

## CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA E GERENCIAMENTO DA IMPRESSÃO EM ESPAÇOS ONLINE DE INTERAÇÃO

Fernanda Angelo Costantino<sup>1</sup>

### RESUMO

Este artigo pretende discutir alguns apontamentos sobre a forma como se dá a construção identitária em espaços online de interação. Para tal, são discutidos inicialmente aspectos sobre como a própria modernidade e pós-modernidade transformam a percepção da identidade e a maneira como elaboramos nossas narrativas identitárias. Em seguida, pretende-se levantar uma primeira discussão sobre como essas narrativas podem ser construídas nas mídias digitais e, por fim, é analisado o conceito de Erving Goffman de gerenciamento da impressão e como o mesmo vem sendo aplicado nas pesquisas sobre construção de perfis em plataformas online.

### PALAVRAS-CHAVE

Identidade. Mídias digitais. Gerenciamento da impressão. Erving Goffman.

### 1 A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE NA MODERNIDADE E PÓS-MODERNIDADE

Uma das principais mudanças para a construção identitária, advinda com a modernidade, diz respeito a uma crescente desvinculação de instituições tradicionais, como família e religião, que permitiu maior – porém não total – liberdade em se construir uma narrativa de si mesmo (HALL, 2006; GIDDENS, 2002). Mesmo que forças tradicionais ainda exerçam sua influência em quem somos, há a possibilidade de maior autonomia frente a essas forças e, de acordo com Ana Enne, o indivíduo “passa a se perceber, cada vez mais, autorizado a se constituir como sujeito, por meio de projetos de representação de si, nos quais sua margem de escolha é dada pela maior flexibilização das relações sociais” (ENNE, 2006, p. 21-22)

Alguns dos principais marcos que definem o início da era moderna são o estabelecimento do sistema capitalista, da industrialização e da globalização (GIDDENS, 2002), além das revoluções burguesas do século XVIII, como a Revolução Industrial e a Revolução Francesa (ENNE, 2006). Simmel (1973) acrescenta, ainda, a especialização e a divisão do trabalho também como marcos da era moderna e como fatores essenciais que

---

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense - UFF, bolsista CAPES e integrante do MediaLudens - Laboratório de Pesquisa em Jogos Eletrônicos, Cognição e Mídias Interativas. Email: fernanda.costantino@gmail.com.

influenciaram na construção identitária e na forma como os sujeitos passaram a se definir e se colocar no mundo a partir da modernidade. De acordo com o autor, “o século XVIII exigiu a especialização funcional do homem e seu trabalho; essa especialização torna um indivíduo incomparável a outro e cada um deles indispensável na medida mais alta possível” (Ibid., p. 11). A especialização surge no contexto da ocupação cada vez maior das cidades e centros urbanos em detrimento dos ambientes rurais. A metrópole, de acordo com Simmel, modifica drasticamente a forma como os indivíduos se identificam e se relacionam entre si.

Com isso, o individualismo surge com muita mais força na modernidade, através da ideia de que “cada pessoa tem um caráter único e potencialidades sociais que podem ou não se realizar” (GIDDENS, 2002, p. 74), ideia que não tinha tanta ênfase em regimes pré-modernos, nos quais o status social era mais fixo e o papel do indivíduo na construção da própria identidade muito mais passivo e direcionado pelos moldes da tradição.

O indivíduo, portanto, passou a estar mais livre na hora de escolher seus caminhos e se posicionar na sociedade. Porém, em uma mesma medida, o indivíduo se torna também cada vez mais dependente do modo de vida moderno, que preza muito mais a objetividade e a organização, num ritmo intenso, rígido e exato (SIMMEL, 1973, p. 11). Giddens atenta para o quanto a era moderna provoca a ascensão da organização como *modus operandi* de toda a estrutura cotidiana. Há um “controle regular das relações sociais dentro de distâncias espaciais e temporais indeterminadas” (GIDDENS, 2002, p. 22), que funciona a partir da criação de sistemas cada vez mais abstratos e opacos para os sujeitos. Esses sistemas abstratos, como a marcação do tempo e o sistema monetário baseado no dinheiro, por sua vez, se tornam cada vez mais globais, deixando de lado o conhecimento local. A partir da modernidade, instituições e modos de comportamento são estabelecidos pela primeira vez em toda a Europa no período pós-feudalismo, instituições essas que se tornam globais a partir do século XX.

Esse contexto leva a era moderna a um dinamismo no fluxo de vida, principalmente nos ambientes urbanos, nos quais as mudanças tomam muito menos tempo para se consolidarem e, de fato, modificarem a vida social. Giddens pontua que tal dinamismo leva ainda a uma separação do tempo em relação ao espaço: sistemas globais de marcação de tempo não estão mais necessariamente ligados ao local, provocando um sistema organizado em nível global, o que faz parte do que o autor chama de mecanismos de desencaixe. Esses

mecanismos consistem em fichas simbólicas e sistemas especializados e abstratos, que separam a interação das particularidades do lugar.

Simmel também atenta para o que caracteriza como uma hiperestimulação nas grandes metrópoles. De acordo com o autor, o ritmo da vida e das mudanças se torna tão intenso que os indivíduos desenvolvem um mecanismo de proteção frente a esse dinamismo, chamado de “atitude blasé” (SIMMEL, 1973, p. 16). A atitude blasé confere ao indivíduo uma apatia dos sentidos e uma espécie de escudo ao lidar com os diversos estímulos e mudanças nas práticas sociais. Essa forma de lidar com a realidade concede ao indivíduo uma ainda maior liberdade pessoal, no sentido de estar inserido na cadeia organizacional e passar, de certa forma, despercebido nas multidões dos ambientes urbanos. O dinamismo também oferece aos indivíduos respostas já prontas para se encaixar na estrutura do mundo moderno e configurar sua própria identidade.

Ou seja, ao mesmo tempo em que interessa ao sujeito moderno se inserir na lógica urbana e configurar sua identidade a partir das respostas já prontas, esse mesmo sujeito se vê cada vez mais em busca da autenticidade e da exclusividade no que se refere à auto-identidade. A auto-identidade é vista como uma narrativa explicitada e o indivíduo passa a denotar o esforço de manter a trajetória do *eu* coerente. Esse processo está ligado à reflexividade institucional dos moldes modernos de existência – a reflexividade do eu passa a ser contínua e extensa a todos os campos de sua trajetória (GIDDENS, 2002).

Em paralelo a essa visão, Hall (2006) acredita que vive-se uma “crise de identidade”, na qual a própria noção de modernidade é posta à prova, fazendo emergir o conceito de pós-modernidade ou modernidade tardia. A “crise da identidade” sobre a qual Hall faz menção diz respeito, para o autor, à forma como a identidade perde seu caráter fixo e permanente e passa a ser “descentrada”. Alguns marcos que fizeram emergir a ideia de descentração ou fragmentação do sujeito, de acordo com Hall, foram: a redescoberta do pensamento marxista em uma visão que tirava o sujeito individual do centro da formação histórica; o pensamento freudiano sobre o inconsciente, que enxerga a formação identitária em parte a partir de nossa psique e de processos muito diferentes do da Razão; o estudo de Saussure na linguística que vê a linguagem como algo vivo e em constante revisão; a obra de Foucault sobre a genealogia do homem moderno e a influência de dispositivos de poder na formação do indivíduo; por fim, o impacto do feminismo dentro do contexto dos “novos

movimentos sociais” (Ibid., p. 44), que faz imergir o nascimento da política de identidade. Todo esse cenário faz nascer uma ideia de mobilidade no que diz respeito à construção identitária.

Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. (...) O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. (HALL, 2006, p. 13)

Apesar dessa visão, o próprio autor acrescenta que há um esforço por parte do indivíduo em manter uma narrativa do eu coerente, processo que produz a sensação de uma identidade contínua e centrada. É importante ressaltar no pensamento de Hall a ideia de que a identidade é interpelada a todo momento pelos sistemas culturais que a rodeiam, principalmente em um contexto de sociedades globalizadas, industrializadas e instáveis no que diz respeito às mudanças e modos de vida. Hall, citando Marx, acrescenta que o ritmo de vida moderno tende a manter um eterno movimento e “permanente revolucionar da produção”, onde “tudo que é sólido se desmancha no ar” (MARX e ENGELS apud HALL, 2006, p. 14).

Giddens também atenta para o dinamismo no modo de vida moderno, conforme discorrido anteriormente, o que leva ao que o autor caracteriza como reflexividade institucional, ou seja, o uso regularizado do conhecimento sob as circunstâncias da vida social se torna elemento constitutivo de sua organização e transformação. A alta modernidade seria dessa forma “uma ordem pós-tradicional em que a pergunta “como devo viver?” tem tanto que ser respondida em decisões cotidianas (...) quanto ser interpretada no desdobrar temporal da auto-identidade” (GIDDENS, 2002, p. 20-21). O projeto reflexivo do eu consiste em manter narrativas biográficas coerentes, continuamente revisadas, no contexto de múltiplas escolhas filtradas pelos sistemas abstratos. Diferente do que Hall (2006) propõe, Giddens acredita que essa narrativa de si se mantém de fato coerente e fixa em um centro unificado, estando a auto-realização ligada também ao próprio controle do tempo, no sentido de que o futuro passa a ser pensado a partir da narrativa atual da identidade – deve se encaixar de forma coerente no projeto reflexivo da auto-identidade. O processo de subjetivação é visto como incompleto e, afinal, como um *processo* sempre em formação.

Além disso, Giddens caracteriza a alta modernidade também como uma “sociedade de risco”; nega-se o destino, o caráter puramente predeterminado das ações, e se assume uma postura calculista frente às possibilidades de ação. Essa postura procura prever a todo momento os riscos que possam surgir a cada decisão reflexivamente tomada. Isso faz com que o decorrer da vida moderna seja uma contínua escolha entre mundos possíveis. A avaliação dos riscos na modernidade está ligada a uma especialização generalizada que torna os sistemas abstratos muitas vezes opacos, pois cada indivíduo só se torna especialista em um ou dois sistemas. Em modelos tradicionais, o conhecimento era muito mais local e acessível e, na maior parte do tempo, os indivíduos não dependiam de sistemas abstratos para seguir com sua vida. Já o conhecimento especializado não cria “arena indutivas estáveis” (GIDDENS, 2002, p. 36), pois a razão é sempre posta a prova.

Além da invasão de sistemas globais no contexto local, Rolnik (1997) também acrescenta o surgimento de novas tecnologias, principalmente as eletrônicas, como fator transformador do processo de subjetivação. A mediação da experiência gerada por tais tecnologias, associada ao surgimento de identidades globalizadas flexíveis, pulveriza as identidades estáveis localmente estabelecidas e as coloca em um constante regime de falta. Os novos modelos de identidades globalizadas mudariam, na visão da autora, velozmente ao sabor do mercado – é sempre a novidade que importa – e se tornam instáveis. Ao mesmo tempo, de acordo com a autora, as subjetividades tendem a resistir a essa desestabilização e buscam uma representação de si dada a priori, o que podemos relacionar com a busca pela autenticidade, em ser verdadeiro consigo mesmo:

É a desestabilização exacerbada de um lado e, de outro, a persistência da referência identitária, acenando com o perigo de se virar um nada, caso não se consiga produzir o perfil requerido para gravitar em alguma órbita do mercado. A combinação desses dois fatores faz com que os vazios de sentido sejam insuportáveis. (ROLNIK, 1997, p. 2)

Rolnik conclui que esse vazio insustentável é preenchido por uma série de subterfúgios, entre eles, aqueles oferecidos pela mídia, incluindo a televisão, o cinema e a propaganda. Identidades *prêt-à-porter* são consumidas por aqueles que buscam uma resposta para o seu processo de subjetivação e podem ser adquiridas através da mediação da experiência característica da modernidade.

## 2 A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE NO AMBIENTE DIGITAL: MÍDIAS DIGITAIS, REDES E APLICATIVOS SOCIAIS E A CONSTRUÇÃO DO PERFIL

Quando Lev Manovich (2001) conceitua o que seriam as novas mídias, ele traz cinco conceitos chaves que estão por trás da maioria das mesmas. O autor enumera tais conceitos em ordem de importância no sentido de um levar à constituição de outro, sendo o primeiro e, portanto, um dos mais significativos, o da representação numérica. Ou seja, a forma como todo o conteúdo das novas mídias é composto pelo código digital de ordem numérica e matemática (o código binário de representação). Isso, para Manovich, representa o quanto, em última instância, todo objeto digital pode ser formalmente representado e o quanto pode ser manipulável e programável. Essa característica é o que confere às novas mídias seus demais princípios, que consistem em modulação, automação, variabilidade e transcodificação – o último correspondendo à maneira como as camadas e códigos computacionais e as camadas culturais se influenciam mutuamente. Em outras palavras, o quanto as novas mídias são constituídas e pensadas a partir de códigos já inscritos culturalmente e o quanto a linguagem dessas mídias, por sua vez, também influenciam de volta as camadas culturais da sociedade.

Esse pensamento é muito importante na obra de Lev Manovich, pois o autor, a todo momento, enfatiza o quanto o desenvolvimento das novas mídias está imbricado com o desenrolar socioeconômico no decorrer da história. Por exemplo, o princípio de variabilidade disponível nas novas mídias – a forma como os objetos digitais “não são fixados uma vez por todas, mas podem existir em diferentes, potencialmente infinitas, versões” (MANOVICH, 2001. p. 56, tradução nossa) – está ligado ao período pós-industrial baseado na lógica da produção sob demanda e do “*just in time*” (Ibid., p. 56). As novas mídias, para Manovich, fazem parte de um desenvolvimento histórico de constituição de dispositivos de comunicação e reprodutibilidade audiovisual, como a fotografia e o cinema, e, ao mesmo tempo, de dispositivos computacionais, que, em certo momento, se fundem, fazendo surgir exatamente as *novas* mídias digitais.

Hoje, é impossível pensar o mundo sem essas novas mídias e relacionar as interações sociais e a constituição da própria identidade com os ambientes digitais de socialização. Nancy Baym discute o quanto as mídias digitais têm alterado a natureza das nossas relações

sociais e a própria maneira como enxergamos o mundo, as comunidades, nossos relacionamentos e, afinal, nós mesmos (BAYM, 2010, p. 1-2).

A implantação das mídias digitais e da internet no campo da comunicação proporcionou que uma série de meios disponíveis para interação fizessem parte do nosso cotidiano, permitindo que as “pessoas troquem mensagens sem estar fisicamente co-presente” (BAYM, 2010, p. 2). Esse progresso fez emergir uma série de questões, como os conceitos de cibercultura e ciberespaço, referenciando à forma como os ambientes digitais suscitam novas formas culturais de vivenciar e compartilhar o mundo com a criação de novas atmosferas espaciais. Hoje, pensar em algo como ciberespaço parece cada vez mais distante da realidade vivenciada, pois ambientes *online* e *offline* de interação estão cada vez mais ligados entre si, tornando-se cada vez mais difícil pensar em uma separação formal de ambos ou em uma grande diferenciação do que se vive e experimenta em cada. Porém, é possível ainda realizar uma série de contestações acerca de como as novas mídias digitais influenciam na forma como nos apresentamos e nos relacionamos e no que isso se difere dos ambientes corpo-a-corpo.

Baym (2010) sugere alguns conceitos de como as novas mídias influenciam as conexões pessoais e através dos quais elas se diferem de outras mídias e, principalmente, da interação face a face, sendo eles: a interatividade, ou seja, a forma como aquela mídia permite a interação entre indivíduos e entre grupos; a estrutura temporal, que corresponde ao fato de uma mídia ser síncrona ou não; as deixas e sinais sociais, que seriam as pistas disponíveis para se obter informações acerca do contexto, do significado das mensagens e das próprias identidades em uma interação social; o armazenamento; a replicabilidade; o alcance e a mobilidade. Cabe ressaltar alguns apontamentos que a autora realiza acerca de alguns dos conceitos citados, como o de estrutura temporal. As conexões síncronas ou simultâneas permitem uma transmissão mais rápida de mensagens, o que gera uma sensação de maior proximidade e intimidade, mesmo que as pessoas estejam separadas fisicamente. Em contrapartida, as conexões assíncronas permitem que a pessoa possua mais “tempo para gerenciar a apresentação de seus *selves* mais estrategicamente” (BAYM, 2010, p. 8, tradução nossa). Dessa maneira, ambientes de interação assíncronos podem fornecer uma maior segurança já que a versão de si mesmo ali apresentada pode ser editada, calculada e até mesmo refeita, exatamente pelo maior espaço de tempo que se

possui para que se realize a interação. Já em relação às pistas sociais (*social cues*, no original), a autora ressalta o quanto as conexões digitais podem proporcionar menos pistas do que em uma interação face a face.

Corpo-a-corpo, as pessoas possuem uma gama completa de recursos comunicativos disponíveis. Elas compartilham um contexto físico, para o qual podem se referir não verbalmente, bem como verbalmente (por exemplo, apontando para uma cadeira). Elas estão sujeitas às mesmas influências ambientais e distrações. Podem ver os movimentos do corpo uns dos outros, incluindo as expressões faciais através das quais o significado é transmitido. Elas podem usar o olhar do outro para avaliar a atenção. Podem ver a aparência do outro. Elas também podem ouvir o som da voz um do outro. Todas essas pistas – contextuais, visuais e auditivas – são importantes para interpretar as mensagens e criar um contexto social no qual as mesmas são significativas. (BAYM, 2010, p. 9, tradução nossa).

Assim, o que Baym ressalta é que quanto maior o número de pistas sociais disponíveis, mais seguros nos sentimos durante uma interação. Nas mídias digitais, isso pode ser compensado através do processo de *self-disclosure*, ou seja, a forma como revelamos aspectos da nossa identidade que normalmente não são expostos em certos ambientes e em certas interações, mas que constituem parte daquilo que consideramos nosso “verdadeiro *self*” (Mc KENNA; GREEN; GLEASON, 2002). O processo de *self-disclosure* é importante para que se firme uma relação de confiança. Se pensarmos no conceito de relações puras (GIDDENS, 2002), discutido anteriormente, revelar as características de sua própria identidade possibilita que relações sejam estabelecidas mais firmemente e com maior segurança, já que o próprio princípio de uma relação pura é que ambos os parceiros preencham as buscas do que se pretende obter com aquela relação, além de estarem inseridas no contexto da reflexividade, sendo importante que tais relações estejam coerentes com aquilo que se constrói em termos de auto-identidade.

McKenna, Green e Gleason (2002) afirmam que ambientes digitais de interação são especialmente propícios para o processo de revelação do *self*, seja pela sensação de anonimato que certos tipos de interações digitais podem apresentar ou pela possibilidade de esconder algumas características que demonstrem insegurança ou timidez. Além disso, as estruturas das mídias interativas *online* permitem que seja fácil encontrar pessoas com interesses em comum, o que facilita ainda mais que haja uma revelação do *self*.

Nesse ponto, é importante fazer a ressalva de que os sites de redes sociais e os novos meios e aplicativos para interação parecem exatamente trabalhar em contraste com essa



ideia de anonimato, fornecendo uma rede entrelaçada de pessoas que já fazem parte do nosso convívio cotidiano. Sites de redes sociais (SRSs) podem ser descritos como:

serviços baseados na web que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema restrito, (2) articular uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão e (3) olharem e cruzarem sua lista de conexões e aquelas feitas por outros usuários dentro do sistema (BOYD E ELLISON apud POLIVANOV, 2014, p. 33)

Dessa forma, os sites de redes sociais, principais espaços de interação no ambiente digital hoje, pressupõem que a lista de conexões seja uma das informações evidentes no que diz respeito ao próprio perfil, permitindo ainda que suas conexões se cruzem com a de outros usuários, mostrando o que em muitos sites se intitula como “amigos em comum”. Da mesma maneira, aplicativos sociais são “programas desenvolvidos para serem disponibilizados em sites de redes sociais, através de uma interface que permite que estes programas acessem recursos próprios dos SRSs no qual são inseridos” (RIBEIRO; FALCÃO; SILVA, 2010, p. 2-3), incluído nesses recursos as listas de conexões estabelecidas em tais sites.

Relacionado a esse aspecto, um dos importantes traços que marcam a construção identitária nas plataformas digitais é exatamente a participação do outro nessa construção, o que Matuck e Meucci (2005) chamam de alo-definição. A alo-definição diz respeito não somente às definições que os outros realizam do indivíduo, mas também “como os meios pelos quais se restringe sua livre definição” (MATUCK; MEUCCI, 2005, p. 169). Em seu estudo, os autores percebem que na falta de expressões emitidas de maneira sintomática e que podem ser visualizadas na interação corpo-a-corpo (algo parecido com o que Baym chama de pistas sociais, descrito anteriormente), passa-se a notar se há coerência naquilo descrito na autoapresentação com a escolha de fotos publicadas e os conteúdos compartilhados, além da construção dada pelos outros usuários que podem confirmar ou não aquela imagem que pretende-se passar. “A definição, direta ou indireta, dada pelo outro é tão importante quanto o processo de autodefinição, já que é o relato do outro que legitima, deslegitima ou acrescenta qualidades ao perfil do sujeito” (Ibid, p. 172).

Assim, relacionando o conceito de auto-definição com a ideia de uma atmosfera de anonimato propícia ao processo de *self-disclosure*, pode-se argumentar que, mesmo que uma maior possibilidade de se ver livre de certas amarras sociais que restringem a apresentação do que consideramos nosso verdadeiro *self*, aspectos de relevância fora dos

ambientes digitais também o são no contexto *online*, já que a força da alteridade na construção identitária marca uma ainda maior confiança de que aquela apresentação de si mesmo é coerente e verídica.

Além disso, é importante ressaltar que, em contextos digitais de criação de perfis, há uma série de recursos e ferramentas, próprias desses contextos, que torna cada vez mais palpável realizar um gerenciamento da impressão transmitida e das interações que se deseja estabelecer. As ferramentas disponíveis são importantes na hora da construção identitária (MATUCK; MEUCCI, 2005; BAYM, 2010). Em um site de rede social, por exemplo, há a possibilidade de criar uma rede de contatos e conexões a sua escolha, há a opção de ocultar certas informações e a opção de evidenciar certo aspecto da própria identidade, seja pelo compartilhamento de informações ou pela associação a certas páginas e conteúdos.

John B. Thompson (2011) propõe a construção do *self* como um projeto simbólico, no qual materiais são incorporados à narrativa identitária de cada um. Dessa forma, o *self* não é nem um produto passivo do sistema simbólico e ideológico externo, como também não é unicamente uma entidade fixa que nasce com cada indivíduo e não sofre alterações e influências de fora. Os sujeitos pensam e agem a partir das possibilidades que lhe são oferecidas e as condições já previamente estabelecidas, mas também possuem um caráter criativo e ativo nesse processo. O *self* não se restringe a algo estático que está ao simples alcance de cada indivíduo, ao contrário, se apresenta como um *projeto*, como dito anteriormente, que é constantemente modificado e afinado ao longo dos anos.

Antes do desenvolvimento da mídia, a incorporação de materiais simbólicos para a construção do *self* se dava na interação face a face e nos recursos distribuídos localmente. Dessa maneira, a construção acontecia por meio da tradição, da transposição desses recursos de geração em geração, através principalmente da comunicação oral e da adaptação de tais materiais ao caráter mais prático da vida cotidiana. Porém, com o advento da experiência midiática, o conhecimento local é substituído gradativamente por formas não-locais, alargando enormemente as possibilidades de materiais disponíveis.

Dessa forma, de acordo com o autor, o projeto se torna cada vez mais reflexivo, pois o número de recursos simbólicos disponíveis, com a mídia, se torna cada vez maior. A construção do *self*, portanto, passa a ser sempre revisada e novos elementos constantemente incorporados, ideia que se encaixa com o conceito de reflexividade

proposto por Giddens e abordado anteriormente. Apesar desses aspectos positivos, Thompson também acrescenta algumas mudanças negativas nesse processo, como, por exemplo, o efeito desorientador causado pela enorme sobrecarga de materiais simbólicos que são encontrados diariamente. Além disso, o autor também atenta para o fato de que há, cada vez mais, uma “dupla dependência mediada” (2011), pois quanto mais o projeto simbólico de cada indivíduo se enriquece com as formas simbólicas, mais ele se torna dependente de tais formas. Isso significa que cada vez mais os indivíduos utilizam e dependem de materiais simbólicos disponibilizados através das mídias para construir seu *self* a partir de sistemas sobre os quais têm pouco controle – e que, muitas vezes, possuem uma posição ideológica já definida e bem estabelecida.

De toda forma, com tais recursos, cada indivíduo tece a sua narrativa, que vai se modificando continuamente, em um processo sempre ativo. Tais narrativas também vão se modificando na medida em que vão sendo recontadas, seja para nós mesmos como para outros indivíduos. A partir do momento que me caracterizo perante o outro e exponho minha narrativa, também acrescento novos aspectos para minha própria história.

### 3 O GERENCIAMENTO DAS IMPRESSÕES NAS PLATAFORMAS DIGITAIS

Para complementar a discussão sobre construção identitária nos ambientes digitais, cabe trazer a ideia de gerenciamento da impressão, noção amplamente estudada por Erving Goffman, que vem sendo aplicada aos contextos online e que aborda como acontece a apresentação do *self* na vida cotidiana. É importante destacar que a visão do autor, estudada também por outros autores do chamado interacionismo simbólico, pressupõe um *self* que não surge inteiramente desde o nascimento do indivíduo, mas é constituído, principalmente, a partir da alteridade e das relações que esse indivíduo estabelece com outros. O *self* surge a partir das experiências e atividades sociais, ou seja, “desenvolve-se em um determinado indivíduo como resultado das suas relações àquele processo como um todo e aos outros indivíduos dentro daquele processo” (MEAD apud POLIVANOV, 2014, p. 73). Nossa identidade, portanto, não está apenas em nós mesmos, mas se encontra também espelhada na visão que os outros passam a ter daquele *self* que apresentamos.

Há um constante equilíbrio entre a narrativa identitária apresentada e a impressão de fato gerada (CARRERA, 2012). Goffman atenta para o quanto buscamos gerenciar a

impressão que causamos, pois, dessa forma, teríamos maior controle da situação e saberíamos o que esperar do outro. “Assim, quando uma pessoa chega à presença de outras, existe, em geral, alguma razão que a leva a atuar de forma a transmitir a elas a intenção que lhe interessa transmitir” (GOFFMAN, 2002, p. 13-14). Dessa forma, anteciparíamos a resposta desejada através de uma representação completamente calculada de nós mesmos. Goffman ressalta ainda que, em alguns momentos, o indivíduo não age de todo calculado, mas sim através do que a tradição de seu grupo ou papel social impõe (2002, p. 15).

Apesar desse gerenciamento da impressão, o autor destaca que nem sempre é possível ter completo controle sobre nossa apresentação. Goffman separa em duas esferas a expressividade do indivíduo: há aquela de fato transmitida, normalmente verbal e controlável, e há a expressão emitida, que diz respeito em grande parte aos gestos e trejeitos faciais e que normalmente possuem um caráter não-intencional. “Demonstra-se nisso uma assimetria fundamental no processo de comunicação, pois o indivíduo presumivelmente só tem consciência de um fluxo de sua comunicação, e os observadores têm consciência desse fluxo e de um outro” (GOFFMAN, 2002, p. 16). As projeções feitas de si mesmo, portanto, estão sujeitas a rupturas e há um constante esforço do indivíduo em proteger essas projeções e desfazer tais rupturas.

Goffman analisa os contextos de interação face a face, mas, ao se tratar de ambientes mediados e digitais, é possível realizar uma transposição dos conceitos propostos pelo autor ao que se refere a esse tipo de interação, já que o mesmo trabalha a apresentação do *self* “como algo que se dava de modo contextualizado, num determinado ambiente e que pressupunha um público passível de ser antecipado e definível” (POLIVANOV, 2014, p. 81). Em plataformas digitais, não há a expressão emitida por meio de gestos, tornando a própria apresentação do *self* na criação de perfis online de certa forma mais controlável. Porém, a interação realizada em ambientes digitais conta em grande medida com a participação de outros na construção do perfil – algo que não é exclusivo das plataformas online, mas que se mostra mais evidente e visível na mesma (POLIVANOV, 2014, p.77). Portanto, em sites de redes sociais, blogs e aplicativos sociais, há a autodefinição e a alodefinição (MATUCK E MEUCCI apud POLIVANOV, 2014, p. 76), conceito já discutido anteriormente. Os ambientes digitais de interação, dessa maneira, também estão sujeitos a rupturas e à aparição de elementos não-intencionais na narrativa identitária.

De todo modo, a apresentação do *self* acontece em contextos geridos sempre por acordos sociais. Goffman afirma que grande parte das relações são baseadas em inferências, ou seja, confia-se que determinado sujeito agirá de determinada forma pois é o que se espera do mesmo. Da mesma maneira, esse sujeito recebe como recompensa uma série de tratamentos e valorizações atribuídas a tal status social perpassado.

As pessoas tendem a oferecer aos interlocutores uma imagem idealizada de si, através da adoção de atributos conhecidos e de acordo com os valores reconhecidos pela sociedade como modelos a serem seguidos, intencionando provocar a criação de expectativas favoráveis com relação ao seu desempenho e, conseqüentemente, à sua aceitação. (RIBEIRO, FALCÃO e SILVA, 2010, p. 2-3)

Os autores Ribeiro, Falcão e Silva, ao trabalharem os conceitos de Goffman em sites de redes sociais e aplicativos sociais, acrescentam ainda que, nesses ambientes, a prática de gerenciamento da impressão e reprodução de valores idealizados pode ser vista de forma mais abrangente e corresponder a um “possível agregador de pessoas que circulam nesses espaços, uma vez que as aparências produzidas serviriam como referenciais conhecidos – e costumeiramente valorados positivamente” (RIBEIRO; FALCÃO; SILVA, 2010, p. 3-4). O gerenciamento da impressão serviria como uma forma de manter e aumentar os laços sociais presentes nesses espaços, aumentando também o capital social de cada indivíduo.

A ideia de capital social diz respeito aos laços sociais criados e mantidos e remete a uma ideia de pertencimento e reconhecimento em determinado grupo social. Raquel Recuero, ao discutir diversos pontos de vista e autores sobre o tema, chega a definição de capital social como “um conjunto de recursos de um determinado grupo (...) que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, ainda que individualmente, e que está baseado na reciprocidade” (RECUERO, 2009, p. 50). Assim, em ambientes digitais de interação, gerenciar a impressão pode, muitas vezes, servir como plataforma para se conquistar capital social e pertencer a determinado grupo.

Por fim, cabe levantar ainda mais um conceito proposto por Goffman e relacioná-lo aos contextos digitais de interação. O autor trabalha o conceito de fachada, que seria “o equipamento de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua apresentação” (GOFFMAN, 2002, p. 29). Inicialmente, a ideia de fachada pode ser dividida em dois: há o cenário, que corresponde a todo o aparato e suporte material, permanentemente estático, utilizado pelo ator enquanto o mesmo permanece em tal local; e, em segundo lugar, há a fachada pessoal, correspondente “aos

outros itens de equipamento expressivo, aqueles que de modo mais íntimo identificamos com o próprio ator, e que naturalmente esperamos que o sigam onde quer que vá” (Ibid., p. 31). A fachada pessoal pode ainda ser dividida em aparência e maneira. Aparência corresponde ao status social, são as características que nos revelam a posição e o papel que determinado sujeito possui. Já maneira diz respeito aos “estímulos que funcionam no momento para nos informar sobre o papel de interação que o ator espera desempenhar” (Ibid., p. 31), ou seja, os “gestos e ações do ator social” (POLIVANOV, 2014, p. 78).

Em ambientes digitais de interação, a aparência se torna “fundamental para que se possa conhecer melhor os indivíduos ainda mais em um lugar no qual não se pode contar com a presença do corpo físico” (POLIVANOV, 2014, p. 78), afinal, é ela quem antecipa a situação e proporciona certa segurança para se relacionar com o outro. O que Goffman destaca é que o sujeito está em um constante ajuste entre o seu “verdadeiro” *self* e aquele apresentado em diferentes cenários e contextos. Dialogando com os autores levantados no primeiro item deste trabalho, há aqueles que acreditam na descentração total desse sujeito, que apenas mantém uma sensação de coerência através da criação de uma narrativa de si mesmo (HALL, 2006, p. 13). Já outros acreditam que a autoidentidade é preservada e que o sujeito mantém uma “postura constante em vários ambientes de interação” (GIDDENS, 2002, p. 96). O importante é notar que existem tais ajustes e um sentido maior de fragmentação da identidade, na modernidade.

Conforme afirma Baym (2010), “as identidades desencarnadas apresentadas online também podem ser múltiplas” (p. 106), e em diferentes ambientes digitais de interação posso apresentar uma parte sempre distinta de mim mesmo. Baym usa como exemplo seus próprios perfis apresentados online: no site Last.fm, a autora se apresenta de uma forma, diferente daquela apresentação em perfis acadêmicos, por exemplo. A autora ainda acrescenta que, algumas vezes, há o desejo de que essas identidades nem ao menos se confrontem – por exemplo, o perfil compartilhado no Last.fm é apresentado de forma mais informal, diferente de seu perfil em sites acadêmicos, e a autora espera que ambos não se liguem, mesmo que os dois façam genuinamente parte de seu *self*.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho pretendeu iniciar uma discussão acerca de como nossas identidades estão sendo construídas e influenciadas pelo uso de plataformas digitais de interação. Conforme discorrido no primeiro item, o próprio estabelecimento da modernidade trouxe diversas mudanças para os processos de subjetivação, entre elas a perda de um referencial estável que antes era baseado nas instituições tradicionais. Conforme Thompson (2011) sugere, as mídias e o processo de globalização estabeleceram novos parâmetros e substituíram pouco a pouco os referenciais locais usados antes como material simbólico para o processo de construção da identidade.

Além disso, a maior liberdade e possibilidades dadas ao próprio sujeito para que o mesmo construa uma narrativa de si mesmo foi se estabelecendo cada vez ao longo do período moderno e pós-moderno, possibilitando que o mesmo tomasse as rédeas de sua própria história. É certo que há ainda limitações e uma série de implicações ainda envolvidas nesse processo, conforme intentou-se mostrar neste trabalho, porém, a constituição das novas mídias digitais parecem ressoar conforme essa ideia, ao possibilitar ainda mais que o indivíduo explore e transforme sua narrativa. Interligado com o processo reflexivo da constituição identitária, proposto por Giddens (2002), a forma como as novas mídias permitem edições através de suas ferramentas parece também se encaixar com a ideia de um *self* sempre inacabado e uma percepção cada vez maior de um indivíduo fragmentado.

Por fim, a constituição de novas mídias também aponta para a importância do olhar do outro na constituição de nossas subjetividades e a forma como a própria interação social determina em certa medida a apresentação de nós mesmo, conforme discutido também a partir dos conceitos propostos por Erving Goffman (2009). Cabe ressaltar que esse primeiro levantamento teórico poderá servir como base para futuros trabalhos empíricos e dar luz aos processos identitários em ambientes *online* de interação.

## REFERÊNCIAS

BAYM, Nancy. **Personal Connections in the Digital Age**. Malden: Polity Press, 2010.

CARRERA, Fernanda. Gerenciamento de impressões, música e sites de redes sociais: o self a partir do compartilhamento de letras e vídeos. **Contemporânea**, vol.10, n.01, janeiro-abril de 2012.

ENNE, Ana Lúcia S.. À perplexidade, a complexidade: a relação entre consumo e identidade nas sociedades contemporâneas. In: **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 3, n. 7, p. 11-29, 2006.

- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- LEMOS, André. Internet das coisas, automatismo e fotografia: uma análise pela Teoria Ator-Rede. In: **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 21, n.3, p. 1016-1040, 2014.
- MATUCK, Artur; MEUCCI, Arthur. A criação de identidades virtuais através das linguagens digitais. In: **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 2, n. 4, p. 157-182, 2005.
- McKENNA, Katelyn Y. A.; GREEN, Amie S.; GLEASON, Marci E. J.. Relationship Formation on the Internet: What's the Big Attraction? In: **Journal of Social Issues**, v. 58, n. 1, p. 9-31, 2002.
- POLIVANOV, Beatriz. **Dinâmicas identitárias em sites de redes sociais** – Estudo com participantes de cenas de música eletrônica no Facebook. Multifoco: Rio de Janeiro, 2014.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RIBEIRO, José Carlos; FALCÃO, Thiago; SILVA, Tarcízio. Gerenciamento de Impressões Pessoais através de Aplicativos Sociais: Uma Proposta de Análise. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, 2010. Caxias do Sul. **Anais...** São Paulo: INTERCOM, 2010.
- ROLNIK, S. Toxicômanos de identidade. Subjetividade em tempo de globalização. In: **Cultura e subjetividade**. Saberes Nômades, org. Daniel Lins. Papirus: Campinas, 1997.
- SIMMEL, Georg. A metrópole a e vida mental. In: VELHO, Otávio. **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.
- THOMPSON, John. **A Mídia e a Modernidade. Uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2011.



## Identity building and print management in online interaction spaces

### ABSTRACT

This article intends to discuss some notes about how identity construction takes place in online spaces of interaction. For that, aspects of how modernity and postmodernity transform the perception of identity and the way we elaborate our identity narratives are discussed initially. Thereafter, we'll consider how these narratives can be built in digital media, and finally, analyze the Erving Goffman concept of impression management and how the same is applied in researchs about online profiles.

**Keywords:** Identity. Digital media. Impression management. Erving Goffman.

## Construcción de la identidad y gestión de la impresión en los espacios online de interacción

### RESUMEN

Este artículo discute algunas notas sobre como ocurre la construcción de identidad en los espacios online para la interacción. Para eso, se analizan inicialmente los aspectos de cómo la modernidad y la posmodernidad transforman la percepción de la identidad y la forma en que desarrollamos nuestras narrativas de identidad. En seguida, tenemos la intención de plantear un primer debate sobre cómo estas narrativas pueden ser construidas en los medios digitales y, por último, se analiza el concepto de gestión de impresión de Erving Goffman y la forma en que se ha aplicado en las investigaciones sobre la construcción de perfiles en plataformas online.

**Palabras clave:** Identidad. Medios digitales. Gestión de impresión. Erving Goffman.

Recebido em: 19/04/2017

Aceito em: 31/05/2017