, romantizá-los e esperar o retorno do público, os retweets, as curtidas e compartilhamentos. “Porque neste novo contexto cabe à tela, ou à mera visibilidade, a capacidade de conceder um brilho extraordinário à vida comum recriada no rutilante espaço midiático” (p.240). A vida privada é superexposta na medida em que ganha ares de espetáculo, evento compartilhável, experiência comum, acontecimento de interesse de outras pessoas. Para atrair a atenção e a legitimidade das pessoas, nosso eu-personagem estiliza a própria vida, cria efeitos, transforma-se, toma formas distintas, reiventa-se.

Para ganhar peso, consistência e inclusive existência, é preciso estilizar e ficcionalizar a própria vida como se pertencesse ao protagonista de um filme. Por isso, cotidianamente, os sujeitos destes

inícios do século XXI, familiarizados com as regras da sociedade do espetáculo, recorrem à infinidade de ferramentas ficcionalizantes disponíveis no mercado para se autoconstruir. A meta é enfeitar e recriar o próprio eu como se fosse um personagem audiovisual (SIBILIA, 2008, p 241-242).

Nesse sentido, a internet e seus sites de redes sociais colocam-se a serviço da construção da própria imagem dos usuários oferecendo os recursos para o usuário expressar “como está se sentindo”, o que está fazendo, o que está pensando, com quem está se relacionando ou como pode usar os filtros de imagem para embelezar as fotografias do perfil. Tanta exposição e esforço para construção do eu têm, é claro, suas fragilidades e esbarra, muitas vezes, na falta de sentido na medida em que o que importa é a ação de exibir o que quer que seja e não a relevância do que é dito ou mostrado. “Produzir o efeito desejado: disso se trata, justamente, quando se considera a construção de uma subjetividade alterdirigida ou exteriorizada. É para isso que se elabora uma imagem de si: para que seja vista, (...), para provocar efeito nos outros” (2008, p. 244). Assim, vivemos no mundo do *eu* alterdirigido, que deve ser eficaz, visível e mutante, com capacidade de mudar sua subjetividade conforme a situação e submetido, também, a lógicas mercadológicas do capitalismo que, cada vez mais, se apropria de nossas subjetividades e afetos.

Pois o mundo contemporâneo, alicerçado sobre as bases aparentemente ilusórias da cultura do espetáculo e da visibilidade, exerce uma pressão cotidiana sobre os corpos e as subjetividades para que estes se projetem de acordo com os novos códigos e regras. Para que sejam compatíveis com as novas engrenagens socioculturais, políticas e econômicas (SIBILIA, 2008, p.245).

Estes novos códigos e regras do mundo contemporâneo de que fala Paula Sibilia constituem as estruturas de funcionamento da internet e dos sites de redes sociais. A pesquisadora norte-americana Nancy Baym discute a linguagem que utilizamos nestes espaços para compor a criação do nosso eu. Usamos as redes sociais e as formas de conversações online para expressar nossas emoções e sentimentos. E fazemos isso tanto de forma verbal, como não verbal, por meio das ilustrações, fotografias e sinais gráficos que as ferramentas nos oferecem. “Usamos emoticons para sinalizar simpatia, usamos pontuação e letras maiúsculas para inserir sentimento, usamos a linguagem informal e

grafias fonéticas talk-like para criar um ar de conversação” (BAYM, 2010, p.103).³ Ou seja, usamos os meios e suas linguagens próprias para falarmos sobre nossos sentimentos e emoções e fizemos isso nas redes sociais com mais assiduidade do que faríamos se estivéssemos numa relação face a face. Além disso, nos sites de redes sociais, comunicamos sobre nossos problemas pessoais para uma quantidade maior de pessoas.

Baym (2010) ressalta que a formação das relações online desafia as nossas noções convencionais de como os relacionamentos devem ser. Para a autora, a quantidade de conexões que fizemos, os laços sociais e as conversações crescem simplesmente porque as relações online são mais fáceis de se criar e de se manter, na medida em que há menos pressões sociais; pressões que podem ser relativas à idade, sexo ou a níveis de amizade e comprometimento cobrados nas relações face a face. Com esta perspectiva das distinções entre os relacionamentos dentro e fora das redes, a autora destaca a questão da construção da identidade do usuário. Quando o corpo não está visível nos relacionamentos, nos permitimos a dizer e expressar coisas que talvez não correspondam à realidade ou ao que diríamos numa relação face a face. Assim, as mídias digitais favoreceriam a construção de uma outra identidade, de um outro personagem de nós mesmos. “As mídias digitais parecem separar nós mesmos de nossos corpos, conduzindo-nos a identidades não corporificadas que existiriam somente em ações e palavras” (2010, p. 105).⁴

A ideia das identidades não corporificadas é importante para compreendermos o processo de encenação ou construção do eu nos sites de redes sociais. A autora exemplifica este aspecto lembrando que nas relações com ausência do corpo podemos mentir sobre idade ou sexo, podemos ocultar informações e criar outras. Por isso, estas identidades podem ser múltiplas na medida em que as diversas opções de redes sociais nos permitem criar perfis e nos moldarmos a cada um deles; podemos criar representações distintas, expressar gostos, sentimentos e agir de variadas formas. Com nomes diferentes, em sites de redes sociais diferentes, temos a possibilidade de nos apresentarmos de distintas formas e criarmos distintas identidades. Um perfil numa rede

³ “we use emoticons to signal friendliness, we use punctuation and capitalization to insert feeling, we use informal language and talk-like phonetic spellings to create an air of conversationality” (tradução livre da autora).

⁴ “Digital media seem to separate selves from bodies, leading to *disembodied identities* that exist only in actions and words” (tradução da autora).

social acadêmica, um perfil no Twitter, num blog ou no Last.fm me proporciona essa diversidade de eu-personagens. “Tudo isso são partes genuínas de mim, mas online elas estão segmentadas em espaços separados onde elas podem tornar-se identidades distintas” (Baym, 2010, p.106).⁵

Devemos ressaltar que nas nossas interações face a face, no convívio social, nós também desempenhamos papéis múltiplos, exercitamos identidades diferentes; nossa personalidade é flexível e se muda conforme os contextos de interação, como veremos posteriormente quando abordarmos alguns conceitos de Goffman. No entanto, nas redes sociais, potencializamos essas construções do eu, desempenhando mais de um papel ao mesmo tempo, como se estivéssemos – utilizando a analogia de Baym - executando tarefas em diversas “janelas” abertas ao se navegar na internet, ou seja, descentralizando o nosso eu, distribuindo nossas identidades nos espaços online. A autora também faz referência às identidades pessoais e sociais. A pessoal é representada através de nossas assinaturas de e-mails, blogs, ou de fotos e avatares no *Facebook*, por exemplo. Além disso, um elemento poderoso para a formação das impressões que os outros fazem das nossas identidades é o uso da linguagem, da expressão escrita. Para Baym, a linguagem é a ferramenta primordial no ato de contar aos outros sobre nós mesmos através da autorevelação. “Autorevelação é indispensável para transformar estranhos em parceiros relacionais e manter relacionamentos duradouros” (2010, p.109).⁶ Assim, revelarmos mais de nossa vida privada, expressar mais nossas ideias e sentimentos, assim como ocorre nas interações face a face, tornam nossos relacionamentos online mais consistentes e duradouros, fortalecem os laços sociais. Esta conduta também pode explicar porque publicizamos aspectos da vida pessoal nas redes sociais. Através da linguagem e da revelação de parte do que somos, construímos nossas autoidentidades, reinventamos o nosso eu, processo que Baym chama de “self-reinvention”, e buscamos o respaldo das outras pessoas. Neste percurso, a autora ainda destaca a importância da identidade social, entendendo que nossas identidades estão entrelaçadas com as identidades de outros; ou seja, o que os outros dizem contribui para

⁵ “All of these are genuine parts of me, but online they are segmented into separate spaces where they can become distinct identities” (t.a).

⁶ “self-disclosure is indispensable in turning strangers into relational partners and to maintaining ongoing relationships” (t.a).

nos definir, pois somos influenciados e constituídos pelas relações com os outros e também porque compartilhamos ideias, concepções e pensamentos de outras pessoas.

Ligamo-nos aos outros de muitas maneiras. Em blogs, homepages e outros sites, as pessoas usam links que enviam mensagens sobre quem elas são e com quem elas procuram estar alinhadas. Esses links servem como elementos de nossa representação, comportamento e impressões deixadas por todos aqueles que se tornam elementos nesse mix, moldando a forma como as pessoas são percebidas (BAYM, 2010, p.111).⁷

Assim, nossas relações e interações nas redes sociais nos expõem e interferem na construção do nosso eu. Obtemos informações sobre as pessoas não somente acessando seus textos, fotos ou conteúdos produzidos, mas também acessando os dados que os amigos – no caso do *Facebook* por exemplo - postam sobre as pessoas. Os nossos contatos, que estão a nós conectados e relacionados, afetam a nossa imagem no momento em que escrevem em nossos murais, tagueam fotos que nos envolvem ou comentam nossas postagens.

A autoapresentação que nós criamos está longe de ser a única fonte de informação online válida sobre nós, e a maioria das pessoas que se tornam interessadas em aprender sobre um indivíduo vai se transformar em máquinas onde se aparecer qualquer coisa, virá a ser provavelmente um mix do que a pessoa colocou online e do que foi colocado pelos outros (e às vezes sobre os outros que compartilharam o mesmo nome). As pessoas podem postar informações sobre nós, nos taguear em fotografias, nos linkar e discutir sobre nós, e todos estes bits incontroláveis de informações sobre nossas identidades podem aparecer em buscas se nós quisermos que eles façam isso ou não (2010, p.112).⁸

O que é importante apreender desse pensamento de Baym é justamente o fato de que a construção do nosso eu não está totalmente sob nosso controle visto que fatores ligados aos nossos relacionamentos online, às nossas interações, também interferem na

⁷ “we link to others in many ways. On blogs, homepages, and other sites, people use links that send messages about who they are and with whom they seek to be affiliated. Those links serve as elements of our representation, and the behavior of and impressions left by those others become elements in the mix, shaping how people are perceived” (t.a).

⁸ “The self-presentation we create are far from the only source of information available about us online, and most people who become interested in learning about an individual will turn to engines where, if anything comes up at all, it is likely to be a mix of what the person has put online and information placed there by others (and sometimes about others who share the same name). People may post information about us, tag us in photographs, link to us, and discuss us, and all of these uncontrollable bits of information about our identities may come up in searches whether we wish they did or not.” (t.a)

identidade ou identidades que construímos. Assim, representações diferentes ou identidades multifacetadas são fenômenos próprios da interação e de nossa comunicação com os outros, seja no âmbito das relações online como na relação face a face. A importância do outro para a construção de nossa imagem também pode ser analisada numa perspectiva mais psicossociológica, como veremos a seguir.

Representação e papéis sociais

Identidades diversas do nosso eu, performances e construção de personagens ficam mais explícitos ou mais facilmente identificáveis na internet, mas não são processos típicos dos usos dos sites de redes sociais ou das interações online. Exercer variados papéis sociais ou encarnar performances são próprias das interações entre as pessoas, conforme os estudos do sociólogo canadense Erving Goffman. Mesmo que suas observações microsociais refiram-se à interação face a face, sem mediação direta da tecnologia, seus apontamentos sobre performance e construção de autoimagem podem ser utilizados para olhar os laços sociais e o comportamento do eu no ambiente online.

Utilizando-se da metáfora do teatro, Goffman analisa nossas condutas sociais, atribuindo-nos status de atores que desempenham papéis e que têm expectativas de ação em relação aos outros atores sociais. Nas nossas práticas cotidianas, nós representamos papéis sociais, performamos nossa imagem na situação de interação. O estar a frente de outra pessoa nos leva a organizarmos a performance, nos autocontrolarmos ao mesmo tempo em que também fazemos uma leitura da outra pessoa que está a nossa frente. Esta aparência que queremos transmitir ou encenar nas nossas interações faz parte do conceito de fachada, elaborado por Goffman (1985). A fachada é construída pela intenção do indivíduo em dar o melhor de si mesmo para se apresentar ao outro, pois “quando um indivíduo se apresenta diante dos outros, terá muitos motivos para procurar controlar a impressão que estes recebem da situação” (p.23). A fachada corresponde a uma máscara permanente que usamos, representando nosso desempenho frente aos outros, o que queremos transmitir. Para enfrentar os afazeres e compromissos do dia-a-dia, nós selecionamos fachadas diferentes conforme nossas situações de interação ou conforme a representação exigida pela interação. “Fachada, portanto, é o equipamento

expressivo do tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação” (GOFFMAN, 1985, p.29). Em outra obra, Goffman define a fachada como “uma imagem do eu delineada em termos de atributos sociais aprovados” (2011, p.14), ou seja, quando a pessoa consegue fazer uma “boa demonstração de si mesma” ela adquire legitimidade social para sua fachada porque conseguiu mantê-la e “a manutenção da fachada é uma condição da interação, e não o seu objetivo” (2011, p.19).

Dessa forma, o ator revela seu status social por meio dessa fachada pessoal, a aparência, a performance que será construída tanto por meio das características físicas do indivíduo como vestuário, sexo, idade, altura etc como também pelos padrões de linguagem utilizados, pela atitude, pelas expressões faciais, gestos corporais, entre outras ações. Neste jogo das interações, nossas representações constroem uma impressão de realidade, que, claro, é frágil e pode ser quebrada a qualquer momento revelando uma “discrepância entre nosso eu demasiado humano e nosso eu socializado” (p.58). Isto quer dizer que nossas fachadas ou máscaras podem cair e revelar o que não queremos que seja revelado; ou, como diz Goffman, podemos “perder a face” em determinadas situações. Pensando nos sites de redes sociais, a liberdade que temos para escrever sobre nós mesmos, expressar uma opinião polêmica ou publicar determinadas fotografias pode nos levar a uma situação de perda de fachada frente aos outros, pois não controlamos a imagem que os outros estão fazendo de nós. Também podemos pensar em situações em que uma informação dita em âmbito privado, que não gostaríamos que fosse publicizada, por alguma razão, se torna pública. O que não desejaríamos ver revelado se mostra aos olhos de todos e coloca em risco nossa reputação social, nossa fachada. A partir desse problema, teremos que trabalhar para “salvar a fachada”.

Seja como for, apesar de sua fachada social ser sua posse mais pessoal e o centro de sua segurança e prazer, ela é apenas um empréstimo da sociedade; ela será retirada a não ser que a pessoa se comporte de forma digna dela. Atributos aprovados e sua relação com a fachada fazem de cada homem seu próprio carcereiro; esta é uma coerção social fundamental, ainda que os homens possam gostar de suas celas (GOFFMAN, 2011, p.18).

Outro conceito interessante de Goffman, que se relaciona à fachada e à encenação do eu, é o de representação falsa. Como atores diante de uma plateia, temos capacidade e motivos para falsear os fatos quando entendermos que tal ação atende a nossos interesses. E assim como os atores podem ser impostores em suas ações, a plateia tem capacidade para sentir se a impressão que o ator está dando é verdadeira ou falsa, genuína ou ilegítima, válida ou mentirosa. “Quando pensamos nos que apresentam uma fachada falsa ou nos que dissimulam, enganam e trapaceiam, pensamos na discrepância entre as aparências alimentadas e a realidade” (1985, p.60). Em qualquer momento da representação falsa, o ator pode ser apanhado em erro, desmascarado e terá de enfrentar a humilhação ou, conforme o caso, a perda permanente da reputação. “Representação falsa é considerado um ato intencional, sendo um ato que pode surgir pela palavra ou pela ação, por uma declaração ambígua ou distorção da verdade literal, não-revelação ou impedimento da descoberta” (p.64). Goffman também define como personificação uma outra forma de representação falsa. Personificar seria o ato de passar-se por outra pessoa sem o ser de fato. O ator representa de forma ilegítima um papel, assumindo o status ou os atributos de outra pessoa.

Da mesma forma também julgamos de modo diferente aqueles que falsificam sua personalidade para promover o que acham constituir as justas pretensões de uma coletividade, ou os que o fazem acidentalmente ou por brincadeira, e aqueles que se apresentam falsamente para obter vantagens psicológicas ou materiais pessoais (GOFFMAN, 1985, p.61).

As representações falsas e personificações correspondem a todas as informações falsas, mentiras e dissimulações que são utilizadas para compor a performance ou a fachada pessoal. Para o autor, os indivíduos que são flagrados mentindo ficam desacreditados durante a interação e podem ter sua dignidade destruída “pois muitas plateias acharão que se um indivíduo pode permitir-se uma vez contar semelhante mentira, não deve nunca mais merecer confiança” (1985, p.63).

Julgamos importante trazer um pouco do pensamento de Goffman acerca de nosso comportamento nas relações sociais porque ele nos ajuda a situar o processo de construção do eu nas redes sociais numa perspectiva relacional, que considera o outro e o torna parte do nosso processo de construir uma imagem de nós mesmos e porque

insere o comportamento de encenação do eu como algo que fizemos o tempo todo, até de forma inconsciente.

Considerações finais

Neste artigo, procuramos, consciente de nossas limitações, trazer alguns pensamentos acerca da construção do eu ou da construção identitária do eu tendo em mente as manifestações pessoais nos sites de redes sociais. Nossa motivação em refletir sobre este assunto vem da experiência de uso dessas redes, principalmente do *Facebook*, e da observação que os usuários fazem do espaço para exporem suas opiniões, seus sentimentos, seus estados de espírito, gostos, fotos, links e mesmo seus “status de relacionamentos”; uma verdadeira exposição da vida pessoal e profissional que põe em processo a construção de imagens de nós mesmos ou de identidades de nós mesmos. Cada informação publicada em nossos perfis é um elemento a mais no mosaico que é a nossa personalidade, é mais uma caracterização do personagem de nós mesmos. Tais experiências e observações dos comportamentos dos usuários nessas redes nos levam a perguntar por que as pessoas, cada vez mais, sentem a necessidade de expor suas vidas na arena pública da internet? Por que se preocupam com a aprovação da plateia para a construção de seu eu-personagem?

Como avalia Sibilía (2008), queremos que nossa subjetividade seja amada e admirada pelos outros, por isso nos empenhamos em produzir um personagem de nós mesmos que seja interessante, atraente, digno de ser legitimado e valorizado. Estas construções de personalidade, assim, direcionam-se também ao outro da relação, às nossas conexões. Neste movimento de pensar no outro para nos autoconstruirmos, revelamos identidades multifacetadas e flexíveis como bem explicou Baym (2010). Identidades pessoais e sociais que estão em fluxo conforme os espaços e as situações de interação que nos são apresentadas.

E como falar em separação entre vida online e offline faz cada vez menos sentido em razão da nossa relação estreita com as tecnologias e em razão da cultura digital em que estamos inseridos, Goffman é aqui abordado por destacar que estamos habituados a “representar” como atores de teatro num cenário e diante de uma plateia; naturalmente executamos performances e desempenhamos variados papéis sociais.

Cuidamos da nossa autoimagem preservando sempre que possível nossa fachada pessoal e observando a manutenção da fachada das outras pessoas.

Se fizemos performance na interação face a face e nos preocupamos com nossa reputação social, também representamos, de outros modos, nos sites de redes sociais em busca de um bom capital social. Conforme Recuero (2009, p.107), “o que é diferencial nos sites de redes sociais é que eles são capazes de construir e facilitar a emergência de tipos de capital social que não são facilmente acessíveis aos atores sociais no espaço *offline*”. Assim, a nossa participação nestas redes, o nosso capital social relacional é feito a partir de “conexões construídas, mantidas e amplificadas no ciberespaço” (p. 107). Podemos aqui afirmar que a construção do nosso eu se amplifica nas redes sociais porque nossas expressões e manifestações, tornadas públicas em nossos perfis, atingem um número maior de pessoas, muitas das quais nós não conhecemos; logo, estas pessoas tomarão somente o visível “personagem do eu” como referência de nossa personalidade.

Primeiramente, se considerarmos que as redes que estamos analisando são redes sociais, portanto, constituídas de atores sociais, com interesses, percepções, sentimentos e perspectivas, percebemos que há uma conexão entre aquilo que alguém decide publicar na Internet e a visão de como seus amigos ou sua audiência na rede perceberá tal informação (RECUERO, 2009, p.117).

Para aprofundamento e estudos posteriores, fica a importância de considerar e aprofundar mais a mediação tecnológica nesta questão da construção do eu, entendendo nossas representações como constituídas da tecnologia e associadas com atores não humanos. Sobre isso, Primo (2012), ao escrever sobre a relação entre as mídias sociais e a Teoria Ator-Rede (ANT), de Bruno Latour, chama a atenção para as implicações que a palavra social, já banalizada no estudo das redes sociais, acarreta. O próprio *Facebook*, citado neste artigo como site de rede social que potencializa as construções identitárias dos atores humanos, pode ser relativizado enquanto mídia social e entendido como um ator na perspectiva da ANT; “o Facebook, ele mesmo, em sua materialidade, não é em si social. Tampouco por mídia deve-se entender apenas uma ponte para a comunicação entre atores humanos. Ora, o Facebook é também um ator” (PRIMO, 2012, p.630).

Assim, se enfatizamos a importância do outro, do interlocutor, da plateia e de outros atores na construção do nosso eu nas redes sociais, por que não considerarmos os

atores não humanos como alteridade? Por que não inserirmos as máquinas no processo de produção e exposição de nossa subjetividade?

Nesse sentido, Félix Guattari (1993) afirma que na análise da produção dessa subjetividade – que neste artigo se refere à autoexpressão e à imagem do nosso eu nas redes - não podemos mais separar as superestruturas subjetivas das relações de produção infra-estruturais. Há que se exercer um outro olhar sobre a subjetividade e “reconhecer que os conteúdos das subjetividades dependem, cada vez mais, de uma infinidade de sistemas maquínicos” (1993, p.177). Ou seja, o campo do pensamento, da opinião, da imagem, dos afetos e das narrativas, para o autor, sofre a “influência invasiva” dos computadores, dos bancos de dados, da telemática etc. “Não verdade, não tem sentido o homem querer desviar-se das máquinas já que, afinal das contas, elas não são nada mais do que formas hiperdesenvolvidas e hiperconcentradas de certos aspectos de sua própria subjetividade” (GUATTARI, 1993, p.177). Nesse sentido, é preciso olhar com atenção a esses estudos que rompem com as velhas dicotomias sujeito/objeto, homem/máquina, natural/artificial para buscar a compreensão das nossas ações, inclusive as “encenações do eu” que se tornam materiais por intermédio da tecnologia, da máquina.

Por fim, é interessante perceber como se tornou comum depararmos com a palavra “ator” nos livros, pesquisas e estudos que fazem referência à nossa ação em sociedade. Pensar sobre o significado dessa palavra é perceber a dimensão do “ator” no campo da representação teatral, como personagem que interpreta, que encena diante de uma plateia, e também considerar a dimensão do ator como agente, indivíduo que age e que interage e participa do mundo. Como diz Backtin, a linguagem não é neutra, mas repleta de significados.

Referências Bibliográficas

BAYM, N.K. **Personal Connections in the Digital Age**. Cambridge: Polity Press, 2010.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

GOFFMAN, Erving. **Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face**. Petrópolis: Vozes, 2011.

GUATTARI, Félix. Da produção de subjetividade. In PARENTE, André (org). **Imagem-máquina: A era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: Ed.34, 1993.

ORIHUELA, José Luis. Blogs e blogosfera: o meio e a comunidade. In ORDUÑA, Octavio L. Rojas; et al. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. São Paulo: Thompson Learning, 2007

PRIMO, Alex. Interações medidas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In PRIMO, Alex (org). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

PRIMO, Alex. **O que há de social nas mídias sociais? Reflexões a partir da Teoria Ator-Rede**. Contemporanea (UFBA.Online), v.10, p. 618-641, 2012.

KENSKI, Vani Moreira. Memória e conhecimento na era tecnológica. In. MIRANDA, José Bragança (org). **Real vs Virtual**. Revista de Comunicação e Linguagens. Lisboa: Cosmos, 1999.

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

RECUERO, Raquel. Warblogs: Os **Blogs, a Guerra no Iraque e o Jornalismo Online**. Artigo apresentado no XXVI Intercom em abril de 2003. Disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel.warblogs.pdf>. Acesso em: 10 set. 2013.

SCHITTINE, Denise. **Blog: comunicação e escrita íntima na Internet**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

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