

**NAIARA BACK DE MORAES & SILVANA MOTA-RIBEIRO**

naiara.back@gmail.com; silvanamotaribeiro@gmail.com

UNIVERSIDADE DO MINHO

## **ANÁLISE DA ATUAÇÃO DOS SUJEITOS PORTUGUESES E BRASILEIROS NO FACEBOOK**

### **RESUMO**

Esta investigação busca descobrir de que modo é construída a identidade no Facebook. Essa é a principal questão abordada nesta pesquisa, partindo de um enquadramento teórico e de um trabalho empírico que consiste na aplicação e interpretação de um inquérito. A questão abordada tem o objetivo de compreender a atuação de 34 sujeitos portugueses e 34 sujeitos brasileiros no Facebook para encontrar respostas para desenvolver estratégias de comunicação, podendo aplicar esta investigação na prática da atividade publicitária. Os resultados refletem sobre a importância e a contribuição das questões levantadas para a comunicação estratégica nas redes sociais, com ênfase no Facebook, identificando o que os sujeitos almejam para construir suas identidades.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Ciberespaço; redes sociais, Facebook; identidades

---

### **CONSIDERAÇÕES INICIAIS**

Esta dissertação busca descobrir de que modo é construído a identidade no Facebook. Essa é a principal questão abordada neste estudo, partindo de um enquadramento teórico que apresenta os conceitos de Identidade e de um trabalho empírico que consiste na aplicação e interpretação de um inquérito que dá conta do modo como os usuários percebem a sua vivência nesta rede social.

Para dar conta do nosso objeto de estudo, selecionamos o perfil de Facebook de 68 indivíduos de nacionalidade portuguesa e brasileira, dos 25 aos 55 anos e com formação e profissão distintas a fim de darmos a conhecer os vários modos de uso da rede. O critério de seleção ocorreu através

de divulgação e busca nas redes sociais. Para conveniência do estudo, não se espera que o número de sujeitos analisados seja de modo algum representativo no sentido estatístico, mas que permita explorar a questão levantada acima e procurar caminhos que expliquem as atuações na rede social Facebook e as percepções face à mesma.

Esta pesquisa procurou compreender a atuação dos sujeitos portugueses e brasileiros no Facebook, para encontrar respostas para desenvolver estratégias de comunicação, podendo esta investigação ser aplicada na prática da atividade publicitária. Os resultados refletem sobre a importância e a contribuição das questões levantadas para a comunicação estratégica nas redes sociais, com ênfase no Facebook, identificando o que os sujeitos almejam para construir suas identidades.

## **A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE NO FACEBOOK**

As discussões em torno do conceito de identidade se inicia com a pergunta que, segundo Ciampa (1984), corresponde à problemática da identidade: “quem sou eu?”. A resposta para tal questionamento pode começar com a descrição de um personagem. Entretanto, o autor avança a discussão com outras perguntas: “se você é o personagem de uma história, quem é o autor dessa história?” e “se nas histórias da vida real não existe o autor da história, será que não são todos os personagens que montam a história?”. Para responder os questionamentos de Ciampa (1984), Goffman (1975, p. 74) explica que “*somos os personagens de uma história que nós mesmos criamos, fazendo-nos autores e personagens ao mesmo tempo*”. Desta forma, Ciampa (1984, p. 60) compreende que todos nós – eu e você – podemos ter uma autoria coletiva de histórias.

A busca pelas informações para responder ao questionamento “quem sou eu?” nos leva a refletir sobre as características significativas que compõem a natureza da identidade de um indivíduo. Ciampa (1984) explica que, para responder a tal questão, ainda se faz necessário realizar um movimento de identificação com determinados grupos e pessoas, crenças e comportamentos, os quais são capazes de diferenciar um sujeito dos outros. Assim, podemos compreender que a identidade de cada indivíduo pode ser construída pelos diversos grupos dos quais ele faz parte. Nesta perspectiva, Santor (2010, p. 40) alerta que ainda podemos compreender que a construção de uma identidade recebe influências a partir de “questões como lugar, gênero, raça, história, nacionalidade, orientação sexual, crença religiosa e etnia”. Deste modo, os autores Ciampa (1984), Goffman

(1975) e Santor (2010) nos fazem entender que a identidade não é dada, mas vai se moldando num contínuo processo de construção, ou seja, é como uma história e, nesse contexto, não há personagens fora de uma história e nem uma história sem personagens.

Complementando as discussões, Castells (2003, p. 22) define identidade como “o processo de construção de significado com base num atributo cultural”. Assim, interpretamos que para o autor, um determinado indivíduo pode ter identidades múltiplas e essa pluralidade é fonte de tensão e contradição, tanto na representação de si mesmo, quanto na ação social. Todavia, Hall (1998) destaca que a identidade é formada ao longo do tempo e que permanece sempre incompleta, ou seja, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada”. No entanto, o autor sugere que “em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de identificação, e vê-la como um processo em andamento” (1998, p. 39). Nesse sentido, Castells (2003) ressalta que a principal questão da identidade diz respeito a como, a partir de quê, por quem, e para que é que ela é construída. Em resposta, Hall (1998, p. 39) diz que a identidade surge “de uma falta de inteireza que é ‘preenchida’ a partir de nosso exterior, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por outros”. Assim, Castells (2003, p. 4) compreende que a “construção de identidades vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparelhos de poder e revelações de cunho religioso”. Contudo, vemos que os autores possuem interpretações muito próximas, ao afirmar que a identidade é algo formado ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência na hora do nascimento.

Erikson (1972, citado por Rosa & Santos, 2013, p. 32) concorda com Hall (1998) e Castells (2003) ao afirmar que “a construção da identidade é produto da passagem por períodos peculiares do ciclo vital” com ênfase nas explorações e nas fases da vida, “que fomentam o comprometimento com ocupações e com ideologias”. Nesta perspectiva, Thompson (1997, p. 183) ressalta que “a identidade de um indivíduo vai modificando-se à medida que o mesmo passa por alterações de sua narrativa, à medida que novos materiais, novas experiências vão entrando em cena e gradualmente redefinindo a sua identidade no curso da trajetória de sua vida”. Keen (2012) também concorda com Thompson (1997) e salienta que a “identidade individual na verdade é algo móvel, mutável, discreto e, acima de tudo, iniciante, não definitiva” (Keen, 2012, p. 73). Deste modo, podemos afirmar que ao invés de termos uma identidade, somos um conjunto de

identificações, pois no decorrer da vida nos defrontamos com um número muito grande de acontecimentos, que são capazes de despertar os diversos “eus” e as afinidades que fazem parte do indivíduo. Assim, passamos a nos identificar com várias experiências ao longo da vida e não a ter uma identidade fixa e imutável.

De tal modo, compreendemos que, na opinião de Hall (1998), a identidade torna-se uma “celebração móvel”, a qual é formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais o sujeito se representa ou é interpretado nos sistemas culturais onde está inserido. Em outro direcionamento, Santor (2010, p. 39) opta por explicar a identidade como um “*processo sistêmico misto* que se abre e se fecha em determinados momentos e onde algumas coisas são estáveis e outras, variáveis, já que ao mesmo tempo em que possui um núcleo, possui também extremidades”. O núcleo ao qual o autor se refere é responsável por manter os indivíduos fiéis a certos valores, pois é uma “*força organizadora dos valores pessoais*”, portanto, Santor explica que “se esse núcleo não existisse, todo o processo de construção de identidade seria mutável e as frustrações e decepções não ocorreriam, pois nossa capacidade de adaptação seria instantânea e efêmera” (Santor, 2010, p. 39). Na mesma visão, Hall (1998, p. 11) ressalta que o núcleo mencionado por Santor (2010) pode ser compreendido como a essência interior do “eu real” que um indivíduo possui, e que está essência pode ser formada e modificada “num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem”, pois a identidade é formada na “interação” entre o eu e a sociedade.

Diante das discussões dos conceitos para a identidade, Goffman (1975) desenvolveu um estudo que propõe a distinção do conceito de identidade em três diferentes definições, as quais o autor nomeia como identidade social, identidade pessoal e identidade de ego ou identidade sentida. A primeira definição se refere às identidades constituídas pelas categorias sociais nas quais um indivíduo está inserido como, por exemplo, uma classe social ou de idade; a segunda corresponde à identidade que se estabelece a partir das marcas constitutivas que um indivíduo desenvolve e que o torna único, diferenciando dos demais como, por exemplo, a aparência, o nome e as características biográficas; a terceira, diferente das outras, é aquela que depende da intervenção do indivíduo, por se tratar de uma questão subjetiva e reflexiva, que tem de ser necessariamente sentida por ele.

A partir destas descrições, Goffman (1975) revela a influência mútua das distintas esferas que podem compor as identidades e resgata a peculiaridade subjetiva inerente a esse processo, o que, na opinião de Rosa e

Santos (2013, p. 41), “é vivenciado pelo indivíduo de forma particular em distintas situações e ciclos de vida”. Assim, podemos compreender que todas as definições de identidade descritas por Goffman (1975) encontram-se diretamente relacionadas e que não há predomínio de uma sobre a outra, mas sim, uma composição que tende a ressaltar uma ou outra definição, de acordo com a situação onde o indivíduo está presente.

Nesta perspectiva, recorreremos a Castells (2004), que se refere à identidade como um processo de construção de significado com base na ação e na finalidade desta mesma ação, ou seja, para o autor, em cada situação uma ou mais identificações tendem a prevalecer sobre as demais, conformando, assim, identidades. O autor ainda destaca que “para um determinado indivíduo ou ainda um ator coletivo, pode haver identidades múltiplas. No entanto, essa peculiaridade é fonte de tensão e contradição tanto na autoapresentação quanto na ação social” (Castells, 2004, p. 22).

Assim como Goffman (1975), Hall (1998) também traz três concepções para explicar o conceito de identidade. O autor busca apresentar um panorama histórico de três momentos em que a identidade era vista de formas distintas: através do sujeito do iluminismo, do sujeito sociológico e do sujeito pós-moderno. De acordo com Hall (1998), na época do iluminismo a identidade era vista como uma característica fixa que nascia e morria com o indivíduo, no entanto, esse entendimento de identidade deu lugar à perspectiva de um sujeito que considerava que o mundo moderno o influenciava, podendo ter a identidade como resultado da interação do sujeito com a sociedade na qual está inserido. Enquanto o sujeito iluminista permanecia unificado, o sujeito sociológico se transforma e se modifica através das constantes alterações no contato com outro mundo cultural e outras identidades. Hall destaca que, neste período histórico, a identidade é desenvolvida na “interação” entre o eu e a sociedade, ou seja, “o sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o seu “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem” (Hall, 1998, p. 11). Já o sujeito pós-moderno deixa de ter uma identidade fixa e a assume como algo fluido, de constantes transformações e de difícil delimitação, ou seja, no período pós-moderno a identidade não é definida biologicamente, e sim formada através de escolhas. O sujeito deixa de conviver com uma única identidade e passa a assumir várias identidades em diferentes momentos da vida. A título de exemplo, Bauman (2005) ressalta que a identidade, neste período, passou a ser fruto de determinadas escolhas no meio de inúmeras possibilidades.

De acordo com as três concepções apresentadas por Hall (1998), Bauman (2005) diz que o sujeito pós-moderno está marcado pela liquidez dos novos tempos, inserido num mundo fluido, de rápidas e constantes transformações, onde o processo de construção de identidade passa a assumir características múltiplas e multifacetadas. Este terceiro sujeito, segundo Hall (1998, p. 86), pode assumir diferentes identidades em diferentes momentos e lugares, entretanto estas identidades não precisam, necessariamente, de ser “unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente”. Podem até mesmo ser contraditórias, visto que “nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas”. Como explica Nóbrega (2010) ao enfatizar que a pós-modernidade propiciou que as identidades se formassem em torno dos gostos, do lazer, da aparência, da imagem, do consumo, entre outros.

O sujeito pós-moderno está envolvido com uma profusão de transformações, principalmente no campo das relações interpessoais. Estas transformações sofrem influências das novas tecnologias de comunicação, presentes no Ciberespaço como, por exemplo, as redes de relacionamento. Nóbrega (2010) explica que nas redes sociais como no Facebook, veicula-se aquilo que se é, uma parte daquilo, ou até mesmo o que se almeja ser. Este meio social torna-se um espaço onde o sujeito pode construir a sua identidade, sempre se adequando para encaixar-se nos padrões aceites pelo tipo de participantes daquele espaço. Ainda na perspectiva de Nóbrega (2010), o autor complementa ao afirmar que todo o aspecto da identidade no Facebook pode ser esboçado através de representações, as quais o indivíduo se dá por meio da publicitação do eu. Desta forma, Recuero (2011) esclarece que no Ciberespaço as representações ou construções identitárias podem acontecer através de um *blog*, um *fotoblog*, um Twitter ou mesmo por um perfil no Facebook. Segundo a autora, “essas ferramentas servem como espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade” (Recuero, 2011, p. 25-26).

Deste modo, é possível compreender que há um processo permanente de construção e expressão de identidade por parte dos sujeitos no Ciberespaço. Entretanto, Recuero (2011) ressalta que este processo perpassa não apenas pelas páginas pessoais, como *fotologs* e *blogs*, *nicknames* em *chats* e a apropriação de espaços como os perfis em redes sociais como o Facebook. Essas apropriações funcionam como uma presença do “eu” no Ciberespaço, um espaço privado e, ao mesmo tempo, público. A individualização dessa expressão, de alguém “que fala” através desse espaço é que permite que as redes sociais sejam as expressões de identidades.

Vemos, desta forma, que o processo de construção de identidade e o seu entendimento sobre o seu conceito mudam de acordo como o indivíduo que a constrói para se relacionar com o mundo. Tomamos como exemplo quando um sujeito cria uma conta e ingressa no Facebook. Para estar na rede é necessário elaborar um perfil para interagir com os demais membros da rede. Nesse perfil é possível publicar informações de como a pessoa pretende se representar e, principalmente, ser vista pelos demais de acordo com os seus próprios interesses: música, moda, filmes, consumo, etc.. Hall (1998, p. 109) nos traz cinco exemplos de como o sujeito passa a construir sua identidade dentro do meio social, ou seja, um indivíduo se representa, sempre, com a intenção de responder às seguintes questões: “quem nós somos”, “de onde nós viemos” e principalmente “quem nós podemos nos tornar”, “como nós temos sido representados” e “como essa representação afeta a forma como podemos representar a nós próprios”. Deste modo, Rosa e Santos (2013) explicam que o indivíduo irá selecionar certos caracteres de sua própria identidade, usando como critérios a forma como deseja ser visto, o que, de certa forma, pode estar relacionado a identidades almejadas e socialmente desejadas.

Contudo, podemos compreender que no Facebook a construção identitária pode ser usada como base para que o sujeito possa demonstrar quem ele é ou gostaria de ser. Por se tratar de uma construção, é um fluxo que está em constante processo de mudança, em transformação, ou seja, os sujeitos podem expor um trecho de sua identidade, sempre se adequando, para encaixar-se nos padrões aceitos pelos demais daquele ambiente. De acordo com Carvalho e Kramer (2013), nas redes sociais as pessoas agrupam-se de acordo com interesses em comum dos demais membros, por isso, o Facebook configura-se como um espaço onde várias vertentes das representações identitárias convergem. Como também é um espaço onde aqueles que se identificam unem-se sob a ótica do pertencimento, e de acordo com Nóbrega, pertencer 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. (Nóbrega, 2010, p. 97)

Keen (2012) destaca que a reputação de um sujeito sempre será determinada pelo que os outros pensam. Assim, podemos compreender que o processo de construção de uma identidade no Facebook nunca será

completado, devido à necessidade que um sujeito sente em sempre estar trabalhando o seu eu para adquirir valor dentro de um grupo em questão, para que sua identidade possa ser uma referência de pertencimento para os demais. Dentro de um grupo, os sujeitos atribuem valor às mesmas coisas, sendo isto o objeto central que une as pessoas. Dessa forma, a constituição da identidade do sujeito terá origem a partir deste valor, entretanto, a identidade do indivíduo poderá ser organizada de diversas formas, de acordo com a “necessidade de pertencer” (Keen, 2012) e da dimensão do desejo de comparecimento frente a um grupo que o sujeito manifeste.

É natural que essa necessidade de pertencimento possa “promover a identificação de um sujeito com determinados papéis, pessoas, grupos, teorias, doutrinas, ideologias e referências socioculturais, gerando assim, sentidos e significados para o indivíduo e constituindo um sentimento de identidade” (Rosa & Santos, 2013, p. 46). Entretanto, a constituição de uma identidade possui na sua base a construção de uma individualidade por parte do sujeito, exigindo que o reconhecimento de cada ser seja único, pois cada ser é capaz de escrever a sua própria história. E ao construir a sua própria história o sujeito define a pessoa que é, “de acordo com suas crenças, seus valores e as metas que deseja seguir na vida” (Erikson, 1972 citado em Rosa & Santos, 2013, p. 47), tornando-se um único ser que se apropria de uma identidade individualizada.

A construção da identidade também está no processo de diferenciação, ou seja, ao trabalhar a sua identidade o sujeito deseja ser identificado como membro único, com suas necessidades, preferências, valores e particularidades. Podemos então compreender que, além de possuir suas próprias particularidades que o tornam um sujeito único e diferenciado, o sujeito, ao fazer parte de um grupo social, convive com outros tantos – como a família, os amigos, a escola –, construindo sua identidade e desempenhando papéis diversificados. Nesta perspectiva, Lipovetsky (2011, p. 100) ressalta que “já não é suficiente sermos reconhecidos pelo que fazemos enquanto cidadãos livres e iguais aos outros: trata-se de sermos reconhecidos pelo que somos na nossa diferença comunitária e histórica, pelo que nos distingue dos outros grupos”. É por isso que Efimova diz que “é preciso ser ‘visto’ para existir no ciberespaço. É preciso constituir-se parte dessa sociedade em rede, apropriando-se do Ciberespaço e constituindo um ‘eu’ ali” (Efimova, 2005, citado em Recuero, 2011, p. 27).



## **METODOLOGIA**

O estudo empírico tem como objetivo chegar a novas conclusões a partir da busca por dados relevantes e convenientes, quer seja através da experiência ou da vivência do pesquisador. Deste modo, podemos compreender que o estudo empírico está à volta da recolha de dados a partir de fontes diretas (pessoas) que conhecem, vivenciam ou possuem conhecimento sobre determinado tema, fato ou situação e que, acima de tudo, possam trazer diferentes abordagens para o entendimento de um estudo. Partindo deste conceito, o desenvolvimento desta dissertação dividiu-se em duas técnicas: (1) pesquisa bibliográfica que, para Stumpf (2010), se trata de um conjunto de procedimentos que busca identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao(s) tema(s) em estudo e o procedimento de anotações e fichamentos das referências e ; (2) aplicação e interpretação de um inquérito que para Cervo (1981, p. 107) “é a forma mais usada para coletar dados, pois possibilita medir com melhor exatidão o que se deseja”, ou seja, um inquérito se refere a um meio de obter respostas às questões, por uma fórmula que o próprio entrevistado preenche.

## **A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DOS SUJEITOS PORTUGUESES E BRASILEIROS NO FACEBOOK**

Keen (2012) reconhece que a visibilidade pessoal nas redes sociais é o novo símbolo de status e poder no presente momento. O autor faz ainda questionamentos a respeito de quem somos no Facebook e quem deveríamos ser como indivíduos e sociedade. Deste modo, Keen (2012) ressalta que todos os indivíduos presentes nas redes sociais estão em exposição permanente, e questiona se todos os que possuem uma página pessoal compartilham de forma correta as imagens de si, ou se exibem o que gostariam de ser de verdade.

Inspirado nos apontamentos de Keen (2012), procuramos saber como os usuários são, de verdade, no Facebook. Oferecemos duas opções para que respondessem de acordo com a pessoa que julgam ser na rede social. Na questão, existiam duas alternativas: (1) A mesma pessoa que é fora da rede e (2) Quem gostaria de se representar aos amigos da rede. 67 (98,52%) respostas foram atribuídas à alternativa um, enquanto apenas uma pessoa respondeu que no Facebook constrói a sua identidade de acordo como deseja se representar aos amigos. A única inquirida que optou por esta resposta, representando 1,47% dos votos, é a usuária portuguesa,

Mary Go Cunha, de 39 anos. Segundo ela, no Facebook “ninguém quer se representar como uma pessoa má ou pouco social” e, por isso, muitas vezes um indivíduo acaba por construir a sua identidade na rede de acordo como deseja ser visto pelos demais.

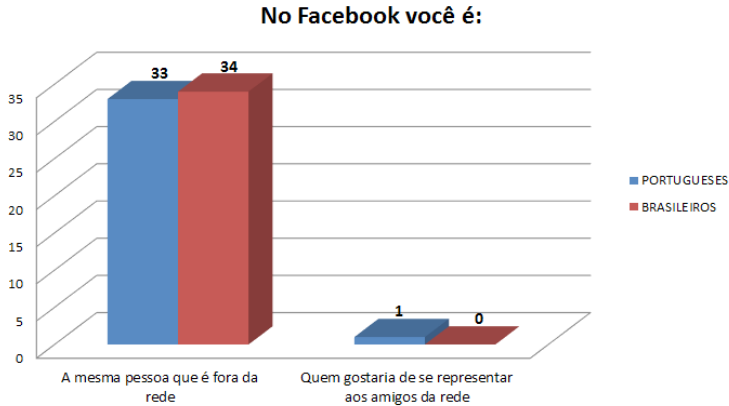


Figura 1: Como os usuários julgam ser no Facebook

O sentimento de identidade reflete a valorização de aspectos de si mesmo que se assemelham ou se diferenciam do entorno. Nesta perspectiva, Rosa e Santos (2013) destacam a utilização do conceito de “sentimento”, o que para os autores se reflete numa “implicação emocional e efetiva da identidade na vida de um indivíduo, como algo que o define e o diferencia” (Rosa & Santos, 2013, p. 33). Nesse sentido, podemos compreender que a construção de identidade está baseada nos compromissos que o indivíduo assume e onde investe emocional e efetivamente. Portanto, questionamos os usuários sobre como é que eles acham que se apresentam para os outros no Facebook, a fim de propor que fizessem uma autoanálise de si, como também, aproveitar estas respostas para observar como eles constroem as apresentações identitárias na rede.

Deixamos esta questão aberta para dar liberdade às opiniões dos usuários. Destas, avaliamos que 40 (58,82%) usuários julgam que se apresentam no Facebook como a mesma pessoa que é fora da rede, sete (10,29%) declararam que se apresentam de forma discreta/reservada. Entre os inquiridos, quatro (5,88%) não responderam ou nunca pensaram a respeito desta questão. Avaliamos também que 16 (23,52%) usuários julgam se apresentar de forma positiva, enquanto apenas um usuário brasileiro

declarou que acha que passa para os amigos da rede uma personalidade menos positiva, como declarou Fabiano dos Santos ao descrever que se apresenta como um “Tio que só usa o computador para jogar paciência”.

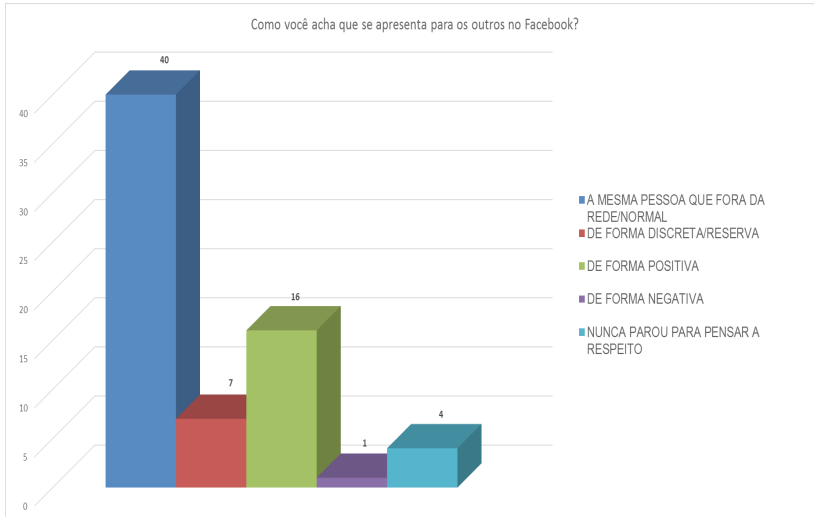


Figura 2: Como os usuários se apresentam para os outros no Facebook

Keen (2012, p. 58) enfatiza que “nossas reputações serão determinadas pelo que os outros pensam de nós”. Nesta perspectiva, pedimos aos usuários que também realizassem uma reflexão a respeito de como eles acham que os amigos da rede os veem. Deixamos esta questão em aberto, para receber as mais variadas respostas e observar as palavras e expressões de como os usuários responderam à referida questão. Dividimos as respostas em quatro categorias: (1) como sou de verdade/uma pessoa normal, (2) não tenho ideia, (3) como uma pessoa de características positivas e (4) uma pessoa reservada. A primeira categoria recebeu 34 (50%) indicações, enquanto a segunda 19 (27,94%), a terceira 11 (16,17%) indicações, e a quarta apenas cinco (7,35%) indicações. Diante desta questão, podemos compará-la com a anterior e reparar que mesmo se apresentando no Facebook como realmente dizem ser, algumas pessoas entendem que os seus amigos não os veem desta forma na rede social.

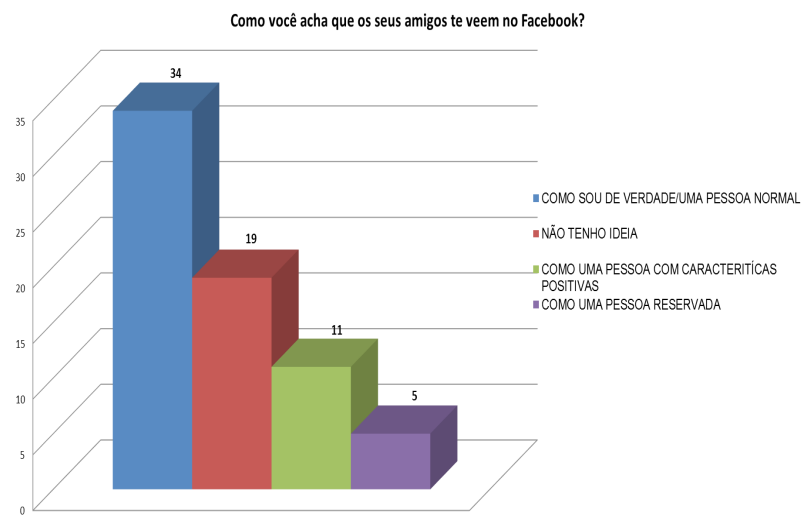


Figura 3: Como os usuários acham que os amigos os veem no Facebook

Bauman (2005) diz que as identidades ganharam livre curso, cabendo ao indivíduo capturá-las em pleno voo, usando os seus próprios recursos e ferramentas. Seguindo a perspectiva do autor, questionamos aos usuários quais são as palavras que julgam caracterizar a sua identidade no Facebook, a fim de tentar compreender a forma como se representam na rede e poder comparar com as duas questões anteriormente referidas. A questão oferecia uma lista de 15 alternativas, entretanto os inquiridos tinham a liberdade de marcar até três alternativas e ainda sugerir outras palavras, caso esta não fizesse parte das já referidas. No total, foram 21 as palavras que os usuários julgam caracterizá-los no Facebook.

As características mais referidas foram “amigável” com 38 (55,88%) indicações e “animado” com 36 (52,94%). Nota-se que quando questionamos os usuários sobre a forma como eles acham que se apresentam para os outros no Facebook, sete (10,29%) responderam que se apresentam de forma reservada/discreta, entretanto, a característica “discreto” foi referida apenas por uma usuária portuguesa. Deste modo, podemos constatar que, embora sete dos 68 usuários inquiridos julgam se apresentar de forma reservada aos outros, esta não é a característica mais forte de sua identidade.

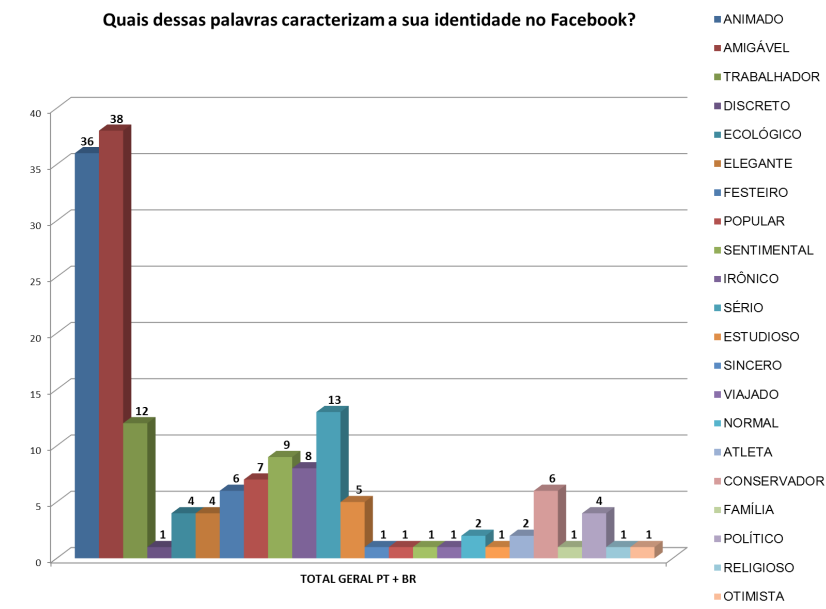


Figura 4: As palavras que caracterizam a identidade dos sujeitos no Facebook

Diante do que já discutimos, podemos tomar por identidade um conceito que diz respeito a uma certa imagem que um indivíduo tem de si, bem como a que o outro faz dele. O processo pelo qual os outros reconhecem as singularidades de uma pessoa. Traços distintivos, objetivados em características físicas, emocionais, intelectuais, grupais e comunitárias são, na verdade, aquilo que o sujeito deseja apresentar aos outros como, por exemplo, as características referidas no gráfico, desenvolvendo assim um suposto “eu”. Dentro desta perspectiva, definimos identidade como um processo de apresentação e atribuição de qualidades a um sujeito, segundo a sua cultura, atitudes, aparência, e também da expressão dos seus valores.

Através das características referidas pelos usuários portugueses e brasileiros, vemos a representação de vários “eus”: o eu trabalhador, o eu estudioso, o eu religioso, o eu amigável, etc.. Assim, podemos ver claramente os processos de construção identitária, os quais vêm ganhando uma nova forma, podendo até mesmo um indivíduo ser a representação de vários ‘eus’ como, por exemplo, o eu popular e o eu viajado. O Facebook possibilita aos usuários a oportunidade de se relatar, garantindo uma maior liberdade de mostrar ou construir a própria identidade.

Numa escala de um a 10 procuramos saber o quanto os inquiridos se importam com a opinião dos outros no Facebook. No total, 23 (33,82%) dos usuários declararam a opção um – nada importante – em relação ao assunto questionado. Destes usuários, 14 são portugueses e apenas nove são brasileiros. A opção cinco, considerada intermediária, recebeu 17 (25%) votos e apenas um (1,47%) dos usuários, sendo este brasileiro, declarou ser de extrema importância a opinião dos outros no Facebook. Aqui, notamos que os usuários revelam não se importar com a opinião dos outros e, por isso, publicam na sua página pessoal os conteúdos que gostam ou sentem vontade de compartilhar.

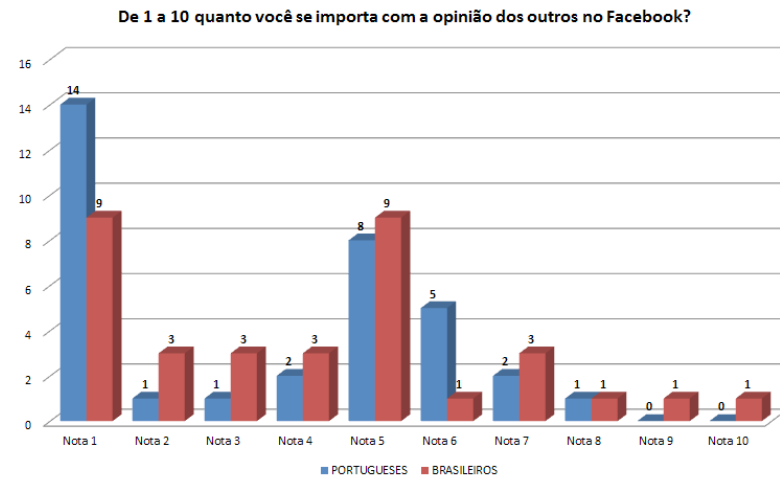


Figura 5: O quanto os usuários se importam com a opinião dos outros no Facebook

Em 2012, Bopp e González publicaram um artigo na Revista TPM da UOL, intitulada “Vida perfeita só existe no Facebook” e, segundo as autoras, “não é de hoje que se espelhar nos outros para avaliar a sua própria vida é um comportamento comum. Mas é fato que as redes sociais conseguem deixar a felicidade alheia mais sedutora, transformando pessoas e situações em ideais” (Boop & González, 2012). A afirmação das autoras nos inspirou em saber, numa escala de um a 10 – sendo um não se espelha em nada e 10 se espelha em tudo – o quanto os usuários portugueses e brasileiros se espelham no conteúdo dos seus amigos para avaliar a sua vida. Ao observar a figura abaixo, vemos claramente que 17 (50%) usuários portugueses e 13 (38%,25) usuários brasileiros declararam que não se espelham no conteúdo dos outros. Nota-se também que os brasileiros declaram se

espelhar mais na vida dos outros para avaliar a sua, pois foram os únicos a votar nas classificações de número seis e sete, sendo estas a mais altas em termos de resposta. A alternativa cinco, considerada intermediária, recebeu 11 (16,17%) votos, sendo estes cinco portugueses e seis brasileiros.

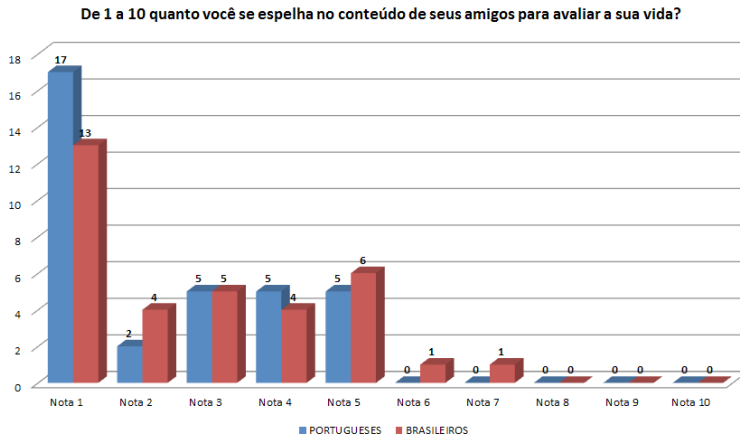


Figura 6: O quanto os usuários se espelham no conteúdo dos amigos para avaliar a vida

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 um dos principais locais de representações de identidade. Consequentemente, a identidade passa a ser um conceito firmado por meio de artificialidades, mas que não por isso merece ser analisado como menos importante do que quando era pautado por representações fixas. Como complemento, Keen (2012), pelas ideias de Singer (2011), destaca que nossa identidade individual na verdade é algo móvel, mutável, discreto e, acima de tudo, iniciante, não definitiva.

Nessa perspectiva, cada aspecto construtor da identidade deve ser comunicado em forma de representação. Após a sua criação, ele precisa ainda ser reafirmado para legitimar-se. A diferença é que agora isso é feito no Facebook, como destaca Keen (2012), através de uma página pessoal “temos a oportunidade verdadeira de nos tornar quem somos; mais importante ainda, quem deveríamos ser” (Keen, 2012, p. 126). Nesse sentido, os usuários do Facebook se utilizam da rede como ferramenta para construir as suas identidades. Dentro desse mesmo espaço é que elas são reafirmadas por meio daquilo que eles julgam ser ou representar. Podemos relacionar as observações desta análise com o apontamento de Jarvis (2011), que

argumenta que a revolução das redes sociais está a mandar-nos de volta para uma “cultura oral” pré-industrial, na qual todos iremos partilhar cada vez mais informação sobre nossos verdadeiros ‘eus’. Nesse sentido, o autor destaca que “a melhor solução é ser você mesmo” (Jarvis, 2011 citado em Keen, 2012, p. 61).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A presente dissertação procurou descobrir de que modo é construída a identidade dos usuários no Facebook. Procurou-se contextualizar o modo como a construção identitária é comunicada ao mundo e aos outros sobre a forma de representação. Assim, compreendemos que a identidade é algo mutável por natureza, subjetivo e indefinido, sendo a identidade de cada sujeito formada através dos mais variados aspectos. A construção de identidade é um processo essencial a todo indivíduo. Dessa forma, e na perspectiva desta investigação, pudemos compreender esse processo que está intimamente relacionado com o meio utilizado para aquela representação, neste caso, o Facebook. Consideramo-lo não apenas um meio, mas todo um ambiente social no qual o indivíduo está inserido e para o qual precisa de criar uma identidade, logo a partir do momento em que se registra.

Optamos por um estudo empírico comparativo entre os indivíduos de nacionalidade portuguesa e brasileira. Deste modo, centramo-nos em analisar os resultados de um inquérito relativo às percepções que os 68 usuários possuem em relação ao Facebook. Nesse sentido, vimos que o indivíduo assume diversos papéis sociais nos diferentes contextos em que se insere. Desta forma, ressaltamos que o Facebook é um grande potencializador da construção da identidade, à medida que trouxe ferramentas para que os usuários pudessem se representar, construindo assim, a sua identidade.

Ainda nesta percepção, analisamos que, ao apresentar a sua identidade no Facebook, o sujeito possui, de forma consciente e inconsciente, um objetivo. Este objetivo poderá ou não ser alcançado. Vários são os aspectos a serem analisados: a intenção de uso por parte do usuário, a forma como ele usa a rede, o modo como o outro lê está utilização, as percepções iniciais que o outro já possui do usuário, a vivência do usuário inicial, a vivência do outro, a convivência entre ambos. Todos estes aspectos influenciam a percepção que o outro irá obter através da interação por parte do usuário inicial.

Portanto, ressaltamos a importância desta dissertação, a qual procurou compreender a atuação dos sujeitos portugueses e brasileiros no



Facebook, com o intuito de encontrar respostas para desenvolver estratégias de comunicação nas redes sociais para estes usuários, utilizando estas informações para aplicá-las na prática da atividade publicitária.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bauman, Z. (2005). *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: J. Zahar.
- Bopp, B. & González L. (2012, dezembro). Vida perfeita só existe no Facebook. *Revista TPM*, 127.
- Carvalho, N. & Kramer, R. A. (2013). A Linguagem no Facebook. In T. G. Saliés & T. G. Sheperd (Orgs.), *Linguística na Internet* (pp. 77-92). São Paulo: Contexto.
- Castells, M. (2003). *A galáxia Internet: reflexões sobre Internet, negócios e sociedade* (vol. 2). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, M. (2004). *A era da informação: economia, sociedade e cultura - vol. 2: O poder da identidade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cervo, A. L. (1981). *Metodologia Científica: para uso dos estudantes universitários* (2.<sup>a</sup> ed.). São Paulo: McGraw-Hill.
- Ciampa, A. (1984). Identidade. In S. T. M. Lane & W. Codo (Orgs.), *Psicologia social: o homem em movimento* (pp. 58-75). São Paulo: Brasiliense.
- Goffman, E. (1975). *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. Petrópolis: Vozes.
- Hall, S. (1998). *A identidade Cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Keen, A. (2012). *Vertigem Digital: Por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando*. Editora Zahar.
- Lipovetsky, G. (2011). *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Editora Barcarolla.
- Nóbrega, L. P. de (2010). A construção de identidades nas redes sociais. *Revista Fragmentos de Cultura*, 20(1/2), 95-102.
- Recuero, R. (2011). *Redes Sociais na Internet* (2.<sup>a</sup> ed.). Porto Alegre.
- Rosa, A. M. & Santos, B. R. (2013). *Facebook e as nossas identidades virtuais*. Brasília: Thesaurus.

- Santor, F. (2010). *A estratégia publicitária influenciada pelas lógicas de consumo. In: Algumas considerações sobre identidade*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil.
- Stumpf, I. (2010). Avaliação pelos pares nas revistas de comunicação: visão dos editores, autores e avaliadores. *Perspectivas em Ciência da informação*, 13(1), 18–32.
- Thompson, J. (2012). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Editora Vozes.