

Comunicação e Ciências Empresariais

Rostos do Facebook - a formação da identidade nas redes sociais

Gil Baptista Ferreira

Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de
Coimbra; Labcom - Laboratório de Comunicação e Conteúdos
Online

gbatista@esec.pt

Resumo

O objetivo deste artigo é procurar compreender o modo como as redes sociais estão desenhadas para criar e manter vínculos com outros, e como este enfoque na sociabilidade faz delas um espaço privilegiado para a representação do “eu” em ambientes digitais. Para esse fim, recorre a alguns elementos do pensamento goffmaniano, em diálogo com a literatura recente sobre as questões identitárias e a Internet, para analisar de um modo especial uma das redes sociais mais populares, o Facebook.

A partir de uma revisão da literatura, verifica que o processo de apresentação do “eu” surge como um ciclo contínuo através do qual a identidade é apresentada, comparada, ajustada ou defendida contra uma constelação de realidades de diversa ordem. Considera que nas redes sociais, como nas interações do quotidiano, as identidades encontram-se entrelaçadas nas identidades de “outros”, em função das quais são concebidas estrategicamente, e de cuja aceitação são devedoras. Os “outros” contribuem para a cristalização de um conjunto de informações sobre “nós”, disponível online, fornecendo à identidade consistência e níveis de permanência.

Palavras-chave: Identidade; interacionismo; redes sociais; cibercultura

Abstract

The purpose of this essay is to try to understand how social networks are designed to create and maintain links to others, and how this focus on sociability makes them a privileged space to represent the "I" in digital environments. To this purpose, it uses some elements of the Goffmanian thought in dialogue with recent literature concerning identity issues and the Internet, to analyze one of the most popular social networks, Facebook.

From a literature review, it finds that the process of presenting the "I" emerges as a continuous cycle through which identity is displayed, compared, adjusted or defended against a constellation of realities of different kinds. It considers that on social networks, as in everyday interactions, identities are interlaced in the identities of "others" against which are strategically designed, and from whose acceptance they are debtor. The "other" contributes to the crystallization of a set of information about "us", available online, supplying identity with consistency and levels of permanence.

Keywords: Identity; interacionism; social networks; cyberculture.

Introdução

Este artigo insere-se num esforço mais amplo que, nos seus traços gerais, procura compreender qual o papel das novas formas de comunicação, tecnologicamente mediadas, nas nossas sociedades e, concretamente, nos indivíduos.

Se bem que a comunicação é uma questão bastante antiga da humanidade – uma realidade antropológica fundamental, no cerne de toda e qualquer experiência individual e social - a explosão tecnológica das últimas décadas alterou consideravelmente o seu estatuto. É sabido que todas as

formas de comunicação, e particularmente as que possuem uma dimensão tecnologicamente mais acentuada, são tão potentes psicologicamente que não apenas modificam o que fazemos, mas também conduzem a ajustamentos sucessivos daquilo que somos. Constatamos facilmente que a comunicação tornou-se cada vez mais eficaz, à medida que passámos do telefone à rádio, da televisão à informática e, hoje em dia, aos media digitais. De igual modo, devido à grande proliferação de dispositivos móveis com acesso à internet, existe hoje uma percepção clara de que os meios de comunicação, sempre presentes e ubíquos, são componentes invasivos da vida quotidiana moderna. Na expressão de Rainie e Wellman (2012), os indivíduos encontram-se hoje interligados através de um “novo sistema operativo social.”

Onde quer que se esteja, seja a que horas for, um vasto número de dispositivos de comunicação permite que os indivíduos tenham conhecimento de eventos exteriores ao seu meio social imediato, ou facilmente interajam com indivíduos distantes no espaço. A consolidação da noção de ciberespaço enquanto espaço comunicativo quotidiano tornou manifesta a necessidade de rever a dicotomia entre mundo real e mundo virtual (Papacharissi, 2005). De forma abrupta, a dimensão tecnológica da comunicação sobrepôs-se às dimensões humana e social, contribuindo de modo significativo para a complexidade dos processos de comunicação e de interação num mundo moderno já de si incerto.

A importância crescente da Internet enquanto espaço de comunicação e interação deve-se em grande medida à denominada Web 2.0, que se caracteriza por uma maior interatividade, participação e colaboração por parte dos seus utilizadores, a níveis sem precedentes nas etapas anteriores das redes de comunicação. Se o uso anterior da Internet consistia em aceder a informação publicada por outros, através de sistemas mais ou menos rudimentares de pesquisa, nesta fase partilha-se informação com outros utilizadores, publicam-se conteúdos próprios, valorizam-se e recomendam-se conteúdos de terceiros, coopera-se à distância e, por fim, apoderamo-nos da tecnologia para a converter em parte da nossa vida (Orihuela, 2008).

Neste contexto, este texto pretende delinear um quadro que permita entender as relações mútuas entre as tecnologias de comunicação e a identidade, explorando alguns dos temas maiores presentes na retórica sobre os media digitais e as conexões interpessoais. Designadamente, em que medida os media digitais se constituem numa nova modalidade de ágora em que reinventamos a nossa actividade social mais natural: a relacional. Deste modo, se pretendermos compreender as transformações que têm lugar nas sociedades modernas teremos de reconhecer o papel central que os designados novos media desempenham, e de ter consciência do impacto que possuem. É sob este enquadramento que o presente artigo irá traçar uma questão muito simples e precisa: como é que se desenvolve o trabalho de construção da identidade nas plataformas online de interação social? Noutros termos: como é que as pessoas se ligam nas sociedades contemporâneas e como é que esse modo de ligação produz efeitos sobre si próprias e sobre a sua identidade pessoal? Em que medida o pano de fundo que referimos (as redes sociais) favorece o “jogo” de construção da(s) identidade(s)? E fá-lo de um modo neutro ou, ao invés, condiciona esse “jogo”, definindo os termos que em que ele pode ser “jogado”?

Portais da identidade

Começamos assim por olhar o modo como as redes sociais estão desenhadas para criar e manter vínculos com outros, e como este enfoque na sociabilidade faz delas um espaço privilegiado para a representação do “eu” em ambientes digitais.

Sabemos que nunca como hoje houve tamanha omnipresença da tecnologia na vida das pessoas. E esta omnipresença promove comportamentos distintos, e novas formas de relacionamentos sociais. Como escreve a psicóloga norte-americana Sherry Turkle (2011), estamos a criar formas de interacção em que *estamos sós, estando juntos*. Noutros termos, as pessoas oscilam de forma fluida entre uma dimensão pública e uma dimensão privada, entre estar com outros num espaço e num tempo, mas estar também noutra lugar, ligadas a outros distantes. Os media eletrónicos caracterizam-se pela sua capacidade de remover, ou pelo menos reorganizar, os limites entre espaço público e privado, afetando as nossas vidas não tanto pelo seu conteúdo mas sobretudo “mudando a geografia situacional da vida social” (Meyrowitz, 1986: 6). A tecnologia apresenta hoje novos espaços, em que um indivíduo pode situar-se e participar, de forma mais ou menos ativa, e aparentemente de um modo mais autocontrolado. É como se as pessoas pudessem entrar e sair dos lugares onde estão fisicamente e virtualmente, gerindo e controlando a sua atenção e uma determinada forma de presença em cada um desses lugares. Nem muito perto, nem muito longe, mas a uma distância certa (Turkle, 2011).

Um dos factos sociais mais representativos da ligação estreita entre os ambientes online e offline é o uso generalizado das redes sociais. Não obstante a sua diversidade, por razões de operatividade, e tendo em conta os objetivos deste artigo, consideramos as redes sociais ambientes online onde as pessoas criam perfis auto-descritivos, a partir dos quais estabelecem ligações com outras pessoas, dentro do mesmo espaço, estabelecendo uma rede de ligações pessoais. Os participantes nas redes sociais são habitualmente identificados pelos seus verdadeiros nomes e com frequência incluem fotografias de si próprios. Como resultado, o seu perfil, a sua rede de ligações, e a interacção que produzem nessa rede constituem-se como um quadro importante para a apresentação do “eu” online (Donath e Boyd, 2004). O impacto destas práticas implicará, assim, um novo entendimento das noções de público e de privado, na medida em que as fronteiras clássicas que definiam estes conceitos se tornaram vagas e imprecisas (West, Lewis, e Currie: 2009).

Aparentemente, tudo se torna social, ao mesmo tempo que a própria definição de rede social se torna mais complexa. Quanto à abrangência, as redes sociais online possibilitam tanto consolidar relações já estabelecidas no mundo offline como construir novos vínculos. No conjunto que formam com outras páginas online, configuram-se como portais da identidade, sob a forma de *exibições públicas de ligações* (*public displays of connection*) nas quais os indivíduos constroem e expressam o seu “eu”. Distinguem-se, contudo, de outras formas de ligação nas redes: enquanto nas comunidades virtuais os laços surgem de um interesse comum em alguma temática ou prática (desde comunidades de fans a comunidades que partilham desafios comuns), as redes sociais digitais centram-se no indivíduo e nas suas relações, estabelecendo uma rede “egocêntrica” desenhada a partir de cada sujeito (Boyd e Ellison, 2007).

Como é conhecido a partir de toda uma vasta tradição epistemológica, desde o interacionismo simbólico à própria filosofia da linguagem, a interacção social é essencial para nos formarmos a nós próprios. Como se encontra igualmente descrito, o “eu” também se revela nas interações sociais que se produzem no meio digital, ainda que condicionado – ou potenciado – pelas particularidades das novas formas de mediação (Turkle, 1997; Papacharissi, 2010).

Ferramentas para a construção do “eu”

Se é certo que o fenómeno da expressão da identidade nos ecrãs obriga, em boa medida, a novas aproximações teóricas e metodológicas, não devem ser descartados, por isso, contributos importantes provenientes da bibliografia clássica sobre a comunicação interpessoal e a identidade. Neste sentido, consideramos que o modelo dramaturgico proposto por Erving Goffman se mostra, mais que sugestivo, especialmente adequado para investigar como se constrói e manifesta a identidade em contextos tecnologicamente mediados. Muito antes do aparecimento da comunicação online, Goffman escrevia sobre a apresentação do “eu” enquanto representação (performance); contudo, a consciência de uma identidade múltipla, composta ou flexível adquiriu uma importância acrescida a partir do momento em que a comunicação se transferiu, de um modo generalizado, para os espaços digitais.

Também neste texto procuraremos analisar as redes sociais, e entre elas a que neste momento será a mais popular – o Facebook – a partir de alguns elementos do pensamento goffmaniano, em diálogo com a literatura recente sobre as questões identitárias e a Internet. Desde os primeiros anos da generalização do uso da Internet que as ideias do sociólogo canadiano são aplicadas à questão da identidade sob o prisma da interação social neste meio (Miller, 1995). Alguns dos seus postulados teóricos têm servido de enquadramento ao estudo das páginas pessoais, da blogosfera, dos espaços de debate e, mais recentemente, das redes sociais.

São diversos os fins para os quais se utilizam as redes sociais, e assim como são relevantes as suas características distintivas. Encontra-se descrito como, ao longo dos anos, os indivíduos têm vindo a adaptar as suas estratégias de utilização destas plataformas – e, aqui, no que nos importa, as suas estratégias de apresentação do “eu” online. Ao mesmo tempo, também as plataformas mudaram as suas funcionalidades, de forma progressiva mas muito consistente.

Sob a perspectiva dos indivíduos que as utilizam, desde uma fase inicial em que plataformas como o Facebook eram consideradas com um espaço para a expressão própria de pontos de vista pessoais e para estabelecer “ligações” entre “amigos”, gradualmente os utilizadores começaram a perceber a arte da apresentação online do “eu”, e a eficácia das redes sociais enquanto ferramentas para a promoção de si mesmos (quer num plano pessoal quer profissional). Paralelamente, verificou-se uma renovação generalizada nas infraestruturas tecnológicas em que as redes sociais funcionam. Podemos considerar que na primeira etapa do seu desenvolvimento, entre 2002 e 2008, estes espaços eram geralmente concebidos como espaços de comunidade, pensados e desenhados para facilitar a ligação entre pessoas. Contudo, após 2008 a maioria das corporações proprietárias destes espaços desviou o enfoque: de plataformas orientadas para a comunidade a atenção foi dirigida para a dimensão económica da conectividade, no sentido da rentabilização lucrativa da informação proveniente do tráfego entre pessoas, ideias e objetos. E, assim, integrada nesta viragem, assistiu-se a uma progressiva mutação das arquiteturas das plataformas. No que aos objetivos deste trabalho diz respeito, a consequência chave é esta: mais que base de dados de informação pessoal, a rede social Facebook, sobre a qual detemos um olhar específico, tornou-se um conjunto de ferramentas para a construção de guiões e narrativas para a apresentação da identidade social (Dijck, 2013).

Ora, chegados a este ponto, podemos considerar que as mudanças estruturais acima referidas formam o pano de fundo e o enquadramento necessários para a formulação de algumas questões críticas sobre a apresentação do “eu” nos espaços online. Designadamente: como ganham forma e se desenvolvem as identidades através destas plataformas? Em que medida os recursos existentes

potenciam – ou limitam – o desenvolvimento consistente e com densidade de uma identidade pessoal? Que consequências, em termos de desenvolvimento do “eu” e de aprofundamento da interação comunicativa, impõem as dimensões de conectividade às formas de sociabilidade online?

Interação simbólica na rede

Erving Goffman é unanimemente considerado um dos sociólogos mais importantes e originais da segunda metade do século XX, sendo um dos fundadores da chamada microsociologia e um dos teóricos incontornáveis do interacionismo simbólico. No essencial, a sua investigação centrou-se na análise do que ocorre quando pelo menos dois indivíduos se encontram em presença um do outro: mais concretamente, a natureza e as formas que ganham essas interações, as regras a que respondem e os papéis que nelas desempenham as pessoas implicadas, em estreita ligação com as questões da identidade.

No âmbito deste texto, importa-nos destacar uma perspectiva específica e central do seu trabalho: a de que é na interacção com o outro, assumindo cada um o seu papel, que nasce a identidade social. É no âmbito da interacção social, nas situações da vida quotidiana, que surge o conceito que o indivíduo possui de si mesmo, um “eu”, que constrói e articula em função de cada contexto perante os outros. Significa isto que a interacção não é apenas uma “descoberta do outro”, uma comunicação com um outro distinto de si, mas também um processo em que o sujeito adquire capacidade reflexiva para se ver a si mesmo e para dar sentido à realidade social que o rodeia.

É conhecido que, na obra *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959), Goffman recorre à analogia das interações sociais com o modelo da representação teatral. De forma sucinta, Goffman põe em relevo a importância do ambiente em que se movem os atores, da “máscara” que utilizam e do “papel” que desempenham, com a intenção de controlar as impressões que originam no seu “público”. Muito embora este modelo tenha sido desenhado para analisar situações de interacção presencial, de coexistência física, uma boa parte das suas considerações têm sido recuperadas, enquanto inspiração teórica e, ao mesmo tempo, como instrumento de análise, para o estudo das interações digitais. Tal como nas interações face a face ou mediadas por outras formas de comunicação, as pessoas procuram controlar a *apresentação de si* nesta dimensão online do quotidiano.

Uma abordagem concebida a partir destes pressupostos considera, assim, que também nas redes sociais o indivíduo, ao apresentar-se a si mesmo, escolhe uma “máscara” que se ajusta ao contexto da interacção e às impressões que pretende causar. Na verdade, as particularidades do meio digital permitirão ainda que a construção da “máscara” seja mais rápida e mais fácil, e permite mesmo a construção de “máscaras” distintas, em diferentes espaços de interacção, nem sempre coerentes entre si (Arcila, 2011; Davis, 2012). Este controlo da apresentação do “eu” pode envolver ocultamento, transparência ou equilíbrios estratégicos de partilha de informação, tal como permite a própria distorção dessa informação. No essencial, a nossa capacidade para construir uma identidade online, seja autêntica, parcial ou manipuladora, pode ser potenciada pelos recursos comunicativos que as plataformas disponibilizam, e pelas competências individuais para as operar.

Destaquemos quatro elementos chave do modelo de interacção social de Erving Goffman que permitem dar forma a um quadro de análise das interações digitais, e de forma mais específica, às interações que ocorrem na generalidade das redes sociais. Assim, temos: 1. A dicotomia entre as expressões controladas e as expressões involuntárias que o ator projeta durante a sua apresentação

perante os outros; 2. A tendência habitual que o ator possui para apresentar uma versão idealizada do seu “eu”; 3. A dupla dimensão espacial que ocorre durante a atuação (cenários e bastidores); e 4. Os desvios ou a produção de situações específicas (dramatização ou mistificação) que a representação pode adotar (Serrano-Puche, 2013).

O ponto de partida pode, assim, ser definido a partir de uma ideia chave: os indivíduos procuram individualizar-se, pela diferença ou pela semelhança, em relação aos restantes participantes. Os diversos tipos de plataformas de redes sociais oferecem formas específicas para alcançar esse fim (arquiteturas de espaço, adereços, cores, funções); com maior ou menor criatividade, todas as redes sociais disponibilizam um leque de opções para a apresentação do “eu”. A partir dessas plataformas, o indivíduo irá reproduzir, agora na Rede, todo um conjunto de exercícios de sociabilidade que interiorizou na vida social, aplicadas a este meio. Do mesmo modo que consideramos toda a ação humana como uma representação cénica contínua por parte de um ator individual, que representa uma personagem – isto é, representa um papel perante uma audiência, a qual reage com aprovação ou desaprovação -, consideramos os mesmos princípios gerais válidos nestas novas formas de interação desenvolvidas nas redes sociais. Nestas plataformas, o indivíduo encontra espaços onde pode visualizar e gerir tanto a sua rede de contatos como a sua presença pública perante audiências específicas. A identidade é assim configurada *nas e pelas* suas redes de pertença, através de uma negociação contínua entre o “eu” individual e as suas diferentes audiências, frente às quais tende a adotar papéis sociais específicos, de acordo com o modelo dramático da interação social de Goffman. Não como mero *produto* das ligações de pertença, “amizades” e comunidades de interesse, mas ainda com um sentido claro de “si”, a partir do qual se geraram os círculos sociais e as ligações necessárias à presença online. Como escreve Cavanagh (2007: 123), “a autoapresentação não se segue à associação, mas a associação à autoapresentação”

Caraterização da “face” digital

Nas redes sociais digitais, grande parte das informações emitidas são conscientes: a seleção da informação que aparecerá a definir o indivíduo, a imagem que representa melhor as impressões que pretende despertar, os públicos a que pretende vincular-se em cada plataforma, entre outros elementos. O acesso às redes sociais é iniciado pela construção de um perfil individual de membro, com o qual, de seguida, cada indivíduo se poderá ligar a outros indivíduos, visualizando os seus perfis e ligações. Dentro do amplo e variado conjunto de redes sociais, o elemento comum é o facto de em todas o indivíduo dispor de um “perfil”, que proporciona informação textual e visual e que permite a sua identificação. A sua relevância decorre tanto de permitir uma apresentação do “eu” relativamente estável (o perfil), como um “eu” em construção – a rede de ligações que irão localizar o “eu” em termos de estrutura social online.

Detenhamo-nos nos dados que compõem o perfil.

Sendo um campo mais ou menos rico em termos de quantidade e qualidade de informação, (dependendo do tipo de rede social), é o próprio indivíduo que decide que dados sobre si fornece aos outros utilizadores – isto é, de que modo se apresenta perante a sua audiência. Os elementos de perfil possuem uma relevância assinalável no processo de apresentação do “eu” nas redes sociais. Com efeito, o nome pessoal é talvez o mais importante sinal identitário. Se muitas redes sociais permitem que os utilizadores escolham qualquer nome, de um ponto de vista normativo o Facebook requer nomes com uma relação estreita com a realidade. Um estudo com 4540 perfis de estudantes

da Carnegie Mellon University (2005) identificou 89% de nomes aparentemente reais, para 8% claramente falsos e 5% parcialmente reais, tendo ainda sido verificado um valor de 80% de fotografias identificáveis. Porém, é conhecida a pouca fiabilidade do sistema de reconhecimento de autenticidade do Facebook, comprovada pelos múltiplos perfis de celebridades, algumas não contemporâneas.

Mas igualmente as imagens associadas ao perfil, incluindo as do próprio indivíduo, são marcadores identitários importantes. Especialmente relevante é a fotografia que o indivíduo escolhe como fotografia de perfil, desde logo porque entre todas as marcas de identidade, o corpo é a mais definidora, a que nos sinaliza como indivíduos irrepetíveis e históricos (Mendelson e Papacharissi, 2010). Mas, num outro plano, a imagem de perfil tem importância ainda por dois motivos, interligados: primeiro, por sinalizar o modo como o indivíduo pretende ser percebido pelos outros; e depois, ao enquadrar esta questão sob a perspectiva do reconhecimento intersubjetivo, deixando entrever um “eu” que procura no olhar do outro a confirmação da própria existência.

Retomando Goffman, por vezes o indivíduo atua de forma completamente calculista, expressando-se de determinada maneira unicamente com a intenção de produzir nos outros uma impressão que resultará num efeito pretendido por si. Os outros, por seu lado, poderão ser impressionados do modo pretendido pelo indivíduo, ou interpretar de forma diferente a situação, e chegar a conclusões diferentes das intencionadas pelo indivíduo. Ora, cremos que também nas redes sociais – tal como nas situações da vida quotidiana, em presença – a comunicação desenvolve-se em torno de um processo de gestão das impressões. Recuperando um dos pioneiros do interacionismo simbólico, Georg-Herbert Mead, particularmente nas redes sociais será válida a tese de que a projecção de si mesmo que o indivíduo oferece tem associada, frequentemente, uma tensão latente entre uma imagem percebida e uma imagem idealizada do *eu*.

O desempenho associado à apresentação do “eu” pode ser designado, seguindo a terminologia goffmaniana, como “rosto” (*face*), possuindo os indivíduos diversos rostos, de acordo com os contextos situacionais em que se encontram em cada momento. Ainda dentro da terminologia proposta por Goffman, um desempenho estruturado em torno da apresentação de um “rosto” pode ser entendido como um “jogo de informação”, isto é, “um ciclo potencialmente infinito de ocultação, descoberta, falsas revelações e redescobertas” (Goffman, 1959: 13).

No Facebook (tal como na generalidade das redes sociais), o “rosto” é apresentado em articulação com um painel de “amigos”. Como vimos acima, as estruturas de interacção organizam-se em torno de uma “exposição pública de ligações”. Para este fim, encontra-se disponível um conjunto de opções de arquitetura que permitem organizar os “amigos” em listas, que têm, cada uma, permissões de acesso diferentes às informações de perfil. Ao manipularem os botões de controlo, os indivíduos orientam de forma estratégica as suas informações, no sentido de as tornarem acessíveis a círculos específicos de públicos, desde grupos restritos ao público em geral. É nestes círculos de associações que o “rosto” se estabelece e é confirmado pelos membros que os constituem. Uma das características das redes sociais é precisamente o facto de disponibilizarem as ligações de cada um a pelo menos alguns outros. Como escrevem Donath e Boyd, colocar alguém no contexto de determinadas ligações transmite a quem vê informação sobre si. Estatuto social, crenças políticas, gostos musicais, etc. podem ser inferidos das companhias que se têm. De um modo muito concreto, “uma exibição pública de ligações ajudará qualquer um a determinar que eles são tu” (2004: 76). Mas tanto a composição como o próprio número de ligações que cada um possui pode ser um marcador de estatuto. Num estudo desenvolvido a partir de mais de 30 000 perfis de Facebook, Lampe, Ellison

e Steinfield (2007) detetaram uma relação direta entre quantidade da informação disponível nos perfis dos utilizadores e número de contactos associados a cada um deles.

O perfil permite, assim, tanto a apresentação do “eu” como as suas ligações sociais; noutros termos: atualiza uma representação da identidade e introduz-la num processo reflexivo de associação fluida com círculos sociais. Com efeito, junto com a informação dada inicialmente, quando cria o seu perfil na rede social, o indivíduo continua, a partir desse momento e agora de forma acrescida, a expressar a sua identidade através da atividade que desenvolve online. Oferece à sua audiência toda uma vasta *performance*, composta pelos seus gostos e preferências, pelas suas atualizações de “estado” (com comentários originais, frases célebres, videoclips, anúncios, etc.), por recomendações de ligações e pela inclusão de novas fotografias pessoais, entre outros elementos.

No entanto, apesar da liberdade associada ao indivíduo na condução e na gestão do processo de construção da sua identidade online, tomando em consideração todo o vasto reportório de impressões que pretende gerar nos outros, tal não impede que no conjunto da sua identidade digital não intervenham esses outros. Com efeito, a representação da identidade é afetada de forma transversal pelas ligações que estabelece, sendo por elas ajustada de um modo contínuo, agregado e imparável: desde as fotografias que os outros publicam do indivíduo e onde o identificam, os conteúdos que os contactos do indivíduo publicam no seu espaço pessoal ou mesmo o grau de prestígio (social, simbólico ou outro) que estes possuam, um vasto conjunto de elementos têm influência significativa sobre o modo como o indivíduo é percebido pelos outros (Walther *et al.*, 2008).

Resulta daqui que, neste processo de definição da identidade diante dos outros, em que a alteridade é parte da rede expandida do sujeito, seja importante destacar o facto de esta rede se constituir em mecanismo de validação dessa mesma identidade. Para Papacharissi (2010), devido à estrutura e à arquitetura das redes sociais digitais, entre o sujeito e a sua rede de contactos verifica-se uma convergência de tal magnitude que define os contornos da própria representação do “eu”. Propõe-nos, por isso, uma noção de identidade distribuída pela rede, a que corresponde um “eu” conectado. Como explica, “esta representação organiza-se em torno de listas públicas de contactos sociais e de amigos, que são utilizadas para autenticar e introduzir o eu num processo reflexivo de associação ágil com círculos sociais. Assim, a identidade individual e a coletiva apresentam-se e potenciam-se simultaneamente” (Papacharissi, 2010: 304-305).

Conclusão

O processo de apresentação do “eu” surge, deste modo, como um ciclo contínuo através do qual a identidade é apresentada, comparada, ajustada ou defendida contra uma constelação de realidades sociais, culturais, económicas ou políticas. Assim entendido, o Facebook apresenta-se como espaço que torna possível o exercício de representações do “eu”, na medida em que tanto a sua estrutura como o seu desenho de interação se prestam a novas e diversas formas de sociabilidade, desde a simples criação e manutenção de vínculos com outros indivíduos ou formas de manifestação pública complexas e potentes do “eu”.

Como vimos, os modos de expressão e de relação com os outros propostos pelas redes sociais (do Facebook a outras de perfil semelhante) convidam o sujeito a uma exposição incessante, que coloca sob novas perspectivas as fronteiras do público e do privado e que modifica a natureza da intimidade mediada até a converter numa realidade nova. Uma das marcas identificadas nestes modos de expressão é a abundância de comportamentos narcisistas na conceção e representação da

identidade (Turkle, 2011). Buffardi e Campbell (2008) detetaram que pessoas narcisistas possuem maior atividade social nestes espaços, ao mesmo tempo que partilham mais conteúdos de autopromoção relativos a quaisquer âmbitos da sua vida. Também Mendelson e Papacharissi (2010) identificaram este tipo de condutas, a partir da análise os materiais fotográficos partilhados pelos utilizadores do Facebook, sustentando como este exercício de narcisismo implica uma negociação contínua das margens entre o público, o privado e o íntimo.

Algumas análises desenvolvidas sobre esta matéria caracterizam as identidades online como “fluidas”, consistindo a utilização dos recursos disponíveis parte de uma estratégia de pura reinvenção de um “eu líquido”, sem densidade ou estruturação consistente. O contexto fluido sobre o qual as performances do “eu” são encenadas proporciona narrativas pessoais em torno de si mesmo, representativas do que alguns sociólogos descreveram como um estado de *modernidade líquida* (Bauman, 2005). Consideramos, contudo, que nas redes sociais como nas interações do quotidiano, longe de fluírem, as identidades encontram-se entrelaçadas nas identidades de outros, em função das quais são concebidas estrategicamente, e de cuja aceitação são devedoras. Assim, é a própria rede que requer identidades estáveis de modo a ser operativa, tanto por razões de ordem técnica como estrutural. Desde logo, porque a consciência de que existe uma audiência impõe critérios estruturantes como a confiança e uma identidade que permanece: “o ‘eu’ que apresentamos online deve ser inteligível para essa audiência, e isso requer uma certa coerência. Essencialmente, para adquirir visibilidade online devemos produzir-nos a nós próprios como uma ‘marca’ de pessoa facilmente reconhecível” (Cavanagh, 2007: 122).

Por fim, a utilização das redes sociais digitais como espaço e veículo para a expressão do “eu” perante a alteridade não é inócua: muito pelo contrário, todo um conjunto de características, tanto do meio tecnológico como de ordem sociológica, aprofundam um fenómeno de objetivação do “eu” e propiciam a construção do sujeito enquanto representação, desenhado para responder a uma questão estruturante: “como me verão os outros?”. Daqui que, nesta medida, a interação mediada por plataformas digitais como a frequentemente evocada (Facebook) favoreça o desenvolvimento de uma identidade alter dirigida. Num sentido duplo: 1. porque o indivíduo tende a traduzir-se nas impressões que pretende causar nos outros; 2) e porque a sua identidade é, ou não é, validada pelas ações dos seus contactos (Turkle, 2011).

Podemos, pois, registar algumas percepções que resumem alguns pontos claros de chegada. Desde logo: como todo o pensamento sociológico bem sublinha, as redes sociais são extensões do nosso mundo social. Contudo, tal como todas as restantes tecnologias de comunicação, as redes podem, ao mesmo tempo, atuar como fronteiras desse mesmo mundo social. Por razões de ordem técnica, de ordem estrutural, ou pela própria ordem da interação. A natureza dialógica da identidade, tal como enunciada pelo interacionismo simbólico, supõe uma procura constante do olhar dos outros para a confirmação da sua existência – e esta natureza, como verificámos, encontra-se bem presente no fenómeno das redes sociais. Também aqui, as identidades individuais encontram-se profundamente enredadas com outras identidades, individuais e sociais: online como offline, construímos representações do “eu”, ligando-o a “outros”. Os “outros”, por sua vez, contribuem para a cristalização de um conjunto de informações sobre “nós”, disponível online – que fornece à identidade alguma consistência e o nível necessário de permanência. Além disso, é a identificação e a pertença a grupos sociais (a redes, a comunidades), com conceções partilhadas, que permite invocar o estatuto de membro (ou não) de cada um dos espaços online.

Se a procura do “olhar” dos outros nos parece uma atitude muito presente, a introspeção parece, contudo, perder peso a favor de uma maior extroversão e de uma ligação permanente e necessária. E, nesta medida, a solidão, a busca de um espaço próprio e de uma interioridade densa e rica será um projecto em processo de abandono, ou pelo menos marcado por um inquestionável recuo. Será este um dos fatores a tornar a falta de ligação um problema: não haver uma interioridade densa e rica onde o indivíduo se refugiar.

Bibliografia

- Arcila, C. (2011). Análisis comparativo de la presentación personal virtual en diferentes espacios de interacción. *Fonseca Journal of Communication*, n.º 3, pp. 153-169.
- Bauman, Z. (2005). *Liquid life*. Cambridge: Polity Press.
- Boyd, D. y Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), art. 11.
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1303-1314.
- Castaño, L. (2012). Identidad mosaico. La encarnación del yo en las redes sociales digitales. *Revista TELOS*, n.º 91, abril-junio.
- Cavanagh, A. (2007). *Sociology in the Age of the Internet*. Poland: McGraw-Hill & Open University Press.
- Davis, K. (2012). Tensions of identity in a networked era: Young people's perspectives on the risks and rewards of online self-expression. *New Media & Society*, 14 (4), pp. 634-651.
- Donath, J. and Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22 (4), 71 – 82.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday Anchor Books.
- Lampe, C., Ellison, N. e Steinfield, C. (2006). A Face(book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. In: VV.AA. CSCW '06: Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work. New York: ACM Press, pp. 167-170.
- Mendelson, Andrew L. e Papacharissi, Z. (2010). Look at Us: Collective Narcissism in College Student Facebook Photo Galleries. *A Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*, ed. Zizi Papacharissi. New York: Routledge, 251–73
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press.
- Miller, H. (1995). The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet. Comunicação apresentada em *Embodied Knowledge and Virtual Space*. Conference Goldsmiths' College, University of London. Disponível em <http://www.douri.sh/classes/ics234cw04/miller2.pdf> (acesso a 27/09/2014)
- Orihuela, J. L. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva Revista*, nro. 119, pp. 57-62.
- Papacharissi, Z. (2005). The Real/Virtual dichotomy in online interaction: A Meta-analysis of Research on New Media Uses and Consequence. *Communication Yearbook*, 29, 215-238.
- Papacharissi, Z. (Ed.) (2010). *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge.
- Rainie, L. e Wellman, B. (2012). *Networked: The New Social Operating System*. Massachusetts, MIT Press.
- Serrano-Puche, J. (2013). “Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad”. *Historia y Comunicación Social*, vol. 18, n.º especial Noviembre, pp. 353-364.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, New York: Basic Books.
- Van Dijck, J. (2013). You have one identity: performing the self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture & Society*, 35: 199-215.
- Walther, J.B., Van der Heide, B., Kim, S., Westerman, D. y Tong, K.T. (2008). The role of friends' appearance and behavior on evaluations of individuals on Facebook: Are we known by the company we keep?. *Human Communication Research*, 34 (1), 28-49.
- West, A., Lewis, J., & Currie, P. (2009). Students' facebook 'friends': public and private spheres. *Journal of Youth Studies*, 12(6), 615-627.