

---

## **A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES NAS REDES SOCIAIS\***

---

Lívia de Pádua Nóbrega\*\*

*Resumo: o presente artigo tem como objetivo analisar de que forma as redes virtuais de relacionamentos se configuram como uma ferramenta de construção de identidade pessoal para os indivíduos, na medida em que este tipo de mídia oferece modelos de sujeitos capazes de nortear a auto-representação dos sujeitos na sociedade.*

*Palavras-chave: Identidade. Representação. Mídia. Internet.*

**H**ouve um tempo em que as identidades eram dadas com o nascimento. A mobilidade social não era uma realidade e assim, as pessoas nasciam e morriam com uma instância que, segundo Kellner (2001), o folclore antropológico classificava como aparentemente fixa e imutável.

Stuart Hall oferece um histórico de três importantes momentos decisivos pelos quais passaram as concepções identitárias. O primeiro deles situa-se na perspectiva aparentemente rígida que já aparecia no Iluminismo, quando vigorava uma concepção de indivíduo totalmente centrado e unificado. “Consistiria em um núcleo interior que emergia pela primeira vez com o nascimento do sujeito e desabrochava com ele, permanecendo essencialmente o mesmo – contínuo ou idêntico” (HALL, 1997, p. 7).

Essa noção do indivíduo portador de uma identidade fixa deu lugar posteriormente à perspectiva de sujeito sociológico, que começava a considerar que a complexidade do mundo moderno afetava decisivamente a composição da pessoa em relação a outros significantes. Assim, os estudos

culturais classificam que a identidade nessa época formava-se na interação entre o indivíduo e a sociedade na qual ele estava inserido.

Finalmente, surge a ideia de sujeito pós-moderno. Profundamente marcado pela liquidez dos novos tempos, como diria BAUMAN (2001). Inserido em um mundo fluido, de rápidas e constantes transformações, também a identidade desse indivíduo passa a ser fluida, porosa e de difícil delimitação.

As concepções identitárias passam a se definir como múltiplas e multifacetadas. Diferente da tradição, quando a identidade era assegurada pelo grupo, agora ela é uma questão pessoal e subjetiva que passa pelas escolhas individuais. A perspectiva de construto da identidade floresce em detrimento do caráter essencialista outrora dado a ela.

Assim, a identidade deixa de ser algo dado com o nascimento e passa a ser conceituada como algo em constante construção e transformação. Ela não se trata mais de uma coisa imposta, mas do produto de escolhas. Nas palavras de Hall, não mais uma questão de ser, mas de tornar-se.

Nesse baile de máscaras, onde o indivíduo troca de identidade como quem troca de roupa, transitando facilmente entre a imensa gama de opções identitária existentes, a mídia passa a ser um espaço – se não o primordial – em que diversos modelos de sujeitos e de posicionamento são ofertados às pessoas.

Se, de acordo com Bauman (2005, p. 51), “houve um tempo em que a identidade humana de uma pessoa era determinada fundamentalmente pelo trabalho produtivo desempenhado na divisão social do trabalho”, hoje ela é fruto de determinadas escolhas em meio a inúmeras possibilidades.

A pós-modernidade propiciou que as identidades se formassem em torno do lazer, da aparência, da imagem e do consumo. Consequentemente tornaram-se frágeis os laços que a delimitavam.

Dentro da mídia, as redes sociais de relacionamentos como, Orkut, Twitter, Facebook, My Space, LinkedIn e jogos como o Second Life, dentre outros, configuram-se como um cenário amplo em que é permitido construir e divulgar a - ou as, já que o plural revela-se sempre mais adequado para falar de identidade - concepção identitária que se deseja.

Com o advento da internet e a forma como consequentemente as redes virtuais de relacionamento interferem nas questões de identidade, o tema mostra-se extremamente atual. A identidade está em tudo. É representada na cultura de consumo, em que a materialidade do consumo é quem sustenta a identidade. É também representada nos livros, filmes,

na difusão do multiculturalismo. Está em tudo e em todo lugar, de forma marcante ou sutil. Evidência disso são os filmes americanos no estilo comédia adolescente. Aparentemente ingênuos, esse tipo de película é terreno fértil para as identidades respaldadas pelo consumo.

As redes sociais configuram-se como um local onde essa e outras vertentes das representações identitárias convergem. Veicula-se no Orkut, Twitter, Facebook, My Space, LinkedIn e tantas outras, aquilo que se é, ou aquilo que se almeja ser. É um espaço de construção dos sujeitos. Um local onde aqueles que se identificam unem-se sob a perspectiva do pertencimento. Pertencer a uma determinada comunidade virtual é compartilhar um mesmo território, os mesmos sentimentos e impressões. É exibir-se da forma que se achar mais conveniente, carregando consigo a segurança de ter ao lado várias outras pessoas que pensam da mesma forma e que assim reforçam o ideal de grupo.

A construção das identidades, virtuais ou não, ocorre no espaço do simbólico. Toda concepção identitária se esboça em forma de representação e no caso das redes virtuais de relacionamento, a representação do indivíduo se dá por meio da publicização do eu. O ego se torna uma centralidade na rede. A forma de se projetar a imagem na rede pode ser caracterizada como dramática, na medida em que é uma espécie de processo teatral de representação.

As redes sociais são espaços abstratos em que são estabelecidos laços afetivos e representações. Já o ciberespaço trata as próprias estruturas espaciais. O virtual é também espacial, já que os hiperlinks e outras ferramentas possibilitam ao usuário a sensação de estar se movendo no espaço.

Muitos defendem a ideia de que a internet democratizou a comunicação. Tal afirmação categórica esconde muitos perigos ao se observar que o acesso a rede ainda não pode ser classificado como democrático, já que segmenta um tipo de usuário letrado e que possui certo poder aquisitivo que pelo menos lhe garante a entrada na rede.

Entretanto, se não se pode falar de uma democratização do acesso com o advento da internet, pode-se afirmar com segurança que ela ampliou o conceito de liberdade de expressão e possibilitou que, por maior que fossem as peculiaridades, o indivíduo sempre conseguiria encontrar alguém como ele para interagir.

No ambiente da rede, é dada ao indivíduo a liberdade de se afirmar da forma que quiser, de se representar da maneira que deseja e encontrar nas malhas da rede virtual a solidariedade de grupos que o acolhem em sua tribo.

Tais tribos são amparadas na alteridade, princípio básico da identidade. No momento em que os grupos ou comunidades virtuais se intitulam como tal, eles estão fundando dois pólos distintos: um “nós”, que engloba os indivíduos semelhantes, em contrapartida com um “eles”, que abarca o que seriam “os outros”.

De acordo com Woodward (SILVA, 2000), Derrida argumentava que nestas relações de oposição binária, existe sempre um desequilíbrio de poder. Enquanto o “nós” é visto como regra e algo que deve ser seguido, “os outros” são vistos como desviantes da norma, algo a ser evitado e por vezes, até mesmo repudiado.

Esse último acontece em casos em que o sentimento de pertencimento adquire proporções exacerbadas, assim como o nacionalismo e o fundamentalismo religioso, como exemplifica Bauman (2004).

Ainda que o indivíduo tenha a falsa ideia de que ao entrar na rede ele está se auto representando como algo original ou diferente dos demais, na realidade o que ocorre é um declínio da individualidade. De acordo com Maffesoli (1998), com a necessidade de identificação com o grupo, há um descolamento do próprio ego em nome do ego da comunidade. É o que ele chama de tribalismo pós-moderno.

Ainda segundo o autor, nessas tribos urbanas, o inconsciente é quem governa. Tais comunidades emocionais têm como algumas de suas características o aspecto efêmero, a inscrição circunscrita ao local, a valoração estética da imagem, ausência de organização e estrutura cotidiana. A família perde seu valor como célula *mater* da sociedade, sendo substituída pelo acolhimento ilusório que as tribos dão.

Essas comunidades são um recorte dentro da sociedade e detém o poder de escolher quem pode e quem não pode entrar. Diferem-se da sociedade uma vez que, de acordo com Sousa (2006, p. 41), “sociedade é um sistema de indivíduos, grupos, organizações e instituições em interação e vinculados à estrutura dessa interação”. Assim, na sociedade os laços são impostos. Em contrapartida:

Na comunidade os indivíduos se unem por laços naturais (descendência/ ascendência) e/ou espontâneos e por objetivos comuns, na sociedade os indivíduos relacionam-se com base nos interesses individuais ou nos interesses de suas comunidades, o que resulta, muitas vezes, em competição e numa certa indiferença face aos outros.

A era dita pós-moderna modifica as relações identitárias de tal modo que, se antes o indivíduo convivia com uma única identidade, que geralmente gravitava em torno da profissão ou da função familiar da pessoa, na atualidade os indivíduos conseguem conciliar diversas identidades no cotidiano.

Assim, uma mulher, por exemplo, é capaz de conciliar as facetas identitárias de mulher, trabalhadora, amiga, religiosa, esportista, esposa, mãe... Se o dia-a-dia é capaz de proporcionar tal circunstância, o ambiente das redes sociais – que muitas vezes não se pauta pela equivalência daquilo que o indivíduo diz ser e aquilo que na verdade ele é – torna-se o local por excelência das representações de identidade.

É, portanto, a identidade um conceito calcado na artificialidade, mas nem por isso menos importante. A identidade é uma convenção socialmente necessária.

Toda construção identitária é comunicada ao mundo e aos outros sob a forma de representação. Ela é um projeto a ser criado e que deve também ser reafirmado para se legitimar.

Os usuários das redes virtuais de relacionamento se utilizam da internet como ferramenta para construir suas identidades. Tais redes sociais estabelecem-se assim como local por excelência onde as identidades são reafirmadas por meio de símbolos.

Não importa aqui discutir a validade dessas concepções identitárias declaradas pelos usuários das redes de relacionamento virtuais ou em até que ponto elas correspondem ao real, mas sim a utilização desse tipo de mídia como substrato de construções identitárias.

De acordo com Ortiz (1994, p. 5): “toda identidade é uma construção simbólica, o que elimina, portanto, as dúvidas sobre a veracidade ou falsidade do que é produzido”.

Desta forma, a verdade do discurso pelo qual se divulga a identidade está em segundo plano nesse artigo, pois o elementar é perceber como os símbolos que saturam o mundo digital servem de ferramenta para o construto das identidades.

Os diversos aplicativos oferecidos pela internet, como avatares em que se pode escolher a cor da pele, dos olhos, dos cabelos, o tipo do corpo, o ambiente em que este avatar viverá, podem ser classificados como uma espécie de realidade paralela em que os usuários constroem identidades que não necessariamente correspondam as suas no mundo não virtual. Tais aplicativos são os símbolos de representação das identidades.

Nas comunidades, o indivíduo realiza o sonho de ser tudo aquilo que almeja para si ou pelo menos tem a chance de propagar um discurso em que se coloca como tal.

O poder concedido pelas redes sociais não se resume a possibilitar a criação de modelos de sujeitos e exibi-los, mas também de reunir em um determinado grupo pessoas com características semelhantes e excluir os que se diferem do modelo elegido como ideal.

Na Era das Novas Tecnologias, as redes sociais firmam seu espaço como importante ferramenta de respaldo na construção das identidades pessoais. Em uma época em que cada vez mais pessoas se utilizam desse tipo de recurso, as redes ganham corpo de intensa influência e revelam-se não como uma tendência passageira, mas como algo que modifica radicalmente as formas de relacionamento na sociedade.

É o caso da mobilização social, para citar apenas um exemplo. De acordo com Toro e Werneck (2004), a mobilização social é uma ação planejada em que as pessoas se reúnem em prol de um objetivo comum. Acontece quando a população rompe a divisória entre esfera pública e privada, tomando para si a tarefa de efetivar a democracia, arrematando pessoas em função de uma causa.

As redes sociais permitem o projeto de mobilização social individual, na medida em que parte da iniciativa do usuário reunir pessoas por meio da internet. É com o uso dessas táticas que se efetuam ações como Um Minuto pelo Planeta – em que as pessoas aptas a colaborar desligam todo tipo de eletricidade ao redor em prol do meio ambiente, uma iniciativa tem ocorrido com frequência na atualidade –, em que usuários combinam em Twitters, Orkut e outros, um ato de mobilização social.

Em ações como a citada, as redes sociais virtuais explicitam um elemento participatório a partir do momento em que as ações desenvolvidas na internet trazem consequências. Essa interação possibilita que a internet possa ser classificada, de acordo com a terminologia macluhiana, como um meio frio, já que permite a inclusão do receptor. De modo antagônico, a televisão pode ser chamada de um meio quente, já que ao saturar os sentidos do interlocutor, impede a intervenção direta.

Tendo as redes sociais como meio, os usuários formulam um imaginário explicitando os propósitos da mobilização. Desta forma, procurou-se analisar aqui, como as redes virtuais de relacionamentos configuram-se na atualidade como um veículo de construção identitária.

Os aplicativos das redes sociais e as comunidades virtuais permitem que o indivíduo construa para si um determinado discurso de

representação identitária. Se as concepções identitárias declaradas por esses indivíduos são verdadeiras ou não, não vem ao caso. O que importa aqui é perceber como os sujeitos se apropriam das ferramentas das redes sociais e as utilizam no construto de suas identidades pessoais. Tal construção, ainda que seja uma convenção, revela-se uma convenção socialmente necessária. Desta forma, as redes sociais se tornam espaços para a vivência e a publicização de subjetividades.

## THE CONSTRUCTION OF IDENTITIES IN SOCIAL NETWORKS

**Abstract: this article aims to examine how virtual networks of relationships are configured as a tool for construction of personal identity for individuals, insofar as this type of media offers models of individuals capable of guiding the self representation of subjects in society.**

Keywords: *Identity. Representation. Media. Internet.*

### Referências

- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. *Amor Líquido*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. *Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BAUMAN, Zygmunt. *Ética pós-moderna*. São Paulo: Paulus, 2006.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. São Paulo: EDUSC, 2001.
- MAFFESOLI, Michel. *Tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.
- ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- SOUSA, Jorge Pedro. Comunicação, comunidades, sociedade e cultura. In: SOUSA, Jorge Pedro. *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. 2. ed. rev. ampl. Porto: Ed. da Universidade Fernando Pessoa, 2006.

TORO, José Bernardo; WERNECK, Nísia Maria Duarte Furquim Werneck. *Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

\* Artigo resultado de trabalho apresentado no II Simpósio Anual de Pesquisa em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, em Goiânia.

Recebido em: 11.04.2010.

Aprovado em: 04.05.2010.

\*\* Mestranda em Comunicação na UFG. Graduada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás e em História pela Universidade Federal de Goiás (UFG). *E-mail*: [jornalistalivia@yahoo.com.br](mailto:jornalistalivia@yahoo.com.br)