

## **Identidade na cibercultura: uma análise sobre a abordagem do tema nos estudos de Comunicação no quadriênio 2013/2016.<sup>1</sup>**

Josiléia Lisandra Kieling<sup>2</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

### **Resumo**

Este artigo verifica como e com que frequência o termo ‘identidade’, no contexto das novas tecnologias de interação social online, vem sendo abordado nos estudos de Comunicação. A partir de uma abordagem metodológica mista, são analisados artigos coletados em revistas brasileiras de Comunicação Qualis A2, no GP de Cibercultura do Intercom e no GT de Comunicação e Cibercultura da Compós. O estudo identifica três categorias amplas, centralizando os conceitos abordados em torno de “deslocamento da identidade (ou identidades fragmentadas)”, “identidades como performatizações sociais” e “identidades enquanto atributos culturais”.

**Palavras-chave:** identidade; performance; cibercultura; interação social online.

### **Introdução**

A identidade, termo complexo que costuma ser tema recorrente de pesquisas nas ciências humanas e sociais, parece assumir nova configuração em meio às interações sociais mediadas por computador na contemporaneidade. Com o intuito de verificar o que está sendo tratado a respeito disso no campo da Comunicação nos últimos anos, este artigo se propõe a investigar como e com que frequência o termo ‘identidade’, no contexto das novas tecnologias de interação social online, vem sendo abordado nos estudos de Comunicação. Como corpus para estudo se definiu vasculhar os artigos publicados nas revistas científicas de Comunicação do Brasil e os trabalhos apresentados no grupo de pesquisa (GP) de Cibercultura do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) e no grupo de trabalho (GT) de Comunicação e Cibercultura da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), no quadriênio 2013/2016. A proposta de investigação para definição desse escopo foi buscar em mais de um modelo de publicação, compreendendo as principais revistas científicas de Comunicação do país – representadas pelas publicações avaliadas com Qualis máximo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do Curso de Comunicação e Informação do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS). E-mail: [josikieling@gmail.com](mailto:josikieling@gmail.com).

no período estudado –, o maior e mais geral congresso de Comunicação do país e o principal congresso de Comunicação no âmbito da Pós-Graduação no Brasil.

Para tanto, foi utilizado um enquadramento metodológico misto, inspirando-se em alguns dos princípios da Teoria Fundamentada (*Grounded Theory*) aplicada aos estudos de internet (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011) e da Análise de Conteúdo (BARDIN, 1995; KRIPPENDORFF, 2004), que serão explicadas a seguir. Salienta-se que todos os dados utilizados neste trabalho estão publicamente disponíveis nos sites de cada revista, congresso e associação aqui elencados.

### **Métodos de trabalho e classificação da amostra**

A coleta dos dados foi feita levando em consideração a abordagem da Teoria Fundamentada, que prevê que o pesquisador deixe os dados lhe fornecerem as hipóteses antes de recorrer à literatura. Inicia-se pelo trabalho de campo para depois buscar a revisão de literatura como forma de dialogar com os dados coletados e com as observações do pesquisador (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011). Este método ressalta a importância da “sensibilidade teórica” do pesquisador, considerando que cada um traz uma carga de pré-noções com base em tudo que já leu, estudou ou propriamente já pesquisou a respeito do assunto sobre o qual se debruça em sua coleta no campo. Como apontam Fragoso, Recuero e Amaral (2011), por mais que o método proponha que o pesquisador deva ir a campo livre de noções já estabelecidas para observar o que emerge dali, sabe-se que a experiência e o lugar de fala interferem na visão de cada pessoa – o que não é algo necessariamente negativo, pelo contrário, se devidamente reconhecida como existente pelo próprio pesquisador, essa carga de percepções pode influenciar positivamente, sendo capaz de produzir uma percepção particular sobre o objeto em estudo.

Ainda sobre o método, à medida que os dados vão sendo coletados, e com a reflexão que o pesquisador faz a partir do que está sendo visto em campo, novas ideias podem surgir para ir refinando a coleta enquanto ela ocorre, com base na interpretação dos dados. “O campo, assim, oferece pistas não apenas a respeito da relevância das questões de pesquisa mas, igualmente, auxilia a construir essas questões e confronta, também, o pesquisador com novas questões” (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p. 91).

Dessa forma, para este estudo, o primeiro contato com o campo foi à procura das revistas de Comunicação do Brasil para, posteriormente, iniciar a pesquisa por artigos. A

busca foi feita na plataforma Sucupira, utilizando como filtros as seguintes informações, segundo o que é disponibilizado pelo formulário: quadriênio 2013/2016, classificação A1 e A2, e área de avaliação Comunicação e Informação. Na busca com a classificação A1 não foram encontradas revistas brasileiras de Comunicação. Já utilizando o critério de busca de classificação A2, foram localizadas seis revistas de Comunicação do Brasil, que são as seguintes (em ordem alfabética): a) Comunicação, Mídia e Consumo (ISSN 1983-7070); b) E-Compós (ISSN 1808-2599); c) Famecos: mídia, cultura e tecnologia (ISSN 1980-3729); d) Galáxia (ISSN 1519-311X); e) Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (ISSN 1809-5844); f) Matrizes (ISSN 1982-8160).

A partir da localização dessas revistas de Qualis máximo no período de estudo determinado (2013-2016), foram acessados os bancos de dados online de cada uma delas em seus respectivos sites para buscar artigos que contivessem o termo ‘identidade’, primeiramente, em seu título, resumo ou palavras-chave, através da leitura dos títulos de todos os artigos listados em cada edição dos 4 anos delimitados como escopo deste trabalho. No decorrer da pesquisa, levando em consideração a perspectiva da Teoria Fundamentada sobre a “sensibilidade teórica” do pesquisador, observou-se que alguns trabalhos, apesar de não carregar a palavra identidade nos modos acima indicados, possuíam títulos ou resumos sugestivos ao tema. Nesses casos, a busca seguiu para identificação do termo dentro do próprio texto completo do artigo (desconsiderando possíveis aparições da palavra apenas em títulos de referências bibliográficas dos textos). Também foi contabilizada a quantidade de artigos em cada edição para posterior análise da relação entre as publicações sobre o tema e o número total de trabalhos do período.

Após essa primeira coleta de artigos em revistas brasileiras de Comunicação de Qualis A2, procedeu-se a segunda etapa, que consistiu na busca por artigos apresentados no grupo de pesquisa (GP) de Cibercultura do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) e no grupo de trabalho (GT) de Comunicação e Cibercultura da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), no quadriênio 2013/2016. A escolha pelos grupos de cibercultura foi um meio de filtrar, de imediato, os trabalhos que possam ter abordado o termo ‘identidade’ no âmbito pretendido pelo estudo. O procedimento de busca foi similar ao adotado para os artigos das revistas, isto é, localizar os trabalhos que contivessem a palavra identidade no título, resumo, palavras-chave (e texto, em um segundo momento) e verificar a quantidade de

artigos apresentados no grupo em cada ano para futura análise de proporção em relação aos trabalhos estudados.

Com a coleta dos artigos finalizada, partiu-se para a terceira fase do estudo, guiada por preceitos da análise de conteúdo que, conforme Bardin (1995, p. 42), consiste em

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Para a autora supracitada, tal método se divide em três etapas, que englobam a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados – inferência e interpretação (BARDIN, 1995). Sobre esse processo de inferência, o trabalho de Krippendorff (2004) é esclarecedor na diferenciação dos tipos, apontando a inferência abdutiva como central para a análise de conteúdo. O autor explica esse tipo de inferência associando à lógica de raciocínio de Sherlock Holmes, famoso personagem de ficção da literatura britânica. O seu criador, Sir Arthur Conan Doyle, sempre o faz encontrar conexões empíricas e aplicar frações de conhecimentos comuns no contexto dos fatos que ele é capaz de tecer de forma original e inteligente, em uma rede inferencial contendo uma cadeia de passos lógicos, inicialmente irreconhecíveis, que levam ao autor de um crime não observado. Segundo Krippendorff (2004, p. 38),

[...] os analistas de conteúdo estão em uma posição semelhante de ter de extrair inferências sobre fenômenos que não são diretamente observáveis, e eles geralmente são engenhosos ao usar uma mistura de conhecimento estatístico, teoria, experiência e intuição para responder suas questões de pesquisa a partir dos textos disponíveis. (Tradução da autora).

A partir das inspirações elencadas acima, foi iniciada a fase de pré-análise do estudo, começando pela leitura flutuante dos artigos coletados. Com a leitura, verificou-se que alguns dos artigos coletados fugiam ao escopo pretendido – ou seja, apesar de conter o termo ‘identidade’, este apareceu apenas uma ou duas vezes no texto, não sendo abordado conceitualmente – motivo pelo qual não foram incluídos no *corpus* para análise. Esses artigos foram: “O impacto das tecnologias digitais discutido através do filme Ela”, da revista “Famecos: mídia, cultura e tecnologia” (em que o termo ‘identidade’ só foi encontrado duas vezes no texto) e “Invisibilidade, superficialidade e plasticidade: três hipóteses sobre as câmeras inteligentes”, da revista Galáxia (em que o termo ‘identidade’ foi localizado apenas uma vez no texto). Verificou-se também alguns artigos com aparição acima da média de uso do termo, por fazerem parte de uma edição especial da revista Matrizes, publicada em 2016 e denominada “Tributo a Stuart Hall”. Pelo enfoque

desses artigos ser de homenagem a um autor em específico e não relacionar o termo ‘identidade’ ao contexto da cibercultura, optou-se por não incluí-los no *corpus* de pesquisa. Assim, após finalizada a busca, entre todas as edições das seis revistas pesquisadas no quadriênio 2013/2016 (793 artigos), bem como de todos os artigos encontrados em anais do GP de Cibercultura do Intercom de 2013 a 2016 (235 artigos) e do GT de Comunicação e Cibercultura da Compós entre 2013 e 2016 (40 artigos) – totalizando 1.068 artigos –, chegou-se aos seguintes documentos a serem analisados, em um conjunto de 12 artigos:

| Publicação                                  | Ano  | Título do artigo   | Recorrência do termo ‘identidade’ |
|---|------|--|-----------------------------------|
| <b>Revista Comunicação, Mídia e Consumo</b> | 2015 | Cultura terapêutica e Nova Era: comunicando a “religiosidade do <i>self</i> ”                            | 11 vezes                          |
| <b>Revista E-Compós</b>                     | 2013 | A interação entre estranhos no Omegle.com: sociabilidade, relacionamento e identidade                    | 21 vezes                          |
|   | 2016 | Duplo, imagem e reino do simulacro: “William Wilson”, de Edgar Allan Poe                                 | 17 vezes                          |
| <b>Anais da Compós</b>                      | 2016 | JORDAN LIVES FOR THE APPLAUSE: performances de si como propulsoras de ciberacontecimentos                | 7 vezes                           |
| <b>Anais do Intercom</b>                    | 2014 | Cibercultura: pós-humano e crise de identidade   | 55 vezes                          |
|   |      | Identidade territorial online: uma análise da interação do fã com o conteúdo da fanpage do Guaraná Jesus | 27 vezes                          |
|   | 2015 | Game e transmídia: identidade móveis em <i>World of Warcraft</i>   | 23 vezes                          |
|   |      | Religião e Novas Identidades na Pós-Modernidade. A Internet como Plataforma de Mudanças                  | 54 vezes                          |
|   |      | Comportamento de consumo do retrô na internet: estudos de nostalgia, identidade e memória                | 10 vezes                          |
|   | 2016 | Atualização e Engendramento de Identidades Através da Publicação de <i>Selfies</i> no Instagram          | 14 vezes                          |
|   |      | Construções Identitárias Periféricas na Rede: as It Girls das Favelas Cariocas no Instagram              | 13 vezes                          |
|   |      | Identidades e Acumulação Flexível: reflexões sobre o consumo de representações identitárias              | 37 vezes                          |

Quadro 01: Relação de artigos que compõem o *corpus* da pesquisa.  
Fonte: Elaborado pela autora.

Como pode ser observado no Quadro 1, não foi encontrado nenhum artigo correspondente ao escopo deste trabalho nas revistas *Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, *Galáxia*, *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação e Matrizes*; no ano de 2013 dos Anais do GP de Cibercultura do Intercom; e nos anos 2013,

2014 e 2015 dos Anais do GT de Comunicação e Cibercultura da Compós. Os referidos quadros também possibilitaram visualizar a frequência com que o termo ‘identidade’ aparece no texto de cada artigo (lembrando que a contagem para se chegar a este número desconsidera aparições da palavra em títulos das referências bibliográficas listadas ao final dos artigos).

Na sequência, com o corpus de análise formado, foi o momento de formular algumas questões para verificar junto aos dados como: quais foram os autores mais utilizados em cada artigo para tratar do conceito de identidade? Em quantos artigos cada um desses autores foi citado? E, retomando o objetivo inicial, como foi abordado o termo identidade nesses artigos e qual a frequência de textos abordando essa temática em relação ao número total de artigos do período? A seguir será descrito como foi realizada a exploração do material para verificação desses pontos e, posteriormente, o tratamento dos resultados.

### **Exploração e análise dos artigos encontrados**

Para proceder a análise, foi feita uma nova leitura dos artigos, procurando separar, dentro deles, os conceitos e autores abordados no que tange à identidade. Apresenta-se abaixo (Quadro 2) quais foram esses autores citados em cada artigo:

| <b>Título do artigo</b>   | <b>Autores citados para falar de identidade</b>                                       |
|---|---|
| 1. Cultura terapêutica e Nova Era: comunicando a “religiosidade do self”                                    | TAYLOR, 2009; GIDDENS; 1991   |
| 2. A interação entre estranhos no Omegle.com: sociabilidade, relacionamento e identidade                    | RICOUER, 1991.  |
| 3. Duplo, imagem e reino do simulacro: “William Wilson”, de Edgar Allan Poe                                 | SIBILIA, 2008.  |
| 4. JORDAN LIVES FOR THE APPLAUSE: performances de si como propulsoras de ciberacontecimentos                | COLAPIETRO, 1989; GOFFMAN, 1983; FAIA, 2005; MEAD, 1934, RICOUER, 2010; TAYLOR, 1989. |
| 5. Cibercultura: pós-humano e crise de identidade   | BAUMAN, 2002; HALL, 2011; KELLNER, 2001; MARTINO, 2010; WOODWARD, 2013.               |
| 6. Identidade territorial online: uma análise da interação do fã com o conteúdo da fanpage do Guaraná Jesus | CASTELLS, 1999; HALL, 2006; LINDENBERG, 2010.   |
| 7. Game e transmídia: identidade móveis em World of Warcraft  | BAUMAN, 2004; HALL, 2003.   |
| 8. Religião e Novas Identidades na Pós-Modernidade. A Internet como Plataforma de Mudanças                  | CANCLINI, 2005; HALL; 2005; MARTÍN-BARBERO, 2006.                                     |

|   |   |
|---|---|
| 9. Comportamento de consumo do retrô na internet: estudos de nostalgia, identidade e memória        | MARTÍN-BARBERO, 2006.   |
| 10. Atualização e Engendramento de Identidades Através da Publicação de <i>Selfies</i> no Instagram | GOFFMAN, 1985; HALL; 1998.  |
| 11. Construções Identitárias Periféricas na Rede: as It Girls das Favelas Cariocas no Instagram     | CAMPBELL, BARBOSA, 2006; CANCLINI, 2002; GOFFMAN, 2009; HALL, 2003. |
| 12. Identidades e Acumulação Flexível: reflexões sobre o consumo de representações identitárias     | BAUMAN, 2010; CASTELLS, 1999; HALL, 2011; WOODWARD, 1999.           |

Quadro 02: Relação de autores citados em cada artigo para tratar do conceito de ‘identidade’.  
Fonte: Elaborado pela autora.

A fim de operacionalizar a análise, foram identificados, em um primeiro momento, os autores centrais (totalizando nove autores que foram citados em mais de um artigo e mais um grupo de outros autores com aqueles citados apenas uma vez), conforme gráfico 1. A partir dessa codificação inicial, foi realizada a busca por semelhanças entre eles para criação de categorias mais amplas com base nos dados deste estudo.

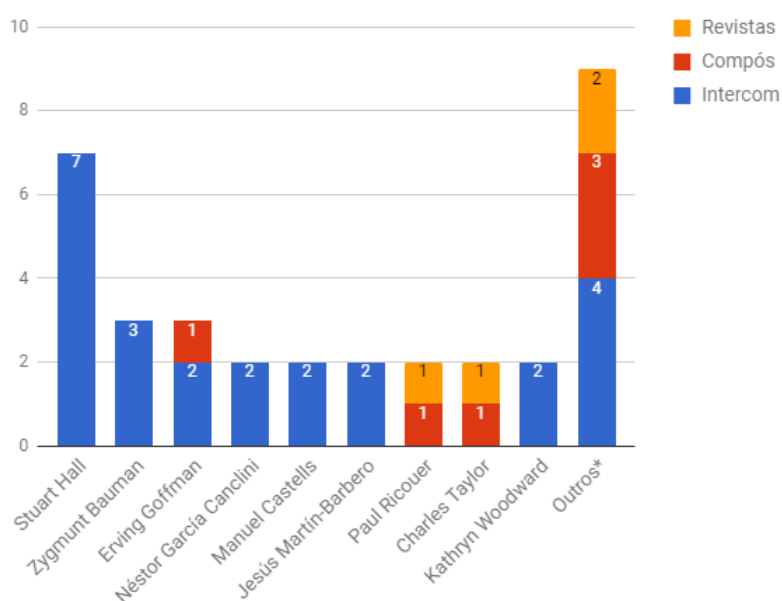


Gráfico 1: Número de artigos que citaram cada um dos autores elencados ao tratar de identidade.

\*Outros (autores citados apenas em um artigo):

Anthony Giddens, Colin Campbell e Livia Barbosa, Douglas Kellner, George Hebert Mead, Luís Mauro Sá Martino, Maria Amélia Faia, Paula Sibilia, Sylvio Lindenberg e Vincent Colapietro.

Fonte: Elaborado pela autora.

Foram definidas, assim, três categorias semânticas gerais, a partir das quais será possível analisar como o termo ‘identidade’, no contexto das novas tecnologias de interação online, vem sendo abordado nos estudos de Comunicação. Cada categoria

engloba a abordagem de três autores entre os mais citados (de acordo com o que consta no gráfico 1), da forma como os doze artigos do *corpus* da pesquisa os apresentaram, de acordo com o que segue.

### **Deslocamento da identidade (ou identidades fragmentadas)**

Esta é a categoria mais ampla entre as três, considerando que será tratada principalmente a abordagem de Stuart Hall, a mais recorrente entre os artigos. A problemática central levantada por Hall (2011) em sua célebre obra “A identidade cultural na pós-modernidade”, da qual os artigos se apropriam para pensar a identidade, é a fragmentação do sujeito pós-moderno, que gera o que o autor vai chamar de “novas identidades”, compostas não de uma, mas de várias identidades, em contraponto ao sujeito do Iluminismo que era visto como tendo uma identidade única e fixa.

O artigo “Atualização e Engendramento de Identidades Através da Publicação de *Selfies* no Instagram”, que fez parte do GP de Cibercultura do Intercom de 2016, associa a concepção de sujeito pós-moderno de Hall (2011) à identidade construída através das representações publicadas no Instagram, exemplificadas no artigo pelas *selfies* de Kim Kardashian, demonstrando que a construção do eu no ciberespaço está suscetível a alterações constantes (LOPES, COELHO, 2016). Segundo as autoras (ibid., 2016), a prática de postar autorretratos em plataformas como o Instagram se tornou intensa na vida das pessoas, passando a serem utilizados para narrar ações do cotidiano, e influenciados pelos diferentes temperamentos, afetos e percepções das pessoas envolvidas.

Também se observa a questão identitária ser tratada a partir do Instagram no artigo “Construções Identitárias Periféricas na Rede: as *It Girls* das Favelas Cariocas no Instagram”, do GP de Cibercultura do Intercom de 2016. As autoras Simone Evangelista e Beatriz Polivanov (2016) apontam as construções identitárias analisadas no artigo como exemplo do deslocamento da identidade na modernidade tardia do “ser” para o “tornar-se”, proposto por Hall. Essa perspectiva destaca a identificação como sendo sempre condicional, mesmo que relacionada a certas condições de existência incluindo recursos materiais e simbólicos. Por mais que os sujeitos estejam vinculados a determinadas tradições, não estão estes presos a status fixos (HALL, 2003 *apud* EVANGELISTA, POLIVANOV, 2016).

De modo similar se dá a associação em “Game e transmídia: identidade móveis em *World of Warcraft*”, apresentado no GP de Cibercultura do Intercom de 2015, que



analisa questões que envolvem a tríade transmídia, identidades e gênero a partir do universo do game *World of Warcraft*. No artigo, o conceito de Hall do sujeito pós-moderno, com novas identidades múltiplas, é utilizado para abordar as identidades que emergem do game online, em que o jogador pode ser vários personagens, cada um com sua própria história, cultura e crenças, fomentando a identidade fragmentada do jogador (DALL POZZO, TEIXEIRA, 2015).

Em “Identidade territorial online: uma análise da interação do fã com o conteúdo da fanpage do Guaraná Jesus”, que esteve presente no GP de Cibercultura do Intercom em 2014, a autora Polyana Amorim traz a perspectiva de Hall quanto à construção da identidade para tratar deste sujeito pós-moderno que não possui uma identidade essencial e permanente mas, sim, identidades que se formam e se transformam à medida que o sujeito é inserido em novos sistemas culturais (AMORIM, 2014). Também se destaca no artigo a menção a Sylvio Lindenberg, que esquematiza um mapa da identidade digital, mostrando as principais áreas de interesse do sujeito para manifestação de sua identidade, sendo cada uma delas esferas sociais específicas em que o sujeito revelaria um dos fragmentos de sua identidade:

Expressão: o que eu digo – blogs; Publicação: o que eu compartilho – sites de compartilhamento de vídeos, imagens; Opinião: do que eu gosto – sites de bookmarking; Reputação: o que falam de mim - indexadores; Pessoal: onde e como me encontrar – email, instant, messenger; Hobby: do que gosto – site de música, filmes; Compras: o que compro – sites de comércio eletrônico; Conhecimento: o que eu sei – site de crowdsourcing; Profissional: onde eu trabalho - site de vagas; Popularidade: quem eu conheço – sites de relacionamento (LINDENBERG *apud* AMORIM, 2014).

No artigo “Religião e Novas Identidades na Pós-Modernidade. A Internet como Plataforma de Mudanças”, do GP de Cibercultura do Intercom de 2015, a autora Karina Lambert parte de Hall (2014 *apud* LAMBERT, 2015) para ressaltar uma série de fatores como cultura, linguagem, hábitos e costumes que estão envolvidos na construção da identidade e que têm se modificado com o advento da pós-modernidade. Lambert (2015) argumenta que, assim como as identidades têm se transformado, transformam-se também os campos sociais para se adequarem ao novo cenário em que a comunicação mediada por computador ocupa posição central na vida das pessoas. É considerando esse contexto que o artigo busca compreender como as identidades religiosas têm se adaptado à época pós-moderna.

O artigo “Identidades e Acumulação Flexível: reflexões sobre o consumo de representações identitárias”, presente no GP de Cibercultura do Intercom de 2016,

também se debruça sobre a questão de que forma o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação de rede alteram a constituição identitária. Scherrer (2016), o autor do artigo, dialoga com as definições de Hall (2011) de formação da identidade como uma celebração móvel, em que os aspectos identitários são constituídos e transformados de modo constante, e de “crise de identidade” (WOODWARD, 1999, HALL, 2011 *apud* SCHERRER, 2016), ocasionada pelo colapso entre as duas dimensões de identidades segundo a visão sociológica: a exterior ao indivíduo, em contato com os outros, e a interior, fonte de significações profundas que orienta cada um em sua prática social (SCHERRER, 2016).

Nesse sentido, o artigo “Cibercultura: pós-humano e crise de identidade”, apresentado no GP de Cibercultura do Intercom de 2014, aprofunda a problemática da crise de identidade a partir da conceituação de Hall (2011), como já abordada anteriormente, e de Bauman (2002), que considera a transformação da sociedade em um “admirável mundo novo das oportunidades fugazes e das seguranças frágeis”, em que “as identidades ao estilo antigo, rígidas e inegociáveis, simplesmente não funcionam mais” (BAUMAN, 2002 *apud* CASTRO, 2014). No artigo também se observa um viés interessante para pensar a identidade fragmentada no contexto da cibercultura, ao destacar que a multiplicidade identitária não existe só nesse ambiente, já que as “[...] identidades são sempre múltiplas. O espaço digital, pela sua própria configuração, apenas tem favorecido ainda mais a dispersão e a incidência de produção de identidades” (CASTRO, 2014, p. 10).

### **Identidades como performatizações sociais**

A segunda categoria em que se pode enquadrar as abordagens à identidade encontradas nos artigos diz respeito, principalmente, aos conceitos preconizados por Erving Goffman (1983) sobre representação social, vinculando a identidade à performance ao utilizar a metáfora da representação teatral. Segundo o autor, as pessoas representam papéis da mesma forma que os atores em cena, em uma espécie de invenção de si de acordo com os papéis sociais determinados em cada lugar.

No artigo “JORDAN LIVES FOR THE APPLAUSE: performances de si como propulsoras de ciberacontecimentos”, apresentado no GT de Comunicação e Cibercultura da Compós em 2016, observa-se uma densa discussão a respeito da construção da identidade enquanto um *self* que se mostra, ao mesmo tempo, na concretude da

representação – que corresponde ao plano ideal de projeção que os indivíduos fazem de si mesmos –, e no reconhecimento – de como esse *self* é apreendido pelos outros. “Por conta disso, a personalidade individual do sujeito existencial é o produto do efeito retroativo da comunicação. O ator vê reconhecida pelos outros a personalidade de que se diz e faz portador, momento em que o *self* ideal e o *self* real coincidem” (HENN, GONZATTI, MACHADO, 2016, p. 6). Ainda, conforme Goffman (1985 *apud* LOPES, COELHO, 2016, p. 10), “o indivíduo pode verdadeiramente crer na realidade por ele representada, neste caso, o ator pode estar compenetrado do seu próprio espetáculo, validando para si a imagem projetada”.

Também contribui para a discussão a visão trazida por Charles Taylor sobre a construção da identidade pessoal relacionada a práxis social. Segundo Taylor (1989 *apud* HENN, GONZATTI, MACHADO, 2016), essa relação se dá entre as especificidades individuais e socioculturais, que implica a possibilidade de múltiplas manifestações identitárias. O artigo de Henn, Gonzatti e Machado (2016) ainda reflete sobre as possibilidades e as tensões que as performatizações de si em sites de redes sociais produzem em relação a gêneros e sexualidades, buscando perceber como a identidade é constituída a partir do estudo de caso do ciberacontecimento de Brendan Jordan – menino que se tornou celebridade instantânea após ter sua coreografia da canção Applause, de Lady Gaga, capturada durante uma transmissão televisiva.

Cabe aqui retomar o artigo “Construções Identitárias Periféricas na Rede: as *It Girls* das Favelas Cariocas no Instagram”, do GP de Cibercultura do Intercom de 2016, para trazer o entendimento de que em sites de redes sociais não ocorre necessariamente um processo de “representação” de si mesmo(a), mas antes de performatização de um determinado *self* que se quer construir (POLIVANOV, 2014 *apud* EVANGELISTA, POLIVANOV, 2016).

A noção de performance enfatiza, conforme propõem Schechner (2006) e Goffman (2009), o saber (ou não), por parte dos atores sociais, usar determinados códigos sociais e culturais de comportamento, a fim de influenciar ou convencer uma certa audiência sobre algo – como um traço identitário ou um papel social – que se deseja transmitir através de uma persona. [...] Nesse sentido, reforçamos que não se pode pensar em identidade sem levar em consideração seu par, a alteridade, a figura do “outro” para o qual performamos, seja ele um sujeito ou objeto, mais ou menos aparente para o performer (EVANGELISTA, POLIVANOV, 2016, p. 6 e 7).

Esse caráter performático, que atribui papel central à figura do “outro” para composição da identidade, também é abordado no artigo “Duplo, imagem e reino do

simulacro: ‘William Wilson’, de Edgar Allan Poe”, publicado na revista E-Compós em 2016, ao referenciar Paula Sibilia (2008, p.233 *apud* FERRAZ, CARVALHO, 2016, p. 13): “hoje a principal obra que produzem os autores-narradores-protagonistas no mundo cibernético é o próprio ‘eu’, em um movimento que cria e recria a personalidade. Trata-se de uma subjetividade visível, orientada para e pelos outros”. Identifica-se nessas abordagens, além da importância do outro a quem será contada determinada história de si, a centralidade das narrativas, já que a performatização é construída a partir delas. Segundo Paul Ricouer (2010 *apud* HENN, GONZATTI, MACHADO, 2016), cada sujeito é um conjunto das histórias que vai contando de si mesmo e, precipuamente, da maneira como conta a si próprio as sequências narrativas de sua própria identidade.

No artigo “A interação entre estranhos no Omegle.com: sociabilidade, relacionamento e identidade”, da revista E-Compós de 2013, o autor Alex Damasceno dialoga mais com a proposta de Ricouer (1991) de uma dialética da identidade para pensar o sujeito anônimo, denominado de “estranho”, que é constituído no site de conversação Omegle.com, objeto de estudo de seu trabalho. O site em questão possibilita o intercâmbio de mensagens sempre entre dois usuários, que são colocados em *chat* de forma randômica – o usuário não escolhe seu parceiro de conversa. Também há uma dissolução identitária, pois não é possível criar um perfil que permita reconhecimento por outros, fazendo com que, em cada interação, o usuário deva contar sua própria narrativa para se apresentar à pessoa com quem conversa no *chat* do site (DAMASCENO, 2013).

### **Identities enquanto atributos culturais**

A terceira e última categoria semântica trata das identidades articuladas a elementos culturais, iniciando pela definição de Manuel Castells (1999 *apud* SCHERRER, 2016) sobre identidade, segundo duas dimensões sociológicas: coletiva e individual.

No aspecto coletivo, a identidade para Castells (1999) é entendida como fonte de significado e de experiência de um povo, ou seja, está associada aos agrupamentos sociais a que se pertence, dentro do julgamento dos indivíduos. Já a identidade individual é concebida como um atributo ou um conjunto de atributos culturais inter-relacionados que se sobressaem frente a outras fontes de significação (SCHERRER, 2016, p. 3).

Esta noção é abordada em dois artigos analisados e já apresentados anteriormente (AMORIM, 2014; SCHERRER, 2016) e se articula com a ideia de identidade trabalhada em “Cultura terapêutica e Nova Era: comunicando a religiosidade do *self*”, artigo

publicado na revista *Comunicação, Mídia e Consumo*, de 2015. Nele, Campanella e Castellano (2015) dialogam com teóricos como Giddens (2001 *apud* CAMPANELLA E CASTELLANO, 2015), a partir da argumentação de que o sujeito constrói sua identidade por meio do consumo de estilos de vida. “Dentro desse contexto, o consumo de estilos de vida transcende a eventuais motivações utilitaristas para também substanciar narrativas particulares de identidade pessoal” (CAMPANELLA E CASTELLANO, 2015, p. 188).

Para somar a essa perspectiva de identidade e cultura, destaca-se também o trabalho realizado em “Comportamento de consumo do retrô na internet: estudos de nostalgia, identidade e memória”, artigo apresentado no GP de Cibercultura do Intercom de 2015. Os autores Mileto et al. (2015) fazem uma releitura teórica dos estudos de nostalgia, memória, aprendizagem humana e identidade cultural no ciberespaço e, para tratar desta última, articulam os pensamentos do antropólogo e semiólogo Martín-Barbero (2006 *apud* MILETO et al., 2015), consoante o qual a identidade acompanha o fluxo da história e, portanto, falar de identidade implica também tratar de mobilidades, redes e fluxos, instantaneidade e fluidez, a fim de fazer juz às mutações expressivas do presente. “Ao trazer a ideia de mobilidade das identidades, Barbero não despreza suas raízes, pelo contrário ele fala de ‘raízes em movimento’, ou seja, o novo é algo que se acrescentou às velhas identidades, sem fazê-las desaparecer” (LAMBERT, 2015, p. 4).

O artigo de Lambert (2015), que foi apresentado na primeira categoria, também traz a concepção de identidade cultural de Néstor García Canclini, autor expoente dos estudos culturais latino-americanos. Segundo este, “as identidades pós-modernas são transterritoriais e multilinguísticas, delineando um novo perfil de cidadão. Supera-se a ideia de que os membros de uma dada sociedade possuem uma cultura homogênea e única” (CANCLINI, 2005, p.35 *apud* LAMBERT, 2015, p. 3). O discurso que se fortalece é o de uma nova percepção de identidade na pós-modernidade, especialmente híbrida.

### **Considerações Finais**

Utilizou-se neste estudo técnicas metodológicas inspiradas na teoria fundamentada e na análise de conteúdo para verificar como e com que frequência o termo ‘identidade’, no contexto das novas tecnologias de interação social online, vem sendo abordado nos estudos de Comunicação. Foi possível perceber que a análise de conteúdo é um método que contribui para analisar em quais sentidos determinados conceitos vêm

sendo trabalhados em uma área. No caso deste estudo, o termo ‘identidade’ relacionado à cibercultura no campo da Comunicação.

Os dados analisados foram sistematizados em três categorias amplas: 1) “deslocamento da identidade (ou identidades fragmentadas)”, baseada principalmente nos estudos de Stuart Hall; 2) “identidades como performatizações sociais”, fundamentada majoritariamente na concepção de Erving Goffman; e 3) “identidades enquanto atributos culturais”, a partir de Manuel Castells, Anthony Giddens, Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini. Ao final deste percurso de estudo, verifica-se que grande parte da discussão ainda gira em torno de alguns autores célebres, que discutiam a identidade antes da popularização das plataformas de redes sociais digitais. Assim, pode se questionar até que ponto esses conceitos tradicionais levam em conta as características próprias das interações nesses ambientes online. Stuart Hall, um desses autores célebres, consolida-se como principal referência, com sua obra sendo citada por sete artigos (mais da metade do *corpus* analisado).

Aspectos apontados aqui como o número de textos abordando o termo ‘identidade’ no âmbito da cibercultura (12 artigos) em relação ao total de artigos do período (1.068 contabilizados), também indicam que ainda são poucos os trabalhos que abordam a perspectiva da identidade imbuída nas interações sociais online – há bastante a explorar a respeito do tema no campo da Comunicação. Acredita-se que os resultados encontrados podem indicar problematizações para pesquisas futuras, como por exemplo, de que forma é possível construir o conceito de identidade considerando as particularidades próprias das interações nas novas plataformas digitais.

Reconhece-se como limitação deste artigo seu escopo temporal restrito a quatro anos (2013-2016) e a análise da correlação entre os conceitos dos autores mais citados, que pode ser realizada em um espaço de discussão mais amplo do que o de um artigo a fim de surtir uma compreensão mais aprofundada. Ainda assim, foi possível tecer determinados padrões nos artigos analisados, que deram origem às três categorias desenvolvidas nesse estudo.

## REFERÊNCIAS

AMORIM, P. Identidade territorial online: uma análise da interação do fã com o conteúdo da fanpage do Guaraná Jesus. In: **Anais do Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação**. Foz do Iguaçu, 2014. Foz do Iguaçu: Intercom, 2014.

---

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70. 1995. 225 p.

CAMPANELLA, B.; CASTELLANO, M. Cultura terapêutica e Nova Era: comunicando a “religiosidade do *self*”. In: **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 12, n. 33, p. 171-191, jan./abr. 2015.

CASTRO, V. Cibercultura: pós-humano e crise de identidade. In: **Anais do Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação**. Foz do Iguaçu, 2014. Foz do Iguaçu: Intercom, 2014.

DALL POZZO, B.; TEIXEIRA, N. Game e transmídia: identidade móveis em World of Warcraft. In: **Anais do Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação**. Rio de Janeiro, 2015. Rio de Janeiro: Intercom, 2015.

DAMASCENO, A. A interação entre estranhos no Omegle.com: sociabilidade, relacionamento e identidade. In: **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. E-compós, Brasília, v.16, n.3, set./dez. 2013.

EVANGELISTA, S.; POLIVANOV, B. Construções Identitárias Periféricas na Rede: as It Girls das Favelas Cariocas no Instagram. In: **Anais do Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação**. São Paulo, 2016. São Paulo: Intercom, 2016.

FERRAZ, M.; CARVALHO, L. Duplo, imagem e reino do simulacro: “William Wilson”, de Edgar Allan Poe. In: **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. E-compós, Brasília, v.19, n.1, jan/abr. 2016.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011. 239 p.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HENN, R., GONZATTI, C.; MACHADO, F. JORDAN LIVES FOR THE APPLAUSE: performances de si como propulsoras de cibercontecimentos. **Anais do XXV Encontro Anual da Compós**. Goiânia, 2016.

KRIPPENDORFF, K. **Content Analysis: an introduction to its methodology**. 2nd ed. California: Sage Publications, Inc, 2004. 413 p.

LAMBERT, K. Religião e Novas Identidades na Pós-Modernidade. A Internet como Plataforma de Mudanças. In: **Anais do Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação**. Rio de Janeiro, 2015. Rio de Janeiro: Intercom, 2015.

LOPES, C.; COELHO, M. Atualização e Engendramento de Identidades Através da Publicação de *Selfies* no Instagram. In: **Anais do Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação**. São Paulo, 2016. São Paulo: Intercom, 2016.

MILETO et al. Comportamento de consumo do retrô na internet: estudos de nostalgia, identidade e memória. In: **Anais do Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação**. Rio de Janeiro, 2015. Rio de Janeiro: Intercom, 2015.

SCHERRER, R. Identidades e Acumulação Flexível: reflexões sobre o consumo de representações identitárias. In: **Anais do Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação**. São Paulo, 2016. São Paulo: Intercom, 2016.