



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

Heteroformas: Representações da Identidade em *Sites* de Redes Sociais ¹

Rodrigo Scherrer²
PPGCom – ESPM, São Paulo, SP

RESUMO

O presente artigo trata das formas como os indivíduos se inserem nos *sites* de redes sociais Facebook, LinkedIn e Academia.edu. Argumenta-se que os perfis construídos nessas plataformas representam aspectos específicos da personalidade, formatados pelas possibilidades técnicas disponibilizadas pelos *softwares* que regem a interação. Surge então o conceito de heteroforma, a partir da hibridação entre personalidade individual tecnoconstruída e formato digital limitante. A proposição referencia-se em autores como Flusser (2008), Sibilia (2008) e Baitello Junior (2010).

PALAVRAS-CHAVE: Cibercultura; identidade; heteronímia.

Introdução

O presente trabalho discute a construção de perfis *online* em *sites* de redes sociais. Argumenta-se que a prática, normalmente o primeiro passo para fazer parte dessas plataformas *online*, força o indivíduo a representar algum aspecto específico de sua personalidade, conforme a orientação do *site* em que está se inscrevendo. Os perfis são comparáveis à produção de heterônimos, recurso utilizado por escritores como Fernando Pessoa.

Da observação das formas de cadastro nos *sites* Facebook, LinkedIn e Academia.edu, constatou-se, porém, que os heterônimos na literatura possuem uma grande diferença em relação aos perfis *online*: os softwares que controlam esses *sites* de redes sociais. Os cadastros são feitos por meio de campos em um formulário, o que dá formato comum aos perfis dentro de cada *site*, permitindo assim a comparação e o cálculo.

Dessa tensão, entre traço da personalidade e formatação sistêmica, surge a ideia de heteroforma, um híbrido que corresponde à apresentação pessoal na era da internet.

¹ Trabalho apresentado no GT 5 – Comunicação, Sistemas Complexos e Interdisciplinaridade, evento componente do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva.

² Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM de São Paulo. E-mail: rodrigoscherrer@gmail.com.



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

Para apoiar a análise foram utilizados conceitos de autores como Flusser (2008), Baitello Junior (2010) e Paula Sibilia (2008), dentre outros.

Heteronímia: a construção dos diversos “eus”

Ferreira (2010), ao estudar a produção do que conceitua como Cultura das Bordas, entrevista Rubens Francisco Lucchetti. Ele é autor de 300 livros, além de possuir uma produção paralela que inclui, dentre outros, roteiros para os filmes do Zé do Caixão, personagem de José Mujica Marins. O ficcionista, como se definia, era escritor *freelancer* de editoras populares, forma como ganhava o dinheiro que lhe permitia o sustento.

Rubens, conforme relata Ferreira, se arrepende do tempo que os trabalhos de *freelancer* tomaram de sua verdadeira paixão, a literatura. Em seu interior parece existir uma tensão comum, a paixão que entra em conflito com as necessidades e oportunidades de ganho financeiro em um mundo capitalista. Nessa circunstância, Lucchetti “teve de conviver com muitas dificuldades, a partir das quais passou a armar suas estratégias, para conciliar suas inclinações com as demandas” (FERREIRA, 2010, p. 23). Dentre essas estratégias, a heteronímia. Para a autora, Lucchetti procedeu o modelo clássico de Fernando Pessoa, procurando agrupar seu “eu” disperso.

Um heterônimo difere de um pseudônimo. Não se trata somente de esconder a identidade original do autor, mas da construção de um outro autor, uma personagem-escritor. O heterônimo ganha história, personalidade, marcas que aparecem no seu estilo de produção. São, no entanto, frutos das possibilidades do próprio autor, das suas visões de mundo e dos limites de sua linguagem, da sua prática de reflexão/refração do mundo (BAKHTIN, 2006). Como coloca Baccega (2007), o novo está contido nas possibilidades do velho: o heterônimo tem como berço o imaginário do autor.

O heterônimo, no entanto, é dotado de materialidade. Ele é criação, é proposta mental que se verbaliza, aqui cabendo a pergunta colocada por Deleuze e Guattari (1997, p. 11): “[...] e se nos tornássemos animal ou vegetal por literatura, o que não quer certamente dizer literariamente? Não seria primeiramente pela voz que alguém se torna animal?” A formação material do heterônimo se dá em sua escrita, no uso distintivo que faz da linguagem, se comparado ao Ortônimo e a outros autores e heterônimos. Exemplo é a poesia de Alberto Caieiro, heterônimo de Pessoa que correspondia à figura



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

do mestre literário, ou Urban Laplace e Madame Vera Waleska, heterônimos de Lucchetti responsáveis pelo *Livro de São Cipriano* e *O Segredo das Cartas*, respectivamente.

A heteronímia tem particular importância no percurso literário de Fernando Pessoa. Além dos relatos que o próprio poeta português deixou a respeito de sua prática de escrita, diversos estudos tratam da temática em sua obra. Um exemplo aparece no trabalho de Nuno Ribeiro (2012), que busca a genealogia da heteronímia nas leituras de Pessoa por meio das obras dispostas na biblioteca particular do poeta. Dentre seus achados, grifos e anotações em livros do escritor e pensador alemão Novalis, em trechos como este que se encontram reproduzidos em *fac-símile* no artigo de Ribeiro:

O poder de despertar verdadeiramente em si uma individualidade estranha – (e não de simplesmente enganar por uma imitação superficial) é ainda inteiramente desconhecido e reside numa muito admirável penetração e mímica espiritual. *O artista devém tudo aquilo que vê e que quer ser.* (p. 59. Grifos meus)

No trecho destacado, o devir que leva o artista ao que vê, ou seja, ao que conhece. O sonho, o desejo, se materializa no personagem criado, por meio da escrita, diferente da do Ortônimo. Muniz (2006) destaca as diversas formas para “traduzir” a heteronímia que o próprio Pessoa utiliza, principalmente em prefácios que escreveu: “as *personalidades distintas*, o *sentir dramaticamente*, a *mediunidade*, a existência de *figuras* diversas da do autor, o contraste entre a *vida interior* e a *vida exterior*, os *amigos*, as *personagens* distintas entre si e dele próprio.” (p. 3. Grifos do autor) Como coloca Jacinto Prado Coelho (1973), a heteronímia não era um ponto compreendido por completo nem para o próprio poeta, que considerava os heterônimos ora “desdobramentos”, ora “invenções”; alguns personagens eram vistos por Pessoa como separados, tão reais quanto ele, sendo outros tidos como partes do próprio autor. Coelho conclui que “o que Pessoa em si observava era por natureza fluido e ambíguo.” (1973, p. XV)

No caso de Lucchetti, como coloca Ferreira (2010), a heteronímia também não é de fácil compreensão. Não é simplória o suficiente para ser explicada por meio das determinações exercidas pelos interesses comerciais das editoras ou pelos impulsos internos do próprio autor, como um projeto de criação. Estão aí envolvidos vários fatores, dos pessoais aos sociais, como forma de adaptação do escritor à necessidade de



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

escrever. Para escrever para diferentes faixas de leitores, Ferreira (2010) diz que Lucchetti “faz-se passar por outras almas, para produzir textos com os quais se comprometeu para sobreviver, mas a que não se queria dar friamente, apenas por dever do ofício, uma atividade que, pelo menos, não lhe furtaria o direito à ficção à fantasia, ao jogo.” (p.24)

Construções, narrativas e suportes dos “eus” na contemporaneidade

De acordo com Rodrigues (2007), Fernando Pessoa, em seus textos especulativos sobre poesia³, falava sobre como, “por obra da antiga ficção teológica cristã”, a alma na cultura ocidental era representada como algo Uno, indivisível. Completa dizendo que, para Pessoa, a personalidade individual é composta pelo cruzamento das personalidades dos outros e que “a solução inicial para ultrapassar esses limites só advirá quando logarmos dissipar essa ficção grosseira de que somos personalidades indivisíveis.” (p. 8)

Se tomado o que Rodrigues traz sobre o pensamento de Pessoa a respeito da alma de cada um, pode-se observar uma ligação com o conceito de identidade individual, mais especificamente o que Hall (2011) traz sobre as diferenças entre o sujeito do Iluminismo, o sociológico e o pós-moderno.

Para Hall, a concepção de sujeito no discurso iluminista estava baseada em um indivíduo “centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação” (p. 10-11). Esse “eu”, esse núcleo ontológico, nascia com o indivíduo e com ele se desenvolvia, permanecendo o mesmo em sua essência. Nesse sentido, “o centro existencial do ‘eu’ era a identidade de uma pessoa.” (HALL, 2011, p. 11). No saber sociológico, preocupado com a crescente complexificação do mundo, surge a consciência de que esse núcleo interior do indivíduo não era autônomo, mas sim construído no contato com o outro, com o meio social. A cultura era, então, mediada pelas pessoas consideradas “importantes” para o indivíduo. Resistia, no entanto, a ideia de um centro, um núcleo que “costurava” o indivíduo à estrutura social.

Pessoa, falecido em 1935, foi pródigo em apontar a impossibilidade de sustentação das identidades únicas na sociedade que se desenvolvia a partir do projeto

³ Cita especificamente: PESSOA, Fernando. Livro do desassossego. São Paulo: Cia das Letras, 1998



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

moderno. Essa mudança de concepção na formação do “eu” pode ser constatada na forma como Castells (1999) conceitua e problematiza o termo “identidade”:

[...] o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(ais) prevalece(m) sobre outras fontes de significado. Para um determinado indivíduo ou ainda um ator coletivo, pode haver identidades múltiplas. No entanto, essa pluralidade é fonte de tensão e contradição tanto na auto-representação quanto na ação social. (p. 22)

Assim como Castells, Hall (2011) aponta que na modernidade tardia não é mais possível pensar os indivíduos como definidos por categorias únicas como classe social, gênero ou raça, por exemplo. Na contemporaneidade, nos encontramos fragmentados: “dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando para diferentes direções, de tal forma que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas” (p. 13).
Completa:

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (p. 13. Grifos meus.)

Castells avança ao dizer que toda identidade é construída: “a principal questão, na verdade, diz respeito a como, a partir de quê, por quem, e para quê isso acontece” (p. 23). A base para isso, como coloca Dubar (2009), é o cotidiano e a linguagem:

A identidade de todo e qualquer ser empírico depende da época considerada, do ponto de vista adotado. O que são então, nesse caso, as categorias que permitem dizer alguma coisa sobre esses seres empíricos sempre mutáveis? São palavras, nomes que dependem do sistema de palavras em uso, que servem, num dado contexto, para nomeá-las. São modos de identificação, historicamente variáveis. (p. 13)

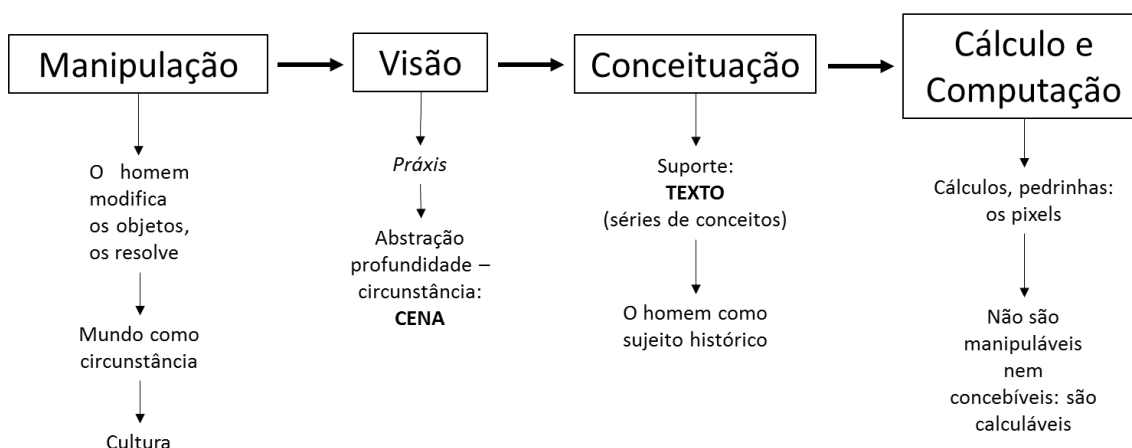
Essas “gramáticas” de que fala Dubar correspondem aos termos de conduta próprios de cada sociedade, em cada época. Cada tempo corresponde a narrativas vividas, discursos a respeito do mundo e da inserção do indivíduo nele. Como define McLaren (1997), essas narrativas

espelham as histórias que contamos para nós mesmos, sobre nós mesmos, histórias que dão forma tanto ao êxtase quanto ao terror do nosso mundo, que adoecem nossos valores, deslocam nossas certezas e, ainda assim, estranhamente nos dão esperança, inspiração e estrutura para nossos insights. [...] Narrativas formam um contrato cultural entre pessoas, grupos e o nosso universo social. (p. 162)

Para o autor, as identidades culturais pressupõem uma certa intencionalidade narrativa, transmitidas por nossas histórias particulares. Dessa forma, nos valemos de narrativas diferentes conforme a circunstância, na mesma medida em que desconsideramos outras por questões ideológicas.

Tais narrativas e suas possibilidades de enunciação e difusão estão diretamente relacionadas com as possibilidades técnicas dos suportes midiáticos disponíveis em uma sociedade, bem como o acesso e o uso que os indivíduos deles o fazem. Nesse sentido, Flusser (2008) defende que vivemos em uma época de revolução cultural, quando as imagens tradicionais (abstraidas de volumes) dão lugar às tecnoimagens (construídas a partir de pontos). O autor propõe uma escalada da abstração na história humana, resumida no seguinte esquema:

Figura 1 – Fluxograma da escalada da abstração



Fonte: Elaborado pelo autor com base em Flusser (2008)

O percurso proposto pelo autor parte da manipulação dos objetos, dando a eles utilidade e, assim, criando cultura em torno das significações atribuídas à materialidade (PINTO, 1969); passa pela construção da circunstância, que agrupa signos em um mesmo plano bidimensional; pelo encadeamento de conceitos por meio do texto, onde o homem se constitui enquanto sujeito histórico; e, finalmente, pelas imagens técnicas, construídas com pixels, mutáveis ao sabor de quem as programa, regidas pelo cálculo matemático.



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio: 



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

Os suportes tecnoimagéticos concretizam virtualidades, das mais comuns às mais improváveis. O início do processo está no apertar de botões, que acionam máquinas programadas, voltadas para fins postos. Se, no início, as mãos tinham função primordial na manipulação de objetos, na atualidade essa importância cabe à ponta dos dedos. Os elementos pontuais reconstruídos conforme programação permitem a imaginação, a concretização do abstrato. Por meio dos pontos, tudo é possível de ser imaginado. Eles, os pixels, os grãos, os cálculos, são zero-dimensionais. As tecnoimagens são, dessa forma, destituídas de corporeidade, são fórmula, cálculo, algoritmo. As não-coisas devoram as coisas: a não-coisa é o ponto, realidade nulodimensional que devora a linha e a linearidade da escrita. “O ponto, expressão do vazio e do abstrato, engole todas as outras realidades espaciais, sendo a abstração uma das formas de subtração.” (BAITELLO JUNIOR, 2010, p. 42)

As imagens tradicionais e a escrita substituem o mundo e seu percurso, ou seja, representam e permitem a transmissão de conceitos, concepções. Baitello Junior (2010) coloca o percurso em três catástrofes, com base no que Flusser enunciou em conferência: a hominização, por meio das ferramentas de pedra, que o distinguiram dos demais animais; a civilização, a vida nas aldeias que fixa o homem no espaço e permite que crie sua caça; e a terceira, que é a volta ao nomadismo, as casas se tornam inabitáveis. É aqui que surge um novo nomadismo, o corpo não viaja, mas seu espírito.

Sibilia (2008) fala que a popularização do computador, máquina que media emissão e recepção, fez com que suas telas se convertessem em novas janelas, sempre abertas e conectadas a dezena de pessoas ao mesmo tempo. Juntamente com as outras janelas eletrônicas, são as portas que tiram o sujeito de sua casa, de seu território antes consistente. Esse neonomadismo

é exercido sem os pés, desta feita. Apenas aos olhos é facultado o exercício de marchar, caminhar, navegar, voar, surfar sem descanso. Assim se aperfeiçoa a permeabilidade do homem aos poderes da mídia terciária que, com o aperfeiçoamento de seus aparatos elétricos que não se desligam nunca e de suas linguagens cada vez mais rarefeitas, instaura uma capilaridade eólica, como o vento que entra por todas as frestas e buracos permanentemente. É evidente que tal quadro tende a suprimir definitivamente, agora também na esfera dos consumidores, a tecla *off*. (BAITELLO JUNIOR, 2010, p. 113)

Há uma ilusão da liberdade de criação, que sustenta esse flamar para fora de casa: os participantes ignoram o que está por dentro e por trás das caixas pretas que



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio: 



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

manipulam (FLUSSER, 2008). Ignoram que a programação central é uma faceta dessa produção de artificialidades que se dá por meio do apertar de botões. Na lógica industrial, a máquina era cara e quem as possuía também era dono do destino dos demais (BAITELLO JUNIOR, 2010). Atualmente, a máquina foi barateada, cada usuário pode possuir uma câmera fotográfica, por exemplo. Nesse contexto, o custo desloca-se para o programa, presente em cada aparelho. É nele que estão as possibilidades, é nele em que estão inseridos limites que já se sabe como superar, mas só o serão na próxima versão do hardware/software. Essa programação central liga todos a todos dialogicamente, mas todos esses fios correm ligados aos emissores centrais e são controlados por feixes irradiadores. O número de informações é colossal, mas todos recebem o mesmo tipo de informação, independentemente de onde se esteja. (FLUSSER, 2008)

Os sites de redes sociais Facebook, LinkedIn e Academia.edu

A comunicação mediada pelo computador transformou nas últimas décadas as possibilidades dos indivíduos se relacionarem uns com os outros. Ferramentas diversas utilizam a internet para conectar muito mais que suportes técnicos, mas principalmente pessoas. Um tipo de *website* em específico interessa a este trabalho: os de redes sociais. Por meio da tecnologia, eles ampliaram a capacidade de conexão entre indivíduos, que formam redes de relacionamentos, em muitos casos voltadas para fins específicos, como o contato profissional, o lazer ou a simples expressão do pensamento.

Conforme Recuero (2009), as redes sociais na internet são compostas por dois elementos básicos: os atores e as conexões de que dispõem e que constroem (interações e laços sociais). As redes possuem nós: agregadores, pontos de chegada e de partida de conexões. A forma como cada *site* é estruturado determina como os atores podem se colocar, bem como a forma de estabelecimento das conexões.

Ainda segundo Recuero (2009), são dois os tipos de redes sociais na internet: 1) as emergentes, formadas por contatos estabelecidos em circunstâncias específicas, como entre pessoas que comentaram uma foto ou entre participantes de um fórum *online*. Costumam ser menores, por não haver estrutura que as suporte e permita a ampliação; e 2) redes de filiação ou associativas, que reúnem atores individuais e eventos dos quais compartilham por conexões de pertencimento. As conexões são forjadas por meio das



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

possibilidades técnicas dadas pelos mecanismos que as governam. Tem como principais características a estabilidade e o estatismo.

Boyd e Ellison (2007) definem os *sites* de redes sociais como “serviços baseados na internet que permitem indivíduos a (1) construir um perfil público ou semipúblico em um sistema fechado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem são mantidas conexões, e (3) visualizar e navegar entre sua lista de conexões e as feitas por outros dentro do sistema.”⁴ (p. 211)

Os *sites* de redes sociais surgem no bojo de uma mudança na forma como os indivíduos experienciam a internet. Pode ser considerado divisor de águas o *crash* da Nasdaq, bolsa de valores norte-americana voltada para a comercialização de títulos de empresas do mercado eletrônico. A quebra, ocorrida em 2000, “estourou” o que se convencionou chamar de “bolha .com” (*dot-com bubble*), fracasso que se deu em função do modelo adotado pelas empresas que operavam na internet, à época semelhante ao modelo de *mass media* tradicional (produção de conteúdo e faturamento em publicidade conforme audiência). A partir disso, a *web* entra em sua versão 2.0 que, segundo Primo (2007), tem como principal característica a potencialização das formas de interação social, por meio da publicação, organização e compartilhamento de informações, ampliando as possibilidades de interação dos usuários no processo.

Tais *sites* estão afeitos à época da Polegarzinha⁵, como denomina Serres (2013). Esse tempo habitado pelos jovens, que crescem em contato íntimo com as novas tecnologias móveis, é marcado por uma mudança radical no acesso que possuem ao outro. Os dispositivos tecnológicos permitem a conexão a todos lugares, pessoas e saberes: “[...] circulam, então, por um espaço topológico de aproximações, enquanto nós vivíamos em um espaço métrico, referido por distâncias.” (p. 8)

Dentre os diversos *sites* de redes sociais disponíveis atualmente na internet, foram selecionados para este estudo três deles: Facebook, LinkedIn e Academia. Sua seleção se deu, basicamente, em função das diferentes orientações ou finalidades.

O Facebook, lançado em 2004, é uma rede social que se caracteriza pela criação de perfis pessoais, institucionais e também comunidades, agregando também aplicativos

⁴ Tradução própria.

⁵ O termo é uma alusão que o filósofo faz à manipulação dos dispositivos móveis a partir dos polegares, agilmente treinados nessa lida.



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  FAPESP



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

diversos. É a principal plataforma de rede social na internet mundial. Com a marca de 1 bilhão de usuários (FACEBOOK, 2015b) atingida em 2012, o *site* figura na lista Alexa (2015) como o segundo mais acessado no mundo, atrás apenas do buscador Google. A missão da plataforma é

dar as pessoas o poder de compartilhar e fazer do mundo um lugar mais aberto e conectado. Pessoas usam o Facebook para se manter conectadas com seus amigos, descobrir o que está acontecendo no mundo e para compartilhar e expressar o que importa para elas. (FACEBOOK, 2015a)

O perfil no Facebook permite ao usuário tecer uma explicação geral a respeito de sua personalidade, como um “resumo” do indivíduo. Propõe-se a ser uma apresentação geral, moldada para qualquer circunstância social. Ao cadastrar-se, lança-se mão de informações básicas (nome, gênero, idade etc.), locais onde já viveu, contatos, familiares (presentes na rede, ou seja, conexões), *status* de relacionamento, outros detalhes a respeito do indivíduo e eventos de vida (coisas marcantes que merecem ser relatadas, na visão do usuário). Além disso, é possível informar os locais onde se esteve (normalmente com base em *check-ins* realizados com dispositivos móveis ou através da marcação de locais em fotos ou postagens).

O Facebook permite ao usuário algumas opções de ação, de expressão. A principal é a postagem de conteúdo de texto, foto ou vídeo. O que é produzido pelo dono do perfil é disponibilizado para as conexões (denominados “amigos” pelo sistema) e outros usuários⁶ em um espaço chamado de *Timeline*, ou linha do tempo. Com o recurso, o *website* pretende permitir ao indivíduo construir uma narrativa, uma construção histórica de sua própria vida.

Dentre os recursos para interação com outros usuários e perfis disponíveis, os mais populares são a curtida e o comentário (em postagens de outros usuários, por exemplo, dependendo das configurações de privacidade). É possível curtir páginas temáticas (como de um time de futebol ou uma artista musical). O Facebook categoriza as curtidas em cinco seções distintas: esportes, músicas, filmes, programas de TV e livros. Essa categorização acontece automaticamente, de forma sistêmica: após o clique em “curtir”, essa página/comunidade passa a constar no perfil individual, em uma seção

⁶ Dependendo das configurações de privacidade do usuário, algumas postagens podem ficar disponíveis somente para o indivíduo, para um grupo selecionado de amigos, para todos os amigos, para amigos de amigos ou mesmo para livre acesso.



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

correspondente à categoria selecionada pelo autor da página. Cada curtida é, portanto, uma possibilidade de afirmar um traço da identidade do usuário.

O LinkedIn é um *site* que dá suporte a redes sociais profissionais. Criado em 2003, a missão expressa em seu *site* é a de “conectar profissionais do mundo todo, tornando-os mais produtivos e bem-sucedidos. Ao se cadastrar no LinkedIn, você ganha acesso a pessoas, vagas, notícias, atualizações e insights que ajudam você a brilhar na sua profissão.” (LINKEDIN, 2015) O próprio discurso mostra que o foco está no mercado de trabalho, especificamente aquele em que o indivíduo (“você”) quer “brilhar”, chamar a atenção, se destacar entre os demais. Conta com mais de 300 milhões de usuários atualmente, sendo o 14º no *ranking* Alexa dos *sites* mais acessados em todo o mundo.

Ao se inscrever no LinkedIn, o indivíduo é convidado a construir sua persona profissional. Abaixo do nome, chama a atenção uma *headline*, espécie de sentença curta que sumariza, em um espaço de 120 caracteres, o indivíduo enquanto força produtiva. Trabalhos atuais e anteriores, além do conhecimento de outras línguas e o trabalho voluntário realizado: algumas das possibilidades de expressão do “eu profissional”. Por meio do *site* é possível “seguir⁷” companhias, bem como conectar-se a outras personas profissionais.

Academia.edu é uma plataforma voltada para acadêmicos compartilharem artigos científicos. A missão da empresa é “acelerar a pesquisa em nível mundial” (ACADEMIA.EDU, 2015). Além do compartilhamento de artigos, a plataforma permite medir o impacto de suas pesquisas dentro do *site*, e localizar artigos de pesquisadores que “segue”. O usuário, ao cadastrar-se, é compelido a apontar as áreas de pesquisa em que atua e/ou tem interesse, podendo criar uma nova ou apontar uma existente – neste último caso, passa a saber quantos e quais são os perfis cadastrados no *site* sob os mesmos interesses, o que permite o início de um contato.

Vale ressaltar que, ao ler as missões oficiais, pode-se observar que o Facebook cita a conexão com amigos, enquanto LinkedIn e Academia.edu estão voltados para pares. É a diferenciação que Boyd e Ellison (2007) fazem entre *network sites*, onde se constrói uma rede basicamente com amigos e contatos que se possui no mundo “off-

⁷ Receber suas atualizações.



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  FAPESP



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

line”, e *networking sites*, aqueles utilizados para fomentar o contato com conexões estabelecidas por meio da internet.

Sites de redes sociais e a inserção do “eu”: heteroformas

Um dos aspectos comuns aos três *websites* analisados é que os indivíduos, ao produzirem seus próprios conteúdos, formatam também seus próprios “eus”. Os perfis públicos, com sua lista visível de conexões, constituem a espinha dorsal dos *sites* de redes sociais, como atestam Boyd e Ellison (2007). Essa lista de conexões, anexa ao perfil individual, permite o fomento de outras conexões⁸. Amplia-se assim, a rede individual, por meio da conexão a novos nós, além de ajudar o próprio sistema programado a fortalecer os laços que prendem as pessoas ao *website*.

Esses perfis, personas virtualmente construídas, exemplificam o que Sibilia (2008) fala sobre as transformações nos tipos de corpos produzidos no dia-a-dia, além das formas de se estar no mundo. Trata-se da personalidade *alterdirigida*, voltada para a apreciação por parte do outro. Deve-se *mostrar* o que se *é*, e esses *websites* trazem ferramentas para isso.

Nesse sentido, os perfis públicos em *sites* de redes sociais estão próximos de heterônimos. Os perfis têm algo de construção de personagens, idealizadas. Como coloca Rodrigues (2007),

Os heterônimos têm uma face sedentária, voltada para o tempo mensurado, e uma outra, nômade, que é a sua face inapreensível e inovadora. Num gesto especular de heteronomia, se acoplam um eu, como um vetor humano, e um outro, trans-humano, múltiplo, capaz de devires inesperados. (p. 9)

É a isso que se dispõem as pessoas que constroem perfis em uma rede social: no caso do Facebook, pontos marcantes da vida podem tender para a positividade, em detrimento das mazelas do dia a dia; no LinkedIn, o reforço de determinadas características tidas como positivas e o ocultamento do que pode ser profissionalmente “mal visto”; no Academia.edu, o fomento de conexões com áreas de pesquisa a que nunca se dedicou. A realidade percebida e a fantasia podem se misturar, de forma a construir personalidades dirigidas à apreciação de outrem.

⁸ Além de ser possível encontrar, por meio do perfil alheio, novas conexões, o próprio sistema dos *sites* de redes sociais fomenta, por meio de cálculos de probabilidade, o contato com pessoas possivelmente conhecidas ou de interesse.



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

Por outro lado, a exibição é limitada. Segundo Sibilía (2008), “a nova onda também desatou uma revigorada eficácia na instrumentalização dessas forças vitais, que são avidamente capitalizadas a serviço de um mercado capaz de tudo devorar para convertê-lo em lixo.” (p. 10-11) *Sites* de redes sociais são, antes, *softwares*, cuja lógica é programada centralmente e tem como guia o mercado. Assim, como coloca Flusser (2008), temos uma sociedade não de deuses ou de artistas, mas de jogadores, que brincam dentro das possibilidades oferecidas pelos softwares. Eisenlauer (2014) questiona as opções e restrições estruturais que moldam a participação no *site* de redes sociais Facebook, terminando por considerar o *software* que o governa um “tipo de terceiro autor”.

Apesar de tratar de literatura, o trabalho de Ferreira (2010) traz análises que poderiam ser referir a um *site* de redes sociais: “o fragmentário é princípio desta atuação editorial [literatura popular]; é que se aproveita o estilhaçamento conceitual, o desenraizado, a incerteza psicológica, para oferecer um conjunto caótico, aquilo que é um *digest*, ou algo preparado para sê-lo.” (p. 92) Ao construir perfis, os fragmentos colocados pelos indivíduos esperam encontrar na audiência *online* uma amálgama. Cada perfil, um novo *digest*, o resumo do indivíduo, do profissional, do acadêmico. O indivíduo é deglutido a começar pela ponta de seus dedos e excretado em forma de perfil.

Tanto os diversos campos dos formulários de inscrição das diversas redes de que se faz parte constituem uma quimera devoradora de detalhes, mas que não devolve o conjunto, devolve retalhos. Somam-se a isso as páginas curtidas no Facebook, que passam a constar no perfil individual, ou as personalidades que são tomadas como “influenciadoras” do indivíduo no LinkedIn. Dessa forma, traços dispersos das identidades são colocados para apreciação dos espectadores, sejam eles conexões ou não. Cada ponto, cada formulário, cada perfil, é recurso para juntar os diversos “eus” de cada um, como Ferreira (2010) coloca a respeito de Fernando Pessoa.

É desses personagens tecnoconstruídos que parte a ideia que aqui é denominada de *heteroformas*. Do prefixo *hetero*, o outro, o diferente – o eu decomposto em partículas de significação; da *forma*, a formatação, o cálculo, a computação que molda o indivíduo. São personas imaginadas, que tomam forma nas redes sociais, por meio do



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

desejo e da programação. Em cada perfil, cada heteroforma, uma tensão: a negociação entre o que se quer exibir e o que o *software* permite. Remete a uma característica da modernidade conforme narra Simmel (2005), quando os relacionamentos comerciais representam os sujeitos como números e o interesse está voltado para suas capacidades consideráveis objetivamente. Aqui uma diferença em relação aos heterônimos construídos na literatura: o suporte literário daria maior liberdade, se consideradas as imposições da programação dos *sites* analisados. Essa tensão é parte do jogo, onde o sujeito propõe o que acredita que deve ser mostrado, ao mesmo tempo em que aprende novas formas de se exibir, por meio dos avanços tecnológicos, baseados na construção, na junção de pontos unidimensionais.

Tais heteroformas, assim como os heterônimos, são uma forma do indivíduo narrar a si próprio, unir seus “eus” por meio da tecnologia. O Facebook já propõe, como dito, um formato diacrônico para organização da experiência individual, a *Timeline*. Da mesma maneira, o caráter histórico dos aspectos específicos tratados por LinkedIn e Academia.edu também se fazem presentes. No LinkedIn, as experiências de trabalho, a formação acadêmica e outros são exibidas em sequência cronológica, permitindo a qualquer um conhecer o “percurso” profissional; no Academia.edu, os artigos publicados aparecem por ordem de data, o que permite traçar o caminho intelectual de uma pessoa.

A heteroforma também representa um *local de fala*, já que compõe uma narrativa, um discurso construído pelo indivíduo a respeito de si. Exemplos são a descrição de si conforme o campo profissional a que se pertence ou quer pertencer, ou a postagem no Facebook utilizando palavras que podem ser lidas tanto por amigos como pela família, ou ainda a filiação a campos acadêmicos congruentes no Academia.edu: na medida em que a enunciação se dirige ao outro, há sempre uma audiência imaginada, que rege a própria produção de linguagem.

As janelas abertas permitem que o vento tome conta de nossa casa, nos levando a flunar por mundos diversos, como coloca Baitello Junior (2010). Ocorre, porém, que paredes ainda nos afastam. Há uma ilusão de proximidade, e ela se oferece por meio do pequeno, do menor, do essencial que é tornado mínimo. Como coloca Flusser (2008), quanto menor um determinado corpo a ser consumido for, melhor. Os perfis são isso, a



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

minimização do corpo, o empacotamento para consumo. Tornamo-nos ícones (BAITELLO JUNIOR, 2010), os perfis são *spare-pieces* de nós mesmos, valem por nós mesmos.

Da exposição icônica, lado a lado com um sem-número de conexões estabelecidas e possíveis, surge a competição. O inimigo é cada vez menos oculto, cada vez mais explícito. No Facebook, aqueles cuja vida representada parece melhor que a minha; no LinkedIn, o perfil profissional que gostaria de ter; no Academia.edu, as publicações que não realizei.

Considerações finais

A análise aqui proposta tratou das possibilidades de inserção dos indivíduos nos ambientes criados pelos *sites* de redes sociais. Os perfis constituem formas de se colocar no mundo, afeitas a uma sociedade constituída cada vez mais por semelhantes da Polegarzinha de Serres (2013): são resumos do indivíduo, tecnodeterminados, concernentes à prática de expectativa vigente neste momento histórico, marcado pela conectividade, pela atenção fugidia, pela satisfação com o vago.

Os perfis são como heterônimos, objetivações de aspectos da personalidade, construídas com base na alteridade. São, porém, tecnoconstruídas, ou seja, clientes das possibilidades oferecidas pelos *softwares* desses *sites*. Dessa forma, encontram-se nos interstícios dessa relação entre o técnico e a organicidade da vida, entre o cálculo determinante e a cultura: heteroformas. O conceito merece ser melhor explorado, por meio de estudos sobre as possibilidades de inserção em outros sites de redes sociais ou que abordem as significações atribuídas pelos indivíduos no processo de construção de um perfil.

Referências

- ACADEMIA.EDU. **About**. Disponível em: <<https://www.academia.edu/about>>. Acesso em: 10 Jul. 2015.
- ALEXA. **Top sites**. Disponível em: < <http://www.alexa.com/topsites/> >. Acesso em: 15 Jul. 2015.
- BACCEGA, Maria Aparecida. **Palavra e discurso**: história e literatura. São Paulo: Ática, 2007.
- BAITELLO JUNIOR, Norval. **A serpente, a maçã e o holograma**. São Paulo: Paulus, 2010.
- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2006.
- BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13, p. 210-230, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- COELHO, Jacinto Prado. **Diversidade e unidade em Fernando Pessoa**. Lisboa: Verbo, 1973.



Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio: 



Volume 2, Número 1, Ano 2016
ISSN: 2358-4513

- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs, capitalismo e esquizofrenia**, vol. 1. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.
- DUBAR, Claude. **A crise das Identidades: A Interpretação de uma Mutação**. São Paulo: Edusp, 2009.
- EISENLAUER, Volker. Facebook as a third author – (Semi-)automated participation framework in Social Network Sites. **Journal of Pragmatics**, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.pragma.2014.02.006>>. Acesso em: 10 Jun. 2014.
- FACEBOOK. Sobre. Disponível em: <https://www.facebook.com/facebook/info?tab=page_info>. Acesso em: 10 Jul. 2015.
- _____. **Informações básicas**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/facebook/info>>. Acesso em: <14 Jul. 2015>.
- FERREIRA, Jerusa Pires. **Cultura das Bordas**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2010.
- FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.
- LINKEDIN. About us. Disponível em: <<https://www.LinkedIn.com/about-us>>. Acesso em: 10 Jul. 2015.
- McLAREN, Peter. **Multiculturalismo crítico**. São Paulo: Cortez, 1997.
- MUNIZ, Márcio R. C. Uma ausência sentida: reflexões sobre a heteronímia em Fernando Pessoa. **A Cor das Letras: Revista da Dep. de Letras e Artes da UEFS, Feira de Santana**, v. 7, 2006. p. 125-139. Disponível em: <http://www.uefs.br/nep/arquivos/publicacoes/uma_ausencia_sentida_reflexoes_sobre_a_heteronimia_em_fernando_pessoa.pdf>. Acesso em: 10 Jul. 2015.
- PINTO, Álvaro Vieira. **Ciência e existência: problemas filosóficos da pesquisa científica**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1969.
- PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós (Brasília)**, v. 9, p. 1-21, 2007.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RIBEIRO, Nuno. Fernando Pessoa leitor de Novalis e o problema da heteronímia. **SCRIPTA**, Belo Horizonte, v. 16, n. 31, p. 53-70, 2º sem. 2012.
- RODRIGUES, Rodrigo F. O virtual e a subjetividade: a heteronímia na internet. **Contemporânea**, vol. 5, nº 1 e 2, p. 1-11, Dez.2007.
- SERRES, Michel. **Polegarzinha**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.
- SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- SIMMEL, Georg. As grandes cidades e a vida do espírito (1903). **Mana**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 577-591, out. 2005.