

Performance de si nas redes sociais online: o caso dos filtros temáticos nas fotos de perfil do Facebook¹

Pedro Henrique Andrade²
Issaaf Karhawi³
Universidade de São Paulo (CELACC-USP)

Resumo

Este trabalho parte da pergunta: quais as motivações dos usuários ao utilizar determinados filtros em suas fotos de perfil nas plataformas de redes sociais? Especificamente, busca-se compreender a relação entre a escolha dos temas dos filtros e os impactos na performance dos sujeitos no Facebook. Para tal, o artigo se apoia nas pesquisas empreendidas por Goffman (2014), Giddens (1991), Sá e Polivanov (2012) e outros autores. Entre as conclusões, obtidas a partir de questionário aberto, observa-se uma preocupação com a escolha das causas sociais e/ou posicionamentos políticos dos filtros, e também a possível superficialidade desse tipo de publicação nas redes sociais digitais.

Palavras-chave: filtros temáticos, foto de perfil, Facebook, performance de si.

Introdução

No dia 26 de junho de 2015, a Suprema Corte dos Estados Unidos legalizou o casamento homoafetivo em todo o país. No mesmo dia, o *Facebook* disponibilizou aos seus usuários um filtro-temático intitulado “*Celebrate Pride*”, demonstrando apoio à decisão da Suprema Corte. Mark Zuckerberg, *CEO* da empresa, foi o primeiro a estilizar sua foto com a bandeira do arco-íris, representação imagética da comunidade LGBTQIAP+ (Figura 1); outras personalidades e grandes marcas também utilizaram os filtros na ocasião. Nos três primeiros dias após a disponibilização da ferramenta, mais de 26 milhões de perfis haviam modificado suas fotos e a plataforma havia contabilizado mais de 565 milhões de interações entre seus usuários⁴.

Este episódio marcou o que viria a se tornar recorrente tempos depois: inspirada em eventos e acontecimentos de grande impacto, a plataforma se via envolta a “filtros temáticos”. Foi o que aconteceu após os atentados de Paris em novembro de 2015, quando

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluno da pós-graduação lato sensu em Mídia, Informação e Cultura no Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação (CELACC/ECA-USP). Graduado em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). E-mail: pedroandradejornalismo@gmail.com

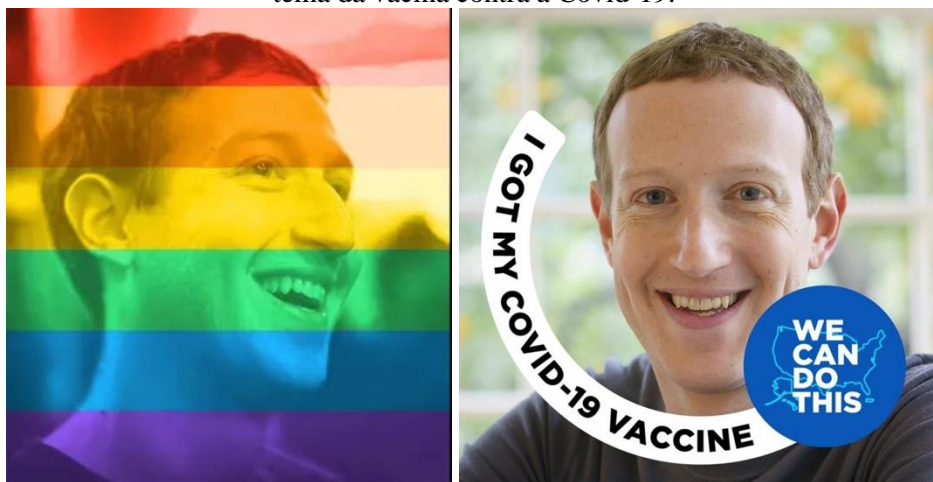
³ Doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, docente do CELACC (ECA-USP) e pesquisadora do COM+ (ECA-USP). E-mail: issaaf@gmail.com.

⁴ Disponível em: < <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/06/26-milhoes-coloriram-fotos-no-facebook-para-apoiar-casamento-gay.htm> > Acesso em 10/08/2021.

os usuários mostraram seu apoio às vítimas e familiares estilizando suas fotos com a bandeira da França⁵. Também como durante as Olimpíadas de 2016, sediadas no Rio de Janeiro, onde podia-se personalizar suas fotos de perfil com molduras que demonstravam sua torcida aos países participantes do evento⁶.

Com o passar do tempo, além dos filtros tematizados e confeccionados pela plataforma, os próprios usuários começaram a criar e personalizar os seus, aplicando-os em suas fotos. Entendendo essa dinâmica, o Facebook criou sua própria ferramenta para integrar os filtros intitulada “*Profile Pic Frame*” – “moldura para foto de perfil”, em tradução livre – que além de uni-los, ainda permitia que os usuários fizessem pesquisas por nomenclaturas, facilitando a procura de temas. Em agosto de 2021, as fotos de perfil podem ser customizadas a partir da função “adicionar tema” (Figura 1).

Figura 1- Mark Zuckerberg com o primeiro filtro do Facebook e, mais recentemente, com o tema da vacina contra a Covid-19.



Fonte: G1 e Facebook.

Campanhas com e por causas humanitárias, acontecimentos do cotidiano, entretenimento e celebridades, posições político-partidárias, estilo de vida viraram “filtros temáticos”. Eles adentraram os mecanismos de presentificação nas plataformas e se tornaram comuns no dia a dia de quem navega por elas. Escolher se associar a um desses filtros nos revela uma intencionalidade que parte de escolhas que são íntimas; e ao mesmo tempo revelam necessidades que também podem ser conjuntas. Para boyd (2020), os usuários precisam ser criativos na escrita de sua existência online, já que a

⁵ Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/11/facebook-permite-mudar-foto-para-lembrar-vitimas-de-atentados-em-paris.html>> Acesso em 10/08/2021.

⁶ Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/08/facebook-homenageia-rio-2016-com-moldura-para-perfil-e-mascara-no-msqrd.html>> Acesso em 10/08/2021.

autoapresentação nos perfis, de certa forma é um mecanismo identificador; “perfis são corpos-digitais pois identificam uma pessoa de forma única e são fruto de uma produção de identidade autorreflexiva” (boyd, 2020, p.7).

Se presencialmente obtemos pistas sobre as identidades das pessoas com as quais nos relacionamos a partir de seu gênero, raça, etnia entre outras particularidades, no online estes corpos não existem, sendo a presença digital, segundo boyd (2020), nada mais que um endereço de IP. No entanto, muitas vezes, as interações mediadas acontecem com pessoas com as quais temos e/ou já tivemos interações não-mediadas. É a partir desse entendimento que a autora considera e entende os perfis nas plataformas “conectados às identidades corporificadas” sendo assim, nada mais importante que os perfis sejam coerentes com as pessoas que representam.

Nesta pesquisa, partimos do seguinte problema: quais são as motivações dos usuários ao utilizar determinados filtros, em suas fotos de perfil, nas plataformas de redes sociais? A partir dessa questão, objetivamos apreender e descrever tais motivações ao relacioná-las com conceituações de performances nas plataformas de redes sociais online – especialmente, o Facebook.

Construções identitárias na pós-modernidade

O período em que estamos situados nos coloca inseridos em um mundo hiper e interconectado. Discorrendo sobre o atual momento em que vivemos, Castells reitera que a tecnologia digital traça uma mudança substancial nos modos de vida e nos modos “de ser”; esta sociedade, a qual conclama informacional, “tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos.” (2002, p.40).

Para o autor, a penetrabilidade das tecnologias neste período está em todas as esferas da atividade humana e, conseqüentemente, as identidades são afetadas. Sendo assim, “cada vez mais as pessoas organizam seu significado não em torno do que fazem, mas com base no que são ou acreditam que são.” (CASTELLS, 2002, p.41). Considerando a fragilidade de instituições, o declínio de movimentos sociais organizados e a desregulamentação de direitos assegurados em períodos anteriores, o autor acredita que “a busca da identidade, coletiva ou individual, atribuída ou construída, torna-se a fonte básica de significado social.” (CASTELLS, 2002, p.41).

Para Sodré (1995), as práticas de construção identitária na pós-modernidade põem em crise a noção da própria identidade pessoal. Para ele, o avanço tecnológico irrestrito contribui com a chamada mutação identitária: “a identidade viabiliza-se como um jogo de signos realizados por imagens, que circulam aceleradamente, de forma contagiante, à maneira de um processo viral [...] simulacros que se incorporam aos sujeitos, criando um outro tipo de relação com o mundo físico.” (SODRÉ, 1995, p.174). O autor entende ainda que estamos todos vulneráveis às propostas de modulações existenciais e que as identidades “podem ser produzidas como um bem de mercado, ou então como qualquer figuração delirante na realidade sintética do ciberespaço” (SODRÉ, 1995, p.179)

Em Giddens (1991) as narrativas de si e, portanto, as identidades, podem ser constantemente reelaboradas. Na percepção do autor, a construção da identidade é entendida como um “projeto reflexivo”. A partir disso, ele vislumbra que a partir destes projetos, também há uma maior responsabilização individual nas construções identitárias, onde os indivíduos precisam cada vez mais manter “narrativas coerentes” e, para isso, precisam constantemente revisar-se e perceber-se: “cada um de nós não apenas tem, mas vive uma biografia reflexivamente organizada em termos de fluxo de informações sociais e psicológicas sobre possíveis modos de vida.” (GIDDENS, 1991, p.20).

Já Stuart Hall entende que a construção identitária atual, em contexto amplo, é fragmentada e plural. Para ele, as identidades responsáveis por estabilizar o mundo em tempos outros, estão em declínio constante. O autor então, historiciza as distinções acerca de três concepções acerca dos sujeitos e suas construções de si: enquanto o sujeito iluminista era centrado e individualista e o sujeito sociológico (industrial) construía sua identidade a partir do contato com o mundo externo, o sujeito pós-moderno é, por natureza, fragmentado e contraditório. Sendo assim:

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. (HALL, 2006, p.13)

Mas e quando debatemos a construção identitária dentro dos perfis de plataformas de redes sociais? Para Bruno (2013), os perfis têm “um efeito de identidade, num sentido pontual e provisório, uma vez que não atende a critérios de verdade e falsidade, mas de performatividade” (BRUNO, 2013, p.161).

Em Ellison e boyd (2013), a construção identitária nas plataformas e sites de rede social está vinculada diretamente à presença do outro e à visibilidade, o que contribui diretamente para uma performance de si: “formas mais antigas de comunicação mediada permitiam que informações identitárias fossem compartilhadas, mas os sites de rede sociais fazem isso de forma diferente e potencialmente de maneiras mais poderosas devido a presença de uma rede de amigos” (Ellison & boyd, 2013, p.164, tradução livre).

Visibilidade: um lema contemporâneo

Ao criar um perfil, Bruno atesta que “detalhes cotidianos da vida privada, traços comportamentais e fluxos subjetivos como gostos, crenças, opiniões, nunca foram tão amplamente visíveis e deliberadamente publicizados” (BRUNO, 2013, p.66). A autora ainda reitera a potencialidade imagética das plataformas de redes sociais e conclui que “se o eu se constitui na imagem e como imagem, é preciso que tome para si seus atributos contemporâneos, ampliando sua margem de interatividade” (BRUNO, 2013, p.69). Para Sibilia (2015), o momento histórico o qual nos encontramos pode ser chamado de “era da performance”, onde percepções e escolhas, para que validadas, devem ser publicizadas:

Em uma cultura que insta a viver sob a lógica da visibilidade e que acicata nos sujeitos uma busca tão ansiosa pela espetacularização de si, alimentada pelo desejo de obter celebridade a qualquer custo, já não basta ser alguém ou fazer algo. Além disso, o tempo todo, é preciso performar: mostrar-se fazendo o que for e sendo alguém. E, é claro, também é necessário ser visto nessa exibição (SIBILIA, 2015, p. 358)

Vê-se necessário aqui destacar a importância dos apetrechos comunicacionais nas produções de visibilidade. Em Thompson (1995), o advento da imprensa por Gutemberg no século XV foi determinante à nascença e administração de uma nova visibilidade. A partir da inserção plena da imprensa, as relações sociais não mais necessitavam de contato face a face; suporte que fora tão necessário em tempos outros (THOMPSON, 1995). A construção do *self* e as remodelações acerca da visibilidade sempre estarão atravessados pelos dispositivos de mediação comunicacional disponíveis nos períodos temporais e nas espacialidades, sendo de maneira sucinta o *self*:

um projeto que o indivíduo constrói com os materiais simbólicos que lhe são disponíveis, materiais com que ele vai tecendo uma nova narrativa que vai se modificando com tempo, à medida que novos materiais, novas experiências vão entrando em cena e gradualmente redefinindo sua identidade no curso da trajetória da sua vida. (THOMPSON, 1995, p.83)

Escrevendo anteriormente aos fenômenos da tecnologia digital, o trecho do autor é inteiramente aplicável à sociedade contemporânea. Os apetrechos e materiais se

modificaram com o passar dos anos e hoje, são as tecnologias digitais junto às plataformas e as redes sociais online quem (re)modulam as discussões. A possibilidade de adicionar filtros e molduras às fotos de perfil no Facebook dialoga diretamente com a passagem de Thompson. Para além dos materiais simbólicos, a rede social oferece uma forma de materialização; como se fosse possível apreender aquele *self* em constante construção. Assim, se os suportes mudam, as relações de visibilidade, *idem*.

Não é novidade, porém, que as tecnologias digitais representam uma mudança abrupta em relação aos meios anteriores. As formas de se comunicar bem como todo o processo relacionado à visibilidade se configura a partir de novas instâncias que, até tempos atrás, não se atravessavam, como as concepções de público e privado, por exemplo. Assim como descreve Saad-Corrêa, “num breve passeio pelas ambiências sociais digitais assistimos a processos simultâneos de “fazer-se visível” e “deixar-se visibilizar”, que envolvem uma sucessão de propostas, ações, intenções que buscam a convergência de olhares, fidelizações e transações do público conectado.” (SAAD-CORRÊA, 2016, p.22).

Performances: da indefinibilidade temática ao atravessamento com a cultura digital

Erving Goffman é uma das principais referências no tratamento de questões relacionadas à performatividade cotidiana. Contudo, é necessário rememorar que o autor publicou sua principal obra “A representação do eu na vida cotidiana”, no ano de 1959, um momento onde as mediações tecnológicas ainda não atravessavam a sociedade. Os debates aqui, estão ancorados na realidade atual e, por isso, são complexificados a partir de novas formas de enxergar relações de performance e representação. O que não significa que a leitura de Goffman sobre o campo não seja de enorme valia.

A sociedade está organizada tendo por base o princípio de que qualquer indivíduo que possua certas características sociais tem o direito moral de esperar que os outros o valorizem e o tratem de maneira adequada. Ligado a este princípio há um segundo, ou seja, de que um indivíduo que implicita ou explicitamente dê a entender que possui certas características sociais deve de fato ser o que pretende que é (GOFFMAN, 2014, p.25)

Os estudos de performance, estão vinculados em maior proporção nos debates das artes, na antropologia e na sociologia. Este artigo pretende integrá-los aos escritos comunicacionais, em específico aos mediados digitalmente. Para isso, é importante recorrer a proposições já estruturadas como as de Amaral, Polivanov e Soares (2018). Os autores, propõem que os estudos da performance, no Brasil, se estruturam em dois

percursos metodológicos: o primeiro deles, ligado aos estudos de recepção e audiência e vinculado aos estudos de música, fã-clubes e *fandoms*; o segundo, que nos importa aqui, deve ser entendido como uma: “articulação de performance como memória, política identitária de grupo ou da singularidade de sujeitos, ou diante da política de visibilidade (o que se registra, quem registra, com quais propósitos)” (AMARAL, POLIVANOV, SOARES; 2018, p.71), e ajuda-nos a esclarecer debates como os que analisaremos neste artigo: por que utilizam os filtros? quem utiliza? com quais finalidades?

Importa-nos, também, resgatar conceituações já firmadas de performance e que atestam sua interdisciplinaridade. Para Schechner (2013), “os estudos de performance começam onde o domínio mais limitado das disciplinas acaba” (SCHECHNER, 2013, p.2, tradução livre). Para ele, a marca pujante das discussões que a disciplina evoca está justamente na possibilidade de usá-la para tensionar e contradizer o que acontece no mundo, já que para o autor tudo pode ser performance, se olhado a partir do ponto de vista performativo: “Se os estudos de performance fossem uma arte, seriam a vanguarda”, (SCHECHNER, 2013, p.4, tradução livre).

Ao descrever o estudo das performances de maneira complexificada, o sociólogo afirma que “na pós-modernidade a relação entre proximidade e superfície é fluída” (SCHECHNER, 2013, p.24), e justamente por isso, entendemos neste trabalho que os estudos relacionados à disciplina são frutíferos para entender a cultura digital:

O performativo não acontece apenas em lugares de artes performativas [...] equipadas com cada vez mais formas potentes de encontrar e compartilhar informações, as pessoas estão cada vez mais vendo o mundo não como um livro por ser lido mas uma performance para participar (SCHECHNER, 2002, p.24-25, tradução livre)

Para Diana Taylor, é problemático que não haja tradução ao termo, anglo-saxônico, às línguas latinas. A autora, contudo, não deixa de reiterar o potencial interdisciplinar do termo e da disciplina em si, concluindo que: “A performance traz consigo a possibilidade de desafio, até mesmo de autodesafio. Como termo que conota, simultaneamente, um processo, uma práxis, uma episteme, um modo de transmissão, uma realização e um modo de intervir no mundo” (TAYLOR, 2013, p.44)

Retomando Goffman, performance é “toda atividade de um determinado participante, em dada ocasião, que sirva para influenciar, de algum modo, qualquer um dos outros participantes.” (2014, p.28). Importante resgatar aqui, que o autor estimula que os leitores pensem nas performances e nas relações comportamentais do ser humano a

partir de conceitos da teoria do teatro. Para ele, estaríamos todos encenando e atuando em uma obra o que nos obriga a pensar na construção das subjetividades, estabelecendo parâmetros e critérios acerca do que gostaríamos (ou deveríamos) ser.

Para Polivanov e Carrera (2019), a principal característica acerca da performatização de si em plataformas de redes sociais - e o que se difere mais fortemente portanto com o modo como Goffman pensava o temário - está na complexidade dos aparatos de mediação atuais. Na internet as interações são assíncronas e não presenciais; e, segundo as autoras, estes objetos técnicos não são apenas instrumentais já que as performances na era digital precisam ser consideradas e diferenciadas das não-mediadas.

Breves apontamentos metodológicos

Como posto, este trabalho parte de um questionamento: quais são as motivações dos usuários ao utilizar determinados filtros, em suas fotos de perfil, nas plataformas de redes sociais? Para responder à questão, alguns objetivos de pesquisa foram estabelecidos: apreender e descrever tais motivações e verificar como e se os filtros contribuem para a coerência na construção dos perfis dos usuários nas plataformas. Para tal, elaboramos um questionário via *Google Forms* com perguntas abertas e fechadas sobre a utilização de filtros no Facebook. O questionário esteve disponível ao longo de uma semana, entre 27 de julho e 3 de agosto de 2021, e reuniu um total de 72 respostas. Aqui, salientamos o caráter qualitativo desta pesquisa e também exploratório. Portanto, não há qualquer intenção de generalização a partir dos dados obtidos. Além disso, o questionário foi divulgado pelos próprios pesquisadores em seus perfis pessoais nas redes sociais (Facebook, LinkedIn e Twitter), o que pode resultar em certo “enviesamento algorítmico” da amostra reunida.

Filtros em fotos de perfil: apoio à causas, vigilância e superficialidade

O questionário intitulado “Filtros temáticos no Facebook” apresentava onze questões. Para este artigo, discutiremos apenas aquelas que contemplam os nossos objetivos de pesquisa, ou seja, desvelam as motivações para os usos dos filtros. O recorte se impõe pelo limite de páginas e pelo caráter da pesquisa: exploratória e ainda em andamento sob um projeto maior. De modo geral, as primeiras perguntas tinham o objetivo de compreender a frequência de uso das redes e da funcionalidade estudada. Portanto, questionamos: “Você se considera uma pessoa que...”. Ao que os respondentes

sinalizaram que publicam e/ou interagem muito nas redes sociais (29 dos 72 respondentes, 40%) e estão constantemente de olho nas novidades das redes (24 respostas 33%), entre as alternativas predominantes. A segunda pergunta indagava: “Você já utilizou filtros no Facebook?”, para a qual 79% dos respondentes disseram que *sim*.

Ainda nas questões fechadas, os sujeitos foram convocados a marcar quais temas já tinham utilizado no Facebook. Para esta questão, os pesquisadores fizeram uma lista das temáticas mais comuns dos filtros já disponibilizados pelo Facebook e/ou criados pelos próprios usuários da rede. As respostas foram bastante diversas: 50 respondentes (ou 69%) já usaram filtros *políticos-partidários* (de candidatos, partidos, posicionamentos políticos, etc); 43 (59%) usaram filtros para sinalizar apoio à *causas sociais/humanitárias*; 23 (31%) respondentes lançaram mão de filtros mais *diversificados* (pessoalizados, cômicos, divertidos, relacionados com a profissão, etc); 20 pessoas (27%) marcaram a opção de filtros sobre *acontecimentos* (tragédias, catástrofes, etc); 18 (25%) pessoas disseram já ter usado filtros de *competições esportivas* (Copa do Mundo, Campeonatos, Olimpíadas, etc); 14 delas nunca utilizaram filtros temáticos no Facebook e, por fim, a categoria com menos resposta foi a de filtros de *Cultura Pop* (lançamento de filmes, músicas, artistas, etc) com 13 respostas, ou 18% do total da amostra.

De forma mais específica, a quarta pergunta era aberta e seu enunciado questionava: “Você poderia explicar por que decide usar um filtro?”. Apesar de não ser obrigatória, todos os 72 respondentes registraram suas motivações. O montante mais significativo de justificativas reuniu respostas que alegavam usar filtros “para demonstrar meu posicionamento e preferências”, “para de alguma forma apoiar aquilo que o filtro propõe”, “para mostrar um posicionamento e apoiar causas”, “para apoiar uma causa que acredito”, “para mostrar meu apoio a essas causas”. Apesar de aparentemente simples, uma vez que sintetizam a função material do filtro, as justificativas para o uso passam pelo reconhecimento de que “[...] a auto-identidade só é possível de ser construída na relação negociada com a alteridade – sendo, portanto, a interação social fundamental no processo de “representação” do eu [...]” (SÁ, POLIVANOV, 2012, p. 581). Ainda, nas plataformas de redes sociais, como o Facebook, “o indivíduo ganha acesso a uma variedade de ferramentas multimídia que possibilitam performances mais controladas e imaginativas de identidade online” (PAPACHARISSI, 2011, p. 307). Ou seja, mostrar um posicionamento ou o apoio a uma causa permite racionalizar o processo de definição identitária e, com isso, manter certa “coerência expressiva” (SÁ, POLIVANOV, 2012).

Um outro grupo de respostas acentua um pouco mais a posição: “Eu utilizo os filtros que tem a ver com os meus valores e crenças e gosto de transparecer isso no meu perfil”; “Acredito que os filtros sejam uma forma de expor sua opinião e apoio sobre determinado assunto e também de limitar o seu círculo social”; “Para estampar apoio e posicionamento às causas que apoio logo no primeiro contato com o meu perfil”. Aqui, além de mostrar apoio a uma causa, o filtro parece desempenhar uma função ainda mais determinante na performance dos sujeitos. Evidencia-se, por exemplo, a motivação de *transparecer e limitar* o círculo social. Recuero afirma que “[...] o papel do indivíduo na construção de sua própria rede social é preponderante” (2014, p. 142). Em certa medida, a chance de deixar posicionamentos claros pode ser uma forma de investir em laços baseados em identificação e interesse comum (RECUERO, 2014) ou, opostamente, desfazer aqueles contrários. Essa hipótese fica evidente na seguinte justificativa para uso de filtros: “Pra deixar claro que defendo uma causa ou faço parte de determinado grupo, creio que isso me faz evitar entrar em conflito com quem não tenho interesse em discutir”.

Outras razões para o uso de filtros poderiam se inserir em motivações coletivas. Tendo em vista que grande parte dos respondentes se considera usuário ativo das redes sociais, é interessante observar como algumas das justificativas se baseiam em uma noção de “propagabilidade” propulsionada pelo digital: “a ‘propagabilidade’ se refere ao potencial – técnico e cultural – de os públicos compartilharem conteúdos por motivos próprios [...]” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014: 26). A mentalidade propagável outorga aos públicos a autonomia de espalhar textos midiáticos por razões diversas e nem sempre previstas. O processo de compartilhamento ainda pode atuar como um estímulo para que outros, dentro de grupos distintos, façam o mesmo. E, nesse sentido, as justificativas foram: “Para que a informação chegue para o máximo de pessoas possível”; “Publicização de determinado tema”; “Para colaborar para a visibilidade da causa”; “Interesse no tema e na possibilidade de divulgar o assunto”.

Já quando questionados sobre as razões para não usar filtros, não surpreendentemente, as respostas reforçam aquilo que discutimos até aqui: “Quando ele não tem a ver com meus valores ou eu não acho importante o tema”; “Não concordo com a causa ou não me interessa demonstrar apoio”; “Quando não me identifico”; “Normalmente não condiz com meu posicionamento”; “Somente utilizo para mostrar posicionamentos e causas em que sou engajada”. Motivações para o uso e para o não uso

baseiam-se na mesma premissa: performar uma identidade e, ainda, manter coerência da performance construída até então.

Outro grupo de respondentes se referiu à estética dos filtros como motivos para não usá-los: “Se é de uma causa na qual não acredito, muito poluído (tampa muito a foto) ou tem baixa qualidade gráfica”; “Tema, design ou layout do filtro”; “Poluição visual”; “Brega ou não se encaixa ao meu perfil”; “Quando não combina com a minha foto rs”; “Quando quero deixar a foto sem interferência no perfil”; “Filtros feios”. O que, em uma leitura rápida e superficial, poderia ser compreendido como narcisismo exacerbado das redes sociais, pode ser lido por meio de outra perspectiva:

[...] esses regimes de visibilidade da alta modernidade relacionados diretamente com a dimensão da estética e da aparência são, antes de expressões narcísicas e busca de atenção indiscriminada e constante dos sujeitos, modos através dos quais os atores performatizam e mobilizam reflexivamente seus *selves*, construindo suas identidades tanto *off* quanto *online* (SÁ, POLIVANOV, 2012, p. 579).

O espaço da foto de perfil parece ser precioso para os usuários, não apenas pela possibilidade de personalização, mas também pelas impressões geradas imediatamente – as quais, em até certo ponto, estão sob controle dos sujeitos. Por isso, “brega”, “feio” e “poluído” também integram o complexo jogo daquilo que se torna visível.

Depois das respostas discursivas sobre as motivações para o uso de filtros, o questionário encerrava com a idade do respondente, nível educacional e espectro político. Para este artigo, interessa-nos a última questão: “Como você se define politicamente?”, elaborada com o objetivo de analisar se haveria alguma relação com o uso de filtros e as “causas” apoiadas. As respostas se organizaram da seguinte forma: esquerda (56%), centro-esquerda (20%), prefiro não me definir politicamente (15%), extrema esquerda (5%) e centro-direita (1%), e nenhuma resposta para as opções direita, centro e extrema direita. Portanto, apesar do risco de inexatidão na definição dos respondentes, desvela-se uma inclinação progressista na quase totalidade da amostra.

Nesse mesmo contexto, a pergunta “E quais são as motivações para quando você decide não utilizar os filtros?” trouxe respostas preocupadas com a aparente ineficácia desse recurso: “Ultimamente não tenho utilizado mais os filtros por identificar um nível de superficialidade que limita o debate de assuntos que envolvem aquele filtro, por exemplo”; “Não costumo usar filtros de ordem política, apesar de postar sobre, porque filtros, nesse cenário, me parecem puramente performáticos, sem prover suporte a causa da maneira apropriada”; “Quando acho que é ‘modinha’, quando penso que vai ser

irrelevante, não vai fazer diferença ou não nutre nenhuma reflexão ou diálogo. Posicionar por se posicionar, apenas para "estar em uma turma"; “Por achar, às vezes, que o filtro vem mais numa necessidade de pertencer a um movimento do que ter reflexão crítica”.

Há correntes bastante distintas quando tratamos das formas de posicionamento político nas redes. Ao estudar o *feminismo de hashtag*, a partir do movimento #metoo, Clark-Parsons distingue duas linhas de compreensão desse fenômeno: via *políticas de visibilidade*, que entende que mudanças na forma como representamos, interpretamos e respondemos às injustiças podem ser alcançadas a partir de performances; via *economia de visibilidade*, que vê o uso de hashtags nas redes sociais como um tipo de ativismo com começo, meio e fim na própria performance, sem impacto significativo na transformação das estruturas de desigualdade. As motivações/justificativas que trouxemos aqui evidenciam esse segundo aspecto dos filtros. Se, primeiramente, as respostas alegavam a possibilidade de “dar visibilidade” às causas, de fazer com que a discussão chegasse a mais pessoas, neste segundo momento, há um conflito que se estabelece: o que há pós-filtro ou para além do filtro? Por isso este caráter de superficialidade, de *performance* como um registro identitário com um fim em si e não, necessariamente, com compromisso com uma mudança social. Em outras palavras, performances virais, como poderíamos categorizar o uso de filtros, podem alargar a discussão sobre temas como feminismo ou antifascismo, no entanto, “[...] concentrar esforços apenas no poder simbólico é correr o risco de deixar sistemas estruturais de dominação intocados” (CLARK-PARSONS, 2019, p. 5).

Opostamente, os respondentes que justificaram usar filtros para “engajar em uma causa”, “para apoiar uma causa, uma bandeira, uma situação!” ou “para fazer parte de um movimento” se inscrevem naquilo que Clark-Parsons entende como *políticas performativas* que podem ter “[...] o potencial de produzir mudanças sociais ao desestabilizar os discursos dominantes, que moldam as ações cotidianas, e esboçar formas alternativas de *ser*” (2019, p. 4). Outra questão que permite pensar nessas oposições é a resposta para a pergunta: “Além do uso do filtro, você também costuma fazer publicações sobre o tema?” para a qual 58% dos respondentes marcaram “Sim, acho necessário discutir o assunto na minha rede” contra 31% que assinalaram “Não, acredito que o filtro já deixe o meu ponto de vista claro”.

Ainda sobre as motivações para decidir não usar os filtros no Facebook, uma resposta sintetiza apontamentos já trazidos aqui, mas apresenta novas preocupações:

Eu nunca utilizo filtros pelo fato de achar algo bastante "superficial" para as causas que os filtros apresentam, apesar da comunicação via mídias sociais ser algo importante (imagino que há pessoas que ficam sabendo de algumas coisas por meio de um amigo que colocou algum filtro no perfil, por exemplo, em uma reflexão otimista). [...] Além de tudo isso, há a questão dos dados. Muitos amigos da minha bolha (comunista e antifascista) foram expostos naquela lista de antifascistas de, se não me engano, 2019, pelo fato de terem usado o filtro no perfil do Facebook. Em suma: eu acho algo não efetivo, bastante superficial, além de um pouco perigoso em questão de exposição. [...].

Na pesquisa desenvolvida por Clark-Parsons, um dos argumentos das feministas contrárias ao *feminismo de hashtag* é que o posicionamento nas redes aumenta a vigilância a qual essas mulheres estariam sujeitas. Vigilância que não se encerra no caso brasileiro da lista de antifascistas⁷, mas também no empacotamento de dados das redes sociais e conversão do ativismo em *commodity*, pacote a ser negociado com marcas anunciantes das plataformas. Outros respondentes também apontaram a preocupação com segurança/exposição: “Considerando especialmente os políticos, evitar represálias de pessoas nos comentários e, até mesmo, de possíveis chefes/empresas”; “Exposição desnecessária” e “Muita exposição”.

Por fim, quando convocados a refletir sobre os filtros e temas que decidem não compartilhar, as respostas evidenciam a alteridade: “Não acho necessário essa exposição, e o mercado de trabalho não aceita com bons olhos”; “Manter a neutralidade pública sobre um assunto, ainda que tenha opinião formada”; “Pois não vejo necessidade em sempre utilizar, além de que meu perfil acaba sendo profissional também”. A flexibilidade das redes sociais digitais resulta na interação entre sujeitos dos mesmos grupos ou de grupos distintos, com mais ou menos intimidade, com quem nutrem laços familiares ou profissionais, com contato frequente ou casual (PAPACHARISSI, 2011). Nesse sentido, a preocupação com a imagem profissional ou com aquilo que os chefes podem pensar revela as dinâmicas de construção do *self*, já reconhecida como coletiva e individual, e certa auto-reflexividade (SÁ, POLIVANOV, 2012). Isso porque, “[...] as ações e afirmações feitas pelos outros [...] são tão cruciais para as construções identitárias dos sujeitos quanto suas próprias ações e afirmações.” (SÁ, POLIVANOV, 2012, p. 583). Assim, há certa dose de gestão dessas percepções ao escolher um filtro entre tantos, negociando (des)legitimação outorgada pelo relato do outro sobre cada um.

⁷ Disponível em: < <https://brasil.elpais.com/politica/2020-06-05/lista-de-nomes-antifascistas-cria-clima-de-tensao-e-resistencia-as-vesperas-de-novo-ato-pro-democracia.html> > Acesso em 10/08/2021.

Considerações Finais

Ao iniciarmos o debate em questão, admitimos a complexidade temática envolta às relações performáticas nas plataformas de redes sociais online, principalmente por entender que neste espaço, as redes são “demarcadas não somente pelos rastros deixados pelos atores sociais e pelas suas produções, mas também pelas suas representações” (RECUERO, BASTOS, ZAGO, 2015, p.23). Parte dessa complexidade pôde ser observada nas respostas dos sujeitos da pesquisa. As motivações para (não) uso dos filtros mostra dicotomias das redes sociais digitais, mas, em certa medida, da construção identitária dos sujeitos contemporâneos. O apoio às causas deve ficar visível no Facebook para reunir iguais e marcar uma filiação, ao mesmo tempo, deve ser mantido privado para evitar represálias, desentendimentos ou vigilância. Escolher entre uma causa e outra parece passar apenas pela identificação, mas, curiosamente, encontra impeditivos estéticos na materialidade do filtro. Ao lembrar Taylor (2013), lembramos que performance é um modo de conhecer. E, justamente, por isso, ela tem papel na “consolidação de identidades”, aqui entendidas como as escolhas dos usuários na utilização – ou não – de filtros tematizados.

Percebe-se que há frutíferas possibilidades e chaves de entendimento quando tratamos das questões referentes aos filtros temáticos, seja porque os usuários entendam que há sempre necessidade de validar suas percepções de mundo, porque eles acreditem que há motivos nobres envoltos às suas escolhas ou simplesmente porque eles queiram participar ativa e ludicamente de algo. E, não ao acaso, esta pesquisa segue adiante, como parte de um projeto mais amplo, assumindo que estamos todos performando e que “todo homem [toda pessoa] está sempre e em todo lugar, mais ou menos conscientemente, representando um papel [...] É nesses papéis que nos conhecemos uns aos outros; é nesses papéis que nos conhecemos a nós mesmos.” (PARK, 1950, p.249-250).

REFERÊNCIAS

AMARAL, A.; SOARES, T.; POLIVANOV, B.. Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas. In: **Revista RBCC** (Intercom), vol. 41, n. 1, 2018.

boyd, d.. 2020. “Escrevendo sua própria existência” In **internet&sociedade**. n.1/v.1 Fevereiro de 2020. p.5-37. Disponível em: <<https://revista.internetlab.org.br/serifescrivendo-a-sua-propria-existencia-serif/>> Acesso em 10/08/2021.

CARRERA, F.; POLIVANOV, B.: Rupturas performáticas: apresentação de si a partir de e para além de Goffman. In: **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 44, p. 74-98, jan./abr. 2019.

- CASTELLS, M.: **A Sociedade em Rede**. São Paulo, Paz e Terra, 2002
- CLARK-PARSONS, R. “I See You, I Believe You, I Stand With You”: #MeToo and the performance of networked feminist visibility, *Feminist Media Studies*, 2019. DOI: 10.1080/14680777.2019.1628797
- Ellison, N. B. & boyd, d. **Sociality through Social Network Sites**. In Dutton, W. H. (Ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University Press, pp. 151-172.
- BRUNO, F.. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- GIDDENS, A.. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Ed. Unesp, 1991.
- GOFFMAN, E.. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2014
- HALL, S.: **A Identidade cultural na pós-modernidade. tradução** 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S.. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.
- PAPACHARISSI, Z.. **A networked self: identity, community and culture on social network sites**. New York: Routledge, 2011.
- PARK, R. E. **Race and Culture**. Glencoe, III: The Free Press, 1950.
- RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- _____; BASTOS, M.; ZAGO, G.. **Análise de Redes para Mídia Social**. Porto Alegre: Sulina, 2020.
- SAAD-CORRÊA, E.. **Visibilidade e consumo da informação nas redes sociais**. Org. SAAD-CORRÊA, E.. São Paulo. Media XXI, 2016.
- SCHECHNER, R.. **Performance studies: an introduction**. Nova Iorque. Routledge, 2013.
- SIBILIA, P.. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. In **Revista Fronteiras**. Vol. 17. Nº 3. Porto Alegre: Unisinos, setembro/dezembro 2015
- SÁ, S. P. de.; POLIVANOV, B. B.. Auto-reflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites de redes sociais. **Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura**, v.1, n.03, set-dez 2012.
- SODRÉ, M.: **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos**. 5. Ed. Petrópolis, RJ. Vozes, 2010.
- TAYLOR, D. **O arquivo e o repertório: Performance e Memória Cultural nas Américas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.
- THOMPSON, J. B. **Mídia e modernidade – Uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1995.