

## A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE

### THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS IN THE PROCESS OF IDENTITY CONSTRUCTION

João Vitor Nunes Pereira<sup>1</sup>  
Ritiele Queles Pontes<sup>2</sup>  
Alessandra Tozatto<sup>3</sup>

**RESUMO:** O presente trabalho estabelece seu foco em torno do processo de formação da identidade no mundo globalizado, considerando todo o impacto envolvido no vínculo existente entre as redes sociais e a forte influência exercida por essa dinâmica na construção do ser gerando assim, uma negação das singularidades, transformando a subjetividade em um modelo a ser reproduzido. Tem por objetivo refletir sobre como essa interação nas redes sociais resulta em consequências no processo de formação identitário dos sujeitos. Para tanto, foi realizado uma revisão bibliográfica composta por leitura de artigos, livros e outros textos, baseada no estudo de autores relacionados ao tema. Parte-se da hipótese de que o consumo dos conteúdos produzidos pelas redes esteja associado com a maneira que o sujeito se coloca no mundo e consequentemente a isso no desenvolvimento de uma padronização da identificação.

591

**Palavras-chave:** Identidade. Redes Sociais. Sujeito.

**ABSTRACT:** The present work establishes its focus around the process of identity formation in the globalized world, considering all the impact involved in the existing link between social networks and the strong influence exerted by this dynamic in the construction of the being, thus generating a denial of singularities, transforming subjectivity into a model to be reproduced. It aims to reflect on how this interaction in social networks results in consequences in the process of identity formation of the subjects. For that, a bibliographic review was carried out, consisting of reading articles, books and other texts, based on the study of authors related to the theme. It starts from the hypothesis that the consumption of content produced by these networks is associated with the way the subject places himself in the world, and consequently to this in the development of a standardization of identification.

**Keywords:** Identity. Social networks. Subject.

<sup>1</sup>Acadêmico do curso de Psicologia da UNIRENTE/AFYA. E-mail: jvitor.cni@gmail.com.

<sup>2</sup>Acadêmica do curso de Psicologia da UNIRENTE/AFYA, E-mail: ritielequeles.pontes@hotmail.com.

<sup>3</sup>Psicóloga, Professora Mestre, docente do curso de psicologia. E-mail: aletozatto@gmail.com.

## INTRODUÇÃO

A formação da identidade ocorre de maneira gradual e contínua sofrendo influências de diversos aspectos que permeiam a relação do indivíduo com o meio e com o outro. A família, em especial os pais, se apresenta como sendo o primeiro modelo de identificação do sujeito e é responsável por apresentar-lhe os costumes, valores e tradições culturais. No referencial psicológico, a noção de identidade associa-se, fundamentalmente, a um sentimento de continuidade, de individualidade, que cada ser humano possui, sentimento que pode distingui-lo de qualquer outra pessoa (ALMEIDA et.al 2013).

A identidade, como sendo um processo de construção social, se apresenta como um fenômeno contrastivo, ou seja, formamos a nossa identidade a partir da percepção, do contraste ao outro. Podemos dizer também que se trata de um fenômeno alterativo dada a sua característica líquida, fluída que, principalmente no período pós-moderno, acentua a concepção de uma identidade fragmentada que, de acordo com Hall (2000) passa a ser uma “celebração móvel” onde o sujeito assume identidades diferentes em momentos diferentes. Sendo assim, ainda de acordo com Hall (2000), a ideia de uma identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia já que temos agora, um sujeito composto por várias identidades, por vezes até contraditórias.

592

Essa fluidez das identidades vem refletindo diretamente nas redes sociais e mais especificamente no que tange a respeito da construção identitária em meios virtuais onde se pode notar uma desordem de representações de identidade, já que por se tratar de um espaço virtual, o perfil criado pelo usuário muitas vezes foge do que é real, e torna-se um espaço dedicado as suas fantasias e desejos, publicizando um “eu” imaginário. O que é dividido nesse espaço é construído cuidadosamente pensando nos julgamentos que serão feitos daquele conteúdo, ou seja, a divulgação de algo que está sendo feito por alguém, tende a sugerir quem ele é. Dessa forma, manipulando os conteúdos que serão compartilhados em suas redes sociais, o sujeito busca moldar a imagem que ele deseja de si próprio, a imagem que será vista por todos. (NOBREGA, 2010).

O fenômeno da globalização, a internet e a transmissão sem fio se tornaram os percursos do desenvolvimento de meios de comunicação interativos. Tais meios de comunicação inseridos dentro da sociedade contemporânea, também chamada de sociedade

complexa, propiciaram o que Martino (2006, p.5) chamou de “uma verdadeira explosão comunicacional”. A partir disso, espaços virtuais cresceram ao longo dos anos, tanto em número quanto em conteúdo dando assim, origem a uma sociedade virtual difusa e diversificada. Esta nova dinâmica das interações interpessoais do mundo globalizado aliada a intensa troca de informações entre os usuários das redes afetaram a configuração da identidade do sujeito pós-moderno de modo que, adquirisse um caráter fluido, transitório e mutável, é o que Stuart Hall (2001), denomina de “crise de identidade” já que, é a partir da comunicação que as identidades emergem e definem-se.

Com a criação das redes sociais, o sujeito deixa de ser apenas um receptor da influência midiática e passa exercer também um papel de influenciador adotando uma postura ativa, atuando não somente na construção de sua própria identidade como também se tornando parte presente na dos demais. Sendo assim, este trabalho debruça-se sobre esta temática com objetivo elucidar uma reflexão a respeito das diferentes formas como as redes sociais podem influenciar no processo de construção identitário dos sujeitos e também as possíveis consequências de tais influências.

## METODOLOGIA

593

Foi utilizado para a construção do presente trabalho o método de pesquisa explicativa, com o intuito de relacionar a influência das redes sociais no processo de construção de identidade do ser, partindo de uma revisão bibliográfica composta por leitura de livros, artigos e outros textos relacionados ao tema. A finalidade é trazer através de estudos e pesquisas uma reflexão sobre a maneira como o conteúdo consumido pelo indivíduo nas redes sociais é capaz de influenciar o modo que ele se coloca e se enxerga no mundo, como uma forma de expressar sua própria identidade. Para tanto, a pesquisa foi baseada em estudos de autores como Stuart Hall, Manuel Castells, Nicholas Negroponte e Guy Debord.

## REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### I- A IDENTIDADE

“Eu ainda estou aqui, perdido em mil versões irreais de mim”

Me espera – Sandy (feat. Tiago Iorc)

Podemos dizer que a identidade e toda estrutura ligada à sua concepção se trata de um processo que é inerente a própria mente humana e se relaciona com a nossa experiência e a nossa maneira de ser no mundo. Cada trajetória percorrida por cada um de nós é responsável por abrir inúmeras possibilidades de formação de identidades diferentes que, por sua vez, são sempre singulares. Somos resultado da nossa interação com o mundo e com as pessoas que convivemos. Somos fruto de um contexto histórico, econômico, social e cultural e tudo isso contribui para a formação da nossa identidade.

Construir identidades se relaciona primordialmente a nossa capacidade de categorizar. A fragilidade temporal de nossa existência precede a nossa necessidade de estabelecer uma visão nítida do mundo, das coisas, dos objetos, sentimentos, afetos e até mesmo de nós mesmos, de quem somos e quem os outros são. Assim, surge à necessidade de categorizar, criar identidades.

Quando pensamos a respeito do conceito de Identidade a primeira questão que nos vem em mente é a nossa identidade pessoal, própria, singular, que aparece norteada pela pergunta “Quem sou eu?”. Mesmo se tratando de uma pergunta simples e feita a nosso respeito a resposta muitas vezes pode ser complexa e nos levar a questionamentos sobre nós mesmos que sequer havíamos considerado em algum momento. A partir destes questionamentos, iniciamos um movimento, um fluxo de descobertas e redescobertas sobre nós, sobre nossa maneira de existir, a forma como reconhecemos e somos reconhecidos, fazendo com que a identidade, das palavras de CIAMPA (2002), seja um movimento de transformação, uma metamorfose, dado ao seu caráter mutável. Sobre essa mutabilidade da identidade e a busca do indivíduo acerca do seu reconhecimento pelo outro Almeida (2005, p.85) afirma:

594

Em cada contexto, o indivíduo expressa sua pretensão de ser reconhecido como determinada pessoa (que supõe ou procura ser) e é reconhecido ou não (conforme o que os outros pressupõem que ele seja). Em cada contexto, ele é o que está sendo para si e para os outros, ou seja, sua subjetividade incorpora (de modo conformista ou conflitivo a intersubjetividade, pois está agindo sempre levado em consideração às expectativas dos outros e às pretensões de si mesmo.

“Essa pretensão de ser alguém frente aos outros é sempre confrontada com as pressuposições acerca de quem os outros (sociedade) esperam que o indivíduo seja, há sempre uma identidade pressuposta, ou seja, uma determinação externa ao indivíduo sobre a qual ele pode agir no sentido de reproduzir ou modificar tal pressuposição.” (NADIR, LARA 2017).

Sobre tal identidade pressuposta, tomamos como referência o exemplo dado por CIAMPA, 2001, p.161:

Antes de nascer, o nascituro já é representado como filho de alguém e essa representação prévia o constitui efetivamente, objetivamente como filho, membro de uma determinada família, personagem (preparada para um ator esperado) que entra na história familiar às vezes até mesmo antes da concepção do ator. Posteriormente essa representação é interiorizada pelo indivíduo, de tal forma que seu processo interno de representação é incorporado na sua objetividade social, como filho daquela família.

Bauman e sua Modernidade Líquida nos apresentam um sujeito cuja identidade é fluída, alterada e não mais pré-determinada já que, nos dias atuais “uma identidade coesa, firmemente fixada e solidamente construída seria um fardo, uma repressão, uma limitação da liberdade” (BAUMAN, 2005, p.60). Assim sendo, essa identidade pela perspectiva de Bauman assume-se “como um manto leve pronto a ser despido a qualquer momento” (BAUMAN, 2005, p.37). Assim concluímos que “a construção da identidade assumiu a forma de uma experimentação infundável” (BAUMAN, 2005, p.91).

Stuart Hall (2011), em sua obra “A identidade Cultural na Pós-Modernidade”, estabelece a existência de três tipos de identidade alocadas em períodos históricos distintos, sendo o primeiro deles a identidade do sujeito iluminista. Ao considerarmos um mundo “pré-iluminismo”, onde a hierarquia da sociedade não era alvo de discussão e as entidades que 595 compunham tal sociedade estavam situadas de maneira estável, nesse período, podemos dizer que a identidade era algo dado, determinada pela condição em que se nascia. No iluminismo, com o “desencantamento do mundo”, essa perspectiva muda e a identidade passa a ser entendida como um núcleo presente no interior do indivíduo e que permanecia inalterado até sua morte. A partir disso, temos uma concepção de sujeito autônomo, unificado, livre e senhor de si.

Tal concepção perdura até o ponto em que a essa autonomia é posta em questão e o sujeito iluminista passa a dar lugar ao que Hall (2011) chamou de sujeito Sociológico. O sujeito Sociológico ainda mantinha seu núcleo/Identidade, no entanto essa era moldada a partir da interação entre o “eu” e a sociedade. Por fim, ele nos apresenta a identidade do sujeito pós-moderno, uma identidade fragmentada onde o indivíduo assume várias identidades.

O processo de globalização é enfatizado por Hall (2011) devido ao seu impacto na identidade. Quanto mais a vida social é media pelo mercado global mais as identidades se

tornam desvinculadas de lugares, tempos, histórias, e tradições e há assim, uma “homogeneização cultural”. (WONSOSKI, DOMINGUES 2015).

### 1.1 A identidade, o sujeito e o mundo globalizado

Para que seja possível entender todo o processo de influência na formação de identidade e as diferentes maneiras como esse processo pode se dar e os diferentes canais onde esse poder modelador se encontra, com especial ênfase nos mecanismos e ferramentas das redes sociais, primeiramente se faz necessário entender o surgimento do cenário atual, e como ele foi impactado pelo surgimento e desenvolvimento da globalização, isso é, o real impacto causado pela globalização nas relações humanas e para tanto é fundamental entender o que de fato é a globalização.

Para Santos e Casteletto (2019) a globalização é entendida como um fenômeno de integração econômica e cultural entre os países, que teve sua origem após a terceira revolução industrial, um período marcado pela evolução tecnológica que possibilitou inúmeras transformações na sociedade, e nesse cenário de avanços foram desenvolvidas redes de comunicação com intuito, entre muitos outros, de aproximar pessoas ao longo de todo o globo.

Segundo Castells (2003), dentre as possibilidades desenvolvidas por essas redes de 596  
comunicação, a internet teve um papel de destaque, uma vez que deixou de ser um sistema de pesquisas de universidades e outras instituições, para se transformar em uma rede de comunicação que envolve uma parcela expressiva de pessoas em todo o mundo, o que causou um profundo impacto nas formas de relacionamentos pessoais e sociais, assim como na forma de pesquisa e aprendizagem.

Por fornecer diferentes meios de se comunicar com outras pessoas e de maneira rápida, em poucos anos dominou tão profundamente este aspecto no processo de interação humana que em uma realidade contemporânea, é capaz até mesmo de moldar a construção de identidades em todos os lugares do planeta em que se tem acesso aos seus veículos de propagação (SILVEIRA, 2004).

Diante da realidade apresentada pelo crescimento da internet em todo o mundo e os veículos de comunicação oferecidos por esta, o que se observa como produto dessa equação, primeiramente é uma nova forma de socialização, onde o contato direto com outra pessoa é

substituído pelo uso de aparelhos eletrônico (celular, tablet, computador, etc.), sendo possível se comunicar com pessoas de diferentes lugares em todo o mundo por meio de plataformas digitais, sem nunca ter encontrado tais pessoas além da tela. Essa relação de contato virtual se intensificou ainda mais com as chamadas redes sociais.

## 1.2 Redes sociais digitais e suas implicações nas relações interpessoais contemporâneas.

Na realidade do mundo globalizado onde a internet se tornou soberana conseguindo dominar desde os temas mais complexos como a execução de algoritmos para levar o homem a Marte até as coisas mais simples da vida humana como a interação social dos indivíduos, isso se faz possível por meio de suas diversas ferramentas tecnológicas que estão em todos os lugares atendendo todos os públicos.

Dentre essas ferramentas da vida moderna, uma se destaca por seu incrível alcance e poder: as redes sociais digitais. Sobre elas há muito o que se possa dizer mas, uma das grandes questões que envolvem esse tema é justamente como em tão pouco tempo sua influência se tornou tão forte e seu alcance tão vasto, uma vez que em janeiro de 2022 o mundo contava com cerca de 4,62 bilhões de usuários de mídias sociais, sendo as principais redes sociais favoritas desses usuários respectivamente: Whatsapp (15,7%), Instagram (14,8%) Facebook (14,5%)<sup>597</sup>  
Quando se pensa em interação humana, logo se pensa em redes sociais. (KEMP, 2022).

Mas o que de fato são redes sociais? Para Marteleto (2001), são um conjunto de pessoas e/ou organizações que estão conectadas por relacionamentos sociais, que podem ser motivados por amizades, por relações de trabalho, ou por interesse em trocas de informações. O que se vê com o surgimento da internet é um deslocamento dessas redes sociais para o meio virtual. Ainda que não exista o contato físico entre os usuários, o contato cognitivo e o emocional existem, e são manifestados de acordo com as ferramentas encontradas pelo usuário para tal.

O que passou a ser entendido como redes sociais no mundo contemporâneo, basicamente são plataformas digitais, sites e aplicativos onde circula uma imensa quantidade de informações com diferentes assuntos, ideias e temas. Existe uma grande diversidade de redes sociais, e cada uma delas com suas determinadas finalidades, mas que de um modo geral seguem o mesmo intuito de compartilhar opiniões, experiência, perspectivas utilizando texto, imagens, áudios e vídeos para emitir uma mensagem (VERMELHO, et al. 2014).

Desde seu surgimento, diferentes redes sociais se tornaram destaques nas últimas décadas, como por exemplo o *Orkut* que foi mundialmente utilizado por milhões de usuários, até ser desativado em 2014, após ter perdido visibilidade para outras redes como o *Facebook* e o *Instagram* que nos dias atuais são algumas das redes sociais mais utilizadas no mundo (ROCHA; SOUZA FILHO, 2016).

No entanto o que poderia explicar o tamanho do sucesso dessas redes digitais? Muitos pontos poderiam ser apontados como uma possível justificativa, mas antes de tudo, se faz necessário entender o início desse sucesso com as primeiras redes sociais, como é o caso do já mencionado *Orkut*.

O perfil do usuário do *Orkut* era um retrato fiel do país, por possuir todas as classes sociais e pessoas de todas as regiões. *Orkut* foi porta de entrada à web no Brasil, e revolucionou a maneira de se relacionar com outros indivíduos, já que por meio de sua plataforma era possível se comunicar com uma diversidade enorme de pessoas e com rapidez, também era um espaço livre para a prática da expressão do ser, e conseqüentemente a criação de conexões com outros sujeitos que compartilhassem dos mesmos interesses e ideias, e dessa forma criando grupos de identificação, como era o caso da comunidades, podendo ser citada como exemplo a cultura *Emo*, muito propagada pelas comunidades do *Orkut*. A demonstração de afeto por meio do site 598 se tornou comum, e para muitos a maior prova de afeto que alguém poderia oferecer era um depoimento no *Orkut*, o que veio depois a ser a marcação nas publicações do *Facebook* (THIBES, 2009).

Com o *Facebook* a realidade não é diferente, a plataforma possibilita a criação e compartilhamento de conteúdo, com o intuito de criar comunidades e facilitar o relacionamento das pessoas. O comportamento em relação a manifestação de afeto é muito parecido com o cenário do *Orkut*, por meio das marcações em publicações os usuários demonstram seu sentimento em relação as pessoas do seus ciclos e também recebem as marcações como prova de sua real estima. No contexto dos relacionamentos amorosos a realidade não é diferente, um dos passos para oficializar o relacionamento é feito com a troca do status de relacionamento no *Facebook*, e para a manutenção da relação a afirmação do sentimento do casal feito por meio de postagens dedicadas a pessoa amada. Nessa plataforma é inserido o conceito de *like*, no dias



atuais muito conhecido e difundido em outras redes, como por exemplo o *amei* no Instagram. (ROCHA; FILHO, 2016)

O “*like*” atua nesse contexto como um “medidor” de conteúdo, onde quanto mais *likes* se tem melhor teoricamente é o conteúdo, com o passar do tempo o valor das coisas e das pessoas passou a ser medido pela quantidade de *likes* que ela tem, comportamento que rapidamente se vinculou com os níveis de satisfação de cada pessoa, dessa forma a satisfação plena só é alcançada se as publicações nas redes agradarem muitas pessoas e elas retribuírem com *likes*, o que pode ser entendido como um qualificador.

Essa busca desenfreada por likes, pelo reconhecimento e a autossatisfação dos usuários aliada a imposição por parte das mídias de uma padronização da vida, segundo Brunelli et. al (2019) “faz com que os usuários desejem atingir aquele determinado “status quo”. Ainda segundo Brunelli et. al (2019), “essa pseudoconcreticidade ao contrapor-se dialeticamente com a realidade de vida tem gerado conflitos profundos no âmbito da psique, no efeito inverso na autoestima e em casos extremos em quadros de depressão.”

O like assume a característica de uma moeda de troca virtual “que insere ou repele, torna público e decreta falência, dá status ou marginaliza” (BRUNELLI et. al 2019), fazendo com que os usuários das redes sociais busquem cada vez mais alcançar a aprovação do outro e para tal, buscam se assemelhar ao padrão vigente das redes, ofuscando sua própria identidade em prol de uma identidade padronizada, iniciam um processo de espetacularização da própria vida expondo-a e manipulando-a de forma a moldá-la no que os outros esperam que sejam e não o que realmente são.

599

### 1.3 Redes Sociais: Uma espetacularização da vida contemporânea

“Respeitável público, um show tão maluco essa noite vai acontecer, aqui a gente vai armar um circo, um drama com perigo e nessa corda bamba quem vai caminhar sou eu”

A queda – Glória Groover

A realidade apresentada acima, em muito se assemelha com o conceito elaborado por Guy Debord em seu livro “A sociedade do espetáculo”, onde para ele em primeiro lugar, o espetáculo é entendido como a relação social entre pessoas mediadas por imagens. Segundo Debord (1997, p.19) “onde o mundo real se converte em simples imagens, essas imagens tornam-

se seres reais e motivações eficientes típicas de um comportamento hipnótico”. Ou seja, a sociedade do espetáculo é basicamente uma sociedade pautada nos relacionamentos através do audiovisual, uma realidade facilmente vista por meio das redes sociais.

Dessa forma, é possível fazer uma relação entre esse modelo de sociedade apresentado por Debord e o que é visto no cenário atual das relações interpessoais, podendo ser apontado como o modelo dominante da sociedade contemporânea, o modelo do espetáculo, onde as imagens têm um peso extremamente significativo nas relações interpessoais, ou até mesmo intrapessoal (DEBORD, 1997).

A lógica da vida contemporânea é a lógica da espetacularização da vida, onde o que se tem é uma necessidade de transformar em espetáculo todos os aspectos da vida humana, uma relação visível e inegável com as redes sociais pode ser feita onde, através dos mecanismos oferecidos por essas plataformas digitais é possível tornar público (espetacularizado) os momentos da vida particular. Essa lógica dominante se faz presente até mesmo se o indivíduo não participa de forma ativa na produção de conteúdo, publicando e espetacularizando momentos da própria vida, mas acaba consumindo isso sendo espectador de momentos espetacularizados da vida do outro.

Essa lógica da espetacularização da vida, tem raízes fortes na sociedade contemporânea, de tal forma que é quase impossível se ver fora dela, uma vez que as ferramentas e recursos utilizados para a propagação dela são diversos e se encontram de todas as partes, por meio das mídias de comunicação em especial as digitais, como é o exemplo das redes sociais.

Essa necessidade de tornar público, de reproduzir a vida pessoal se dá em diversos momentos e por diferentes canais como por exemplo o *Instagram*, *Facebook*, *TikTok* entre outros aplicativos que tem como finalidade a espetacularização da vida, e esse é um exemplo perfeito de aplicação do conceito de sociedade do espetáculo, esse modelo de vida que preza o parecer.

Aqui a aparência se põe acima da existência, parecer é mais importante do que ser, então o que se observa nesse cenário atual é uma passagem do ser para o parecer como força motriz da lógica espetaculativa, e dessa forma o que se conhece de uma pessoa é apenas o que ela mostra, não o que ela realmente é, se conhece o que ela parecer ser, e é nesse momento em que começa uma ruptura entre identidade real e imagem apresentada.

Uma vez que a identidade é formada através do contato entre o homem e o mundo, a realidade produzida por essa sociedade do espetáculo apresentada por Debord (2003, p.29. grifo do autor) “onde o mundo tão presente e ausente que o *espetáculo apresenta* é o mundo da mercadoria dominando tudo que é vivido. O mundo da mercadoria é mostrado *como ele é*, o seu movimento idêntico ao *afastamento* dos homens entre si, diante do seu produto global”, faz com que o quê o recurso de troca interpessoal mais fácil para a formação dessa identidade, seja por meio das redes sociais que por sua vez transmitem os valores da alienação como mostra o autor:

A alienação do espectador em proveito do objeto contemplado (que é o resultado da sua própria atividade inconsciente) exprime-se assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo, a exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age aparece nisto, seus próprios gestos já não são seus, mas de um outro que lhos apresenta. Eis porque o espectador não se sente em casa em parte alguma, porque o espetáculo está em toda a parte.” (DEBORD, 1997 p. 25 e 26)

Então compreendemos a sociedade contemporânea como uma sociedade mediada por imagens, onde as relações interpessoais são feitas através de imagens, consumindo conteúdos criados sob a lógica parecer > ter, e sendo influenciado por esses conteúdos, realidade facilmente vista através do papel dos Influenciadores digitais, que hoje em dia fazendo parte de uma categoria de trabalho informal, cuja função é justamente exercer poder influenciador sob as pessoas que consomem os conteúdos produzidos por ele, conteúdos esses que são pensados desde o primeiro momento com a finalidade de convencer um público a acreditar em uma determinada coisa.

601

Ainda pensando nessa lógica de controle, sem fazer um julgamento de valor, e sim como constatação de uma realidade, essa é a maneira com a qual se relacionam as pessoas na sociedade contemporânea, e como formam suas concepções, como aponta Debord 1997. p.21 e 22:

O espetáculo é o discurso ininterrupto que a ordem presente faz sobre si própria, o seu monólogo elogioso. É o auto-retrato do poder no momento da sua gestão totalitária das condições de existência. A aparência fetichista de pura objetividade nas relações espetaculares esconde o seu caráter de relação entre homem e entre classes: uma segunda natureza parece dominar o nosso meio ambiente com as suas leis fatais. Mas o espetáculo não é necessariamente o produto do desenvolvimento técnico do ponto de vista do desenvolvimento *natural*. A sociedade do espetáculo é, pelo contrário, uma formulação que escolhe o seu próprio conteúdo técnico. O espetáculo, considerado sob o aspecto restrito dos “meios de comunicação de massa” - sua manifestação superficial mais esmagadora - que aparentemente invade a sociedade como simples instrumentação, está longe da neutralidade, é a instrumentação mas conveniente ao seu automovimento total. As necessidades sociais da época em que se desenvolvem tais

técnicas não podem encontrar satisfação se não pela sua mediação. A administração desta sociedade e todo o contato entre os homens já não podem ser exercidos se não por intermédio deste poder de comunicação instantâneo, é por isso que tal “comunicação” é essencialmente *unilateral*; sua concentração se traduz acumulando nas mãos da administração do sistema existente os meios que lhe permitem prosseguir administrando. A cisão generalizada do espetáculo é inseparável do Estado moderno, a forma geral da cisão na sociedade, o produto da divisão do trabalho social e o órgão da dominação de classe”

É possível também relacionar toda essa lógica de controle com todos os conteúdos produzidos e publicados nas redes sociais, já que todo o conteúdo é produzido com uma intencionalidade, como fazer as pessoas pensarem de uma determinada maneira sobre uma coisa específica, se faz necessário ter em mente que existe uma finalidade por trás de cada conteúdo feito por essa relação imagética, é possível que por trás de um discurso tenha uma intencionalidade bem pontual e dessa forma agir com p intuito de moldar o pensamento do consumidor a cerca de um determinado assunto, exercendo assim um poder de controle sobre aqueles que se permitem consumir e acreditar na lógica apresentada.

## 2.INFLUENCIADORES DIGITAIS: OS ASPECTOS CONSTITUTIVOS DA RELAÇÃO INFLUENCER-SEGUIDOR E A SUAS IMPLICAÇÕES NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE

A modernidade líquida de Bauman (2001) traz à tona a figura de um novo modelo de autoridade denominada de conselheiro “o que acarreta no aumento da quantidade de autoridades, que agora não mais ditam ordens, e sim, se tornam acessíveis e agradáveis, provocando e seduzindo, a fim de conquistar seguidores” (SIMON 2018). Nesse sentido, os influenciadores surgem “como pessoas comuns que acabam ficando conhecidas dentro do mundo virtual. Desta forma são vistas como mais acessíveis aos seus seguidores e exercem o papel daqueles que Bauman (2001) define como conselheiros, frente às sociedades líquidas da pós modernidade” (SIMON 2018).

Fruto do produto entre as relações interpessoais e as mídias sociais digitais, a figura dos influenciadores emerge no cotidiano dos usuários das redes sociais se tornando referência na construção de estilos de vida e, conseqüentemente, de identidades. Tal grupo atua, mesmo que implicitamente, sobre as escolhas de seus seguidores fazendo com que estes, ao adotarem estilos e comportamentos semelhantes, emanem um sentimento de pertencimento constituindo assim a relação *influencer-seguidor*.

O indivíduo é resultado de “múltiplas identificações com traços do outro que, como fios que se tecem e se entrecruzam para formar outros fios, vão se entrelaçando e construindo a rede complexa e híbrida do inconsciente e, portanto, da subjetividade” (CORACINI 2007 p.61). Assim, temos que na relação influencer-seguidor “as identidades de ambos se mesclam com a de milhares de outros influencers e seguidores, até mesmo o próprio influencer segue outros tantos como ele ou diferentes, em uma rede virtual infinita de pessoas e, conseqüentemente, de identificações” (SILVA, AMARANTE 2020).

Deste modo, partindo da ideia de que a identidade está em constante processo de formação podemos dizer que “os sujeitos se utilizam inconscientemente dessa rede para “alimentar” sua própria identidade instável. No caso, as postagens de quem se segue e por quem se é seguido são fragmentos desses sujeitos, fragmentos identitários que estão como em uma vitrine, com a vontade de serem o desejo do outro” (SILVA, AMARANTE 2020).

Essa vontade de se tornar “desejo do outro” através do uso das redes sociais pode aparecer mascarada pelo uso de tais redes como ferramenta de trabalho ou de lazer deixando transparecer aspectos da vida que em momentos anteriores eram considerados pessoais. Assim:

A visibilidade e a conexão sem pausa constituem dois vetores fundamentais para os modos de ser e estar no mundo mais sintonizados com os ritmos, os prazeres e as exigências da atualidade, pautando as formas de nos relacionarmos conosco, com os outros e com o mundo. [...] Tanto as paredes como os pudores que costumavam proteger a intimidade em boa parte desses espaços – outrora considerados pessoais – sofreram a infiltração das ubíquas redes, que logo permitiriam a circulação de um fluxo crescente de presenças virtuais e olhares reais. (SIBILIA, 2016, p. 21-23)

603

Os conteúdos disseminados nas redes através dos influenciadores por vezes podem se apresentar como algo fictício, ideais de padrão que estão disassociados da realidade, trazendo uma versão de si encenada, algo que desperta o desejo e interesse de quem os segue. Sobre isso SIBILIA (2016, p. 105) aponta que:

[...] as complexas fronteiras entre realidade e ficção ficam cada vez mais embaçadas nesses jogos, pois as telas interconectadas parecem cenários muito adequados para que cada um realize a performance de si mesmo. Entre outras ferramentas usadas para essa mise-en-scène, destacam-se os testemunhos em primeira pessoa, que de algum modo remetem a outro recurso antigo: a “técnica da confissão”. Esse eficaz instrumento para a produção de verdades tem sido utilizado há vários séculos no Ocidente, e sua genealogia foi traçada por Michel Foucault em seu livro *A vontade de saber*.”

De tal forma, temos que a exposição de conteúdos fantasiosos ou encenados, criados para expressar uma imagem idealizada de perfeição e fortalecer os vínculos da relação

influencer-seguidor, tem levado usuários das redes a acreditarem convictamente na existência de tal realidade, onde se é possível ter uma vida perfeita e sem falhas. As frustrações provocadas pela incapacidade de alcançar um padrão inexistente podem levar muitos destes usuários a desenvolverem algum tipo de transtorno ao longo da vida.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para concluir o presente trabalho, que buscou refletir sobre a influência das redes sociais na construção da identidade dos sujeitos, para compreender as consequências dessa dinâmica na forma como o homem se coloca no mundo, fazendo uso da reflexão e leitura de textos e trabalhos de autores com foco no tema, que nortearam e deram luz a problemática em questão.

Para que fosse possível atingir a compreensão da maneira como esse processo de influência das redes sociais na construção da identidade, foram consideradas as seguintes questões: a maneira com o sujeito se coloca no mundo; e o papel dos conteúdos produzidos e propagados nessas plataformas no processo de padronização da identificação. Dessa forma, esse estudo observou que por se tratar de um processo gradual e contínuo, a construção da identidade do sujeito sofre influência direta e indireta daquilo que se tem contato ao longo da vida, dessa forma se faz clara a atuação dos conteúdos consumidos nas redes sociais nesse processo criativo 604 que resulta em identidade, uma vez que essas plataformas digitais se tornaram presentes no cotidiano das pessoas de tal forma que seu alcance e poder podem ser vistos em quase todas as esferas de relacionamentos interpessoais.

Com isso, é sustentada a ideia de uma subjetividade padrão, ou seja, a transformação da subjetividade em um modelo a ser reproduzido, gerada pela dinâmica entre a influência do consumo dos conteúdos produzidos e propagados nas redes sociais no processo de construção da identidade do ser, moldando dessa forma uma sociedade sob os padrões idealizados de identificação, perdendo-se assim a essência da identidade que é baseada na singularidade e nas vivências únicas de cada ser.

Considerando o tema proposto como uma realidade vista diariamente e muito comum, baseando na forte presença e influências das redes sociais na sociedade como apresentado ao decorrer do presente trabalho, é possível, no entanto, apontar a problemática das consequências da influência dessas plataformas como pouco percebidas pelas pessoas, uma vez que se tornou

tão comum ao ponto de passar despercebido, como um cenário que sempre esteve presente, e dessa maneira toda a complexa gama de consequências originadas por esse sistema acaba por se camuflar nas dobras do cotidiano.

À vista dessa realidade, após os estudos e pesquisas feitos para a produção desse artigo, o que se aponta como fruto desse trabalho é a reflexão sobre a necessidade de dar luz a essa problemática e abordar esse assunto com o objetivo de debater sobre a padronização do único, bem como a tentativa de moldar a individualidade através das ferramentas tecnológicas, por haver o risco de uma perda das singularidades, a expressão do ser no mundo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, A. P. et al. A construção da identidade. Revista Científica Eletrônica de Ciências Aplicadas da FAIT, ed 2, maio. 2013. Disponível em: <[http://fait.revista.inf.br/imagens\\_arquivos/arquivos\\_destaque/N3RULeGGRNS](http://fait.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/N3RULeGGRNS)

[xs-mJ\\_2014-4-16-21-35-4.pdf](#)>. Acesso em: 23/03/2022.

ALMEIDA, J. A. M. (2005). **Sobre anamorfose: identidade e emancipação na velhice**. Tese de Doutorado, Programa de Pós-graduação em Psicologia Social, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, SP

605

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed., 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed., 2005.

BRUNELLI, P. B.; AMARAL, S.C.S; SILVA, P.A.I.F. **Autoestima ali-mentada por “likes”**: uma análise sobre a influência da indústria cultural na busca pela beleza e o protagonismo da imagem nas redes sociais. In: **Revista Philologus**, Rio de Janeiro, V. 25, n. 73, p. 226-36, 2019. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/rph/ANO25/73supl/19.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2022.

BUBER, M. **Eu e tu**. São Paulo: Cortez & Moraes, 1979.

CIAMPA, A. C. (2002). **Políticas de identidade e identidades políticas**. In C. I. L.

CORACINI, Maria José. **A celebração do outro: arquivo, memória e identidade. -línguas (materna e estrangeira), plurilinguismo e tradução**. Campinas: Mercado de Letras, 2007.

DA SILVA, Larissa Candido; AMARANTE, Maria de Fátima Silva. **TRÊS INFLUENCIADORAS DIGITAIS E SUAS SEGUIDORAS: DISCURSO, EXERCÍCIO DE PODER E IDENTIDADE**. revista Linguasagem, v. 36, n. 1, p. 39-81, 2020.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, v. 102, p. 85-102, 1997

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 4. ed. Rio de Janeiro: DP&A. 2000. 102 p.

HALL, Stuart A. A identidade cultural na pós-modernidade. DP&A Editora, Rio de Janeiro, 2001.

KEMP, Simon. Digital 2022: **Relatório da visão geral global**. Datareportal, 2022. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>>. Acessado em: 12 Maio 2022.

Lara, Nadir e Lara, Andrea Paula Santos **Identidade: Colonização do mundo, da vida e os desafios para a emancipação**. Psicologia & Sociedade [online]. 2017, v. 29, e171283. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/18070310/2017v29i171283>>. Acessado em: 08 Maio 2022.

LANE, S. & CODO, W. (Orgs). **Psicologia Social: o homem em movimento**. 14<sup>a</sup>. Ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 2012.

MARTINO, Luiz C. A Revolução Mediática: a comunicação na era da simulação tecnológica. Razón y Palabra, México, v. 50, 2006.

ROCHA, GC da; SOUZA FILHO, Veridiano Barroso. **Da guerra às emoções: história da internet e o controverso surgimento do Facebook**. Encontro Regional Norte de História da Mídia, v. 4, 2016. 606

SIBILIA, Paula. **O show do Eu**. Contraponto, 2.ed., Rio de Janeiro, 2016.

SIMON, Carolina Sasso. **As relações não-sociais nas redes sociais**. 2018.

THIBES, Mariana Zanata. **Orkut: o público, o privado e o íntimo na era das novas tecnologias da informação**. 2009. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. doi: 10.11606/D.8.2009.tde-12072010-135357.

VERMELHO, Sônia Cristina et al. **Refletindo sobre as redes sociais digitais**. Educação & Sociedade [online]. 2014, v. 35, n. 126 [Acessado 10 Maio 2022] , pp. 179-196. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0101-73302014000100011>>.

WONSOSKI, Wanessa; DOMINGUES, Eliane. **O conceito de identidade em Antonio da costa Ciampa, Zygmunt Bauman e Stuart Hall**. Encontro Anual de Iniciação Científica EAIC. Maringá, 2015. 4p. Disponível em: <http://www.eaic.uem.br/eaic2015/anais/artigos/324.pdf>. Acesso em: 10 mai. 2022.