
MÍDIAS SOCIAIS E A SUBJETIVIDADE EM CARACTERES

Wescley de Novaes Lino
Milena Maria Sarti

RESUMO: Com a ascensão e a popularização do uso das Mídias Sociais na contemporaneidade, cabe analisar e questionar se plataformas virtuais como Facebook e Twitter tem oportunizado espaços para novas formas de expressão e produção de subjetividade e se, por consequência, tem gerado novas formas de sociabilidade. Por meio de revisão bibliográfica, esse artigo busca apresentar as transformações da subjetividade na (pós) modernidade com a chegada da internet. Apresentando também o Ciberespaço em suas possibilidades, se discute que *Facebook* e *Twitter* compõem janelas para uma nova forma de singularização, a subjetividade em caracteres, já que trazem em seu bojo uma nova forma de sociabilidade que acena extrapolar o domínio da virtualidade.

PALAVRAS-CHAVE: mídias sociais; subjetividade; sociabilidade; *Facebook*; *Twitter*

Índice

| | |
|---|----|
| Introdução | 1 |
| 1 O percurso histórico das Mídias Sociais: onde tudo começou | 2 |
| 2 A sociabilidade na era das Mídias Sociais | 5 |
| 3 Mídias Sociais como lugar de produção de subjetividade | 7 |
| Conclusão | 9 |
| Referências | 10 |

Introdução

As mídias sociais são um dos maiores avanços tecnológicos vistos pelo homem. Um dos motivos da disseminação de seu uso é, segundo Guimarães (2009), o amplo acesso à internet e aos objetos de mobilidade digital, como celulares smartphone, tablets e notebooks que, em meio a globalização e a maior velocidade na troca de informações, vêm ocupando maior espaço na vida do homem moderno.

O *Facebook* e o *Twitter* são exemplos de mídia sociais que tem uso popularizado no país, ambas vistas também como redes virtuais de amigos.

Segundo Santos e Cypriano (2014), o *Twitter* é a plataforma de microblog de maior sucesso, onde seu usuário com 140 caracteres pode *twittar* (ato de escrever no *Twitter*) o que quiser e como quiser. Já o *Facebook* é uma plataforma digital mais velha do que o *Twitter*, mas não menos popular, onde o usuário cria um perfil pessoal e mantém uma rede de contatos, que pode ser mais fechada e íntima se o usuário optar por isso. Ambas permitem a formação de uma rede de relacionamentos e funcionam como diários virtuais, nos quais tudo aquilo que é da ordem do privado não é mais escondido. Nota-se, entretanto, que sob essa forma de diário virtual, “O que está em jogo são a criação e a divulgação de uma imagem de si que seja recebida pelos outros, que seja observada e apreciada pelos outros” (Santos e Cypriano, 2014, p.3).

Tais plataformas são visitadas por seus usuários várias vezes ao dia, indiciando serem essas tecnologias móveis não só um lugar de se comunicar ou construir uma rede de amigos, mas também articulada à instauração de uma nova sociabilidade tecnológica e à fundação de formas específicas de se relacionar. Com isso, indagamos: não estariam tais plataformas sendo porta vozes

da produção de uma subjetividade contemporânea que alteraria ou editaria as formas de sociabilidade tradicionalmente presenciais?

Historicamente, sabe-se que o ser humano sempre buscou várias formas de se comunicar. Na atual realidade do mundo globalizado, a geração Y (constituída por todos aqueles que nasceram no advento da tecnologia e da efervescência da internet) urge com uma necessidade – nunca satisfeita – de se comunicar e obter informações de forma instantânea, encontrando nas Redes Sociais Virtuais um lugar não só de comunicação via troca de mensagens, mas também, de visibilidade social. Surge daí uma ferramenta muito mais completa e complexa: as mídias sociais. Eras atrás, a humanidade que se comunicava através de pinturas rupestres, gestos e grunhidos hoje, se depara com uma realidade dominada pelos instrumentos tecnológicos, através dos quais se demonstra o que sente, se pensa e se vive por meio da exposição de fotos, publicação de *emotions*, frases, entre outros tipos diversos de postagens.

Diante deste cenário, o estudo das mídias sociais como forma de produção de subjetividade se coaduna com a reflexão de um panorama histórico e social no qual nota-se aquilo que Illouz (2011) chama de descorporificação das relações. Tal aspecto tem se tornado frequente e possibilitado uma nova maneira de se relacionar em um terreno ainda pouco estudado, como é o da internet.

Com efeito, partindo de duas mídias virtuais, o *Facebook* e o *Twitter*, o presente artigo tem como objetivo geral analisar o *Facebook* e o *Twitter* como índices das formas de produção de subjetividade contemporâneas. Para tanto objetiva-se especificamente 1. apresentar o processo histórico que proporcionou o nascimento das mídias sociais e todo o contexto que serviu como ponto de partida para o atual cenário; 2. Analisar o uso do *Facebook* e do *Twitter* e suas contribuições no engendramento de uma nova sociabilidade; 3. Identificar as diferenças dos modos de produção e expressão de uma subjetividade ligada a sociabilidade presencial contrapondo à de uma sociabilidade virtual mediada pelas tecnologias.

A internet passa a ser entendida aqui como um lugar que permite vastas pesquisas e estudos dos mais variados campos das Ciências, dentre elas, a Psicologia. Levanta-se o questionamento de como as pessoas estão se relacionando e se expressando na atualidade em um mundo permeado pela textualização da subjetividade e descorporificação das relações sociais nas redes virtuais (Illouz, 2011), bem como, levanta-se a discussão acerca dos pro-

cessos de produção de subjetividade que aí podem se coadunar e que ainda são pouco estudados.

Logo, propõe-se aqui uma análise qualitativa de tipo bibliográfica das experiências sociais e subjetivas desenvolvidas no mundo virtual, sob o recorte das plataformas do *Facebook* e do *Twitter*. Tem-se em vista analisar a forma pela qual possivelmente a sociabilidade tecnológica tem alterado ou reeditado a sociabilidade presencial tradicional, sendo, portanto, indiciária da produção de uma subjetividade contemporânea que se tonifica, se concretiza e *se realiza* para além das conexões da rede *www* (*World Wide Web*).

1 O percurso histórico das Mídias Sociais: onde tudo começou

A internet e o ciberespaço são grandes inovações em meio à modernidade, tendo um crescimento gigantesco de usuários e estando cada vez mais presente no cotidiano das pessoas. Segundo Lévy (1999), o crescente uso do ciberespaço é consequência de um número grande de jovens que buscam, por um lado, diversas formas de se comunicar, em fuga da forma clássica, e, por outro lado, a abertura para novas formas de se relacionar. Entretanto, para que a internet se tornasse tão presente foi necessário um longo processo histórico.

Na década de 50, com o nascimento da informática, na década de 70 os microcomputadores chegam à casa das pessoas e se popularizam, mas só nos anos 90 houve a ascensão da internet e todas as transformações que ela iria gerar a partir daquele momento (Lemos 2004; Lévy, 1999). Contudo, para se chegar na Era Digital na atualidade foi necessário que acontecessem inovações e evoluções técnicas e tecnológicas, que antecederam a era da cibercultura e as tecnologias de informação.

Entende-se que em cada época o homem aprimorou técnicas para poder sobreviver, viver e se relacionar melhor com seu meio, assim, para termos os recursos tecnológicos atuais foram necessárias muitas evoluções técnicas e tecnológicas. Dessa forma, “Desde o surgimento das primeiras sociedades até as complexas cidades pós-industriais, o homem inventou o fogo, cultivou a terra, domesticou animais, construiu cidades, dominou a energia, implementou indústrias, conquistou espaço cósmico, viajou ao confins da matéria e do espaço-tempo.” (Lemos, 2004. p.25)

Com o aprimoramento técnico e a superação da relação homem-técnica, o homem começa a produzir máquinas e instrumentos que dispensam

seu manuseio com ferramentas, marcando a era técnico-científica. Mas, para Lemos (2004), somente com a segunda revolução industrial e a chegada da energia termodinâmica, no final do século XX e início do XXI, o homem começa a dominar a tecnologia. Para o autor, foi nesse período que a informática e a cibercultura se desenvolveram e chegaram para facilitar e revolucionar a vida das pessoas. Nicoloci-da-Costa (2002) comenta a esse respeito ao falar que:

De qualquer modo, esses e outros estudos da subjetividade contemporânea apontam numa mesma direção: tal como a primeira Revolução Industrial deu origem a um longo processo de mudanças que resultou na emergência do homem do século XX, a Revolução da Internet desencadeou um processo de transformações, ainda em curso, que está gerando o homem do século XXI (Nicoloci-da-Costa, 2002, p. 6).

Na Pós-Modernidade então, temos a internet e todas as suas contribuições na vida do ser humano. Com isso, as palavras internet, o ciberespaço, virtual e digital começam a fazer parte do cotidiano e das necessidades do homem moderno, que cada vez mais anseia por informações e comunicação imediata. Assim, uma evolução tecnológica apresenta-se em curso sendo fruto da modernização dos meios de comunicação, criando como efeito uma nova cultura (Colvara, 2013). Com isso, as pessoas começaram a usar de todas as ferramentas disponíveis do mundo virtual como e-mails, sites de busca e pesquisa, redes virtuais de relacionamento e os atuais aplicativos de celulares, entre eles: Snap, *WhatsApp* e outros, como as Mídias Sociais, uma nova ferramenta para se comunicar, se expressar e interagir.

Compreende-se por Mídias Sociais "... ferramentas digitais personalizadas ou de prestação de serviços que permitem publicação de conteúdo e formação de relacionamento, todavia apenas por meios virtuais" (Carpim, 2014, p.32). Muitas pessoas confundem Mídias Sociais com Redes sociais, contudo, por Redes Sociais virtuais se entende todo tipo de interação entre indivíduos que compartilham coisas em comum, havendo troca de mensagens na rede mundial de computadores (Carpim, 2014). Mídias Sociais, por sua vez, são plataformas digitais em um ambiente online onde há compartilhamento de informações e conteúdos

multimídias (Carpim, 2014; Santos e Cypriano, 2014). Ainda segundo Carpin (2014), as mídias sociais são ferramentas online personalizadas onde uma pessoa publica conteúdos, se relaciona com outras pessoas, posta qualquer tipo de informação e quer ser visto. O *Facebook* e o *Twitter* são mídias sociais que também tem função de rede social e de postagens de multimídias, fazendo seu caráter de Mídia Social se destacar e se popularizar.

O *Facebook* foi criado por Mark Zuckerberg, Chris Hughes, Eduardo Saverin e Dustin Moskovitz, mas foi Zuckerberg que criou os primeiros projetos virtuais que deram origem ao *Facebook*. Kirkpatrick (2011), ao descrever a história do *Facebook*, comenta que um dos primeiros softwares para internet que Zuckerberg criou foi o *Course Match*, cujo intuito era escolher matérias que iriam ser cursadas na universidade. Contudo, não satisfeito, Zuckerberg cria o *Facemash*, um site em que se podia escolher a pessoa mais atraente da universidade.

Mark Zuckerberg criou ainda outros softwares como o *Synapse* para registrar e sugerir música, mas, foi em 11 de Janeiro 2001 que o dono do *Facebook* registrou o *Thefacebook*. Kirkpatrick (2011) descreve esse site como uma mistura do *Course Match*, *Facemash* e o *Friendster* (uma rede social na qual o usuário podia criar um perfil virtual com dados pessoais e relacionar esse perfil com o de outros usuários). Carpin (2014) comenta que *Thefacebook* foi o primeiro nome do *Facebook*, aberto a um público restrito (somente estudantes) em 4 de fevereiro de 2004.

Em setembro de 2004, o *Thefacebook* ganhou um mural que permitia troca de mensagens entre amigos. Percebeu-se, então, que as pessoas usavam o *Thefacebook* agora para serem vistos e notados "O *Thefacebook* era uma ferramenta de auto-expressão e, mesmo naquela fase inicial de seu desenvolvimento, as pessoas estavam começando a reconhecer muitas facetas de seu "eu" que poderia ser projetado nela" (Kirkpatrick, 2011. p.34). E em, 26 de setembro de 2006, o *Facebook* permitiu que qualquer pessoa pudesse abrir uma conta e fazer uso dessa plataforma, não mais somente estudantes. Em 2009, o *Facebook* já tinha 360 milhões de usuários e nessa época que foi lançando o botão *like* (curtir), através do qual o usuário podia expressar se curtiu algo que foi publicado (Carpim, 2014). Atualmente, o *Facebook* convida as pessoas a postarem algo fazendo as seguintes perguntas: "Gostaria de compartilhar algo?" ou "No que você está pensando?". Além disso, outros recur-

so foram adicionados fazendo essa rede virtual de amigos envolver seus usuários. Conforme Carpim:

Um usuário cadastrado tem o poder de compartilhar com os amigos da plataforma o que está pensando, a localização em que está, postar fotos e fazer comentários em páginas de outras pessoas. A cada curtida que a foto recebe mais popular o perfil da pessoa fica, pois merece lugar de destaque na *timeline* dos amigos da rede. (Carpim, 2014, p.39)

O *Twitter*, segundo Santos e Cypriano (2014), é a maior plataforma de microblog e a de maior sucesso, cuja inauguração ocorreu em março de 2006, nos Estados Unidos. Criado por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass, foi pensado por seus fundadores para que fosse similar a um SMS na internet, por ter um limite máximo para uma postagem de 140 caracteres, como é o limite de caracteres de um SMS no celular (Carpim, 2014). Ao descreverem o formato do *Twitter*, Santos e Cypriano (2014) explicam que todo usuário que se inscrever no *Twitter* pode postar os *tweets*, que são mensagens publicadas nessa rede, podendo também ver as postagens de seus *followings*, que são as pessoas que o usuário escolheu seguir. Além disso, cada usuário pode ter seus próprios *followers*, que são seus seguidores, podendo acumular milhares de seguidores e seguir outros milhares.

O *Twitter* sofreu algumas mudanças desde sua criação. Em sua primeira versão, o microblog tinha como convite para postagem de um tweet os seguintes dizeres: “*What are you doing?*” (O que você está fazendo?). Contudo, Biz Stone, um dos fundadores da plataforma sugeriu uma mudança, “Ele sugeriu, então, que se mudasse o foco da questão motivadora: do que se estava fazendo ao que estava acontecendo, ou seja, do “*What are you doing?*” para o “*What’s happening?*” (Santos e Cypriano, 2014, p.4). Dessa forma, segundo os autores, o *Twitter* não teria o caráter apenas confessional, mas também testemunhal, já que muitas pessoas usam dessa rede para publicar acontecimentos que podem ter repercussão mundial. Na Primavera Árabe, por exemplo, o *Twitter* foi um instrumento de informações importantes, considerando que nesses países a imprensa é impedida de exercer seu papel.

Por não ser uma rede para se ter amigos, tal como é uma característica importante do *Face-*

book, o uso do microblog tem um caráter confessional maior para seus membros, já que o desejo do usuário é ser visto pelo que posta e, assim, atrair seguidores desconhecidos que se identificam com as postagens, segundo apontam Santos e Cypriano (2014). Para esses autores, nas micronarrativas se publica o que é vivido no privado, querendo assim visibilidade pelo conteúdo postado ou simplesmente expor fatos como desabafo. A plataforma de micronarrativas também conta com as ferramentas curtir e de *Retweetar*, que tem a mesma função do compartilhar do *Facebook*. Os usuários dessa rede também podem interagir com um seguidor comentando um *tweet* e expressando o que pensam sobre a postagem.

Percebe-se assim que, mundialmente, o *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* e outras plataformas digitais exercem função de mídias sociais e são canais de comunicação e visibilidade. Pode-se falar, assim, que mídias como *Facebook* e *Twitter* também funcionam como redes sociais. Destacando que o termo Rede Social não é novo no vocabulário do homem moderno, considerando que o homem nunca deixou de viver em comunidade, fazendo com que as primeiras redes sociais surgissem quando este passou a se relacionar em comum com outros indivíduos. Porém, na contemporaneidade as redes sociais deixaram de ser exclusivamente presenciais e passaram a ser virtuais e online, modificando as formas de se relacionar e se expressar (Carpim, 2014).

Assim, além de *Facebook* e *Twitter* se configurarem como rede de relacionamentos e espaço de publicação de multimídias, exercem sua função de diários virtuais online. Dessa forma, conteúdos que antes eram escritos nos quartos em pequenas folhas para serem comumente guardados a sete chaves, hoje ocupam as *timelines* (nome dado à linha do tempo em redes sociais como *Twitter* e *Facebook*) mundo afora, fazendo essas mídias virem locais de publicação de conteúdos da vida privada do usuário. Logo, *Facebook* e *Twitter* se tornam diários íntimos destrancados e desde o início já produzidos para serem exibidos, lidos por outras pessoas, numa espécie de endereçamento público de um. Nessa busca pela legitimidade do eu por meio da exposição das qualidades e sentimentos pessoais, as esferas e as preocupações públicas e privadas se confundem, assim,

O pudor reservado à publicação do privado e até do íntimo ou, caso se prefira, o recato com que se lida com a objetivação da subjetividade dos in-

divíduos, pode oscilar consideravelmente entre dois extremos. De uma cuidadosa atenção com a separação das esferas a uma completa desconsideração pela fronteira que separa público do privado, a distância é grande. (Santos e Cypriano, 2014. p. 2).

O homem (pós) moderno pode contemplar, assim, uma era de muitas transformações em função do crescimento da mobilidade tecnológica e do surgimento de uma necessidade crescente de se comunicar e obter informações o tempo todo; tudo isso facilitado pela efervescência da internet que tem mudado as formas de se comunicar, se expressar e gerando “[...] modos virtuais ou imateriais de produção simbólica [...]” (Guimarães, 2009. p. 9). Com isso, além de melhorar a vida das pessoas, a internet e todo o aparato de novas tecnologias têm participado da vida das pessoas, interferindo em hábitos e alterando-os, segundo Nicolaci-da-Costa (2002). Dessa forma, as Mídias Sociais e as tecnologias de informação chegam ao século XXI, compreendendo o que historicamente pode ser descrito como aprimoramento da técnica para melhorar a vida das primeiras gerações que começaram a viver em comunidade, evoluindo para um *Networking* (rede de contatos) virtual em um vasto ciberespaço graças às tecnologias e suas constantes transformações e contribuições.

2 A sociabilidade na era das Mídias Sociais

Com a chegada da internet e toda revolução que ela causou, grandes mudanças e avanços ocorreram na comunicação, na interatividade e na sociabilidade na vida do homem (pós) moderno. Assim, as pessoas começaram a se comunicar, interagir e sociabilizar, independentemente da distância. Baldanza (2006), ao descrever um dos sentidos de sociabilidade, comenta que ela estava ligada a um ambiente ou lugar que era próprio para isso, como vizinhança, ambiente de trabalho, entre outros. Contudo, ainda segundo a autora, a evolução dos artefatos tecnológicos possibilitou desassociar a relação comunicação e presença física, modificando conceitos de sociabilidade. Sobre isso, Baldanza (2006) e Nicolaci-da-Costa (2005) destacam três fases que colaboraram para esses avanços, são elas: o surgimento da escrita, a criação e utilização do telefone e, na atualidade, a internet.

Entende-se assim, que o homem sempre buscou formas para se comunicar e se relacionar,

mesmo que à distância, usando desde métodos de comunicação assíncronos, onde há defasagem entre emissão e recepção da mensagem, até os métodos síncronos, onde a emissão e recepção são em tempo real, como descreve Nicolaci-da-Costa (2005). Assim, de forma síncrona e ágil, a internet, a cibercultura e a mobilidade tecnológica possibilitam ao homem explorar um mundo de oportunidades. Para Lemos (2004), por meio das tecnologias de informação não há isolamento dos indivíduos, pelo contrário, a tecnologia digital contemporânea funciona como um instrumento de novas formas de sociabilidade e de vínculo. Assim, pode-se falar em cibernociabilidade, que seria “a sinergia entre a sociabilidade contemporânea e as novas tecnologias do ciberespaço” (Lemos, 2004, p. 81). Diante da cibernociabilidade surgem as Mídias Sociais e todas as suas possibilidades.

Mídias sociais como, por exemplo, o *Facebook* e o *Twitter*, permitem a interação com uma ou mais pessoas, sejam elas conhecidas, desconhecidas, personagens ou não; o que possibilita que estranhos possam estabelecer afinidade com outros e, com isso, surgir um relacionamento virtual que pode ser ou não explorado a médio ou longo prazo (Nicolaci-da-Costa, 2005).

Santos e Cypriano (2014) apresentam o *Twitter* como uma mídia social na qual a pessoa atrai estranhos que se identificam com as suas micronarrativas, onde o interesse é saber o que da ordem do privado está se tornando público e daí se identificar ou não com a publicação. Segundo as autoras, o intuito é saber o que pensam, fazem ou sentem seus *followings* (pessoas que o usuário escolheu seguir) e seus *followers* (seus seguidores na rede). Pode-se criar por meio dessa plataforma virtual uma imagem que seja bem vista ou não por outros, e assim, apreciada e comentada. Percebe-se então, que no *Twitter* a identificação com postagens alheias pode suscitar interação, sinalizada em comentários (positivos ou negativos) feitos à postagem, um compartilhamento do conteúdo ou um “curtir”.

Para Santos e Cypriano (2014), o *Twitter* permite ao seu usuário construir uma rede de interação pautada em identificação e visibilidade, pois, ao mesmo tempo em que as pessoas podem expressar recortes de suas vivências e desejar que isso tenha um alcance público, querem com isso, também, atrair a atenção de outros que de alguma forma podem se identificar e se projetar ou não na postagem. Um usuário do *Twitter* pode desejar postar algo apenas por entender que alguém em algum lugar poderá ler isso, visto que, “Um seguidor é capaz de acompanhar de perto o passo a passo de

alguém que nem sabe que ele existe para além de um número” (Santos e Cypriano, 2014, p. 6).

O espaço virtual usado pelas pessoas que tem afinidade com esse microblog permite entrosamento e formação de um conjunto de acontecimentos, impressões e sensações, formando ilhas de sentidos que são tocadas por outras pessoas possuidoras de outras ilhas de sentidos (Santos e Cypriano, 2014). Assim, eu me relaciono com alguém de perto ou de longe que pode saber o que penso, escrevo e faço.

O *Facebook* e o *Twitter*, enquanto exemplos de Mídias Sociais possuem funções de interação e sociabilidade que os assemelham das demais; entretanto, o *Facebook* possui algumas características que o diferencia de outras mídias, a saber: filtrar possíveis contatos para sua rede de amigos, sugerir pessoas que tenham algum possível laço afetivo, gostos ou afinidades em comum com o usuário e permitir que outras pessoas escrevam no mural do usuário (Santos e Cypriano 2014; Kirkpatrick, 2011). Tal como no *Twitter*, quem publica algo no *Facebook* sabe que sua postagem alcançará alguém e será notada; logo, *Facebook*, *Twitter*, e outras mídias sociais deixam de ser só um espaço de comunicação e interação para se tornarem lugares para a exposição de opiniões, troca de respostas e, por fim, para socialização virtual (Carpim, 2014).

Para além de só engendrar uma nova sociabilidade, as Mídias Sociais se constituem hoje em espaços que “[...] provocam profundas alterações na identidade das pessoas, gerando essa necessidade de visibilidade, uma vez que as relações se reproduzem em espaços interconectados.” (Carpim, 2014. p. 28). Tal anseio por visibilidade faz com que plataformas como essas sejam lugares de “espetacularização da intimidade” (Bruno e Pedro, 2004, p.2), nos quais, o desejo do usuário dessas redes é ser notado e autenticado pelo espectador/leitor que, por sua vez, também quer ser notado e autenticado.

Assim, estabelece-se uma rede de trocas ou uma sociabilidade mobilizada por questões relativas à busca de legitimidade e celebridade do eu que pode indiciar “uma construção de si pelos outros” (Dufour, 2008, p. 43) operacionalizada pelas Mídias Sociais e pautada, sobretudo pelo acúmulo de identificações (“curtidas”) que consigo obter. Com efeito, um paradoxo pode estar se apresentando contemporaneamente, pois se quanto mais traços de identificação eu apresentar aos outros, mais autêntico (ou autenticado) eu sou, tem-se a lógica do rebanho imperando (a busca de ser um no rebanho), e não a lógica de um sujeito autônomo, cujo

traço distintivo singular garantiria celebridade pelo exato contrário, pela saída do rebanho, isto é, pelo ousar falar e pensar em seu nome, naquilo que os outros não são, ou não pensam, ou não fazem (Dufour, 2008). Mediante a isso, ainda segundo o autor: “[...] sou célebre porque respondo mais rápido e melhor ao que os outros querem de mim. E posso escapar à depressão passando de uma borda à outra da “família”, dos que olham aos olhados.” (Dufour, 2008. p.44).

Dessa maneira, vivemos uma era de grandes mutações onde “[...] as novas tecnologias transformam as fronteiras do ser humano” (Baldanza, 2006, p.3); considerando também que a internet permitiu evoluir os padrões da sociabilidade já conhecidos, fazendo com que as redes telemáticas e as tecnologias móveis influenciassem as relações humanas e produzissem novas subjetividades, tendo agora a existência de relações virtuais (Nicolaci-da-Costa, 2005).

Por outro lado, estudiosos das ciências humanas e sociais têm manifestado opiniões que confrontam as vantagens e desvantagens das relações virtuais, atribuindo mais problemas do que possibilidades a essa nova forma de se relacionar. Zygmunt Bauman, sociólogo polonês renomado, é um dos críticos mais conhecidos nesse assunto. Segundo Nicolaci-da-Costa (2005), para Bauman a vida social pós-moderna é influenciada pelas relações virtuais e marcada pela extraterritorialidade e fluidez no contato, gerando a necessidade de se estabelecer contatos menos duráveis e frágeis. Logo, para ele “Estar conectado’ é menos custoso do que ‘estar engajado’ – mas também consideravelmente menos produtivo em termos da construção e manutenção de vínculos.” (Bauman, 2004, p.83).

De uma forma generalizada e pessimista, Bauman (2004) afirma temer que as relações virtuais tornem as interações humanas banais, intensas, breves e líquidas. Dessa forma, Bauman acaba por desvalorizar as novas maneiras de se relacionar usando conexões cibernéticas, não as vendo em sua totalidade e complexidade, ou seja, por vezes, não as vendo no que elas produzem de novas subjetividades, de novas formas de ser e viver, para vê-las no que elas faltam ou falham em relação aos referenciais tradicionais.

Assim, não se pode prever os efeitos da sociabilidade virtual, uma vez que as Mídias Sociais e todo aparato tecnológico (pós) moderno surgem como novidade na contemporaneidade estando seus efeitos e possibilidades ainda em curso. Deve-se compreender que toda novidade pode causar estranhamento, contudo, não se pode negar que

as Mídias Sociais e as tecnologias digitais possibilitam o engendramento de uma nova sociabilidade e, a internet, é o meio que tem intensificado isso, (Baldanza, 2006). Entende-se que, além de um espaço de sociabilização e de novos modos de produção de subjetividade, as Mídias Sociais e a internet têm sido ferramentas que vêm transformando as relações interpessoais, permitindo uma nova forma de “agregação social” (Lemos, 2004, p 88), fazendo com que pessoas de diferentes lugares e pensamentos interajam sincronicamente. Logo, pode-se falar que: “A cibercultura, pela sociabilidade que nela atua, parece, antes de isolar indivíduos terminais, colocar a tecnologia digital contemporânea como um instrumento de novas formas de sociabilidade e de vínculos associativos e comunitários.” (Lemos, 2004, p.80/81)

Conforme pontuam Giddens (1991) e Hall (2005), na (pós) modernidade há uma mutação das experiências do local e do espaço, uma vez que a experiência local dos sujeitos, que permanece fixa, passa a ser fruto de relações distanciadas, pois o espaço pode ser cruzado e, sobretudo, experienciado pelos sujeitos num piscar de olhos, ou, como se enfatiza aqui, num “click”. Assim, ao passo que antes do advento da internet e da globalização tem-se uma coincidência entre espaço e local, já que a sociabilidade e as formas de produção subjetiva eram pautadas sob o domínio da presença, da experiência com o que se tem proximidade, contemporaneamente, espaço e local se separam por meio do reforço constante a relações sociais “[...] com outros que estão “ausentes”, distantes (em termos de local) de qualquer interação face a face. [...] Os locais são inteiramente penetrados e moldados por influências sociais bastante distantes deles” (Giddens, 1991, p. 18), o que tem efeitos na produção de subjetividade.

3 Mídias Sociais como lugar de produção de subjetividade

Para Margarites e Sperotto (2011), na contemporaneidade e diante das transformações vivenciadas pela humanidade, o homem (pós) moderno possui uma subjetividade que não é dada, mas que recebe influências e é produzida por diversas instâncias sociais, culturais e tecnológicas. Segundo as autoras, houve também a superação da visão clássica de homem como um indivíduo dotado de razão e vontade, sendo ele mesmo a única fonte de representação de seus atos e escolhas. Com isso, para Colvara (2013), o homem pós-moderno vive uma época de transformações sociais na qual a subjeti-

vidade foi alterada pela tecnologia e pela internet, sendo estes os meios nos quais as pessoas podem expressar e produzir conteúdos subjetivos.

A subjetividade passa, então, a receber não só influências das tecnologias e da rede, ela é influenciada também pelas ferramentas da junção entre tecnologia e internet: as Mídias Sociais. Essas mídias inauguraram um novo tempo nas formas de expressar conteúdos íntimos, fazendo com que aquilo que era tido como da ordem do privado passe a ser deslocado para uma publicização no espaço virtual (Bruno e Pedro, 2004). O homem (pós) moderno possui então no atual cenário mundial outros dispositivos para expressão e produção de subjetividade, além dos já conhecidos e clássicos, a saber: trabalho, escola, contexto familiar e outros (Margarites e Sperotto, 2011),

Contudo, muito se fala a respeito das consequências de uma subjetividade transmitida e produzida nas redes telemáticas com a ascensão da internet e como isso afetaria de forma danosa as relações no mundo “real”. Illouz (2011) enfatiza as consequências negativas de um “eu” vinculado ao mundo virtual que, segundo ela, se mostraria mais “autêntico”, trazendo o que é do privado para o público e sendo a internet perturbadora das interações concretas/reais. A autora fala ainda de um “eu” externalizado que prefere textualizar a subjetividade nas suas postagens e criar um perfil psicológico e racionalizado que seja aceito e, sobretudo, corresponda a de outra pessoa que também pratica os mesmos hábitos virtuais. Daí, segundo a autora, adviria uma relação social descorporificada (Illouz, 2011).

Illouz (2011) acredita que antes da chegada da internet aspectos da vida pessoal, afetiva, subjetiva e corporal se encontravam menos esvaziados e ajudavam as pessoas a se sustentar e a manter relacionamentos sociais duradouros. O mesmo tipo de ideia é compartilhado pelo sociólogo Zygmunt Bauman (2004), ao afirmar que o outro lado da moeda da proximidade virtual, vinculada à facilidade de “conectar-se”, é a distância virtual, materializada na facilidade de cortar a conexão. Ou seja, segundo o autor, ao passo que a distância física não constitui obstáculo para se entrar em contato, entrar em contato também não constituiria obstáculo para se manter à parte, para o encerramento de um envolver-se no tempo de um “click”. Dessa forma, as conclusões dos autores conduzem a pensar se esse “eu” virtual definido tem se tornado esvaziado, desvinculado e com uma subjetividade não tão autêntica como se propõe ser demonstrada nas redes.

Diante disso, Nicolaci-da-Costa (2005) comenta que para alguns autores, incluindo os que foram citados logo acima, o contato seria mais importante que a mensagem, contudo, segunda a autora, é um engano pensar que interações e relações virtuais só são geradas pelas tecnologias digitais e que isso tem prejudicado os relacionamentos reais. Ela explica tal afirmação comentando que o termo interações virtuais não deve ser compreendido pensando unicamente na forma cibernética de se relacionar, uma vez que por interações virtuais pode ser entendido “[...] quaisquer formas de interatividade à distância entre pessoas que se conhecem fisicamente ou não” (Nicolaci-da-Costa, 2005, p.4), variando desde as formas assíncronicas de contato, usando-se cartas ou telegramas, até as formas síncronicas, por meio de telefones fixos ou celulares, e mais recentemente, pela internet.

Percebe-se, então, que há uma visão distorcida do uso da internet para expor conteúdos subjetivos e criar novos laços afetivos, esquecendo-se de considerar que os relacionamentos e formas de se expressar no mundo virtual não querem substituir os relacionamentos e formas de se expressar “reais”, mas, pelo contrário, eles são um complemento à forma “real” de se relacionar e se expressar (Nicolaci-da-Costa, 2005). Pois, ainda segundo a autora, o ambiente virtual é um espaço análogo ao real, onde o usuário das redes pode vivenciar sentimentos, emoções e situações tal como no mundo real, podendo a internet ser um lugar que possibilite (ou não) uma expansão das formas de vivenciar e expressar emoções, sentimentos e expressões subjetivas, o que não difere muito das possibilidades que cada indivíduo tem de no mundo real de experienciar e expressar emoções e sentimentos. Porém, Bauman (2004) disse discorda ao dizer que as conversas mediadas pelas tecnologias portáteis não seriam aberturas a conversas presenciais mais longas e substantivas que seriam levadas a efeito tão logo as pessoas se encontrassem fisicamente, mas seus substitutos: “[...] eram, elas próprias, exatamente isso, a coisa real... Que muitos desses jovens ávidos por dar seus parapeitos a ouvintes invisíveis iriam dentro em breve, [...], correr para seus próprios quartos e trancar as portas. (Bauman, 2004, p. 83).

Assim, muitos estudiosos e teóricos não colaboram para uma visão ampliada do mundo virtual e suas ferramentas, mas fazem o contrário, levando seus leitores ao equívoco de generalizar as características das interações e relações virtuais passageiras (que correspondem a um primeiro e único contato com um estranho, da mesma forma como

funciona no mundo real), para toda forma de relacionamento e expressão virtual ou real/presencial (Nicolaci-da-Costa, 2005). Percebe-se, então, que com todo alcance da visão distorcida do uso da internet e das Mídias Sociais, muitas pessoas podem questionar a viabilidade das formas virtuais de socializar e se expressar temendo que isso venha prejudicar as formas reais, tradicionalmente vistas como mais seguras, mais consistentes em engajamento afetivo e mais saudáveis em relação às cibernéticas.

Compreende-se com isso que, mesmo que se divulgue uma visão negativa do uso da internet, as redes se tornaram na atualidade um paradigma social, sobretudo, um paradigma de uma nova sociabilidade, sendo um dos atores das mudanças nas subjetividades que ainda estão em curso. Mudanças essas que são fruto da ascensão e repercussão das tecnologias de comunicação e informação e que tem influenciado a ordem mundial, a noção das experiências de espaço, de tempo e da subjetividade humana (Parente, 2007). Para o autor, vivemos um período das transformações engendradas pelas redes telemáticas e instrumentos infocomunicacionais na produção de subjetividade. Com efeito, analisar tais transformações estritamente segundo o crivo das funções que abolem ou pelo que nelas faltam/falham em relação aos aspectos tradicionais e normalizados inerentes ao terreno da sociabilidade presencial/real, pode impedir de analisa-las no que elas produzem positivamente, atualizando, reeditando o terreno movimento da sociabilidade e da produção de subjetividade humanas.

Diante da influência dos dispositivos modernos de contato e informação, pode-se considerar que os indivíduos que interagem e publicam nas Mídias Sociais como *Facebook* e *Twitter* podem fazer isso usando uma “subjetividade exteriorizada” (Bruno, 2004, p. 7), na qual o intuito do usuário dessas mídias pode ser publicar conteúdos íntimos, opiniões ou fatos do cotidiano, ganhando assim notoriedade e “curtidas”. Assim, publicações na rede se tornam espetáculos da intimidade, fazendo com que experiências da realidade sejam transcritas para uma multidão de espectadores virtuais, logo, “a realidade surge no espetáculo e o espetáculo é real” (Debord, 1997, p.16). Contudo, por outro lado, não só a lógica do espetáculo impera na atitude do usuário de publicar algo nessas mídias e redes sociais, uma vez que, considera-se também o espaço virtual como uma Rede Híbrida que permitiria que todo tipo de conhecimento, crença, desejos, atitude

des e opiniões possam associar-se de maneira livre e individual (Lemos, 2004).

Compreende-se então, que além de se tornarem “dispositivos de visibilidade na atualidade” (Bruno e Pedro, 2004, p.13), as Mídias Sociais e as tecnologias móveis podem ser vistas como dispositivos de uma efervescência social, gerando compartilhamento de emoções, de convivialidade e de formação de redes comunitárias que podem ser bem usadas ou mal usadas (Lemos, 2004). Dessa forma, para Bruno (2004), não se pode afirmar que a intimidade, as interações e produções subjetivas tecidas com uso da internet e das tecnologias de comunicação sejam menos autênticas e verdadeiras do que as experienciadas no mundo real. Considerando que cada indivíduo é autônomo para manifestar-se e expor-se independente do local ou forma, podendo ele também criar novos laços e formas afetivas e subjetivas de se relacionar quando quiser, mesmo que não seja fazendo uso do ciberespaço.

Diante do exposto, cabe afirmar que as novas tecnologias e as Mídias Sociais têm sim o poder de alterar nossos hábitos e formas de agir (negativa ou positivamente) (Nicolaci-da-Costa, 2002), e com isso, podem colaborar para construções de novas identidades (Nóbrega, 2010). Partindo disso, não se quer negar que vivemos em uma época e em uma sociedade permeada pela lógica do parecer, na qual se vê operacionalizada e estetizada em série nossa heteronomia, segundo a qual “O olhar do outro deve constituir um olhar sobre si” (Bruno e Pedro, 2004, p.5). Nem tampouco trata-se de negligenciar que os dispositivos tecnológicos modernos podem contribuir para se constituir uma subjetividade exteriorizada, que busca visibilidades fugazes (Bruno, 2004), ou mesmo que, diante da necessidade de sempre estar conectado, podemos estar vivendo como se tudo fosse urgente, imediato (Brum, 2013). Tais aspectos fazem sim parte é de uma análise que, ao invés de limitar-se a uma descrição negativa ou nostálgica, complexifica o fenômeno das tecnologias e das Mídias Sociais em seus efeitos nas formas de produções e expressões de subjetividades (virtuais) contemporaneamente.

Nesse sentido, pode-se destacar que muitas mudanças estão acontecendo na atual conjuntura mundial depois da Revolução da Internet, mudanças que permeiam o imaginário social e geram vários sentimentos entre leigos e pesquisadores, uma vez que, o ciberespaço, as tecnologias de informação e as Mídias Sociais “criam novas reterritorializações” (Guimarães, 2009, p. 12). Logo, essas transformações e mudanças não podem impe-

dir que as Mídias Sociais sejam vistas como “novas formas de compartilhamento, favorecendo o aparecimento de diferentes referências e modos de vida” (Margarites e Sperotto, 2011, p. 9). Entendendo que engatinhamos na busca de uma visão inicial das possibilidades do uso da internet e suas ferramentas na vida do homem (pós) moderno, bem como na análise de seus efeitos.

Assim, o uso de Mídias Sociais como forma de expressar e produzir subjetividade oferece brechas/janelas nas quais usuários de plataformas como *Facebook* ou *Twitter*, podem eles mesmos fabricar ou inventar outros modos de ser e de se relacionar, “afinal de contas, é sempre possível atrever-se a singularizar” (Margarites e Sperotto, 2011, p. 9), como também, essas plataformas podem oportunizar que por meio da utilização de caracteres, cada usuário possa transcrever ou descrever traços que são próprios dele, “traços mutáveis daquele que, em liberdade de movimento, se vê às voltas com a multiplicidade de experiências que podem variar em importância e intensidade, oscilar entre altos e baixos no decorrer de um só dia” (Santos e Cypriano, 2014, p. 6). Tais aberturas no mundo virtual seriam tão diferentes das que podem ser extraídas do mundo real, para que outras formas e possibilidades de ser e de viver possam existir? Com isso, salienta-se: “É necessário, assim, estarmos atentos para não sucumbir a um academismo pessimista que isola, ou a um otimismo histórico que só vê maravilhas” (Lemos, 2004, p.262).

Conclusão

O advento e a ascensão das Mídias Sociais graças ao acesso crescente da internet proporciona um espaço de transformações das formas de se relacionar, engendrando uma nova organização subjetiva (Nicolaci-da-Costa, 2002). Contudo, percebe-se que pouco tem se estudado e pesquisado sobre o espaço virtual e o uso de Mídias e Redes Sociais como um lugar que oportuniza formas de expressar e produzir subjetividade, uma nova Subjetividade em Caracteres. Assim, o que se vê em sua maioria são pesquisas que veem o uso da internet pelo olhar das tradicionais teorias do indivíduo (Nicolaci-da-Costa, 2002) que, por sua vez, conduz a individualizar e interpretar o fenômeno estudado como patologias ou desvios do natural/tradicional, tendo uma visão negativa sobre a internet e as Mídias Sociais. Esse tipo de posicionamento impede que se avance no conhecimento da coisa estudada, em sua complexidade,

como também que se crie outros e novos conhecimentos.

Cabe-se questionar se a psicologia, enquanto ciência que estuda o comportamento e a subjetividade humana, tem colaborado para manter uma visão engessada de um fenômeno tão atual como são as Mídias Sociais e a internet, por vezes se estagnando, e aos seus objetos, pelo entendimento de que as formas de subjetivação já foram compreendidas.

Assim, não se pode concluir a investigação de um fenômeno sem que ele possa ser compreendido em sua totalidade, para se ter uma visão abrangente do mesmo. Sendo muito recente o fenômeno da internet e das Mídias Sociais, qualquer conclusão precipitada só anula o fenômeno e pretende esgotá-lo antes que ele se apresente de forma completa. Entendendo que, não se trata tão somente de analisar a massificação e a espetacularização de modos de ser que ressoam nas Mídias Sociais, mas, pelo contrário, também analisar as Mídias Sociais enquanto espaço para invenção e expressão de todo modo de ser, para toda singularidade, concretizadas nessas mídias por meio de caracteres.

Com efeito, conclui-se que se pode falar da produção de uma nova Subjetividade em Caracteres que se mostra nas janelas das Mídias Sociais e as ultrapassa em seus efeitos. Assim, *Twitter*, *Facebook*, *Youtube* e outras mídias são hoje grandes campos abertos, que permitem que se plante produção subjetiva e que se extraia experiências subjetivas, o que traz à tona outros horizontes a serem desbravados no fértil e movediço terreno das subjetividades contemporâneas.

Referências

- Bauman, Z. (2004). *Amor Líquido*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Baldanza, R. (2006). A Comunicação no Ciberespaço: Reflexões Sobre a Relação do Corpo na Interação e Sociabilidade em Espaço Virtual. *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Anais* (p.15). Brasília, DF: Intercom. Acesso em 12 de outubro de 2016, em: www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1012-1.pdf.
- Brum, E. (2013). É urgente recuperar o sentido de urgência. *Revista Época*. Acessado em 14 de setembro de 2016, em: <http://revistaepoca.globo.com/Sociedade/eliane-brum/noticia/2013/04/e-urgente-recuperar-o-sentido-de-urgencia.html>.
- Bruno, F. (2004). Maquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação. *Revista FAMECOS*, 11(24): 110-124. Acesso em 09 de agosto de 2016, em: <http://revistas.eletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3271/2531>.
- Bruno, F. & Pedro, R. (2004). Entre aparecer e ser: tecnologia, espetáculo e subjetividade contemporânea. *Intertexto*, 2(11): 1-16. Acesso em 01 de setembro de 2016, em: www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/errata/RosaPedroFernandaBruno.pdf.
- Carpim, S. (2014). *A era do exibicionismo digital: o sentido da proliferação da selfie nas redes sociais*. Monografia apresentada à Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. Acesso em: 12 de julho de 2016, em: <http://grupo-ecausp.com/digicorp/wp-content/uploads/2015/05/STELLA-MAR-A-CARPIM-.pdf>.
- Colvara, L. (2013). *Tecnototenismo: a subjetividade em tempos tecnológicos*. Tese de Doutorado, Instituto de Psicologia, Universidade São Paulo, São Paulo.
- Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Brasil: Contraponto.
- Dufour, D. (2008). *O divino mercado*. Rio de Janeiro: Companhia de Freud.
- Giddens, A. (1991). *As consequências da modernidade*. São Paulo: UNESP.
- Guimarães, D. (2009). Interações sociais e novos padrões perceptivos na construção da subjetividade. *Logos 30: Tecnologia e Comunicação*, 16(1): 34-47. Acesso em: 12 de julho de 2016, em: www.logos.uerj.br/PDFS/30/03_1ogos30_Denise.pdf.
- Hall, S. (2005). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora.
- Illouz, E. (2011). *O amor em tempos do capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Kirkpatrick, D. (2011). *O Efeito Facebook*. Rio de Janeiro, RJ: Intrínseca.
- Lemos, A. (2004). *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre, RS: Sulina.

- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- Margarites, A. & Sperotto, R. (2011). Subjetividade e redes sociais na internet: Problematizando as novas relações entre estudantes e professores na contemporaneidade. *RENOTE – Revista Novas Tecnologias na Educação*, 9(1): 1-10. Acesso em 07 de outubro de 2016, em: www.seer.ufrgs.br/renote/article/viewFile/21905/12707.
- Nicolaci-da-Costa, A. (2002). Revoluções Tecnológicas e Transformações subjetivas. *Psicologia Teoria e Pesquisa*, 18(2): 193-202. Acesso em 15 agosto de 2016, em: www.scielo.br/pdf/ptp/v18n2/a09v18n2.pdf.
- Nicolaci-da-Costa, A. (2005). Sociabilidade virtual: separando o joio do trigo. *Psicologia & Sociedade*, 17(2): 50-57. Acesso em 21 de agosto de 2016, em: www.scielo.br/pdf/psoc/v17n2/27044.pdf.
- Nóbrega, L. (2010). A construção de identidades nas redes sociais. *Fragmentos de Cultura*, 20(1/2): 95-102. Acesso em 21 de agosto de 2016, em: <http://revistas.pucgoias.edu.br/index.php/fragmentos/article/viewFile/1315/899>
- Parente, A. (2007). Rede e subjetividade na filosofia francesa contemporânea. *RECIIS – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação, Inovação e Saúde*, 1(1): 1-5. Acesso em 21 de setembro de 2016, em: www.reciis.iciocruz.br/index.php/receis/article/view/889/1534.
- Santos, F. & Cypriano, C. (2014). Produção de subjetividade em blogs e microblogs. *Psicologia & Sociedade*, 26(3): 685-695. Acesso em 21 de agosto de 2016, em: www.scielo.br/pdf/psoc/v26n3/a17v26n3.pdf.