

Reflexões introdutórias sobre dinâmicas de intimidade e autoapresentação no *Instagram* a partir do *close friends*¹

Pedro Henrique Andrade²

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, RS

RESUMO

Este trabalho pretende discorrer sobre as subjetividades em ambiências digitais a partir da funcionalidade “*close friends*” no aplicativo *Instagram*. Neste ensaio, que se projeta como uma reflexão introdutória de pesquisa, sugerimos atualizações nas formas de compreender ideais de autoapresentação e dinâmicas identitárias em rede (boyd, 2006, 2014, 2020; POLIVANOV, 2014; JOINSON, 2011) bem como sobre tematizações acerca das dimensões de intimidade (SIBILIA, 2016, 2018; RODRIGUEZ, 2018), supondo que as plataformas se atualizam a partir de intentos e necessidades dos sujeitos em relação ao gerenciamento e a manipulação de seus perfis em suas vivências cotidianas e que cabe à comunicação digital refletir sobre esses temários.

PALAVRAS-CHAVE: subjetividade; intimidade; visibilidade; *Instagram*; *close friends*

Introdução: do que possibilitou a existência de ‘*close friends*’

Quando foi lançado em 2010, o *Instagram* funcionava como uma espécie de repositório para o armazenamento de fotos e mesmo não sendo necessariamente inovador, integrava em um só aplicativo funcionalidades que estavam presentes de maneira isolada em outros, como a geolocalização instantânea nas postagens e uma vasta quantidade de filtros que podiam ser aplicados nas imagens, dando efeitos e contornos específicos para as fotos publicadas ali.

No início o aplicativo era exclusivo para o sistema operacional *iOS* (*Apple*), mas sua popularização o tornou disponível também para *Android*, em 2012. Neste mesmo ano, Mark Zuckerberg, *CEO* do *Facebook*, comprou o aplicativo para evitar que ele ameaçasse a proeminência construída pelo seu conglomerado; posteriormente, também compraria o *Whatsapp*, por exemplo. Depois disso o *Instagram* passou por diversas modificações em sua estrutura e hoje faz parte do *Meta*.

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais do XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Especialista em Mídia, Informação e Cultura (ECA/USP), jornalista | E-mail: pedroandradejornalismo@gmail.com

Talvez pareça difícil lembrarmos-nos do *Instagram* sem o *chat* que possibilitou dinâmicas conversacionais privadas ou em grupos, dos *Reels* ou *IGTVs* que agora parecem monopolizar as dimensões algorítmicas da plataforma ou mesmo da possibilidade de realizar *lives* e convidar outros usuários para participar delas, recurso tão popular durante os períodos críticos da pandemia da covid-19 pelo mundo. Fato é que o aplicativo tornou-se altamente popular, sendo inclusive, uma ferramenta de trabalho monetizável e rentável, mas nem sempre foi assim.

O aplicativo passa constantemente por pequenas mudanças e ajustes dos quais mesmo usuários assíduos muitas vezes sequer percebem. No nosso trabalho nos atemos, contudo, às dimensões estruturais dessas modificações, aquelas que mudam a forma de nos relacionarmos com sua usabilidade. Parte destas foram recapituladas por Leaver, Highfield e Abidin (2020) em livro que leva o nome da plataforma, e que buscou historicizar processos da rede: da estética às ecologias, passando também pelas dimensões econômicas, o livro é um guia para entender amplamente a plataforma que segundo dados extraoficiais possui mais de dois bilhões de usuários ativos mensalmente,³ sendo o Brasil o terceiro país com mais contas⁴, atrás apenas de Estados Unidos e Índia.

Das mudanças pelas quais passou, há uma que modificou definitivamente a forma de se relacionar com o *Instagram*: os *stories*. E seu contexto de criação é específico e causal: em 2016, Zuckerberg, na tentativa frustrada de comprar o *Snapchat* - aplicativo que se popularizou entre o público jovem em meados da década de 2010 e rivalizava de forma ou outra com o *Instagram* - incorporou as principais características do rival em sua plataforma⁵ (e posteriormente, também no *Facebook* e no *Whatsapp*). Para o leitor que não tem conta no aplicativo ou não conhece seu funcionamento, explicamos: os *stories* consistem na publicação de fotos e vídeos de conteúdo efêmeros que desaparecem 24 horas após a sua postagem. Nele, há possibilidade de inserir uma

³ Dados obtidos em reportagem da CNBC, disponível em: <<https://www.cnbc.com/2021/12/14/instagram-surpasses-2-billion-monthly-users.html>> Acesso em 12 de jul 2022

⁴ Dados obtidos a partir de estudo realizado pela companhia Statista divulgados em reportagem do ABC Reportér, disponível em: <<https://abcreporter.com.br/2021/04/15/brasil-e-o-3o-pais-com-mais-usuarios-ativos-no-instagram-em-2021/>> Acesso em 12 de jul 2022

⁵ Algumas reportagens sinalizando sobre a tentativa da compra sem sucesso e das estratégias de Mark Zuckerberg após o fato: <<https://gkpb.com.br/14221/instagram-stories-facebook-snapchat/>>, <<https://exame.com/tecnologia/spiegel-explica-porque-nao-vendeu-snapchat-por-us-3-bi/>> e <<https://www1.folha.uol.com.br/paywall/login.shtml?https://www1.folha.uol.com.br/tec/2014/01/1394267-ceo-do-snapchat-revela-por-que-rejeitou-a-oferta-de-us-3-bilhoes-do-facebook.shtml>> Acesso em 13 de jul 2022

miríade de funções como música, textos, fotos, *gifs*, *stickers* entre outras tantas possibilidades. Fato é que talvez seja difícil imaginar o *Instagram* sem os *stories*, afinal eles têm uma proeminência importante na dinâmica de funcionamento do aplicativo e aparecem em cima do *feed*, acompanhando toda a rolagem e experiência do usuário pela plataforma que se dá de maneira vertical, enquanto a visualização dos *stories* acontece horizontalmente (Figura 1).

Figura 1 – Imagem que demonstra a disposição dos *stories* no aplicativo do *Instagram*



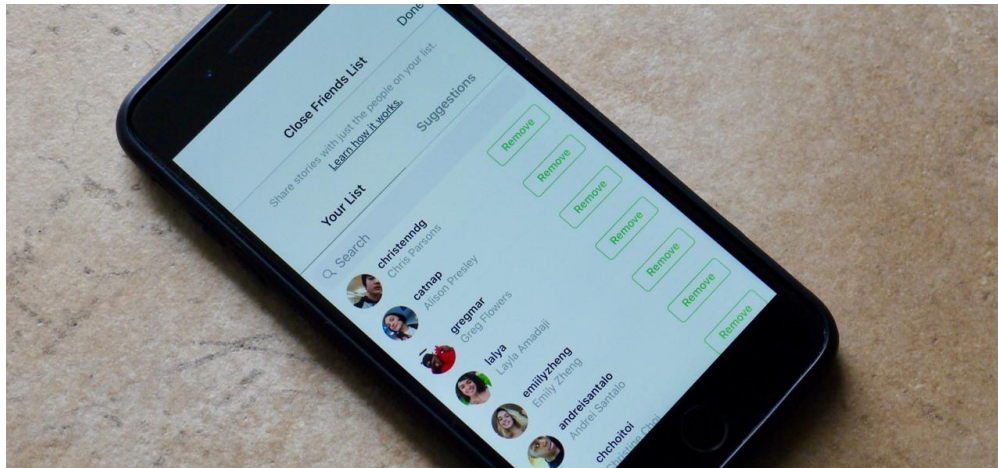
Fonte: TechTudo

Nosso trabalho não pretende tematizar sobre as mudanças no *Instagram*, investigar a efemeridade das postagens dos *stories* ou atestar características valorativas sobre os usos e apropriações feitos pelos sujeitos. Este excerto introdutório nos importa para tentar explicar ao leitor quais confluências permitiram a criação da funcionalidade que nos importa aqui em específico: o *close friends*.

Tradução literal de “amigos próximos”, a função foi inaugurada em novembro de 2018 e se caracteriza como um desmembramento e derivação do próprio *stories*, mas com uma diferença fundamental: na lista *close friends*, gerenciada pelos sujeitos, eles podem escolher autônoma e manualmente quem pode ter acesso aos conteúdos compartilhados neste espaço, ao passo que quem adentra esta lista visualiza as postagens a partir de uma marcação verde no círculo do *stories*, que sinaliza a funcionalidade e sua diferenciação em relação às publicações “normais” (Figura 2). Importante salientar, contudo, que os usuários já podiam, anteriormente, ocultar *stories*

de pessoas específicas, gerenciando, portanto quem teria acesso à visualização dos conteúdos publicizados ali. Mas a criação de um espaço exclusivo para isso pode nos revelar tensionamentos que também merecem investigações.

Figura 2 – Disposição da lista “Close Friends”



Fonte: How To Geek

Sem atestar caracterizações universais para o debate aqui incitado, mas entendendo também que não se configuram como práticas meramente singulares, o ensaio pretende compreender a funcionalidade *close friends* no *Instagram* como espaço que atualiza e complexifica reflexões como os das construções identitárias e da autoapresentação nas plataformas, bem como das questões sobre a negociação e o entendimento da intimidade em rede, aspectos que se coadunam em um tensionamento que se vincula às discussões sobre as subjetivações em ambiências digitais.

Vencidas as dicotomias entre *on* e *offline*, e imbricadas as conceituações de Hine (2005) sobre a compreensão da internet e suas abordagens enquanto cultura e artefato cultural, congregamos da ideia de que devemos entender os estudos da cultura digital “enquanto campo em desenvolvimento com suas contradições e especificidades” (FRAGOSO; RECUERO, AMARAL, 2011, p. 31) e acreditamos que assim também devem ser entendidos seus desmembramentos, a exemplo de plataformas como o *Instagram*: fluídas e dinâmicas por natureza.

Neste trabalho, reivindicamos a terminologia *plataforma* em detrimento de *sites de redes sociais* ou *redes sociais online*, compreendendo que a distinção se faz válida ao visualizar estes espaços enquanto: “infraestruturas digitais (re)programáveis que

facilitam e modulam interações personalizadas entre usuários finais e complementares e complementadores” (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020, p.4), vislumbrando ser inserida nessa caracterização que novas formas e dinâmicas de usabilidade como o *close friends* despontam e se situam, moldando dimensões e transformações em uma mútua articulação sociedade-tecnologia, que se configura, por óbvio, sociotécnica (POELL, NIEBORG, VAN DIJCK, 2020). Por fim, atestamos a necessidade de considerar os fenômenos abordados aqui para além de um determinismo tecnológico, mas também dissociando-nos de caracterizações tecnofóbicas.

Nas próximas páginas discorreremos sobre as delimitações acerca da exteriorização da intimidade. Também propomos atualizações em debates sobre as construções identitárias e autoapresentação em ambientes *online*, recuperando conceitos que balizaram o campo, mas que se espraiam quando em contato com a realidade da aqui explicitada. Por fim, sugerimos caminhos para a tematização, indicando possíveis percursos e uma necessária inserção empírica sobre o tema para que novas proposições surjam, sempre aproveitando e vislumbrando a funcionalidade proposta pelo *Instagram* como uma fissura que dialoga com o tempo em questão e possibilita inferir investigações profícuas para pensar a comunicação digital.

Da intimidade visibilizada

Se o sujeito moderno era bem quisto socialmente se resguardava a si mesmo, preservando detalhes de suas subjetividades, não podemos afirmar o mesmo sobre os padrões esperados do sujeito da hodiernidade. Para Bruno (2013), novas formas de visibilidade advindas a partir dos aparatos de tecnologia digital, que vão desde a popularização do uso de *webcams*, a profusão das *selfies* e o compartilhamento da vida cotidiana em plataformas de redes sociais, devem ser interpretadas a partir de sua multidimensionalidade: “se o eu se constitui na imagem e como imagem, é preciso que ele tome para si seus atributos contemporâneos, ampliando a sua margem de interatividade. O eu-imagem deve ser reativo ao olhar do outro” (BRUNO, 2013, p. 69). Essa dimensão, que perpassa o olhar do outro é o que a autora chama de subjetividade exteriorizada; daí a importância também de entender as novas dimensões sobre o que se considera íntimo, pois, o que valeria agora, na contemporaneidade, seria sua exposição e menos seu resguardo. Dito isso, muitos pesquisadores viram no neologismo *extimidade*,

proposto pelo psicanalista Jacques Lacan, uma forma de entender este novo fenômeno que se apresenta em tempos contemporâneos.

Em seu estudo basilar para o campo, a pesquisadora Paula Sibilia (2016), nos mostra a partir de uma arqueologia midiática profunda as (re) adequações pelas quais os sujeitos passaram nos últimos anos. Entendendo que os valores e crenças mudaram, a autora nos convida a pensar uma nova forma de perceber e compreender as criações intersubjetivas, onde as fronteiras do que é extremamente privado ou absolutamente público são sutis e, por vezes, não existem. A autora reconstitui historicamente o nascimento de “espaços de intimidade” desde a disposição dos cômodos das casas oitocentistas à criação dos diários íntimos, por exemplo, chegando até sua modificação gradual com a consolidação dos blogs na web enquanto novos representantes de espaços confessionais (que estariam dicotomicamente sob o olhar de quem quisesse lê-los); falando também do nascimento dos *youtubers*, e apontando questões introdutórias sobre o surgimento das blogueiras e influenciadoras digitais.

Tudo aqui, nos parece mostrar a imponência da visibilidade como *status quo* de nossa época, como marca valorativa, atributo especial. O caminho fácil é recair em atestar frivolidade nesses comportamentos tão naturalizados nos últimos tempos, o que nos daria inflexões importantes quando vinculadas a ideais pensados por Debord (2008) em suas incursões sobre a sociedade do espetáculo, aos finais do século passado.

Não nos parece um caminho profícuo à comunicação; aqui, reivindicamos que: “não são as redes sociais que levam a intimidade a se divulgar, mas sim, que os dispositivos que cuidavam dessa intimidade se encontram entrelaçados com outros que a usam como valor de exibição” (RODRÍGUEZ, 2018, p.187). Sendo assim, compreendemos as plataformas de redes sociais - com suas peculiaridades e interesses - como parte crucial dessa mutação. As infraestruturas e materialidades presentes nas plataformas somadas às noções de segurança e privacidade se entrelaçam as novas formas de construção subjetiva que, por conseguinte, se modificam a partir desses espaços.

Quando Sibilia nos pontua que os sujeitos contemporâneos publicam suas informações, fotos e vídeos na internet “sem inquietude com relação à defesa da própria privacidade” e que o “anonimato tampouco parece desejável” (SIBILIA, 2016, p.110), entendemos que a autora se respalda em dimensões importantes que são resgatadas

historicamente de forma coerente e profunda. Não nos cabe aqui argumentar que são inferências imprecisas ou que já estão datadas.

Acreditamos, sim, que estamos todos instados sob um modelo de sociedade que nos tensiona a publicizar nossos cotidianos e que há uma interpretação social que privilegia que isso aconteça. A visibilidade é um atributo a ser perseguido, seja na vivência de sujeitos que precisam dela para existir e se constituir profissionalmente, seja na vivência cotidiana de sujeitos anônimos, estruturados sob mesma lógica.

No entanto, cabe-nos registrar neste trabalho de maneira introdutória que plataformas de redes sociais, como o *Instagram*, construídas sob normas, necessidades e interesses que por vezes são escusos e implícitos, estão atentas a novas dimensões de criações subjetivas que visam responder intentos de (in)visibilidade e de negociação mais gerenciável sob a própria intimidade.

Aqui sugerimos que há um espraiamento conceitual em relação trabalhos já consolidados no campo e que há caminhos e brechas que podem nos ajudar a situar novas dinâmicas comunicacionais que não devem ser banalizadas ou escamoteadas. Quando Sibilia (2018) afirma que “a trajetória vital de cada sujeito tornou-se um relato editado com muito cuidado porque sua função primordial consiste em ser exibido” (SIBILIA, 2018, p.207), em uma ideia que incita a sociedade do espetáculo, há aí pontos para reflexão: há cada vez mais camadas para esses *relatos editados*, seja porque as plataformas percebem e recompensam os sujeitos com a possibilidade de autonomia sob o gerenciamento de seus perfis, aumentando possibilidades de exibição (e não exibição), seja porque os usuários encontram maneiras de subverter as lógicas das plataformas, criando espaços alternativos em que as noções de intimidade são mais controláveis. Há possibilidades e caminhos de escolha e de reflexividade, portanto.

Antes do nascimento da funcionalidade aqui tematizada, os usuários já sinalizavam à necessidade de espaços alternativos para autoapresentações distintas criando *Finstas*, outra conta na plataforma, privada e com poucos seguidores, onde os usuários poderiam publicar conteúdos cômicos, vergonhosos, irônicos, entre outros, subvertendo as lógicas de publicação do que se consideraria um *Rinsta*, ou, seu perfil oficial.

Há inclusive estudos que já se debruçaram sobre o tema e alguns deles nos sugerem pontos que nos são importantes aqui para posteriores reflexões temáticas com análises empíricas sobre o *close friends*, como as pesquisas de Xiao, Metaxa, Park,

Karahalios e Salehi (2020) que compreendem os *Finstas* como espaço de “reconfiguração da intimidade”. Ao discorrerem sobre peculiaridades dessas contas em uma investigação com 10 participantes, os autores definiram os *Finstas* como: “o reaproveitamento de uma plataforma sociotécnica subvertendo sua função; neles ao invés dos usuários estarem constantemente realizando uma versão apresentável de si mesmo, esculpem um espaço de maior privacidade e emoções, apoio, suporte” (XIAO *et al*, 2020, p.10, tradução nossa). O que nos mune de algumas inferências importantes para entender o funcionamento do *close friends*.

Em trabalhos como o de Tan Jun Wei (2020), que tematiza sobre a performance identitária em espaços como os *Finstas* em comparação com os *Rinstas*, o autor sugere que ambos se configurariam como “*front stage*” para uma autoapresentação - em uma referência explícita a perspectiva dramaturgic *Goffmiana*, que será apresentada na sequência deste ensaio - mas que as motivações são constantemente monitoradas pelo sujeito, que detém a autonomia para escolher o público de cada um desses espaços,

Percebemos que a chave de leitura dos autores tem relação direta com dinâmicas de visibilidade e envolve também debates sobre dimensões do íntimo e questionamentos acerca da autoapresentação dos sujeitos nestes espaços, assim como as reflexões que acontecem em trabalhos como os de Tadayoshi (2020), que prioriza analisar os *Finstas* a partir da construção de si e presentificação em rede, atestando a complexidade inata das plataformas em referência ao tema, foco debatido no próximo tópico deste ensaio.

(Des)organizando conceituações de autoapresentação em ambiências digitais

Nas relações não mediadas por dispositivos midiáticos ou comunicacionais, temos uma mínima consciência sobre a forma de nos portar em determinadas situações. São consensos construídos pelo tempo, mas também pela especificidade das culturas; eles nos ajudam a delimitar regras mútuas na relação com o outro. Os interacionistas representam um grupo de pensadores e pensadoras conhecidos pela investigação desse campo temático a partir de uma abordagem que, grosso modo, entende que a forma como nos organizamos e nos construímos individualmente, em nossas formações subjetivas e interiorizadas, têm relação com a forma de nos entendermos relacionalmente.

Erving Goffman foi um dos autores que nos ajudou a pensar sobre a questão e, ainda que nunca tenha se intitulado como interacionista, contribuiu significativamente ao campo, nos lembrando que o simples contato com outrem faz com que mudemos circunstancialmente nossa forma de agir. Tornar-nos visíveis é suficiente para que modulemos nosso comportamento. Para o autor, manipulamos impressões e gerenciamos papéis como em um grande teatro; as causalidades nos induzem a escolher certas *personas* que se delineiam melhor sob um ideal específico: agimos de maneira diferente em uma reunião de trabalho e em outra com amigos; portamos-nos de maneiras distintas em uma entrevista de emprego e em um encontro romântico. Isso não nos faz menos autênticos e nem pressupõe ideais de falseamento ou de simulação, porque se configuram como parte fundamental da nossa vida em sociedade. (GOFFMAN, 1959; 1963)

Daí nasce um questionamento que nos é crucial para entender as dimensões das ambiências digitais: quando estamos na presença uns dos outros, em espaços não mediados por artefatos, temos consciência e um senso mínimo sobre como se portar em determinadas situações, porque sabemos (em grande medida) quem vai testemunhar nossas ações. Nas plataformas isso tudo se complexifica, e gerenciar nossas impressões parece mais difícil. Isso envolve a prática comum de construir um perfil, mas também escolher quem tem acesso a ele, publicizar algo (ou não), entre outras tantas questões que nos atravessam diariamente nas plataformas de redes sociais. Nossos perfis contam muitas vezes com a presença de pessoas de diversos âmbitos de nossas vidas: pessoal, profissional, familiar, social, entre outros tantos como interesses amorosos, conhecidos de nichos específicos, pessoas que sequer conhecemos fisicamente, etc.

Para boyd (2020) a autorrepresentação digital dos sujeitos e sujeitas deve ser bem recebida para pessoas que eles já conhecem. Nas palavras da autora, os perfis representariam “corpos-digitais” e identificariam uma pessoa a partir de uma identidade que é autorreflexiva por natureza. A ideia de autorreflexividade aqui nos interessa porque sugere que estamos sempre sob vigilância em relação ao que tornar ou não público em nossos perfis. Nos tempos áureos do *Facebook*, Polivanov (2014) investigou algumas das motivações envolvidas a este processo, nos sugeriu que há intencionalidade na publicação e que ela passa por questões estéticas, mas que envolve também limites éticos, questões relacionais, sentimentos implícitos e uma negociação contínua com o outro, algo a que Mattuck e Meucci (2005) chamaram de “alo-definição”.

Parece-nos substancialmente seguro supor que isso se dá também em outros espaços e plataformas e isso acontece porque a alta modernidade e todos seus correlatos nos colocam sob um motivador que exige um mínimo de coerência sob nós mesmos, o olhar do outro importa tanto aqui por isso: ele é o balizador sobre as dimensões que evocam os ideais de “coerência expressiva” (SÁ; POLIVANOV, 2012). Inspirados no que Giddens (2002) conclama como “projeto reflexivo do eu”, estaríamos inconscientemente vigilantes sob nossas próprias ações. As identidades não se constroem aleatoriamente e com a digitalização dos processos sociais somadas a enormidade de possibilidades de construção que um perfil possibilita isso se complexifica ainda mais: são espaços que permitem ajuste e edição contínuos, atestando que: “ao mesmo tempo em que entendemos as identidades como fluídas e dinâmicas atualmente, buscamos certa unidade nas narrativas” (HALL, 2006, p.25).

Cabe-nos salientar aqui, no entanto, que cada plataforma de rede social abarca camadas distintas e específicas sobre a autoapresentação dos sujeitos. O controle sobre dinâmicas de visibilidade e as possibilidades e oportunidades de agência sob o perfil são, portanto, diversos. Neste trabalho falando em específico do *Instagram* e da funcionalidade *close friends*, cabe-nos compreender que algumas conceituações aplicadas em trabalhos sobre o tema, necessitam e requerem uma atualização, ou ao menos, precisam ser pensadas de outra forma.

A tese de boyd (2008), por exemplo, foi uma importante referência conceitual durante a década passada para trabalhos que pretendiam debater o temário aqui apresentado. Investigando a realidade estadunidense em meados dos anos 2000, a autora procurava entender como adolescentes construíam seus perfis e entendiam dinâmicas que envolviam os limites sobre público e privado e em como elas atravessam suas identidades. Importante salientar que à época a autora tinha como espaço de investigação dois dos sites considerados os mais populares: o *MySpace* e o *Facebook*.

Muitas possibilidades e chaves interpretativas estão envoltas a todas essas questões inferidas por boyd, e por isso, tornaram-se conceitos fortes no campo: porque exemplificam facilmente questões vivenciadas cotidianamente em nossas relações com nossos próprios perfis nas plataformas.

Enquanto produzia, inspirada em autores como Meyrowitz (1985) a autora descreveu três situações que por vezes interligadas e co-relacionadas, produziam dinâmicas específicas sobre nossa autoapresentação nestes espaços, sendo elas: a)

audiências invisíveis: não haveria autonomia para saber quem viu ou não um conteúdo publicizado; b) *colapso de contextos*: dificuldade de manutenção de limites sobre a autoapresentação e c) *embaçamento de público e privado*: dimensão e percepção das conceituações percebidas de novas maneiras (boyd, 2006; 2011; 2014).

Acreditamos neste trabalho que a funcionalidade do *close friends* parece suprir ao menos parcialmente as situações que acometem os sujeitos em suas autoapresentações. A audiência da lista, pretensamente, não seria *invisível* já que o usuário detém a autonomia para inserir ou retirar quem ele desejar a qualquer momento de forma manual; o *contexto* neste espaço também passa por uma autonomia do sujeito, servindo, inclusive para a criação dos limites, teoricamente ultrapassados em outros espaços; o *embaçamento* entre as dimensões do público e privado perdem força aqui (e talvez não existam) porque é possível que o usuário gerencie dois espaços que parecem se enquadrar de maneira descomplicada na dicotomia em questão: *stories* (público) e *close friends* (privado).

Apropriando-nos do que apresenta Joinson (2011) acreditamos que o *close friends* pode ser um espaço que possibilita evitar a “aglomeração digital” porque pressupõe controle sob as audiências, minimizando ou excluindo colapsos de contexto e definindo limites reflexivos sob os domínios do que tornar visível e, por conseguinte, público. Subverte assim o convite contemporâneo para que nos apresentemos “sintonizados” a forma como agimos e vivenciamos nossa vida em contextos presenciais de interação (JOINSON, 2011), incrementando debates já incitados neste mesmo tópico, e atualizando as possibilidades de autoapresentação proporcionadas pelos *Finstas*, citadas em tópico anterior.

Considerações finais e sugestões de pesquisa

Em maio de 2022, o *Twitter* anunciou uma nova funcionalidade chamada “*Roda do Twitter*”. Prontamente, iniciativas de mídia e canais de cobertura de cultura digital, conclamaram-na como “*close friends do Twitter*”⁶. O aplicativo definiu sua nova função

⁶ Reportagens na íntegra, disponíveis em: <<https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/2022/05/close-friends-do-twitter-como-criar-uma-roda-e-usar-a-funcao.ghm>> , <<https://gq.globo.com/Noticias/Tecnologia/noticia/2022/05/roda-do-twitter-saiba-como-usar-funcao-estilo-close-friends-do-instagram.html>> e <<https://www.msn.com/pt-br/esportes/futebol/roda-do-twitter-fun%C3%A7%C3%A3o-estilo-close-friends-do-instagram-chega-para-mais-usu%C3%A1rios/ar-AAXQPcY>> Acesso em 15 jul 2022

como: “uma forma de enviar Tweets a pessoas selecionadas e compartilhar seus pensamentos com um grupo menor. Você pode escolher quem está na sua Roda do Twitter e somente as pessoas que você adicionar poderão responder e interagir com os Tweets que você compartilha na Roda”⁷. De fato, a dinâmica proporcionada pela *Roda do Twitter* - consideradas as múltiplas diferenças entre as plataformas - em muito se parece com o que proporciona o *close friends*, no *Instagram*, o que nos sugere uma atenção especial das plataformas de redes sociais às reconfigurações da intimidade e da identidade em seus espaços.

Junto a estudos introdutórios como os de Gibson (1977) e das apropriações digitais feitas por Hartson (2003) e Recuero (2012) compreendemos os espaços propostos como *affordances* que nascem e se mantêm a partir de uma necessidade implícita dos sujeitos, sendo usufruídas a partir de um “ideal consensual” de uso que, ainda sim, permite particularidades e especificidades.

Entendemos aqui que esse tipo de função possibilitada aos sujeitos pode ser percebida como uma contribuição para intentos de autoapresentação mais ou menos íntimos e que envolvem questões que atravessam relações de (in)visibilidade, atualizando assim camadas de um debate sobre a identidade e intimidade em espaços *online*, dos quais discorreremos introdutoriamente neste trabalho.

Embora já existam pesquisas que buscam entender e investigar a criação de “perfis falsos” no Instagram (*Finstas*), se atendo em delimitar questionamentos sobre as construções identitárias em rede a partir desses casos, julgamos aqui serem necessárias reflexões teóricas que empreendam sobre o *close friends* a partir da compreensão desses mesmos eixos temáticos, com a consciência de que a flexibilidade e rapidez dos fluxos das plataformas continua modelando temáticas como as apresentadas no nosso trabalho.

Por isso, explicitamos aqui que esta pesquisa segue como parte de um projeto de investigação maior que envolve entender como adolescentes se constroem identitariamente no *Instagram*, negociando e compreendendo aspectos de intimidade; debates estes, que invariavelmente parecem traçar encontros com a funcionalidade do *close friends*, e inferido que os usos e apropriações da *affordance* parecem ser mais complexos e multidimensionais do que pressupomos, necessitando, portanto de análises e reflexões empíricas.

⁷ Segundo informações da página oficial do próprio Twitter: <<https://help.twitter.com/pt/using-twitter/twitter-circle>> Acesso em 14 de jul 2022

REFERÊNCIAS

- boyd, d. **It's Complicated: The Social Life of Networked Teens**. New Haven, Yale, 2014
- _____. Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), **A networked self** (pp. 39–58). 2011. New York, Routledge
- _____; HEER, J. Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster. **Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-39)**, online, jan. 2006. Disponível em: <http://www.danah.org/papers/HICSS2006.pdf>
- _____. “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-existenciaserif/> >
- BRUNO, F. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo: Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. 6a edição. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.
- FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011
- GIBSON, J. J. The Theory of Affordances. In **Perceiving, Acting, and Knowing**, R. E. Shaw & J. Bransford, Eds. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ, 1977
- GIDDENS, A. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002
- GOFFMAN, E. **The Presentation of self in everyday life**. Nova York: Anchor Books, 1959
- _____. **Stigma. Notes on the management of spoiled identity**. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1963
- HALL, S.: **A Identidade cultural na pós-modernidade**. tradução 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HARTSON, H. R. 2003. Cognitive, physical, sensory, and functional affordances in interaction design. **Behaviour & Information Technology** 22, 5 (September–October 2003), 315–338. DOI <http://dx.doi.org/10.1080/01449290310001592587>
- HINE, C. **Virtual methods: issues in social research on the internet**. New York: Berg Publishers, 2005.
- JOINSON, A. N. Digital Crowding: Privacy, Self -Disclosure, and Technology. In: Trepte, S. & Reinecke, L. (Eds.). **Privacy online: Perspectives on privacy and self disclosure in the social web**. New York: Springe, 2011.
- LEAVER, T; HIGHFIELD, T.; ABIDIN, C: **Instagram: Visual social media cultures**. John Wiley & Sons, 2020

MATUCK, A.; MEUCCI, A. A criação de identidades virtuais através das linguagens digitais. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, vol. 2, n. 4, jul. 2005, p.157-182

MEYROWITZ, J. **No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior**. New York: Oxford University Press, 1985

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Plataformização. **Fronteiras – Estudos Midiáticos**. V. 22, n. 1, 2020

POLIVANOV, B. Dinâmicas identitárias no Facebook: estratégias de publicização e ocultamento de conteúdos. In: **XII Congresso ALAIC**, 2014

RECUERO, R. Conversação em rede: **Comunicação Mediada pelo Computador e Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012

RODRÍGUEZ, E. P.: Espetáculo do dividual: tecnologias do eu e vigilância distribuída nas redes sociais. In: **Tecnologias da Vigilância: perspectivas da margem**. Org. BRUNO, F. São Paulo, Boitempo, 2018

SÁ, S.; POLIVANOV, B. Auto-reflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites de redes sociais. **Contemporânea** (UFBA.Online), v. 10, p. 574-596, 2012.

SIBILIA, P. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016

_____. Você é o que o Google diz que você é: a vida editável, entre controle e espetáculo. In: **Tecnologias da Vigilância: perspectivas da margem**. Org. BRUNO, F. São Paulo, Boitempo, 2018

TAN JUN WEI, S. FINSTAS AND RINSTAS: PERFORMING IDENTITY. **ScholarBank @ NUS Repository**, 2020

XIAO, S. et al., 2020. Random, Messy, Funny, Raw: Finstas as Intimate Reconfigurations of Social Media. In: **CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '20)**, Honolulu: April 25–30, 2020