

A performance nas interações mediadas por computador e gestão de reputação online do sítio Reputation.com

Thais de Oliveira Sardá¹

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

Este artigo busca compreender, por meio de uma revisão teórica, primeiramente, o conceito de representação social segundo Erving Goffman. No momento seguinte, pretende apontar as peculiaridades das interações mediadas por computador e da performance no ambiente online. Para tanto, apresenta uma revisão de conceitos de Manuel Castells, David Weinberger, Pierre Lévy, Alex Primo e Raquel Recuero, entre outros autores. Por fim, analisa as premissas do sítio Reputation.com para identificar as expectativas que cercam a busca por uma gestão de identidade eficiente nas redes sociais.

Palavras-chave: performance, rede social, representação social

INTRODUÇÃO

Você constrói a sua reputação nas redes sociais. Escolhe o que escrever — talvez evitando algumas polêmicas —, quais músicas destacar, quantos filmes admitir que viu e com quais pessoas se relacionar. Mais além, você administra essa identidade, faz com que os diferentes sítios de relacionamento — Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram e outros tantos — dialoguem, mantenham a coerência. Você monta um personagem no ambiente online, assim como faz no mundo físico, com os relacionamentos que extrapolam a convivência por meio da internet e exigem, cada um, posturas diversas. Lendo assim, de forma tão objetiva, parece artificial. Porém, todos os itens relacionados acima ocorrem de maneira natural durante as interações entre duas ou mais pessoas. E, agora, há o sítio Reputation.com² especialmente para ajudar o usuário a ter esta dimensão.

O presente artigo busca exatamente esta discussão: a da performance nas redes sociais. Mas para entender esta dinâmica é necessário, antes de mais nada, compreender o conceito de

¹ Jornalista, especialista em Ciências Penais, MBA em Gestão de Pessoas e mestranda na linha de pesquisa Informação, Redes Sociais e Tecnologia do PPGCOM da UFRGS.

² Disponível em <http://www.reputation.com/>. Acessado em 2 de setembro de 2013.

representação social e os pormenores que suscita — como comportamento, impressão e coerência. A busca por tal conceito se inicia em Goffman, embora não se possa reduzir a teoria interacionista apenas ao estudo das fachadas sociais proposto pelo autor. Goffman constrói seu raciocínio por meio da interação entre os indivíduos e dos papéis desempenhados na sociedade. Apesar de ser uma tarefa arbitrária resumir os pontos principais de sua obra em tão pouco espaço, este artigo se vale desta necessidade, conferindo-lhe um lugar de destaque na revisão teórica. Ainda assim, suas ideias serão acrescidas das discussões de Moscovici e Watzlawick.

O segundo passo é traçar as peculiaridades do ciberespaço, para compreender os pormenores da construção de uma identidade com vistas à convivência em redes sociais. É evidente que serão poucas páginas e, por isso, o presente artigo buscará lançar discussões muito além de trazer conclusões contundentes ou fechar portas para a discussão. Contudo, nem por isso deixará de ser valer de uma sustentada base teórica. Neste sentido, as ideias de Castells e Lévy são fundamentais. O primeiro com suas noções de comunidades virtuais e um olhar crítico sobre as interações, e o segundo, com seu recorte sociológico sobre os reflexos desta convivência. Outros autores úteis à construção da fundamentação deste texto serão Silverstone, Watts e Weinberger — para citar apenas os estrangeiros — e Primo, Fragoso, Recuero e Lemos — alguns dos principais pesquisadores brasileiros da interação mediada por computador e da cibercultura. Cabe alertar que o segundo capítulo deste artigo será um ponto de partida para futuras pesquisas sobre gestão de identidade em redes sociais, por isso será dedicado a ele mais tempo.

Por fim, tendo os conceitos fundamentais para esta reflexão em mente, será a vez de analisar as promessas feitas pelo Reputation.com ao usuário, no momento do cadastro. O objetivo do sítio é reunir o máximo de informações possíveis, disponíveis na internet, sobre o usuário, conforme sua vontade. A ideia é traçar como está sua reputação. Para tanto, vale-se, além de pesquisas feitas em redes sociais, também de buscas em sítios especializados, como Google e Bing. Assim, cria automaticamente um documento onde especifica referências ao nome do usuário em diferentes plataformas. Neste momento, mais do que o funcionamento do sítio, o foco serão as premissas por trás dele, logo, o que promete ao usuário. Assim, relacionar-se-á as teorias sobre representação social, performance, redes sociais e interação mediada por computador, buscando uma compreensão dos objetivos do Reputation.com, para então projetar futuros estudos sobre gestão de identidade, seus mecanismos de formação e funcionamento.

1. Uma breve conceituação de representação social

Para entender o conceito de performance é preciso, antes, compreender no que consiste a representação social, que — para Goffman — é entendida sob uma perspectiva interacional, já que o posicionamento de um indivíduo depende diretamente do grupo ou do outro indivíduo diante do qual ele se encontra. Nas palavras do autor, “a interação social pode ser definida, num sentido estrito, como aquilo que surge unicamente em situações sociais” (1999, p. 195), depende de estímulo e resposta, portanto é “a influência recíproca dos indivíduos sobre as ações uns dos outros” (1975, p. 23). Goffman também entende que o indivíduo sempre está representando um papel, pois está no cerne da interação uma adaptação ao contexto. Muda-se de papéis porque a vida social é um conjunto de máscaras — ou fachadas (1975, p. 29). Assim, as relações sociais dependem justamente da capacidade de captar as situações e desempenhar o papel que convém a elas, conforme os contextos físico, espacial e temporal.

Ao introduzir o conceito de representações na psicologia social, Moscovici segue um pensamento semelhante e assume que “as interações humanas, surjam elas entre duas pessoas ou entre dois grupos, pressupõem representações” (2003, p. 40). Ainda de acordo com o autor, concordando com Goffman, isso acontece a todo momento, por isso é preciso ler sinais o tempo inteiro durante as interações. Neste contexto, a ação situada passa a ser um quadro; e os detalhes interferem na forma como o indivíduo se enquadra. Conhecer profundamente a situação é fundamental para saber qual papel deverá ser representado, a partir dos papéis disponíveis e atribuídos socialmente — posições ou lugares definidos institucionalmente e cercados de expectativas. Na noção de enquadramento de Goffman, a interação é justamente essa situação de se apresentar ao outro, ser influenciado pela sua presença e se fazer influenciar. Em síntese, há uma copresença de influência face ao outro, ditada por normas sociais. Quando se respeita estas premissas, há o enquadramento.

Além disso, a comunicação supera a intencionalidade na interação, definida por Watzlawick como uma troca de mensagens (portanto plural, porém não infinita) entre indivíduos (2011). O autor explica, com a metáfora do funcionamento de um computador, que a comunicação depende de dados (informação propriamente dita) e instruções (metainformação contida na informação e que é necessária para sua compreensão). Por isso, há um aspecto relacional indissociável na comunicação: a mensagem necessita de interpretação. Ao mesmo tempo, a representação social de uma fachada se consolida na sua aceitação pelo outro — de fato, uma legitimação. Goffman ainda reforça a

incapacidade humana de não comunicar, em processo assimétrico, visto que “os outros podem então usar os aspectos considerados não governáveis do comportamento expressivo do indivíduo como uma prova da validade do que é transmitido pelos aspectos governáveis” (1975, p. 16). Já que as fachadas se impõem na interação, Moscovici afirma, em síntese, que representação e comunicação são interdependentes e, juntas, buscam um equilíbrio.

Outros conceitos que devem ser revisados antes de se buscar compreender a performance são os de impressão e coerência. Quando, em uma interação, o indivíduo busca nos seus códigos de conduta a fachada ideal, propõe-se a agir de acordo com a expectativa que lhe é depositada. Já a maneira com a qual a pessoa irá agir, sua expressividade, segundo Goffman, é responsável justamente por passar uma impressão, o que é feito de maneira intencional e consciente, tendo em vista o contexto — no caso, a tradição de seu grupo ou posição social. “Não por causa de qualquer resposta particular (que não a de vaga aceitação ou aprovação), que provavelmente seja despertada naqueles que foram impressionados pela expressão” (GOFFMAN, 1975, p. 15), ainda completa. Ademais, ao desempenhar um papel, um indivíduo usa sua expressividade, composta pelo que transmite intencionalmente ou não. Goffman entende que um indivíduo tentará sempre controlar ao máximo a forma como é visto para assegurar que receba um determinado tratamento. Assim, ele sempre estará representando.

Já a manutenção desta impressão dá-se pela coerência nas ações do indivíduo. Para Goffman — a quem o papel está ancorado no palco da ação, de acordo com a qual há uma afirmação da imagem social —, a sustentação de uma certa imagem exige antes saber onde, com quem e quando se fala, para depois escolher como se fala. Todo o contexto determina a representação adotada pelo indivíduo; posteriormente, a aceitação da fachada criada por parte do grupo; e, até mesmo, sua manutenção. Para Goffman, “o funcionamento da ordem da interação pode facilmente ser encarado como a consequência de sistemas de convenções deontológicas, no sentido de regras de base de um jogo, condições do código de estrada ou regras da sintaxe de uma linguagem” (1999, p. 202). Este conjunto de acordos é composto tanto por contratos quanto por consensos sociais.

No desempenho de uma fachada, o indivíduo cria mecanismos e os repete regularmente para se posicionar em uma determinada situação (GOFFMAN, 1975, p. 29). Há um certo padrão construído individualmente para orientar as ações e tornar a representação mais coerente, facilitando a sua legitimação. É o caso da compreensão do cenário onde a ação se desenrola; e também da

aparência (que evidencia a posição social) e da maneira (o comportamento durante a interação) do indivíduo que está representando, estímulos que compõem sua fachada pessoal. Construído a partir destes elementos, cada papel se encaixa em uma circunstância, por isso um indivíduo pode ter múltiplas fachadas, de acordo com as diferentes situações por que passa na sua rotina. Ao falar sobre a forma com que os indivíduos se apresentam, Goffmann lembra que “a projeção inicial do indivíduo prende-o àquilo que está se propondo ser e exige que abandone as demais pretensões de ser outras coisas” (1985, p. 19).

Com esta revisão de conceitos em mente, é possível inferir, em primeiro lugar, que a noção de representação envolve uma interação entre indivíduos diante de um grupo, em um determinado contexto físico, temporal e espacial, no qual há um fluxo de influências. O segundo ponto, por sua vez, é que a representação depende tanto do indivíduo tentando passar uma determinada impressão quanto do grupo que a recebe e tem o poder de legitimação. Assim, o grupo tem a escolha de tornar válida a representação. Já o terceiro diz respeito a uma exigência social de coerência: o indivíduo deve agir de forma coerente com um contexto; o grupo deve lhe legitimar caso aceite esta coerência; e o indivíduo, novamente, precisa de um esforço para manter a coerência, por isso não deve tomar atitudes discrepantes com a fachada adotada inicialmente.

2. A interação mediada por computador

Ter em mente o conceito de rede social é fundamental para a compreensão a que este artigo se propõe. Mas um passo anterior também é necessário. Para Castells, a Internet “em suas diversas encarnações e manifestações evolutivas, já é o meio de comunicação interativo universal via computador da Era da Informação” (1999, p. 433). A apropriação feita da Internet, por sua vez, é o que determina seu valor, afirma o autor. Até por isso, tornou-se um ambiente espontâneo, onde coexistem interesses e culturas diferentes. Ao entrar na discussão sobre se a Internet promove a criação de novas comunidades ou, ao contrário, leva ao isolamento, Castells lembra que, no que se refere aos laços fracos, as redes sociais podem sim contribuir “para a expansão dos vínculos sociais numa sociedade que parece estar passando por uma rápida individualização” (1999, p. 445).

Ainda conforme Castells, as comunidade virtuais — forma como define as redes sociais na Internet — são capazes de gerar solidariedade recíproca, portanto, formar uma ligação com empatia entre os participantes. Soma-se a isso o fato de, por terem o intermédio de um artefato na comunicação, as pessoas sentirem-se mais livres para agir por sinceridade, o que, porém, pode

encurtar os relacionamentos. Para ele, as comunidades virtuais são “interpessoais, em sua maioria baseadas em laços fracos, diversificadíssimas, e especializadíssimas, também capazes de gerar reciprocidade e apoio por intermédio da dinâmica da interação sustentada” (1999, p. 445). Além disso, a Internet é definida por Castells como um ambiente simbólico, onde há um novo sistema de comunicação que combina um espaço de fluxos e uma noção não linear de tempo e “o faz-de-conta vai se tornando realidade” (1999, p. 459).

“Uma rede social, por si só, já é uma metáfora estrutural”, cita Fragoso (2012, p. 115), ao discorrer sobre a existência de uma representação da realidade, na qual usuários mostram suas vidas com recortes filosóficos e sociológicos. A construção de um perfil em qualquer sítio de relacionamentos é assim: os usuários querem encaixar-se socialmente, serem admirados e parecerem interessantes. Ao tratar do jogo criado pela mídia eletrônica, no qual os indivíduos precisam encaixar a sua identidade, como se mostra hoje a plataforma digital, Silverstone lembra que pode “dizer ao mundo quem sou, ou quem eu gostaria de ser” (1999, p. 145). Além disso, ressalta o autor, o mundo está permeado por performances amplificadas, visto que “a tecnologia me deu um palco. Posso representar nele” (p. 146).

Todo perfil em rede social é, em essência, um resumo da vida. E é a opção de quem formula este perfil mostrar o que quiser aos outros, qual fachada (para citar Goffman) irá assumir em dado contexto social, temporal e situacional. Porém, enquanto há o poder de construir um perfil, há também a necessidade de adotar uma identidade, sustentar uma impressão e manter a coerência. É justamente a esta discussão a que este artigo irá se propor. A pretensão é, portanto, compreender o comportamento assumido pelos personagens na interação mediada por computador.

Para Recuero, analisar as redes sociais “é estudar os padrões de conexões expressos no ciberespaço. É explorar uma metáfora estrutural para compreender elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais” (2009, p. 22). Ainda para a autora, “uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores” (2009, p. 24). Já quanto aos atores, um dos principais elementos das redes sociais, explica que não são discerníveis de imediato devido ao distanciamento presente nas relações mediadas por computador. Por isso, “trabalha-se com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias do ciberespaço” (RECUERO, 2009, p. 25).

Em sua análise sobre redes sociais, a pesquisadora explica que há duas formas de se observar o objeto do estudo, a partir da visão de redes inteiras ou de redes personalizadas (2005).

No primeiro caso, há uma maior influência do grupo em que o usuário está inserido, e no segundo, há uma uma força maior no “papel social de um indivíduo (...) não apenas através dos grupos a que ele pertence, mas igualmente, através das posições que ele tem dentro dessas redes”. Entre as noções de comunicação mediada por computador da autora, especialmente quanto às questões da formação e das motivações de comunidades virtuais, a autora explica como as novas relações em uma era da tecnologia online afetam a sociedade, a vida das pessoas e a noção de comunidade (2001). Além disso, assume que os sítios de redes sociais atuam como suporte para as interações “que constituirão as redes sociais, eles não são, por si, redes sociais. Eles podem apresentá-las, auxiliar a percebê-las, mas é importante salientar que são, em si, apenas sistemas. São os atores sociais, que utilizam essas redes, que constituem essas redes” (RECUERO, 2009, p. 103).

Ao explicar preceitos na vida em sociedade, Watts explica que estamos, hoje, incorporados a uma noção de sociedade em rede, tanto que seria difícil conceber hoje a sociedade sem este contexto. “Não deve surpreender, portanto, que as redes sociais desempenhem um papel crítico em nossa vida, conectando-nos com recursos, fornecendo informações e suporte e facilitando transações baseadas na confiança mútua e respeito presumido” (2011, p. 220). O autor ainda completa explicando que “sociólogos, por exemplo, há muito acreditam que o significado da ação individual só pode ser devidamente compreendido no contexto de redes de relacionamento interligadas” (2011, p. 221).

Ao focar seus estudos na interação mediada por computador, especialmente no relacionamento entre os interagentes, Primo afirma que interação é “um processo que é construído pelos interagentes” (2011, p. 39), portanto se constitui sempre em sua multiplicidade. O autor ainda indica uma divisão entre dois tipos de interação: a mútua prevê a construção de um relacionamento interdependente; já a reativa limita-se a “relações determinísticas de estímulo e resposta” (2011, p. 57). A interação, no caso das redes sociais, enquadra-se no primeiro tipo, visto que, de fato, ocorre entre agentes, de forma aberta, com ações interdependentes que geram interpretações e fluxo dinâmico, formando uma construção negociada. O presente artigo dará ênfase, portanto ao primeiro tipo, visto que entende que a representação social no ambiente online gera “modificações recíprocas dos interagentes durante o processo. Ao interagirem, um modifica o outro. Cada comportamento na interação é construído em virtude das ações anteriores” (PRIMO, 2011, p. 57). Ademais, o autor afirma que os interagentes, durante um diálogo mediado por computador, têm o poder de controlar o fluxo da informação.

A fim de propor a construção de uma abordagem sistêmico-relacional da interação humana, Primo lembra que, no desenvolvimento de um relacionamento entre interagentes, os indivíduos, quando estudados separadamente, não apresentam a mesma perspectiva que quando estudados em conjunto. Isto porque a interação “é diferente da mera soma de suas características individuais” (2011, p. 80). Assim, os relacionamentos apresentam padrões e limites diferentes, mesmo que mantenham um dos interagentes. Além disso, pensando na interação mútua entre duas pessoas como comunicação interpessoal, Primo reforça que as relações são modificadas pelo tempo e pelo contexto global do sistema, portanto, estão em “contínua transformação” (2011, p. 101). Ainda conforme Lemos, o ciberespaço é procurado justamente devido a um “desejo de agregação” (2013, p. 141), o que consiste também em um paradoxo da cibercultura, visto que a tecnologia também é apontada como um instrumento de alienação e individualismo.

Ao desenvolver um ensaio sobre as questões antropológicas ligadas ao uso de computadores, Lévy discorre sobre a tecnologia intelectual, capaz de reorganizar “a visão de mundo de seus usuários” (1993, p. 54), e sobre como se constrói a história por meio da escrita. Neste sentido, ainda para Lévy, a mudança imposta pelas máquinas está também na forma como cria a memória e a deixa “disponível, estocada, consultável, comparável” (1993, p. 95). Esta noção é útil a este artigo visto que as escolhas de um usuário de qualquer rede social formam um *background* indissociável de seu criador. Além disso, o autor define o ciberespaço como “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (1999, p. 94), assim como um meio no qual surgem novas interações. Já Lemos, ao tratar das estruturas antropológicas da cibercultura, afirma que o ciberespaço pode ser entendido, em uma de suas duas perspectivas, como a internet em si. Portanto, não pode ser pensado como desconectado do real, visto que age inclusive como “um complexificador do real” (2013, p. 128). Para o autor, ainda é um ambiente que “proporciona aos usuários uma forma de tempo e espaço diferenciados através de artefatos tecnológicos digitais” (2013, p. 133).

Quanto às comunidades virtuais, às quais considera baseada em relações de reciprocidade, Lévy lembra a função de complementariedade das interações online às relações com encontros físicos. Outra noção importante para o presente artigo é de que “a recompensa (simbólica) vem, então, da reputação de competência que é constituída a longo prazo na ‘opinião pública’ da comunidade virtual” (1999, p. 130). Como os participantes têm personalidades e identidades diferentes — portanto, com posicionamentos distintos com relação a assuntos polêmicos —, é

natural que se formem conflitos durante as interações. Além, é claro, de uma administração da personalidade, visto que “as manipulações e enganações sempre são possíveis nas comunidades virtuais, assim como o são em qualquer outro lugar: na televisão, nos jornais impressos, no telefone, pelo correio ou em qualquer reunião ‘em carne e osso’” (LÉVY, 1999, p. 131). Já para Weinberger, deve-se desconfiar das representações, visto que “construímos perfis com base no público-alvo, em nosso objetivo” (2007, p. 164).

Associando o conceito de representação social, a partir de Goffman, e também as peculiaridades do ambiente online, Silverstone lembra que “novas tecnologias, novas mídias, cada vez mais convergentes pelo mecanismo da digitalização, estão transformando o tempo e o espaço sociais e culturais” (2002, p. 46). Segundo o autor, para quem a sociedade é produto de uma ação performativa, o que implica em comportamentos idealizados. Além disso, o sucesso de uma performance depende da legitimação do público e há uma nova forma de pensar a divisão entre as vidas privada e pública na modernidade. Hoje, assiste-se a uma “intensificação desses comportamentos performativos, os quais criam tanto o social como o individual e permitem ao performer não só apresentar-se para o outro, mas revelar-se a si mesmo - um ato essencialmente reflexivo” (SILVERSTONE, 2002, p. 132). As estratégias na construção da identidade, nesta nova conjuntura, “são performadas, brincamos com elas, são autênticas apenas talvez em sua inautenticidade; estruturas em sua falta de estrutura; consistentes em sua inconsistência” (2002, p. 257).

Ainda para Castells, as mudanças pelas quais está passando o mundo leva as pessoas a se agruparem conforme “identidades primárias” (1999, p. 41), como uma forma de princípio organizacional. Para o autor, “a identidade está se tornando a principal e, às vezes, a única fonte de significado em um período histórico caracterizado pela ampla desestruturação das organizações, deslegitimação das instituições, enfraquecimento de importantes movimentos sociais e expressões culturais efêmeras” (1999, p. 41). Compreender estas ideias exige, contudo, ter clara a definição de Castells sobre identidade, o que ele expõe ao dissertar sobre o ser na sociedade: “processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado principalmente com base em determinado atributo cultural ou conjunto de atributos, a ponto de excluir uma referência mais ampla a outras estruturas sociais” (1999, p. 58).

4. As premissas do site Reputation.com

Se em uma performance é essencial construir uma fachada, citando Goffman, e depois mantê-la com coerência, por que não usar a tecnologia a favor disso? Criado em 2006 no Vale do Silício, nos Estados Unidos, e com clientes em mais de cem países³, o sítio Reputation.com afirma, em sua página principal, que “sua reputação online é sua primeira impressão”⁴. Logo após, apresenta seu negócio: gestão de reputação online. O sítio tem como objetivo fazer pessoas e negócios mostrarem o seu melhor na internet, livres de resultados imprecisos, enganosos ou desatualizados, que podem influenciar as buscas. Além disso, reforça a necessidade de deixar privadas informações que possam alterar a percepção, como endereço, renda e estado civil. Ainda explica que a gestão da reputação online se tornou necessária devido a redes sociais, fóruns, blogs e outras formas de comunicação e compartilhamento de informações online. Finalmente, define-se como um protetor da privacidade na internet.

O serviço no Reputation.com se divide em quatro atividades principais. A primeira trata-se de um monitoramento da rede mundial de computadores, que promete desvendar todas as informações disponíveis online sobre o usuário ou sua empresa. A segunda, por sua vez, consiste em comentários, com foco em informações autênticas e originais partindo dos clientes, uma vez que é realizado um filtro para que conteúdos impróprios sejam descartados. Já a terceira busca suprimir os resultados de busca negativas podem afetar o objeto de pesquisa. O quarto e último refere-se à proteção de privacidade, com incentivo para que se mantenha o máximo possível de dados e informações a internet de forma privada. Tendo em mente estes itens é possível compreender o objetivo que toda a lógica do sítio está voltada para a performance. Castells parece ter antecipado este tipo de serviço ao se referir aos perfis individuais nas redes sociais como portfólios pessoais. E, como em um currículo, um dos princípios é da escolha do que deve ser exaltado e, claro, do que deve ser ocultado. Aliás, em uma sociedade capitalista como a de hoje, a fachada profissional tem destaque no desenvolvimento individual.

Ao explicar estes primeiros passos no Reputation.com, o presente artigo busca exemplificar como se dá a formação de uma fachada. Tudo que ocorre de forma racional e consciente durante uma interação entre dois indivíduos é replicado para o ambiente da internet. Se Goffman fala de representação social, certamente é isso que ocorre quando alguém recorre ao Reputation.com para

³ Com informações do sítio Reputation.com, disponível em <http://www.reputation.com>. Acessado em 2 de setembro de 2013.

⁴ O conteúdo do sítio Reputation.com será todo traduzido livremente no presente artigo e está disponível em <http://www.reputation.com>. Acessado em 2 de setembro de 2013.

descobrir como gerir da forma mais adequada a sua reputação nas redes sociais. Se Moscovici fala da legitimação de um papel frente ao outro, é também o que acontece quando as conexões são selecionadas a dedo, justamente com o objetivo de transmitir uma determinada fachada, aquela, no caso, que se escolheu para mostrar, dentre todas as outras possíveis.

Assim, muito embora o presente artigo não busque, neste momento, uma profunda imersão nos propósitos e nos procedimentos do Reputation.com, uma análise inicial já permite entendê-lo como um laboratório virtual onde se pode compreender com facilidade como se dá a criação de uma fachada, fruto de uma representação social, em uma interação entre indivíduos ou entre indivíduo e grupo. E as demonstrações não poderiam ser mais eficientes, pois o indivíduo, por meio de seu perfil, busca estabelecer os comportamentos adequados para causar uma determinada impressão e mantê-la com coerência. Porém, ainda mais maniqueísta, visto que os elementos levantados por Goffman costumam ocorrer de forma natural, enquanto, no dito sítio, são esquematizados e racionalizados com o intuito de definir e perpetuar uma performance específica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Definir conceitos ligados à representação social de forma tão breve exige escolhas arbitrárias e possivelmente injustas. Porém, o conteúdo desenvolvido aqui certamente é um ponto de partida para um estudo mais amplo sobre o tema, que poderá ser feito futuramente. Ademais, prevalece a convicção de que qualquer aprofundamento deste assunto exige a presença de autores como Goffman e Moscovici, dialogando em suas teorias. Também os estudos voltados ao comportamento online foram fundamentais para a discussão. Em especial, para a compreensão das particularidades que envolvem as interações mediadas por computador e dos relacionamentos em redes sociais, o ponto de partida para a análise de como os indivíduos estabelecem sua performance e lidam com as expectativas em torno dela. Por certo, este artigo jamais esgotaria o tema, porém estabeleceu um raciocínio de onde seria incoerente retirar autores como Castells, Lévy, Silverstone, Primo e Recuero, entre outros autores com importantes contribuições à pesquisa e, de forma geral, aos estudos de cibercultura.

Além disso, este artigo cumpre seu intento inicial de relacionar a teoria de representação social, em um primeiro momento, e da performance na interação mediada por computador, em um segundo, com a proposta de gestão da reputação nas redes sociais do sítio Reputation.com. Por certo, há nuances que não foram devidamente aprofundadas: é o caso das peculiaridades das

interações mediadas por computador, dos mecanismos de manutenção da coerência e, também, da construção de fachadas no meio especificamente profissional. As limitações de tempo e espaço não permitiriam que se fosse além. Porém, ter em mente tanto as motivações quanto os mecanismos utilizados para um indivíduo performar nas redes sociais já deixa inferir que a gestão de identidade é uma preocupação crescente entre os usuários de sítios de relacionamento, visto que a informação sobre suas vidas está mais acessível por indivíduos de diferentes esferas de convívio. Se antes apenas a família tinha conhecimento de alguns acontecimentos, hoje é tarefa impossível manter apenas em um pequeno núcleo tudo o que ocorre.

Este artigo, finalmente, foi capaz de demonstrar pelo menos três vezes que a teoria se aplica à prática, na premissa do sítio Reputation.com. Primeiro, por dar a oportunidade ao usuário para defina qual fachada das que dispõe pretende assumir diante do grupo, na tentativa de cumprir uma expectativa de que tenha uma postura irretocável dentro das redes sociais — portanto, acessível sem restrições nos buscadores online. Segundo, por permitir a gestão desta identidade, com a exclusão de resultados que não sejam convenientes ou possam, de alguma forma, diminuir sua credibilidade diante do grupo. E terceiro, mas jamais o último, por incentivar o indivíduo a manter uma coerência sobre o que ele diz de si mesmo e como age durante suas interações tanto no ambiente online quanto nas interações físicas. Muito embora o Reputation.com exista com o propósito de facilitar a gestão da reputação nas redes sociais, sua mensagem mais evidente é de que há, sim, a necessidade de se fazer tal gestão, logo, todos os passos na rede mundial de computadores deve ser planejado e primar por um objetivo. Mesmo que seja apenas parecer ser alguém, independentemente se de fato o é.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. Volume 1*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. *A Galáxia da Internet: Reflexões Sobre a Internet, os Negócios e a Sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

FRAGOSO, Suely. *Métodos de Pesquisa para Internet*. Suely Fragoso, Raquel Recuero e

Adriana Amaral. Porto Alegre: Sulina, 2012.

GOFFMAN, Erving. *A Ordem da Interação*. In: *Os Momentos e os seus Homens*. Textos escolhidos e apresentados por Yves Winkin. — Lisboa: Relógio d'Água Editores, 1999.

_____. *Footing*. In: RIBEIRO, B., GARCEZ, P. (org.). *Sociolinguística Interacional*. São Paulo: Loyola, 2002.

_____. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. — Petrópolis: Vozes, 1975.

LÉVY, Pierre. *As Tecnologias da Inteligência: O Futuro do Pensamento na Era da Informática*. — Rio de Janeiro: ed. 34, 1993.

_____. *Cibercultura*. — São Paulo: ed. 34, 1999.

LEMOS, André. *Cibercultura: Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea*. — 6. ed. — Porto Alegre: Sulina, 2003.

MOSCOVICI, Serge. *Representações Sociais: Investigações em Psicologia Social*. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. — Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

PRIMO, Alex. *Interação Mediada por Computador: Comunicação, Cibercultura, Cognição*. 3 ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. — Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

_____, Raquel. *Comunidades Virtuais — Uma Abordagem Teórica*. Ecos Revista, 2001. Disponível em <http://pontomidia.com.br/raquel/teorica.pdf>. Acessado em setembro de 2013.

SILVERSTONE, Roger. *Por que Estudar a Mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.

WATTS, Duncan J. *Tudo É Óbvio — Desde que Você Saiba a Resposta (Como o Senso Comum nos Engana)*. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

WATZLAWICK, P., BEAVIN, J., JACKSON, D. *Pragmática da Comunicação Humana*. Tradução de Álvaro Cabral. 18. ed. — São Paulo: Editora Cultrix, 2011.

WEINBERGER, David. *A Nova Desordem Digital*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.