

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
BACHARELADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS**

**MARIA CLARA LIMA DA SILVA**

**Reflexos Virtuais da Identidade Pessoal:  
Uma Análise da Construção da Autoimagem na Era das Redes  
Sociais Digitais**

**RECIFE  
2024**

**MARIA CLARA LIMA DA SILVA**

**Reflexos Virtuais da Identidade Pessoal:  
Uma Análise da Construção da Autoimagem na Era das Redes  
Sociais Digitais**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado pela estudante **MARIA CLARA LIMA DA SILVA** à Universidade Federal Rural de Pernambuco como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais.

**Orientadora: Profa. Dra. Giuseppa M. D. Spenillo**

**RECIFE**

**2024**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Sistema Integrado de Bibliotecas da UFRPE  
Bibliotecário(a): Ana Catarina Macêdo – CRB-4 1781

S586r Silva, Maria Clara Lima da.

Reflexos virtuais da identidade pessoal: uma análise da construção da autoimagem na era das redes sociais digitais / Maria Clara Lima da Silva. – Recife, 2024.

51 f.; il.

Orientador(a): Giuseppa Maria Daniel Spenillo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)  
- Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bacharelado em Ciências Sociais, Recife, BR-PE, 2024.

Inclui referências e anexo(s).

1. Mídia social e sociedade. 2. Autoconceito. 3. Redes sociais on-line. 4. Inovações tecnológicas - Aspectos sociais 5. Interação humano-máquina. I. Spenillo, Giuseppa Maria Daniel, orient. II. Título

CDD 300

**MARIA CLARA LIMA DA SILVA**

**Reflexos Virtuais da Identidade Pessoal:  
Uma Análise da Construção da Autoimagem na Era das Redes  
Sociais Digitais**

**Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado pela estudante MARIA  
CLARA LIMA DA SILVA à  
Universidade Federal Rural de  
Pernambuco como requisito parcial  
à obtenção do título de Bacharel em  
Ciências Sociais.**

**BANCA EXAMINADORA:**

---

**Profa. Dra. Giuseppa M. D. Spenillo – UFRPE  
Orientadora**

---

**Profa. Dra. Julia Fiqueredo Benzaquen - UFRPE  
1º avaliador**

---

**Prof. João Morais de Sousa - UFRPE  
2º avaliador**

## **AGRADECIMENTOS**

Não poderia começar sem ser agradecendo mainha e painho, por toda liberdade que me foi dada para explorar diversos contextos e formas de existência, Vivian e Puan, meu coração é de vocês. Agradeço também à minha irmã, Gabi, que sempre me serviu como exemplo de inteligência e maturidade, nossas trocas em todos os campos do conhecimento foram essenciais para que eu chegasse até aqui.

Durante meu caminho na UFRPE contei com várias pessoas que fizeram da minha jornada um mundo de aprendizado, alegrias e possibilidades. Agradeço à minha orientadora Giuseppa Spenillo por todo o conhecimento, indicações e pela serenidade que trouxe leveza a este processo. Agradeço também à professora Júlia Benzaquen, que esteve comigo desde o 1º período até o último, foi a responsável por me dar uma imagem realista, porém sem perder o encanto, do que é ser cientista social, e à professora Alessandra Uchôa, por ser uma referência tão positiva. Um agradecimento especial à Cristiane Pacheco, responsável pelo Apoio Didático, por toda atenção e cuidado, o Departamento de Ciências Sociais não funcionaria da mesma forma se não fosse sua dedicação e comprometimento.

Por fim, agradeço profundamente a quem esteve comigo em grande parte do processo, minha companheira de vida e amor, Islaine de Oliveira, que diversas vezes me deu a confiança necessária para seguir, espero estar igualmente presente quando chegar o seu momento de conclusão. E também aos meus gatos, House, Mia e Chico, que não saíram do meu lado nos momentos de leitura e escrita, deitando em cima dos livros, anotações e computador, deixando tudo um pouco mais fácil. No mais, agradeço aos participantes da pesquisa e a todos aqueles que se dispuserem a ler este trabalho.

## RESUMO

A chegada dos smartphones e das plataformas de compartilhamento de vídeos pela internet na primeira década do século XXI, marcou uma revolução na forma como nos comunicamos ao longo dos anos subsequentes. As imagens, as imagens em movimento, vídeos e outras formas de novas mídias agora permeiam nosso cotidiano de uma maneira sem precedentes, de uma forma que as mídias tradicionais nunca conseguiram. A possibilidade de criar uma imagem de si, proporcionada por esses novos meios, representa um ponto crucial no acesso à autorrepresentação em um mundo cada vez mais regido pelas imagens. A presente pesquisa tem como objetivo analisar a relação entre identidade, autoimagem e o impacto das redes sociais digitais na vida de jovens universitários, investigando o processo de construção da autoimagem nesses espaços virtuais, através de alunos ingressantes dos cursos de Ciências Sociais e História na URFPE em 2024.1. O estudo foi realizado a partir de um questionário semi estruturado com perguntas abertas e fechadas, para explorar percepções subjetivas sobre as redes sociais digitais abordadas, Instagram, TikTok e Twitter/X. As análises refletem sobre como as práticas digitais moldam novas formas de subjetividade, alterando a relação do indivíduo com o tempo, o espaço e com outros agentes sociais. Por fim, a monografia investiga as implicações sociais e emocionais da constante exposição e busca por validação online, destacando a efemeridade das interações digitais e seus efeitos nas percepções de autenticidade.

**Palavras-chave:** Novas mídias; Autoimagem; Redes sociais digitais; Auto-representação;

## **ABSTRACT**

The arrival of smartphones and internet video sharing platforms in the first decade of the 21st century marked a revolution in the way we communicate over the subsequent years. Images, moving images, videos and other forms of new media now permeate our everyday lives in an unprecedented way, in a way that traditional media never did. The possibility of creating an image of oneself, provided by these new means, represents a crucial point in accessing self-representation in a world increasingly governed by images. This research aims to analyze the relationship between identity, self-image and the impact of digital social networks on the lives of young university students, investigating the process of building self-image in these virtual spaces, through students entering Social Sciences and History courses. The study was carried out using a semi-structured questionnaire with open and closed questions, to explore subjective perceptions about the digital social networks covered, Instagram, TikTok and Twitter/X. The analyzes reflect on how digital practices shape new forms of subjectivity, altering the individual's relationship with time, space and other social agents. Finally, the monograph investigates the social and emotional implications of constant exposure and search for validation online, highlighting the ephemerality of digital interactions and their effects on perceptions of authenticity.

**Keywords:** New media; Self image; Digital social networks; Self-representation;

## SUMÁRIO

<b>Apresentação.....</b>	<b>p. 08</b>
<b>Introdução.....</b>	<b>p. 09</b>
<b>1. Entre o Virtual e o Real: O Indivíduo na Era Digital.....</b>	<b>p. 12</b>
<b>2. Identidade e Autoimagem na Sociedade Contemporânea.....</b>	<b>p. 19</b>
<b>3. A Dualidade da Comunicação Digital: Percepções entre Jovens Universitários.....</b>	<b>p. 29</b>
<b>Considerações Finais.....</b>	<b>p. 47</b>
<b>Referências.....</b>	<b>p. 48</b>
<b>Anexo.....</b>	<b>p. 50</b>

## APRESENTAÇÃO

A internet chegou no Brasil em 1988 e foi disponibilizada para o público e fins comerciais em 1994. Portanto, eu, nascida em 1999, venho de uma geração que cresceu imersa no universo dos computadores, seja em casa, na casa de amigos ou em *Lan Houses*<sup>1</sup>. Essa vivência não só influenciou minha perspectiva do mundo, mas também a maneira como me comunico com os outros, com a sociedade e comigo mesma.

Esse ambiente virtual *familiar* me permitiu explorar amplamente a internet e o mundo das imagens em movimento. Testemunhei e participei do surgimento do Orkut, Instagram e Twitter. Essas plataformas, em sua maioria, eram voltadas para a circulação de textos e fotos, e para se comunicar através dos *chats* individuais.

De maneira inconsciente, percebia uma certa diferença: na televisão, revistas e jornais, via um mundo repleto de rostos que não se pareciam com o meu, cabelos e identidades que não refletiam a minha realidade. Por outro lado, na internet, mesmo com a existência de uma padronização, começavam a surgir pessoas que falavam da forma como eu falava, usando gírias e expressões similares, e que se assemelhavam fisicamente a mim muito mais do que as figuras apresentadas nos meios tradicionais de comunicação.

Conforme a acessibilidade dos meios de produção de imagem digital aumenta (desde câmeras de filmar portáteis, até *smartphones*) observamos um crescimento exponencial na criação de conteúdo audiovisual amador e independente. Simultaneamente, os canais de distribuição para esses materiais caseiros também se expandem, transformando a internet em um espaço onde novos vídeos são reproduzidos incessantemente a cada minuto.

Desta forma, este trabalho busca compreender melhor como se dá o processo de construção da auto-identidade, focado na percepção da imagem de si próprio, e explorar esta discussão a fim de entender as particularidades e implicações desse fenômeno na sociedade atual.

---

<sup>1</sup> Estabelecimento comercial que aluga, por horas, o uso de computadores com acesso à internet.

## INTRODUÇÃO

O presente estudo investiga a relação entre jovens universitárias/os e as redes sociais digitais, explorando como essas plataformas podem influenciar sua vida cotidiana, comunicação, interação social e autoimagem. O advento das redes sociais digitais transformou não apenas a forma como os indivíduos interagem e compartilham suas experiências, mas também impactou significativamente a construção da identidade e a busca por validação social, questões centrais no debate sociológico contemporâneo.

Diante desse cenário, o problema central do estudo está ligado à crescente presença das redes sociais digitais nos processos de formação da autoimagem e nas dinâmicas sociais. A pesquisa parte do questionamento de como essas plataformas afetam a percepção de si mesmo e o comportamento social, e se a busca por validação online pressiona os jovens a se adequarem a estereótipos e normas de aparência e comportamento.

A pesquisa foi realizada utilizando questionários semi estruturados para explorar percepções subjetivas e experiências pessoais com redes sociais como Instagram, TikTok e Twitter/X. As questões levantadas abordaram desde a importância atribuída às redes no cotidiano até as mudanças em hábitos e interesses, a busca por validação e a correspondência entre a imagem online e a autoimagem.

O estudo parte de uma revisão bibliográfica composta por autores da área de comunicação e identidade, como Stuart Hall, Manuel Castells, Guy Debord, e Anthony Giddens, realizada através de obras impressas, bem como livros, dissertações e artigos publicados em meio eletrônico. Para sustentar a análise dos dados, o presente estudo também recorreu a teorias sociológicas sobre a construção da identidade no ambiente digital, como a ideia de "identidade líquida" de Zygmunt Bauman, e as discussões de Sherry Turkle sobre a construção do "eu" em redes digitais.

O presente estudo realizou uma pesquisa descritiva qualitativa com 13 estudantes universitários, ingressantes dos cursos de Ciências Sociais e História, na Universidade Federal Rural de Pernambuco, no semestre letivo de 2024.1. O objetivo foi investigar a percepção de jovens universitários acerca da importância

das redes sociais, sua influência na comunicação, interação social, autoimagem e a busca por validação online. Com a aplicação do questionário pretendeu-se coletar dados de modo a avaliar em que nível o uso das redes sociais digitais influencia na percepção e representação da autoimagem por pessoas de faixa etária compreendida entre 17 e 29 anos, faixa etária definida como juventude conforme o Estatuto da Criança e do Adolescente, “São consideradas jovens as pessoas com idade entre 15 (quinze) e 29 (vinte e nove) anos de idade.” Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei 8.069/90) e o Estatuto da Juventude (Lei 12.852/13). Nesse sentido, esta pesquisa adota um enfoque descritivo com abordagem qualitativa dos dados, buscando não apenas mapear as características das interações entre os sujeitos e as redes sociais digitais, mas também compreender como essas interações influenciam a construção de sua autoimagem.

A amostra adotada para esta pesquisa é do tipo não probabilística e de conveniência. De acordo com a definição de Gil (2008), nesse tipo de estudo, a pesquisadora seleciona os elementos que estão ao seu alcance, com base em critérios predefinidos, admitindo que esses elementos possam, de alguma maneira, representar o universo em análise. Para esta pesquisa, o único requisito para a participação dos indivíduos na amostra foi o uso de pelo menos uma rede social digital e estar matriculado num curso de graduação na UFRPE. Neste caso, os participantes são usuários de redes sociais digitais ingressantes nos cursos de Ciências Sociais e História.

Os participantes da pesquisa foram abordados através de uma mensagem de texto no grupo da turma, localizado na plataforma Whatsapp, no início do semestre 2024.1 (04/2024), na qual pude apresentar rapidamente a pesquisa. Em seguida foram convidados a responder o questionário (em anexo) disponibilizado na plataforma on-line de formulários GoogleForms, por se tratar de um espaço gratuito e de fácil acesso. O documento ficou disponível a partir do dia em que foi enviado até junho, totalizando 2 meses, após o que se pode considerar improvável novos acessos, dado o cenário hipercomunicativo em que, conforme conceitua Kaplún, “A proliferação de mensagens massivas cria a ilusão de que estamos mais informados, mas na realidade, a superficialidade prevalece, impedindo uma verdadeira compreensão crítica da realidade.” (Kaplún, 2022: 37). Incluiu perguntas fechadas (11), como múltipla escolha e escalas de Likert, para captar a percepção dos jovens

sobre a importância e impacto das redes sociais digitais (Instagram, TikTok, Twitter/X) em suas vidas, e contou com perguntas abertas (6) que permitiram aos participantes relatar suas experiências subjetivas com as redes sociais digitais.

Os dados coletados foram tratados de forma diferenciada para as respostas quantitativas e qualitativas. As respostas foram tabuladas e analisadas utilizando estatísticas descritivas, como médias, frequências e porcentagens. Isso permitiu identificar padrões e tendências no uso das redes sociais digitais. As respostas às perguntas abertas foram submetidas a uma análise de conteúdo. Seguiu-se um processo de categorização das principais temáticas emergentes, como "validação online", "mudança de hábitos", "autoimagem" e "pressão social". Essas categorias foram então analisadas à luz dos referenciais teóricos selecionados para o estudo, com foco nas subjetividades que emergem no contexto digital. Foram eles, Zygmunt Bauman, Ervin Goffman, e Pierre Lévy.

A análise dos dados foi realizada de forma conjunta, integrando os resultados quantitativos e qualitativos, para fornecer uma visão mais abrangente e interpretativa dos efeitos das redes sociais nos jovens universitários. Esse processo incluiu a etapa de correlação entre variáveis: Foram analisadas as inter-relações entre as variáveis estudadas, como percepção de importância das redes sociais, autoimagem e busca por validação. A análise quantitativa revelou padrões de uso e opiniões majoritárias, enquanto a análise qualitativa permitiu aprofundar a compreensão dos processos subjetivos. Como a amostra foi de conveniência, não é possível generalizar os resultados para toda a população universitária do Brasil ou do Nordeste. Além disso, o tamanho pequeno da amostra (13 participantes) limita a capacidade de extrapolar os achados. No entanto, a análise qualitativa permitiu uma compreensão mais rica e profunda dos processos subjetivos envolvidos.

## 1. Entre o Virtual e o Real: O Indivíduo na Era Digital

No prólogo "A rede e o ser", presente em "A Era da Informação: economia, sociedade e cultura - vol. I" de Manuel Castells, é abordada a ideia de que a internet não é apenas uma ferramenta tecnológica, mas sim um espaço de interação social, onde as identidades são construídas e reconstruídas constantemente.

Além disso, um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital 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. As redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela. (CASTELLS, 1999:40).

A partir disso, podemos compreender a Internet como uma rede que agrega diversos grupos. E essas redes não são formadas apenas por computadores, mas também por pessoas e informação. A sociedade em rede é um conceito desenvolvido por Castells (1999) para descrever a estrutura social emergente no final do século XX, fortemente influenciada pela revolução das tecnologias da informação. Segundo Castells, essa nova forma de organização social é caracterizada pela interconexão global de indivíduos, instituições e informações, facilitada pela internet e outras tecnologias de comunicação digital.

Na sociedade digital em rede, a economia, a política e a cultura são profundamente moldadas pela capacidade de processar, armazenar e transmitir informações de maneira rápida e eficiente. A informação torna-se um recurso estratégico, e a capacidade de acessar e manipular dados em tempo real transforma as dinâmicas de poder e produção. A possibilidade de alugar um conteúdo, como um DVD<sup>2</sup>, superou a antiga necessidade de comprá-lo para ter acesso, reduzindo o custo para o consumidor e tornando seu consumo mais fluido e expansível. Com o conteúdo digitalizado, essa característica se intensifica, pois ele pode ser atualizado em diferentes mídias, sem sofrer desgaste e exibido simultaneamente em inúmeros dispositivos. Esse atributo é precisamente o que define o paradigma informacional em que vivemos hoje.

Uma diferença significativa entre informação e bens duráveis está na replicabilidade. Informação não é uma quantidade conservada. Se eu lhe dou informação, você a tem e eu também. Passa-se aí da posse para o acesso. Este difere da posse porque o acesso vasculha

---

<sup>2</sup> Mídia para armazenamento de dados que também é bastante utilizada para distribuição de filmes.

padrões em lugar de presenças. É por essa razão que a era digital vem sendo também chamada de cultura do acesso. (SANTAELLA, 2003: 19).

Além disso, a sociedade em rede gera uma reconfiguração espacial e temporal. As redes digitais permitem a desmaterialização de processos e a descentralização das atividades econômicas e sociais, enquanto a comunicação instantânea desafia a noção tradicional de distância e tempo. Isso resulta na emergência de uma cultura globalizada, onde identidades locais e globais se entrelaçam de maneiras complexas.

São linguagens, usos, percepções sensoriais, novas identidades formadas e trocas simbólicas que estão emaranhadas em rede, e que não descartam nem mesmo o aspecto econômico dentro dessas novas relações. A criação de um espaço entendido como virtual implica que várias esferas da vida possam adquirir essa qualificação (por exemplo: relacionamentos virtuais, comércio virtual, comunidades virtuais). Desde então, as pessoas estão conectadas a esta rede de computadores (*online*) ou desconectadas (*offline*).

E assim, em meio a este emaranhado, as plataformas digitais oferecem a oportunidade de construir uma identidade virtual, moldada por escolhas seletivas de conteúdo e pela apresentação que faz o indivíduo nas redes de uma versão idealizada de si mesmo, moldando suas identidades com base nas interações online e nas influências sociais e culturais. A conectividade global permite que as pessoas criem ligações virtuais e pertençam a comunidades online que refletem e reforçam suas identidades.

Manuel Castells (2003) define a identidade virtual como a projeção de uma pessoa em espaços digitais, onde a identidade é construída e reconstruída constantemente através de interações online. Segundo Castells, a identidade virtual permite uma flexibilidade e multiplicidade de papéis que não são possíveis na vida offline. O autor argumenta que essa construção de identidade é influenciada pelas redes sociais e plataformas digitais, que oferecem ferramentas para a criação de perfis e avatares, permitindo que os indivíduos experimentem diferentes aspectos de si mesmos.

Assim também Sherry Turkle, em "Alone Together" (2011), que aborda a identidade virtual sob a perspectiva da psicologia. Turkle sugere que as identidades virtuais são formas de auto-expressão que podem tanto enriquecer quanto

fragmentar o senso de si dos indivíduos. O principal elemento analisado por Turkle nas relações estabelecidas pelas mídias digitais é o controle, interpretado primeiramente pelo aspecto emocional, que toca nossas vulnerabilidades. Caracterizadas pela ilusão de companhia proporcionada pela conectividade, essas relações são atraentes na medida em que diminuem as chances de frustrações e comprometimentos comuns nas relações face a face.

O maior atrativo apontado pela maioria das pessoas entrevistadas por Turkle é a possibilidade de que, pelas mídias digitais, a comunicação seja feita de modo editado, reflexivo e racionalizado. Isso justifica a aversão de seus entrevistados ao telefone, fazendo com que relacionar-se mediado por uma tela de computador ou por mensagens de celular se torne uma maneira de evitar as insuficiências de envolvimento estabelecidas pelas ligações telefônicas. Ela argumenta que, ao contrário das identidades estáveis da vida offline, as identidades virtuais são frequentemente fluidas e moldadas pelas interações online. Turkle destaca que essa multiplicidade de identidades pode levar a uma sensação de alienação, onde as pessoas sentem que estão "sozinhas juntas", conectadas digitalmente, mas desconectadas emocionalmente.

Quando a identidade é múltipla desta forma, as pessoas se sentem 'completas' não porque são uma, mas porque os relacionamentos entre os aspectos do eu são fluidos e indefensivos. Nós nos sentimos 'nós mesmos' se pudermos nos mover facilmente entre nossos muitos aspectos do eu. (TURKLE, 2011: 194, tradução nossa).<sup>3</sup>

Outro autor relevante é Zygmunt Bauman, que em "Modernidade Líquida" (2000) introduz o conceito de identidade líquida, que pode ser aplicado ao contexto virtual. Para Bauman, a identidade na modernidade líquida é marcada pela incerteza e pela constante mudança, refletindo a natureza transitória das interações online. Ele sugere que a identidade virtual é uma extensão dessa modernidade líquida, em que os indivíduos podem adotar e descartar identidades com facilidade, respondendo às demandas e expectativas das redes sociais e das comunidades online.

Na medida em que a internet processa e difunde a informação com uma gama de diferentes roupagens, projeta a ideia de que o real não possui mais precedentes, adquirindo, assim, um aspecto transcendental:

---

<sup>3</sup> "When identity is multiple in this way, people feel "whole" not because they are one but because the relationships among aspects of self are fluid and undefensive. We feel "ourselves" if we can move easily among our many aspects of self".

Os sistemas de processamento da informação efetuam a mediação prática de nossas interações com o universo. Tanto óculos como espetáculo, nova pele que rege nossas relações com o ambiente, a vasta rede de processamento e circulação de informação que brota e se ramifica a cada dia esboça pouco a pouco a figura de um real sem precedentes. É essa a dimensão transcendental da informática. (LÉVY, 1998:16)

Isso acontece porque a internet possibilita a comunicação entre pessoas de diferentes partes do mundo, o acesso imediato a vastos acervos de conhecimento e a criação de comunidades e identidades que não são limitadas por fronteiras geográficas. A noção de realidade se torna mais fluida e mutável, uma vez que as informações podem ser rapidamente disseminadas, manipuladas e recontextualizadas. Nesse âmbito, destaco o fato de que as redes sociais digitais permitem que as pessoas apresentem versões idealizadas de si mesmas, criando uma discrepância entre a identidade *online* e a identidade *offline*. Além disso, a abundância de informações e a rapidez com que elas se propagam podem dificultar a distinção entre o que é real e o que é fabricado ou distorcido.

Esse momento de transição entre diferentes formas de sociedade também é analisado por Lévy (1999) sob o termo de “cibercultura”, sendo, pois, este novo espaço de interações proporcionado pela realidade virtual. Lévy (1998: 104) refere-se ao “universo das redes digitais como lugar de encontros e de aventuras, terreno de conflitos mundiais, nova fronteira econômica e cultural”. Dentro da mesma lógica da rede, essa congregação forma uma nova cultura que o autor denomina de cultura do ciberespaço, ou “cibercultura”:

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material a comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (LÉVY, 1999:17).

Ainda utilizando as reflexões feitas por Lévy, mas agora no livro *O que é o virtual?* (1995), o mesmo trabalha o real enquanto o que está materialmente presente e tangível no mundo. É a dimensão concreta e perceptível, aquela que se manifesta diretamente aos nossos sentidos e que possui uma existência física

inquestionável. Já a noção de virtual vai além da mera ilusão ou do inexistente. Ele argumenta que o virtual constitui uma dimensão crucial do real, representando uma esfera de potencialidades que exercem uma influência substancial sobre o mundo material. O virtual possui uma realidade intrínseca, caracterizada por sua capacidade de transformação e atualização. Ele é, portanto, uma força dinâmica que continuamente molda e redefine o real. Esta virtualidade não se limita a uma existência passiva; ao contrário, ela é ativa e operante, capaz de engendrar novas realidades a partir de suas próprias possibilidades inerentes.

Lévy propõe que uma compreensão plena da realidade exige o reconhecimento da importância do virtual. A virtualidade não se coloca em oposição à realidade; ao contrário, ela a complementa e a enriquece. O virtual representa um domínio de potencialidades sempre presente, um reservatório de futuros possíveis que coexiste com o presente concreto e que está constantemente em ação no processo de construção do real. Assim, ao invés de ver o falso como o antípoda do real, Lévy nos convida a perceber a intrincada rede de interações entre o real, o virtual e o possível, destacando que cada um desses elementos contribui de maneira essencial para a complexidade e a profundidade da experiência humana.

Já o virtual não se opõe ao real, mas sim ao atual. Contrariamente ao possível, estático e já constituído, o virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualização. (LÉVY, 1995: 5).

Esta visão oferece uma ampliação significativa de nosso entendimento da realidade, revelando que aquilo que percebemos como "real" é, na verdade, um campo vasto e multifacetado. A realidade está em um estado contínuo de transformação, sendo incessantemente modelada e remodelada pelas forças do virtual e do possível, que operam como motores invisíveis da transformação e da inovação. Ao considerarmos isso, podemos problematizar a atuação e a experiência humana no ciberespaço, buscando compreender de que maneira o sujeito se situa nessa aparente fronteira entre realidade e virtualidade, e como essas experiências afetam sua subjetividade.

Nesse vasto território digital, a internet emerge como o epicentro, tecendo uma teia interconectada que transcende fronteiras geográficas e temporais. Nesse sentido, o ciberespaço não é um reino de fantasia ou ilusão; é uma extensão

tangível de nossas vidas cotidianas, permeando-as com novas formas de significado, interação e coexistência. É um universo dinâmico, em constante mutação, moldado pelas mãos e mentes de seus habitantes virtuais. Não é possível mais ignorar o impacto dessas tecnologias à vida humana, muito menos à vida em sociedade.

A sociedade contemporânea tem sido profundamente impactada pela ascensão das redes sociais e da cultura digital. Nos últimos anos, especialmente a partir da década de 1990, presenciamos uma transformação histórica na maneira como nos comunicamos e nos relacionamos. Temos testemunhado uma revolução digital que transformou a maneira como interagimos e construímos nossa identidade pessoal e social. Nesse cenário, as novas tecnologias da informação estão conectando o mundo através de redes globais cada vez mais interativas. Através da comunicação mediada por *smartphones* e computadores, uma diversidade de comunidades virtuais emergem, e com isso, a sociedade atual, marcada pela ampla conectividade proporcionada pelas redes sociais digitais, oferece uma arena em que as pessoas podem criar e exibir suas identidades de maneira mais acessível e instantânea.

No entanto, por causa da "abertura" da vida social de hoje, com a pluralização dos contextos de ação e a diversidade de "autoridades", a escolha de estilo de vida é cada vez mais importante na constituição da auto-identidade e da atividade diária. O planejamento de vida reflexivamente organizado, que normalmente pressupõe a consideração de riscos filtrados pelo contato com o conhecimento especializado, torna-se uma característica central da estruturação da auto-identidade. (GIDDENS, 2002: 13).

Até agora, analisamos apenas o início das transformações provocadas pela tecnologia digital aplicada à comunicação desde o final da década de 1990. O que realmente se destaca em nossos dias – e que está reorganizando nossas relações e inaugurando novas sensibilidades – é o desenvolvimento da conexão móvel. Esta tecnologia integrou a instantaneidade da Internet ao deslocamento físico, permitindo que os usuários de dispositivos digitais acompanhem e participem diretamente dos eventos cotidianos, em movimento e em tempo real.

No Brasil, mais de 81% da população tem acesso à Internet conforme aponta a pesquisa TIC Domicílios (2021), realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic). De acordo com a NordVPN (2021), especialista em cibersegurança, a partir de um levantamento sobre os

hábitos dos brasileiros na rede, o tempo médio em que ficam online cresceu. Considerando apenas respondentes maiores de 18 anos, o levantamento aponta que brasileiros se conectam em média às 8h33 da manhã e saem às 22h13 da Internet. A maior quantidade de tempo é gasto transmitindo programas de TV e filmes, mais de 13h, seguido de acompanhar vídeos pelo YouTube, com a média de 12 horas e 8 minutos, e em terceiro lugar, 11 horas e 19 minutos semanais são dedicados ao entretenimento em mídias sociais como WhatsApp, Instagram e TikTok.

Considerando o contexto apresentado, vê-se a necessidade de entender como a exposição virtual influencia a forma como as pessoas se veem e se apresentam. Desta forma, é crucial compreender a dinâmica das redes sociais e analisar como o uso dessas plataformas afeta a construção da autoimagem. No contexto desta pesquisa, isso envolve investigar de que maneira os estudantes universitários escolhidos percebem os impactos das redes sociais em suas representações virtuais e na forma como enxergam a si mesmos.

## 2. Identidade e Autoimagem: Reflexões sobre Modernidade e Imagem na Sociedade Contemporânea

A auto-identidade se constroi por meio de um processo contínuo de auto-reflexão e interação com o ambiente social ao nosso redor. Desde a infância, começamos a desenvolver uma imagem de nós mesmos a partir das relações com nossos pais, familiares e amigos, bem como das dinâmicas mais amplas da sociedade. Nesse contexto, não se trata apenas de receber um "*feedback*", mas de engajar-se em uma sociabilidade complexa, onde o eu social — ou a persona, como discutido por Zygmunt Bauman (2001) e Georg Simmel (1987) — desempenha um papel fundamental. Essa persona, que representa a forma como nos apresentamos e interagimos socialmente, pode tanto integrar-se à nossa auto-identidade quanto entrar em conflito com ela. Assim, a percepção que temos de nós mesmos reflete não apenas nossas crenças pessoais, mas também as expectativas e pressões sociais que internalizamos e negociamos ao longo da vida. Ambos os autores citados oferecem perspectivas valiosas para entender como a persona — essa máscara social que usamos para interagir com os outros — influencia e, por vezes, entra em conflito com a nossa auto-identidade.

Georg Simmel (1987) explora a ideia de que a persona é uma resposta à complexidade das interações sociais modernas. O autor argumenta que, em um mundo marcado por uma multiplicidade de relações sociais, as pessoas desenvolvem diferentes facetas ou máscaras para lidar com as expectativas de diferentes grupos sociais. Simmel vê essa multiplicidade como uma característica essencial da vida moderna, onde o indivíduo se vê constantemente dividido entre várias esferas de interação, cada uma exigindo uma persona específica. A persona é, portanto, uma adaptação à fragmentação da vida social e à necessidade de navegar por múltiplos contextos.

Por outro lado, Zygmunt Bauman oferece uma perspectiva mais crítica sobre a persona no contexto da modernidade líquida. Para Bauman, a persona é uma manifestação da fluidez e incerteza das identidades na era contemporânea. Ele argumenta que, na modernidade líquida, as identidades se tornaram flexíveis, instáveis e temporárias. As “personas” que adotamos em diferentes contextos sociais refletem essa instabilidade, já que somos constantemente pressionados a

nos adaptar às mudanças e incertezas do ambiente social. A persona não é apenas uma máscara, mas uma resposta à necessidade de ser "adequado" em contextos sociais sempre mutáveis. No entanto, essa fluidez também pode gerar conflitos internos, pois a constante adaptação pode levar a uma sensação de alienação ou de perda de um núcleo estável da auto-identidade.

Essa tensão entre a persona e a auto-identidade revela uma complexidade na forma como os indivíduos se relacionam com o mundo ao seu redor. Enquanto a persona pode facilitar a interação social, também pode criar uma distância entre o eu autêntico e o eu apresentado ao mundo, gerando uma sensação de desconexão ou insatisfação. A compreensão dessas dinâmicas é essencial para analisar como a auto-identidade é formada, negociada e, em alguns casos, fragmentada na sociedade contemporânea.

O sociólogo britânico Anthony Giddens (2003), oferece a perspectiva na qual o sujeito moderno é um ser "reflexivo" em suas práticas. Sob seu prisma, é a cognoscitividade dos agentes humanos, em sua forma especificamente reflexiva, que está envolvida de maneira mais acentuada e profunda na ordenação recursiva das práticas sociais e, por conseguinte, das identidades. Ainda segundo o autor "A continuidade de práticas presume reflexividade, mas esta, por sua vez, só é possível devido à continuidade de práticas que as tornam nitidamente "as mesmas" através do espaço e do tempo" (2003: 03).

Para Giddens (2003: 03), cada indivíduo, no atual estágio da modernidade, desenvolve um "projeto reflexivo do eu", que passa a ser uma demanda da própria sociedade, que a enseja por um lado e a exige por outro. Essa "reflexividade" deve ser entendida não tão somente como "autoconsciência", mas sobretudo como "o caráter monitorado do fluxo contínuo da vida social", onde "um ser humano é um agente intencional, que tem razões para suas atividades e também está apto, se solicitado, a elaborar discursivamente essas razões (inclusive mentindo a respeito delas)".

Já Norbert Elias (2000) oferece uma perspectiva profunda sobre a evolução da civilização ocidental, enfatizando o papel crucial do controle emocional e da regulação dos impulsos individuais. Segundo Elias, à medida que as sociedades se desenvolvem, há uma tendência crescente das pessoas internalizarem normas sociais que governam o comportamento, criando um complexo sistema de

auto-regulação. Este processo, que ele denomina como parte do "processo civilizador", sugere que a autoimagem de um indivíduo está profundamente enraizada nas expectativas e normas culturais de sua sociedade. Um dos elementos centrais da teoria de Elias é a conformidade às normas sociais, destacando como os indivíduos ajustam seus comportamentos para alinhar-se aos padrões aceitos, o que, por sua vez, molda a forma como percebem a si mesmos.

Essa interdependência entre o indivíduo e a sociedade oferece uma visão rica e detalhada de como as dinâmicas sociais influenciam a construção da identidade pessoal e coletiva ao longo do tempo. O autor argumentou que a civilização é caracterizada por um processo contínuo de restrição das emoções e impulsos individuais. À medida que as sociedades evoluem, as pessoas internalizam cada vez mais normas sociais que regulam o comportamento. Isso significa que a autoimagem de um indivíduo muitas vezes está intrinsecamente ligada às expectativas e normas sociais de sua sociedade. Um aspecto central de sua teoria é a conformidade às normas sociais. As pessoas tendem a se moldar aos padrões de comportamento aceitos em sua sociedade, o que, por sua vez, influencia a maneira como se veem.

Não é fácil entender a mecânica da estigmatização sem um exame mais rigoroso do papel desempenhado pela imagem que cada pessoa faz da posição de seu grupo entre outros e, por conseguinte, de seu próprio status como membro desse grupo. Já afirmei que os grupos dominantes com uma elevada superioridade de forças atribuem a si mesmos, como coletividades, e também àqueles que os integram, como as famílias e os indivíduos, um carisma grupal característico. Todos os que "estão inseridos" neles participam desse carisma. Porém têm que pagar um preço. A participação na superioridade de um grupo e em seu carisma grupal singular é, por assim dizer, a recompensa pela submissão às normas específicas do grupo. (ELIAS e SCOTSON, 2000: 25-26).

Espaço de consenso entre as Ciências Sociais de hoje será, também, o da noção de que nem o indivíduo existe como tal isolado do contexto social, nem a sociedade se constitui como um todo exterior ou alheio aos indivíduos e às especificidades dos seus trajetos. Elias trabalhou essa compreensão em *Sociedade dos Indivíduos* (1987) mas foi G. H. Mead (1982) que afirmou que o "eu" de cada um se define pelo exercício da alteridade, pela interação com e pelo reconhecimento do outro. Assim, a própria identidade pessoal constitui-se como objeto da ciência social, nomeadamente da Sociologia. Uma concepção clássica de socialização finita no tempo, como processo definidor da personalidade e integrador no espaço social,

veio progressivamente sobrepor-se uma noção de socialização como processo permanente, que acompanha o percurso de vida e que procede por adaptações sucessivas a novos contextos.

Na era digital, a construção da auto-identidade ganhou novas dimensões. Redes sociais, por exemplo, permitem que indivíduos criem e cultivem identidades virtuais que podem ou não corresponder à sua realidade offline. A possibilidade de curadoria da própria imagem, através de postagens, fotos e interações, proporciona um espaço para a construção de uma identidade idealizada. O colapso da identidade surge como “resultado das mudanças estruturais e institucionais. O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se provisório, variável e problemático.” (Hall, 2006: 12).

Sendo assim, se torna impossível pensar o contemporâneo, o social e o econômico sem ter em vista esse regime representacional que rege boa parte da sociedade. Conseguimos entender melhor através da expressão "sociedade do espetáculo" cunhada pelo filósofo e teórico social francês Guy Debord em seu livro homônimo, publicado em 1967. Debord utilizou esse conceito para criticar a crescente mercantilização e a alienação da sociedade moderna. Ele argumentou que, na sociedade capitalista avançada, a vida social autêntica foi substituída por uma representação superficial e mediada, onde as relações humanas são intermediadas por imagens e mercadorias. Afinal, na sociedade do espetáculo, “o mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existe acima dele, e que ao mesmo tempo se fez reconhecer como o sensível por excelência” (Debord, 2002: 28).

Guy Debord reflete sobre a sociedade midiaticizada como um sistema em que a imagem atinge uma posição quase independente do real. A representação chega antes do representado. O signo adquire mais valor que o significante. Mas não de forma totalmente independente. “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (ibidem, p. 14).

Nesse contexto, a imagem ocupa um lugar importante. Imagens em movimento estão presentes em todos os lugares: em telefones celulares, sistemas de vigilância de lojas, computadores, televisões e, é claro, nas salas de cinema. Temos de observar o circuito que essa imagem percorre, isto é, feitura (ou produção), circulação, apreciação, consumo e apropriação. Esses dispositivos estão

promovendo mudanças nas relações subjetivas, criando novas formas de interação do corpo com as imagens e do indivíduo com a tecnologia. Pode-se inicialmente pensar em um caminho linear que vai desde o surgimento das salas de cinema até a sua gradual substituição por televisão, vídeo, DVD e internet.

No entanto, a complexidade da questão requer uma análise mais profunda da influência das tecnologias. A evolução tecnológica possibilita a criação de uma realidade que não precisa referenciar-se no mundo externo: as representações dependem somente do código que as produz, sustentando-se, portanto, na nova realidade digitalizada. Desse modo, trata-se da criação de uma realidade abstrata, inexistente, que pode confundir os indivíduos, como afirma Levin (2007) em seu trabalho sobre crianças na era virtual.

A diversidade de imagens virtuais é tão vasta que as crianças podem refugiar-se e confundir-se nela, dado que não conseguem desmentir a virtualidade daquilo que veem ou acreditam conhecer através da tela. Nesse mundo relativamente anônimo, sem responsabilidades nem limites, tanto faz um genocídio digital, a morte ou um crime, é tudo igual. A imagem do corpo se separa do esquema corporal, de sua ancoragem nele, para ficar “livre” no ciberespaço. É um imaginário que conflita e contrasta perversamente com o simbólico. Para as crianças, tudo isso confirma que se pode pensar e experimentar em imagens, sem que seja preciso parar para pensar nelas. (LEVIN, 2007, p. 83)

À medida que os meios de produção de imagem digital se popularizam (da câmera de filmar portátil aos celulares), surge, exponencialmente, uma multiplicação de produções audiovisuais amadoras e autônomas. Em paralelo, os meios de difusão desses materiais caseiros também se multiplicam, fazendo da internet um locus de infinitas reproduções de novos conteúdos em vídeo a todo minuto.

Nesse mundo de lutas por espaços e identidades, as imagens assumem um lugar político central. Elas assumem o poder e o papel de nada menos que representar a própria realidade. Elas se tornam o próprio discurso oficial, logo, um importante aparelho de legitimação social. Sobre esse “regime de visibilidade”, Gabriel Sotomaior traz, em referência a Bruno Costa, a seguinte assertiva: “Ser, agora, é ser por e através da mídia, um viver a partir da influência da mídia, um novo ethos. Este ethos é um novo espaço da sociedade contemporânea invadida pela imagem, em que o regime de visibilidade atingiu novos patamares” (Costa apud Sotomaior, 2008: 88). Esse novo horizonte de existência através do mundo das imagens surge para aqueles que nunca se viram representados pela grande

máquina de criação de realidades que é a grande mídia (Parente, 1993), hoje dissolvida num oceano de microcanais de difusão de conteúdos em vídeo.

Foi Susan Sontag (2004) quem nos trouxe a ideia em seu livro “Sobre a fotografia” de que nossas necessidades em relação à realidade são moldadas pelo consumo de imagens. A filósofa e escritora referia-se especificamente à fotografia e como a vida cotidiana começava a se parecer cada vez mais com aquilo que as câmeras mostravam. Em outras palavras, a realidade passaria a imitar as cenas ampliadas, exageradas e até mesmo fabricadas das imagens. E isso não apenas pelo que elas revelam, mas também pelo que escondem, pois, como afirma Sontag, a fotografia nasceu para mentir. No entanto, na angustiante impossibilidade de possuir essa realidade inalcançável por completo, devido à sua natureza inacessível, desejamos e consumimos as imagens.

Com a aceleração das conexões, os dispositivos móveis, especialmente smartphones e tablets, possibilitaram uma digitalização instantânea e em tempo real de momentos cotidianos ou extraordinários, desfazendo gradualmente a distinção que antes existia entre os mundos *on* e *offline*. Até o início dos anos 2000, o computador (seja *desktop* ou, em certa medida, *laptop*) funcionava como um comunicador ágil, mas com pouca interatividade, não se diferenciando muito das mídias analógicas, exceto pela capacidade de acessar vários conteúdos em um único dispositivo, como e-mail, jornal online e fotografia digital, mas ainda assim, via-se tudo em um local fixo e limitado. Já a conexão móvel transformou a Internet em um espaço inteligente, reticular, conectivo, e principalmente: portátil.

A rede configura-se como um conjunto de diferentes nós que interagem livre e autonomamente entre si. A partir de tais conexões espontâneas se produz muito mais que um simples repasse de informações: torna-se possível a realização de eventos inteligentes e de processos criativos de criação colaborativa de significados. Estes últimos são o resultado, não mais de um processo comunicativo planejado, e sim de um percurso autopoético que se desenvolve de maneira imprevisível, tomando forma à medida que se espalha na rede, através das conexões. (DI FELICE, 2009, p. 269)

Assim, as novas mídias, além de facilitar o acesso a conteúdos diversos e conectar pessoas de diferentes regiões geográficas, estão fomentando uma cultura colaborativa em rede, transformando nossa percepção e comportamento. No início da era dos computadores e da Internet, havia a possibilidade de ingressar, imergir ou adentrar um ambiente informativo, onde as informações estavam disponíveis para

interação ou consumo. Porém uma vez desconectados, também nos desligávamos completamente desse ambiente, assim que saíamos diante da tela do *desktop*. Com os dispositivos móveis, essa condição “imersiva” dos ambientes informativos da primeira fase da Internet foi superada, dando lugar a ambiências informativas que nos acompanham continuamente.

Anteriormente, a criação e distribuição de vídeos estavam restritas a estúdios de cinema, emissoras de TV e outras instituições que detinham o controle sobre os meios de produção. Hoje, com câmeras integradas a dispositivos móveis e plataformas como YouTube, TikTok e Instagram, qualquer pessoa pode capturar, editar e compartilhar vídeos com uma audiência global em questão de minutos. Essa acessibilidade tem dado origem a uma explosão de conteúdo, onde as imagens em movimento são usadas para fins diversos: desde a simples documentação do cotidiano até a criação de narrativas complexas e influentes. A curadoria da identidade através de vídeos permite que os indivíduos controlem como são percebidos pelos outros.

Esta curadoria pode ser uma ferramenta poderosa para a auto expressão, possibilitando que as pessoas apresentem suas paixões, talentos, opiniões e estilos de vida. No entanto, também pode levar a uma representação seletiva e idealizada da realidade, onde apenas os momentos mais positivos e esteticamente agradáveis são compartilhados. Essa prática pode gerar uma dissonância entre a identidade projetada e a vivida, contribuindo para sentimentos de inadequação e comparação negativa. O feedback imediato recebido através de curtidas, comentários e compartilhamentos pode impactar significativamente a autoimagem e a autoestima dos indivíduos. As recompensas sociais associadas à popularidade e aceitação online podem reforçar comportamentos e identidades que geram engajamento, mesmo que não sejam autênticos ou saudáveis. Por outro lado, a crítica e o assédio online podem prejudicar a autoimagem e levar a problemas de saúde mental.

No ambiente digital, as imagens em movimento não são apenas criadas e consumidas; elas também são constantemente remixadas e reinterpretadas. Vídeos são frequentemente editados, cortados, sobrepostos com outros conteúdos e redistribuídos em novos contextos. Esse processo de fragmentação e remix possibilita que as imagens adquiram novos significados e se adaptem a diferentes

narrativas. Um vídeo pode, por exemplo, ser transformado em um *meme*<sup>4</sup>, sua mensagem original subvertida para gerar humor, crítica ou comentário social. Outra característica distintiva das imagens em movimento na era digital é sua temporalidade. Plataformas como Instagram Stories<sup>5</sup>, Snapchat e TikTok introduziram a efemeridade como uma nova norma, onde vídeos desaparecem após um curto período. Essa natureza transitória altera como as imagens são percebidas e valorizadas. A impermanência cria uma sensação de urgência no consumo de conteúdo, enquanto a capacidade de capturar momentos em tempo real reforça a ideia de autenticidade e imediatismo.

A problematização da imagem digital como emblema dos atuais modos de produção de subjetividade envolve uma reflexão sobre como o tempo e a experiência são ressignificados nesse novo contexto. Na imagem digital, o tempo deixa de ser linear e acumulativo, passando a integrar uma temporalidade marcada pela transitoriedade e pela confluência de encontros, onde cada interação pode ser efêmera e momentânea, mas ainda assim carregada de significado. Ao discutir a virtualidade, a imagem digital não é vista apenas como uma representação estática, mas como uma potência imaginativa que surge de agenciamentos múltiplos e heterogêneos. Esses agenciamentos envolvem a confluência entre arte, tecnologia e ciência, criando novas formas de interação entre o sujeito e o mundo. Essa abordagem considera a realidade como algo em constante transformação, onde não existem essências fixas, mas apenas estados de coisas que estão sempre em processo de mudança.

Nesse contexto, a criação de cenários imaginários se torna uma ferramenta essencial para entender as relações entre a imagem digital e a subjetividade. A possibilidade de construir novas realidades, experimentar diferentes estados de existência, e explorar alternativas, reflete a natureza mutável da realidade e da identidade. Isso nos leva a considerar como a subjetividade é continuamente moldada e reconfigurada por essas imagens digitais, que, longe de serem meras cópias ou reflexos da realidade, são ativas na produção de novas formas de ser e compreender o mundo. Essa perspectiva sugere que a imagem digital não apenas

---

<sup>4</sup> No contexto da internet, *meme* é uma mensagem quase sempre de tom jocoso e irônico que pode ou não ser acompanhada por uma imagem ou vídeo e que é intensamente compartilhada por usuários nas mídias sociais.

<sup>5</sup> O Instagram Stories é um recurso dentro do aplicativo Instagram que permite aos usuários postarem fotos ou vídeos temporários que desaparecem após 24 horas.

reflete a subjetividade, mas também a produz e a transforma, operando dentro de uma rede complexa de relações e influências que atravessam o virtual e o real. Assim, pensar a subjetividade no contexto da imagem digital exige uma compreensão profunda dessas dinâmicas de poder, criação e transformação que estão em jogo na era digital.

A partir da compreensão de Pierre Lévy (1995) sobre o virtual como uma potência imaginativa, a imagem digital se revela não apenas como uma representação, mas como um espaço ativo de criação de mundos. Essa imagem rompe com a perspectiva tradicional de duplicidade entre signo e real, introduzindo uma nova sensibilidade em relação ao tempo e oferecendo novas possibilidades de interação entre sujeito e mundo. A imagem digital, nesse contexto, torna-se um representação do desejo de trânsito e ressignificação de informações, adaptando-se às demandas momentâneas e refletindo a modelagem própria dos tempos atuais.

A realidade virtual, como uma manifestação desta fluidez, proporciona uma nova forma de relacionamento com o mundo. O sujeito se vê diante de um cenário onde as barreiras tradicionais são dissolvidas, permitindo a realização de desejos em um ambiente que simula o real. Nesse contexto, a distinção entre o que é emocional e o que é virtual pode se tornar nebulosa, levando o sujeito a tratar as imagens virtuais não apenas como representações, mas como realizações de um ideal desejado. No ciberespaço, as imagens virtuais são uma simulação do real. Nele "a imagem não mais representa o real, mas ela o simula" (Gevertz, 2002: 267). Esta simulação não pretende representar este real, mas, de fato, sê-lo. Gevertz (ib. ibid) afirma que "a lógica da simulação não pretende mais representar o real com uma imagem, mas, sim, sintetizá-lo, em toda sua complexidade".

As propagandas veiculadas na mídia virtual, aproveitando-se da simulação do real, adquirem um potencial de realidade e proximidade com o indivíduo que as tornam praticamente irresistíveis. O apelo da mídia virtual é intensificado pela criação de uma ficção de liberdade e exclusividade. Cada sujeito sente que possui acesso ilimitado e exclusivo ao vasto campo da informação. A informação torna-se pessoal e controlável; o indivíduo pode interpretá-la e comentá-la como bem entender. As ofertas publicitárias se apresentam como opções à disposição do desejo do sujeito, em vez de serem impostas como ocorre na mídia televisiva. Com

um simples clique do mouse, o sujeito pode acessar um vasto horizonte de informações com total autonomia e exclusividade.

Dessa forma, a mídia virtual reconfigura nossas percepções internas de tempo, espaço e liberdade, provocando verdadeiras revoluções nas noções clássicas desses conceitos. O espaço virtual parece ilimitado, sendo a única restrição a capacidade de memória do dispositivo pelo qual está sendo acessado. Sendo assim, a mídia através da internet promove transformações profundas em noções fundamentais que constituem a subjetividade, alterando a relação do sujeito com seu próprio corpo, com o tempo, o espaço e a ideia de autonomia. Segundo Megale e Teixeira, na virtualidade surge um "novo ordenamento das relações entre os indivíduos, extremamente marcado por uma prevalência da imagem e por uma desnecessária participação dos indivíduos em efetivas relações" (Megale & Teixeira, 1998: 49). Para esses autores, a mídia virtual tem o potencial de produzir um tipo de subjetividade que, de forma ilusória, é caracterizada por uma individualidade acentuada e um sentimento de auto-suficiência. O ambiente virtual oferece um campo de possibilidades infinitas de comunicação, convidando o sujeito a se distanciar dos limites de seu corpo físico e a explorar o ciberespaço em tempos e espaços que não conhecem fronteiras.

### **3. A Dualidade da Comunicação Digital: Percepções entre Jovens Universitários**

A juventude universitária atual no Brasil compõe um segmento social diverso, sendo marcada por profundas transformações sociais, políticas e culturais. No Nordeste, e em particular no estado de Pernambuco, essa juventude é, muitas vezes, a primeira geração de suas famílias a ter acesso à educação superior, o que reflete as mudanças advindas de políticas de inclusão, como cotas raciais e sociais, e a ampliação das universidades públicas e privadas. Contudo, o acesso ao ensino superior não elimina as desigualdades regionais, econômicas e culturais que caracterizam a vida de muitos desses jovens.

Estes/as jovens universitários/as são frequentemente oriundos de famílias de baixa renda e lidam com desafios que vão além da sala de aula, como a precariedade de infraestrutura, dificuldades financeiras e a necessidade de conciliar trabalho e estudo, podemos encontrar tais reflexões no estudo de Jessé Souza, em seu livro *A Ralé Brasileira: Quem é e Como Vive* (2011), em que discute a questão da inclusão social e as desigualdades estruturais enfrentadas pelas classes mais baixas no Brasil. Nesse cenário, as redes sociais digitais desempenham um papel crucial na vida desses jovens, não apenas como ferramentas de lazer, mas como plataformas de integração e mobilização social. A juventude universitária de Pernambuco é atravessada por um contexto histórico de resistência, especialmente no campo cultural, onde as influências das culturas populares, como o mangubeat e o forró, ainda são fortes, mas convivem com uma intensa globalização digital.

Quando mencionamos as plataformas digitais aqui presentes, é preciso entender suas dinâmicas distintas. O Twitter, conhecido por sua estrutura de microblogging, recentemente rebatizado como X<sup>6</sup>, é uma plataforma de comunicação ágil, onde os usuários compartilham ideias em tempo real, limitadas a 280 caracteres por postagem. No contexto brasileiro, o Twitter se tornou um espaço de debate político, ativismo social e disseminação de notícias. Para os jovens universitários, pode ser um lugar para a troca rápida de ideias, humor, críticas sociais e cultura pop.

---

<sup>6</sup> Em setembro de 2024, o Twitter (ou X, como foi rebatizado após sua aquisição por Elon Musk) enfrentou bloqueios temporários no Brasil devido a uma decisão judicial que acusava a plataforma de descumprimento de ordens legais relacionadas à remoção de conteúdos ilícitos, incluindo desinformação e discursos de ódio.

Seu papel como um fórum de discussões o torna especialmente popular entre aqueles engajados com questões sociais, políticas e acadêmicas.

Já o TikTok é uma plataforma centrada em vídeos curtos, predominantemente orientada por algoritmos que promovem mensagens virais, e personalizam o conteúdo à sua maneira, dando a impressão de que a sua *timeline*<sup>7</sup> é exclusiva. A juventude utiliza o TikTok não apenas para entretenimento, mas também para expressar criatividade e conectar-se a diferentes nichos culturais e regionais. Com ênfase em performances audiovisuais, o TikTok permite a construção de narrativas identitárias rápidas, funcionando como uma plataforma de expressão que combina humor, dança, crítica social e moda.

E por último temos o Instagram, que, por sua vez, mantém uma relevância visual mais profunda, com foco na autoimagem e apresentação estética. Originalmente focado somente em imagens, o Instagram evoluiu para incluir vídeos, *stories* e uma interface de comércio social. Ele se tornou a plataforma preferida para a auto apresentação visual. A rede em questão serve como um espaço onde a vida cotidiana, conquistas e atividades sociais são compartilhadas de maneira estilizada. O Instagram também é um meio de exposição a influenciadores digitais, que promovem desde modas locais até ideologias globais, o que amplifica a pressão para aderir a certos padrões estéticos e de comportamento.

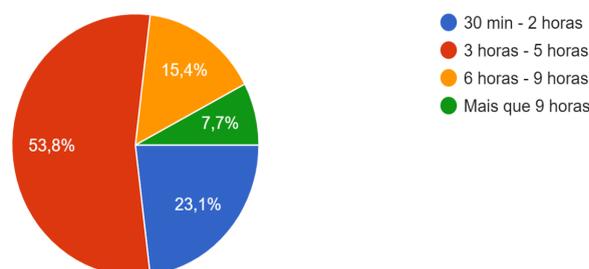
Para conhecer o uso das redes sociais digitais, a amostra utilizada na presente pesquisa foi composta por 13 estudantes, sendo 7 do sexo feminino e 5 do sexo masculino, sendo 9 do curso de Ciências Sociais e 4 do curso de História, com idades entre 17 e 29 anos (Média = 23,4 anos; DP = 3,5). Como o critério para a participação da pesquisa era ser usuário de redes sociais digitais, 100% dos participantes relataram utilizar as redes diariamente. Os resultados indicam que 7 dos participantes passam em média entre 3 a 5 horas diárias nas redes sociais, enquanto 3 utilizam entre 30min e 2 horas, 2 de 6 a 9 horas e 1 relata um uso superior a 9 horas por dia. O gráfico 1.1 (pergunta número 4 do questionário) resume essa distribuição:

---

<sup>7</sup> As timelines das redes sociais são os espaços onde os usuários podem ver as publicações de outras pessoas ou páginas que seguem.

#### 4. Quanto tempo, em média, você passa diariamente em redes sociais digitais?

13 respostas



Ao analisar a importância atribuída às redes na vida cotidiana, com o Instagram, observou-se que a maioria dos participantes (5) classificou como "pouco importante" (nota 1) na sua vida cotidiana. Além disso, 4 dos participantes atribuíram nota 2 e 4 nota 3, indicando uma importância moderada da plataforma em suas rotinas diárias. Com isso, fica evidente que a plataforma não é considerada essencial para a comunicação ou interação social entre os jovens universitários da amostra. Essa desvalorização pode estar ligada a uma percepção de superficialidade do conteúdo ou à saturação de imagens e posts que a plataforma oferece, levando a uma possível busca por formas de comunicação mais autênticas e significativas.

O TikTok foi considerado menos relevante, com 7 dos participantes avaliando-o como "pouco importante" (nota 1) e 4 atribuindo nota 2. Apenas 2 dos participantes atribuíram nota 3, sem registros de notas mais altas (4 ou 5), sugerindo que o TikTok desempenha um papel menor na vida cotidiana dos respondentes. A baixa valorização do TikTok pode indicar uma discrepância entre sua popularidade global e sua relevância percebida entre os universitários, que podem vê-lo como uma plataforma de entretenimento passageiro, em vez de um meio eficaz de comunicação ou construção de identidade. O Twitter/X seguiu uma tendência similar ao TikTok, com 7 dos participantes atribuindo a menor importância (nota 1), porém com mais variações, tendo 2 que marcaram nota 2 e 3 na nota 3, além de 1 respondente atribuindo a máxima importância (nota 5) ao Twitter/X, indicando que, para um pequeno grupo, essa plataforma tem um papel significativo na vida cotidiana.

Essa divisão pode sugerir que, embora a maioria dos participantes não veja o Twitter/X como uma ferramenta significativa, existe um grupo que valoriza seu potencial para discussões rápidas e compartilhamento de informações, refletindo uma forma de consumo mais crítica e engajada. Esses dados podem ser interpretados à luz das teorias de Bauman (2001) sobre a liquidez das relações sociais, onde as interações nas redes sociais são frequentemente percebidas como efêmeras e insubstanciais.

Já a respeito de como as redes em questão influenciam na comunicação e interação social, a maioria dos participantes (8) relatou que as redes sociais influenciam positivamente sua comunicação e interação social. Essa percepção pode ser analisada a partir das ideias de Manuel Castells (1999), que argumenta que as plataformas digitais constituem o espaço onde as interações humanas estão cada vez mais mediadas por tecnologias de comunicação virtual. Nesse contexto, as redes sociais digitais facilitam a criação de novos vínculos e ampliam o alcance das interações, permitindo aos indivíduos manter laços sociais de maneira mais eficiente e dinâmica.

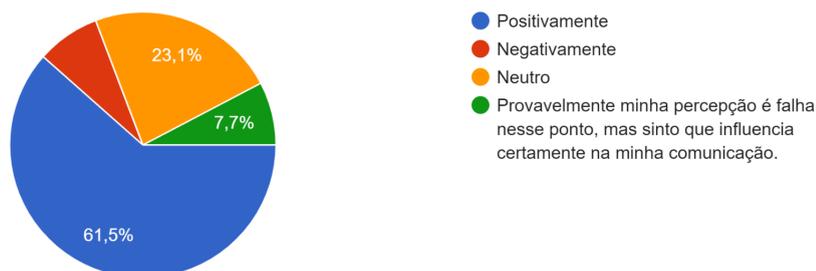
Stuart Hall (2003), ao tratar da construção de identidades em meio a contextos midiáticos, complementa essa análise ao destacar que as redes sociais funcionam como espaços onde a identidade é performada, negociada e, muitas vezes, rearticulada em função das interações. A percepção positiva relatada pelos participantes pode estar ligada a essa capacidade de moldar e controlar a própria imagem em um espaço altamente visível e conectado, o que cria uma sensação de agência sobre a própria identidade social. Um percentual menor, 3 respondentes, mantiveram uma posição neutra, o que pode ser interpretado como uma adaptação passiva a essa realidade, sem perceber grandes mudanças na qualidade das interações, mas aceitando o papel das redes sociais digitais como uma parte inescapável da vida contemporânea. Enquanto 1 considerou que a influência é negativa, apontando para um conflito entre a digitalização das interações e o desejo por conexões mais autênticas.

Sherry Turkle (2011), em seu estudo sobre a solidão no mundo hiperconectado, observa que as redes sociais podem gerar uma desconexão emocional, uma vez que a comunicação virtual muitas vezes carece da profundidade presente em interações face a face. Isso pode resultar em sentimentos de

isolamento ou superficialidade, especialmente em indivíduos que valorizam mais as trocas interpessoais autênticas. Outro participante mencionou que acredita na influência das redes sociais em sua comunicação. Podemos observar esses dados no gráfico 1.2 (pergunta de número 8 no questionário) abaixo:

8. Como as redes sociais influenciam sua comunicação e interação social?

13 respostas



Quando questionados sobre o impacto das redes sociais em suas interações sociais fora do ambiente digital, 6 dos participantes indicaram que sim as redes tiveram algum impacto. Como abordamos no capítulo 2 deste trabalho, Pierre Lévy (1995) argumenta que o virtual é uma extensão do real, e isso parece ser verdadeiro para os participantes que afirmaram que as redes influenciam suas interações offline. Essas plataformas facilitam o trânsito entre as esferas digitais e físicas, influenciando desde os lugares que frequentam até as escolhas de consumo. Já 5 afirmaram que talvez haja influência nas suas interações offline, o "talvez" nas respostas sugere uma ambiguidade nas percepções dos jovens sobre o quanto o mundo online impacta suas vidas *offline*.

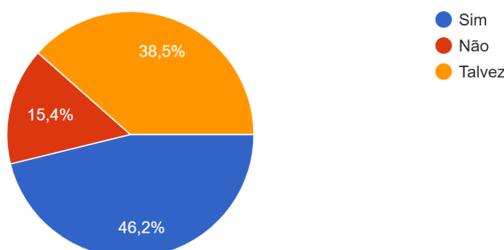
Embora a maioria reconheça algum nível de influência, há uma hesitação em aceitar que as redes moldam completamente suas interações fora do digital, possivelmente porque a vida offline, com suas normas sociais e culturais locais, ainda exerce um papel preponderante em suas relações. Essa ambiguidade pode ser relacionada à ideia de que as redes sociais funcionam como ferramentas de facilitação social, mas não necessariamente como substitutas das interações presenciais. Em um contexto como o do Nordeste, onde as interações face a face e os laços comunitários são fortes, as redes sociais podem ser vistas mais como um complemento do que como o centro da vida social. Apenas 2 não perceberam qualquer impacto, sugerindo que, para a maioria, as redes sociais têm algum grau

de influência em suas interações sociais off-line. Esses resultados, somados, evidenciam um cenário em que as redes sociais não apenas complementam, mas frequentemente modulam as relações sociais contemporâneas.

Isso se alinha com a ideia de Bauman (2001) sobre a modernidade líquida, onde os vínculos sociais são menos rígidos e mais suscetíveis a transformações rápidas. A possibilidade de constante conexão digital altera a maneira como as pessoas se relacionam fora do ambiente virtual, tornando as redes sociais ferramentas de mediação social cada vez mais influentes. Assim, o impacto das redes sociais sobre as interações presenciais parece depender tanto das plataformas específicas quanto da maneira como os indivíduos percebem e utilizam essas redes em seus contextos sociais e culturais. Podemos conferir os dados analisados acima no gráfico 1.3 (pergunta número 9 no questionário) a seguir:

9. As redes têm algum impacto em suas interações sociais fora do ambiente digital?

13 respostas



A respeito das mudanças em hábitos, interesses ou comportamentos devido ao uso das redes sociais, as respostas dos participantes revelaram uma diversidade de experiências e percepções sobre o impacto das redes sociais em seus hábitos, interesses e comportamentos cotidianos. Essas mudanças foram identificadas em várias esferas da vida, demonstrando tanto influências positivas quanto negativas. Um dos impactos mais notáveis relatados foi a adoção de termos e expressões provenientes do ambiente digital. Dois participantes mencionaram que, com o uso contínuo das redes sociais, passaram a incorporar vocabulário específico das plataformas em suas interações off-line, como afirmou um deles: “*sim. Uso de termos digitais, por exemplo*”, e também “*Acredito que há uma adesão ao vocabulário e conteúdo consumido nas redes para fora da internet quando colocado junto à pessoas que consomem o mesmo tipo de conteúdo.*”.

Isso reflete a capacidade das redes sociais de moldar a comunicação cotidiana, influenciando não apenas o que é dito, mas também como é dito. Essa tendência indica que as redes sociais atuam como um canal de disseminação de novas formas linguísticas, que eventualmente podem ser absorvidas na cultura popular mais ampla. Outro ponto destacado foi a influência das redes sociais nas decisões de consumo dos participantes. Sete dos treze respondentes indicam que as redes sociais têm um papel significativo na promoção de produtos como roupas, maquiagem, e até mesmo conteúdo audiovisual, como filmes e séries, como aponta um deles: *“Sim. Geralmente, em influência para consumo de alguns itens (roupa, maquiagem, etc). E em influência para consumo de material audiovisual (filme, séries, etc).”*.

As respostas sobre mudanças de hábitos variaram significativamente, com seis participantes relatando nenhuma mudança, enquanto sete observaram influências no consumo de produtos (como roupas e maquiagem) e conteúdos audiovisuais (filmes e séries), *“Influência em entender e conhecer o que está bombando atualmente.”*, ou também *“Às vezes saio para lugares específicos e consumo conteúdos que vi nas redes”* e *“Lugares para frequentar, avaliação de serviços...”*. Além disso, houve menções a uma maior produtividade quando o uso das redes foi reduzido. As plataformas atuam como vitrines digitais, onde as preferências e comportamentos de consumo são frequentemente moldados por algoritmos que priorizam conteúdos de influenciadores e marcas. Isso demonstra que o consumo nas redes sociais vai além de uma mera exposição a produtos; ele está diretamente ligado à construção de uma identidade e estilo pessoal, que é frequentemente influenciado pelo que é visto e promovido *online*.

Por outro lado, um participante relatou uma melhoria na produtividade quando reduziu ou abandonou o uso das redes sociais *“Bem mais produtivo quando não utilizo as redes”*. Essa percepção sugere que, para alguns, o tempo gasto nas plataformas digitais pode ter um efeito adverso na eficiência e foco em tarefas diárias, como outro participante respondeu *“Às vezes posso demorar a fazer coisas básicas do dia a dia.”*. O uso das redes para influenciar hábitos de consumo é um reflexo direto do que Bauman (2008) descreve como a sociedade de consumo, onde a identidade e as escolhas individuais são moldadas pelo mercado e pelas tendências globais. A experiência de maior produtividade quando há redução no uso

das redes sugere uma conscientização crescente sobre os malefícios da distração digital, o que pode ser interpretado como uma forma de resistência ao ritmo frenético do capitalismo informacional. Esses jovens, embora expostos a um bombardeio constante de informações e estímulos, estão buscando estratégias para gerir melhor seu tempo e evitar a alienação produtiva.

Finalmente, a análise revelou que o conteúdo consumido nas redes sociais tende a ser assimilado e replicado em interações fora do ambiente digital. Alguns participantes notaram que, ao se envolver com determinados tipos de conteúdo online, passaram a adotar e reproduzir esses temas em suas conversas e interações do dia a dia. Isso indica uma integração contínua entre o mundo digital e o real, onde o que é aprendido ou apreciado nas redes influencia diretamente o comportamento e as escolhas fora da tela. Tal adesão pode ser entendida como uma forma de construir laços sociais com indivíduos que compartilham os mesmos interesses, criando comunidades baseadas em conteúdos e referências digitais.

Os participantes apresentaram opiniões diversas ao responder a pergunta sobre em que medida as interações nas redes sociais afetam suas escolhas diárias. As influências mencionadas incluíram desde formas de se vestir e conteúdo para assistir até a avaliação de serviços e escolha de lugares para frequentar. Seis participantes indicaram que as redes sociais ajudam a acompanhar tendências e informam sobre o que está em alta, enquanto sete relataram uma influência muito limitada.

Quando perguntado sobre isso, um participante respondeu: *“forma de se vestir, filmes, músicas, opiniões.”* enquanto outro respondeu *“Não muito. As redes sociais ajudam na percepção de algumas coisas ou adesão de conhecimento como moda ou estilo musical, mas não chegam a me influenciar à entrada em uma estética específica que está em alta. Faço porque gosto e sinto que a informação a mais que encontrei na rede social x ou y me auxiliou, mas não influenciou diretamente.”*, e um outro *“pouquíssima, não tenho dinheiro pra mudanças significativas e normalmente as redes me lembram de coisas que já vi”*. Os dados coletados mostram uma diversidade de respostas quanto à influência das redes sociais nas escolhas diárias dos/as jovens universitários/as.

Ao analisar as respostas, nota-se que as redes sociais têm algum grau de impacto na vida cotidiana, mas essa influência varia significativamente de pessoa

para pessoa, refletindo diferentes níveis de engajamento e autonomia nas decisões. Um número considerável de participantes afirma que as redes sociais exercem pouca ou nenhuma influência direta em suas escolhas cotidianas. Expressões como “Nenhuma”, “Bem pouco” e “Hoje não afeta muito” apontam para um grupo que se mantém mais independente das tendências ou conteúdos consumidos nas redes. Muitos deles utilizam essas plataformas como fontes de informação, mas sem admitir uma influência direta sobre suas ações ou estilo de vida, sugerindo uma postura mais reflexiva e seletiva em relação ao que consomem online. Outra parte dos participantes reconhece uma influência limitada das redes, mencionando mudanças pequenas ou escolhas pontuais, como na forma de se vestir, nas opções de conteúdo para assistir, ou nos lugares que frequentam. Essas pessoas parecem estar cientes das tendências que circulam nas redes, mas destacam que não seguem cegamente essas influências.

Um participante afirma que a influência está mais ligada ao conteúdo consumido (como filmes e música) “*Influencia em entender e conhecer o que está bombando atualmente.*”. E uma parcela menor dos participantes descreve um impacto mais direto e forte das redes em suas escolhas, “*As vezes saio para lugares específicos e consumo conteúdos que vi nas redes*”. Essas respostas indicam que as redes sociais digitais influenciam ativamente seu comportamento em diversas áreas. Essa relação mais intensa com as redes sociais digitais pode ser vista como um reflexo de como essas plataformas moldam os gostos e preferências em tempo real, especialmente por meio de tendências que rapidamente se disseminam e se popularizam.

Um ponto interessante levantado por um participante é que, embora as redes sociais tragam novas informações e tendências, a adoção dessas escolhas pode ser limitada por fatores financeiros. Isso mostra que o impacto das redes sociais digitais, apesar de presente, é condicionado por outros fatores, como o poder aquisitivo, o que ressalta as desigualdades materiais entre os usuários e a forma como essas desigualdades afetam a capacidade de seguir as tendências online.

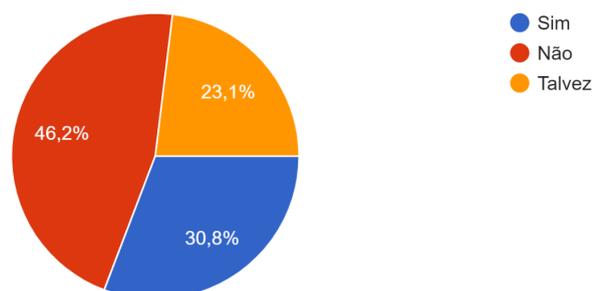
A análise desses dados sugere que as redes sociais desempenham um papel importante na vida dos jovens, mas não de maneira homogênea. A influência varia, sendo mais intensa em áreas ligadas ao entretenimento e à moda, mas com certa autonomia preservada em outras áreas, como escolhas de valores e estilo de vida.

Isso reflete a complexidade da relação entre os usuários e as plataformas, onde a recepção e o impacto do conteúdo online dependem tanto das características pessoais quanto das condições materiais de cada indivíduo. O comportamento digital e suas influências, portanto, não são lineares, sendo mediado por fatores internos (como preferências individuais) e externos (como limitações financeiras).

Quanto à percepção de autoimagem nas redes sociais, 6 dos participantes não acreditam que a forma como são percebidos online afete sua autoimagem. No entanto, 3 consideraram que talvez haja algum impacto, e 4 afirmaram que sim, há uma influência perceptível. A análise da percepção da autoimagem nas redes sociais entre os jovens universitários revela uma divisão interessante. Como podemos ver no gráfico 1.4 (pergunta de número 12 no questionário):

12. Você acredita que a forma como você é percebido nas redes sociais afeta sua autoimagem?

13 respostas



Essa variação de percepções pode ser interpretada à luz de teorias contemporâneas da construção identitária e do papel das mídias digitais. Stuart Hall (2003), por exemplo, argumenta que a identidade é um processo em constante construção, moldada pelas interações sociais e culturais. No ambiente digital, essas interações são amplificadas e potencializadas, gerando novas formas de subjetivação. O que esses 4 participantes sinalizam é uma consciência mais clara do impacto dessas interações virtuais na construção de suas identidades, reconhecendo o papel ativo que o olhar externo — o que Hall chamaria de "outro" — desempenha na percepção de si.

Já os 6 que não percebem influência direta podem estar relacionados ao que Lévy (1995) define como uma ampliação das potencialidades do sujeito no ambiente virtual. Em vez de se verem reféns das impressões alheias, esses participantes podem interpretar o meio digital como um espaço onde a identidade é fluida e

multifacetada, permitindo-lhes se expressar de diferentes maneiras, sem que isso necessariamente afete sua autoimagem fora do ambiente digital. Segundo Lévy, a virtualidade cria espaços para novas formas de ser, nas quais o sujeito pode se reinventar sem o peso de uma identidade fixa. A incerteza demonstrada pelos outros 3 participantes que "talvez" vejam algum impacto na autoimagem revela o caráter ambivalente da interação digital, como destaca Gevertz (2002).

A rede social digital pode ser um espaço tanto de liberdade quanto de vigilância, onde a exposição contínua e o parecer constante podem gerar uma tensão entre a imagem pública e a percepção privada de si. O impacto nessa autoimagem não é totalmente consciente, e a influência pode ser sentida de forma sutil, dependendo da intensidade das interações e do valor atribuído à aprovação social online. Dessa forma, a autoimagem, para uma parte significativa dos participantes, parece ser mediada e influenciada pela rede social, refletindo as complexas interações entre identidade, percepção e virtualidade no ambiente contemporâneo.

Sobre a experiência de preconceito nas redes sociais digitais, oito dos participantes relataram não ter enfrentado tais situações. Contudo, cinco outros participantes relataram casos específicos de preconceito, como xenofobia, que resultaram em impactos emocionais variáveis, desde a compreensão das dinâmicas do preconceito até a depressão, "*Sim. tive depressão*", "*Sim, xenofobia, por ser nordestino.*", e "*Sim, não me afetou muito, só me fez entender melhor a xenofobia depois que passei por isso.*". Demonstrando uma variação na intensidade dos impactos emocionais. Embora oito dos treze participantes afirmem nunca terem enfrentado preconceito, cinco destacam a xenofobia como uma experiência significativa. Isso reflete um problema recorrente nas redes sociais digitais brasileiras, especialmente em relação a indivíduos do Nordeste.

A xenofobia aparece em relatos como um marcador identitário específico, evidenciando preconceitos regionais. Dos participantes que enfrentaram preconceito, as reações variam desde a ausência de impacto significativo até casos de depressão. Um participante destaca que, apesar de ter vivenciado xenofobia, o episódio contribuiu para uma melhor compreensão desse tipo de discriminação. Outro participante relatou um impacto razoável, mas sublinha a ideia de que as ofensas nas redes sociais digitais refletem covardia, já que muitos ofensores se

escondem por trás da anonimidade: *“Sim. Me afetou razoavelmente. Não costumo levar as interações na internet para fora dela. Geralmente são pessoas que não têm coragem de serem desrespeitosas atrás de uma câmera, covardes.”*

Um aspecto importante é a tendência de desassociar as interações virtuais da vida offline. Dois participantes que relataram preconceito afirmam que o impacto foi limitado ou moderado. Esse distanciamento emocional pode ser uma forma de lidar com o ambiente tóxico das redes. Um caso específico é o relato de depressão em resposta a preconceitos sofridos. Isso demonstra a vulnerabilidade emocional que o preconceito nas redes pode provocar em indivíduos mais expostos, enfatizando a importância de redes de apoio e estratégias de enfrentamento para mitigar os efeitos psicológicos.

A frequência e a forma de busca por validação online (curtidas, comentários, compartilhamentos) variaram entre os participantes. Nove respondentes relataram não buscar validação, em respostas como *“nenhuma”*, *“não procuro”*, *“nunca”* e *“não me importo com isso”* reforçam uma postura de distanciamento em relação à busca explícita por reconhecimento online, contrastando com a ideia de que as redes sociais são necessariamente ambientes de busca constante por validação. Esse comportamento pode estar relacionado a uma autoimagem mais sólida ou a uma percepção crítica das redes como espaços voltados à superficialidade da aprovação digital. No entanto, para aqueles quatro que relataram procurar validação em algum momento, as emoções desencadeadas são ambíguas, variando entre *“alegria momentânea”* e *“ansiedade”*.

Um participante menciona que, anteriormente, a ausência de interações, como curtidas e comentários, levava a pensamentos negativos e gerava ansiedade: *“Hoje não procuro essa validação. Antes sim, me causava ansiedade e eu pensava em coisas que não eram verdadeiras, somente por não ter recebido tantos comentários ou curtidas..”*, evidenciando um impacto emocional significativo, que se alinha com a literatura sobre o papel da validação digital na saúde mental dos jovens. Esse achado é relevante quando cruzamos com os efeitos do uso das redes sociais digitais na construção de autoimagem e bem-estar, sugerindo que a busca por aprovação pode ser um processo emocionalmente desgastante para alguns, mesmo que não seja universal.

Outro ponto relevante é o relato de uso das redes para fins de documentação pessoal, sem a expectativa de reconhecimento social. A resposta *“Uso as redes sociais como forma de documentar minhas memórias, não sinto que preciso que curtam ou comentem, é somente um lugar que eu possa visitar depois e mostrar para algumas pessoas conhecidas meu trabalho e algumas fotografias.”* aponta para uma utilização mais pessoal e introspectiva, onde a validação externa não é o foco, mas sim a preservação de experiências e o compartilhamento com um grupo restrito. Essa perspectiva difere do uso amplamente observado nas plataformas digitais, que frequentemente promovem a exibição pública para uma audiência ampla. Essa variação entre a busca ativa por validação e o uso mais discreto das redes para registro pessoal indica que as redes sociais digitais podem ser ferramentas flexíveis, moldadas pelas necessidades e desejos dos usuários.

As emoções ligadas a esses usos parecem também variar de acordo com o objetivo central – de validação, levando à ansiedade, a um uso mais contemplativo, que pode gerar alegria momentânea ou uma sensação de controle e preservação da própria memória. A análise dos dados revela uma diversidade de comportamentos e emoções relacionadas à busca por validação online entre os participantes, destacando como essa necessidade pode variar amplamente em função de fatores pessoais e contextuais. Uma parcela dos participantes relatou que não busca validação online, demonstrando uma relação mais desapegada com as métricas sociais digitais, como curtidas, comentários e compartilhamentos.

Sobre isto, dois dos participantes indicaram que, embora busquem validação, essa busca é feita de forma limitada ou esporádica. Quando ocorre, a validação *online* tende a proporcionar emoções positivas, como uma alegria momentânea, porém, sem grande impacto duradouro, *“poucas vezes, alegria”*. Esse comportamento sugere uma moderação na interação com as redes sociais digitais, onde a validação é bem-vinda, mas não essencial para a autoestima ou bem-estar.

Quando perguntados sobre a necessidade de compartilhar algo após longos períodos sem postar (2 semanas ou mais), a maioria dos participantes (6) afirmou que não sente essa necessidade. Apenas 1 dos participantes mencionaram que sentem essa necessidade, especialmente em momentos de mal-estar emocional, *“Apenas quando me sinto muito mal, triste ou desolado. Mas geralmente deixo as redes paradas por muito tempo”*.

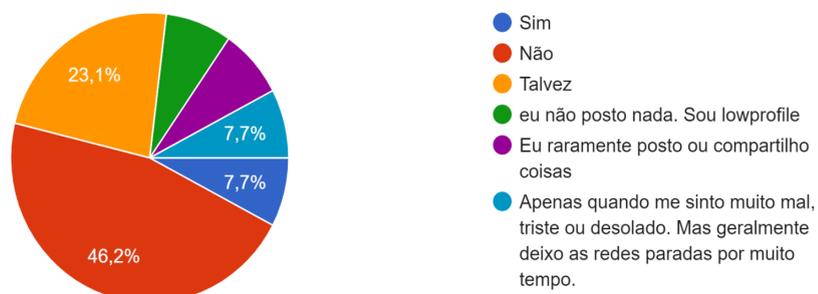
A análise dos dados revela que a maioria dos jovens universitários entrevistados (6) não sente a necessidade de compartilhar conteúdo nas redes sociais digitais após longos períodos sem postar. Esse comportamento pode indicar uma menor dependência em relação à validação externa que as redes sociais digitais costumam oferecer, sugerindo uma postura mais autônoma na construção da autoimagem, onde a visibilidade constante não é essencial para manter a conexão social. Isso também pode refletir uma utilização mais consciente e estratégica das plataformas, em que os usuários escolhem compartilhar apenas quando julgam relevante.

Por outro lado, a minoria (1) que relatou sentir essa necessidade especialmente em momentos de mal-estar emocional aponta para uma relação entre o uso das redes sociais digitais e a regulação emocional. Esses indivíduos podem estar usando as plataformas como um espaço de desabafo ou busca de apoio social durante momentos de vulnerabilidade. Nesse sentido, as redes sociais digitais funcionam como um mecanismo de externalização das emoções, servindo como uma rede de suporte ou uma forma de atenuar sentimentos de isolamento.

A resposta de 3 dos participantes que indicaram "talvez" sugere uma ambivalência em relação ao ato de postar. Essa parte dos participantes pode ser influenciada por fatores contextuais, como o conteúdo a ser compartilhado ou o estado emocional no momento, o que aponta para uma relação mais fluida com as redes sociais digitais. Eles podem se sentir inclinados a compartilhar em determinadas circunstâncias, mas não necessariamente sentem essa necessidade de maneira regular ou compulsória. Os dados citados acima podem ser visualizados no gráfico 1.5 (pergunta 15 do questionário):

15. Quando muito tempo sem postar (2 semanas ou mais) você sente a necessidade de compartilhar algo?

13 respostas



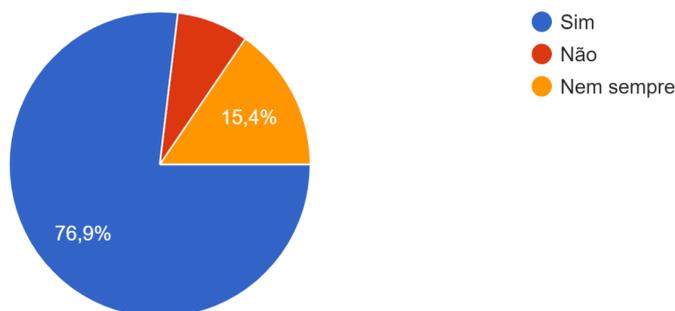
Autores contemporâneos como Sherry Turkle (2011) e Danah Boyd (2014) podem ajudar a contextualizar essas diferentes posturas. Turkle (2011), por exemplo, aborda o fenômeno de estar "sozinho, mas conectado", destacando que o uso das redes pode tanto aproximar quanto isolar emocionalmente, o que se alinha com a necessidade de compartilhamento em momentos de mal-estar. Já segundo Boyd (2014: 55), os adolescentes desenvolvem táticas complexas para gerenciar sua privacidade nas redes sociais digitais, equilibrando o desejo de visibilidade com a necessidade de manter o controle sobre quem tem acesso ao que compartilham. Em termos de plataformas, a análise pode variar dependendo das redes usadas. Por exemplo, no Instagram, há uma cultura mais voltada à imagem e à estética, que pode tornar o ato de compartilhar algo mais intencional e elaborado, enquanto em redes como o Twitter/X, a fluidez e espontaneidade de postagens podem refletir uma dinâmica diferente de compartilhamento emocional.

A grande maioria dos participantes (10) relatou que a imagem transmitida nas redes sociais digitais corresponde à sua autoimagem, para esses participantes, as redes sociais digitais funcionam como uma extensão de sua identidade, tal correspondência pode ser explicada pelo desejo de autenticidade, um valor bastante enfatizado no contexto contemporâneo das redes sociais digitais, onde não há dissonância entre o "eu" que eles apresentam online e o "eu" que percebem internamente. Essa autenticidade pode ser vista como um indicador de segurança na autoimagem e na forma como se comunicam e se relacionam com os outros no ambiente digital. Apenas 2 afirmaram que a imagem transmitida nem sempre

corresponde, esse grupo pode estar lidando com a pressão de atender às expectativas sociais digitais ou com a necessidade de adaptar sua apresentação para se encaixar em determinados contextos ou estereótipos que prevalecem nas redes sociais digitais. Segue gráfico 1.6 (pergunta 16 do questionário):

16. A imagem que você transmite nas redes sociais corresponde a quem você acredita ser?

13 respostas



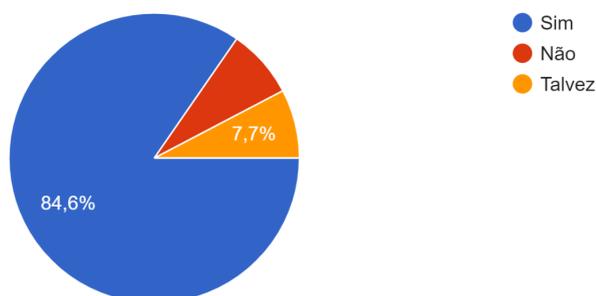
Isso reflete o fenômeno que Erving Goffman (2018), em sua teoria da "representação do eu na vida cotidiana", descreve como a gestão de impressões — um processo em que os indivíduos ajustam sua performance social para se adequar às expectativas alheias ou ao contexto específico. E 1 participante disse que a imagem transmitida não corresponde, isso pode ocorrer devido a várias razões, como a preocupação com julgamentos, a necessidade de manter uma certa aparência ou a adoção de personas online que não refletem a realidade interna do indivíduo. Essa falta de correspondência pode gerar sentimentos de desconforto ou alienação, onde o "eu" digital se torna uma versão fabricada ou artificial, desconectada da realidade pessoal e emocional.

Essa divergência entre os grupos indica que, embora uma parcela significativa busque ou consiga manter uma correspondência entre autoimagem e imagem digital, uma porção menor revela dificuldades ou resistências em manter essa congruência, possivelmente em função das complexidades impostas pelas plataformas, que facilitam tanto a autenticidade quanto a construção de personas que atendam a expectativas sociais digitais ou culturais específicas. Essa dualidade reforça o papel das redes sociais digitais como espaço de criação e reinvenção da identidade.

Por fim, 11 dos participantes acreditam que a busca por validação online está relacionada à pressão para se encaixar em determinados estereótipos, enquanto 1 não acredita nessa relação e outro 1 considera que talvez exista essa conexão. Os dados mostram que a grande maioria dos participantes (11) acredita que a busca por validação online está fortemente relacionada à pressão para se encaixar em determinados estereótipos. Essa percepção reflete um reconhecimento generalizado de que as redes sociais digitais desempenham um papel significativo na formação e manutenção de padrões sociais digitais e culturais que influenciam as expectativas individuais. Por outro lado, 1 dos participantes não acredita que exista uma conexão significativa entre a busca por validação e a pressão para se encaixar em estereótipos. Podemos visualizar os dados citados no gráfico 1.7 (pergunta 17 no questionário):

17. Você acredita que a busca por validação online está relacionada à pressão para se encaixar em determinados estereótipos?

13 respostas



Esses participantes podem ver a busca por validação como um aspecto mais neutro ou pessoal da experiência online, menos influenciado por pressões sociais digitais externas. Eles podem usar as redes sociais digitais de maneira mais casual ou com uma perspectiva diferente, onde a validação online não é tão crucial para sua autoimagem ou onde sentem que as pressões para se conformar a estereótipos não afetam suas práticas de postagem e interação. Além disso, outro participante considera que talvez exista uma conexão entre a busca por validação e a pressão para se encaixar em estereótipos, indicando uma visão mais ambivalente ou incerta sobre essa relação. Essa posição pode refletir uma consciência das pressões

sociais, mas com uma percepção de que o impacto pode variar dependendo do indivíduo e do contexto.

Por fim, a análise desse dado também pode ser complementada pelas reflexões sobre a exposição virtual, conforme Pierre Lévy (1995) discute a virtualidade como um espaço de potenciais imaginativos. Nessa perspectiva, o ambiente digital não apenas reforça estereótipos, mas também oferece a possibilidade de novas formas de expressão e subjetividade. No entanto, é necessário analisar em que medida essas novas formas de expressão se dão livremente ou se estão, de fato, condicionadas pela pressão de se adequar a um ideal estético hegemônico.

Os resultados revelaram que, apesar de os participantes atribuírem diferentes níveis de importância às redes sociais digitais, essas plataformas exercem influência notável em aspectos como comunicação e interação social, bem como na formação de hábitos e interesses. A maioria dos entrevistados indicou que as redes sociais digitais afetam positivamente suas interações, embora alguns relataram preocupações sobre a pressão de se adaptar a estereótipos e a busca por validação online. Em relação à autoimagem, a maior parte dos jovens afirmou que a imagem transmitida nas redes corresponde à forma como se veem, mas também foi identificado um grupo que expressou certa dissonância entre essas imagens. Além disso, todos os participantes reconheceram que a busca por validação está ligada à pressão para se enquadrar em determinados padrões de comportamento e estética.

O surgimento de novas tecnologias pode trazer consigo importantes implicações sociais e culturais, introduzindo transformações na vida das pessoas. O que fica mais evidente em um primeiro momento são as mudanças que surgem nos comportamentos e hábitos dos indivíduos, no entanto, é possível que tais modificações produzam efeitos mais profundos, alterando a subjetividade dos sujeitos envolvidos. As características dessa organização subjetiva que está emergindo ainda nos são desconhecidas. No entanto, em vista das reflexões que foram apresentadas neste trabalho, podemos começar a delinear algumas implicações subjetivas que ocorrem a partir do contato do sujeito com o ambiente virtual proporcionado pelas tecnologias de comunicação e informação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada nesta monografia permitiu uma compreensão mais aprofundada das complexas interações entre identidade, autoimagem e o impacto das redes sociais na vida contemporânea. Ao longo do trabalho, ficou evidente que as plataformas digitais não apenas servem como espaço de interação social, mas também moldam as percepções que os indivíduos têm de si mesmos e dos outros. A multiplicidade de interações e a possibilidade de construir personas distintas geram uma dinâmica que, ao mesmo tempo, oferece liberdade de expressão e desencadeia conflitos internos em relação à autenticidade. Os conceitos de modernidade líquida e a mercantilização das relações sociais, conforme discutido por Bauman, Simmel e outros teóricos, revelam a fragilidade da identidade em um mundo onde a visibilidade se tornou um imperativo social. O desejo de validação, alimentado pela estética das redes sociais, pode levar a uma busca incessante por aprovação, impactando a autoestima e o bem-estar emocional dos indivíduos.

Adicionalmente, a análise da curadoria da imagem pessoal e da construção de identidades virtuais expôs a superficialidade de algumas interações digitais, ao mesmo tempo que destacou a importância de um olhar crítico sobre a maneira como consumimos e produzimos imagens. A pesquisa também levantou questões sobre a efemeridade das interações digitais, sugerindo que a busca por significados mais profundos e autênticos em um ambiente tão mediado pode ser um desafio significativo.

Por fim, este trabalho enfatiza a necessidade de um diálogo contínuo sobre as implicações sociais e emocionais do uso das redes sociais, tanto no contexto acadêmico quanto na vida cotidiana. As descobertas aqui apresentadas não apenas contribuem para o entendimento teórico da relação entre identidade e redes sociais, mas também abrem espaço para futuras investigações que considerem as especificidades culturais e sociais de diferentes grupos, particularmente no contexto brasileiro. O convite é para que continuemos a explorar essas dinâmicas, sempre com um olhar atento às nuances que compõem a experiência humana na era digital.

## REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. *A sociedade individualizada: vidas contadas e histórias vividas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- BOYD, Danah. *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press, 2014.
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.
- DI FELICE, Massimo. *Paisagens pós-urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar*. São Paulo: Annablume, 2009.
- ELIAS, Norbert; SCOTSON, John. *Estabelecidos e outsiders*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.
- GEVERTZ, Suely. Um olhar psicanalítico à sociedade contemporânea. *Revista Brasileira de Psicanálise*, São Paulo, v. 36, n. 2, p. 263-276, 2002.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. 16. ed. Petrópolis: Vozes, 2018.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- LEVIN, E. *Rumo a uma infância virtual? A imagem corporal sem corpo*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 2001.
- LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.
- MEAD, George Herbert. *Mind, self, and society: from the standpoint of a social behaviorist*. 13. ed. Chicago: University of Chicago Press, 1982.
- MEGALE, F. C. S.; TEIXEIRA, J. Notas sobre a subjetividade em nossos tempos. *Psicologia: Ciência e Profissão*, v. 18, n. 3, p. 48-53, 1998.

NIC.br – Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: pesquisa TIC Domicílios (Edição COVID-19 - Metodologia adaptada), ano 2020. Disponível em: <https://cetic.br/pt/arquivos/domicilios/2020/domicilios/>. Acesso em: 22 set. 2024.

PARENTE, André (org.). *Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

SILVEIRA, M. D. P. Efeitos da globalização e da sociedade em rede via Internet na formação de identidades contemporâneas. *Psicologia: Ciência e Profissão*, v. 24, n. 4, p. 42-51, 2004. Disponível em: [http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1414-9893200400040006&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-9893200400040006&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 22 set. 2024.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio G. (org.). *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987 (1902).

SONTAG, Susan. *Sobre fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SOTOMAIOR, Gabriel de Barcelos. Auto-representação em vídeos na internet. 2008. Dissertação (Mestrado) – Unicamp, Instituto de Artes, Multimeios, São Paulo.

SOUZA, Jessé. *A Ralé Brasileira: Quem é e Como Vive*, Belo Horizonte, Editora UFMG, 2011.

TURKLE, Sherry. *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books, 2011.

TURKLE, Sherry. *Life on the screen: identity in the age of the internet*. New York: Touchstone, 1997.

## ANEXOS

## ANEXO A — Perguntas do questionário:

Se possuir interesse em realizar a pesquisa, por favor leia, e caso esteja de acordo, consinta o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido a seguir.

Você consente participar da pesquisa?

Qual o seu endereço de E-mail?

1. Idade

2. Gênero

3. Qual é o seu curso na Universidade Federal Rural de Pernambuco?

4. Quanto tempo, em média, você passa diariamente em redes sociais digitais?

5. Que importância você atribui ao Instagram na sua vida cotidiana? (De 1 a 5, onde 1 é pouco importante e 5 é muito importante).

6. Que importância você atribui ao TikTok na sua vida cotidiana? (De 1 a 5, onde 1 é pouco importante e 5 é muito importante).

7. Que importância você atribui ao Twitter na sua vida cotidiana? (De 1 a 5, onde 1 é pouco importante e 5 é muito importante).

8. Como as redes sociais influenciam sua comunicação e interação social?

9. As redes têm algum impacto em suas interações sociais fora do ambiente digital?

10. Você percebe mudanças em seus hábitos, interesses ou comportamentos devido ao uso das redes sociais digitais? Quais?

11. Em que medida as interações nas redes sociais afetam suas escolhas diárias? (Ex.: forma de se vestir, lugares a frequentar, conteúdo para assistir, etc.)

12. Você acredita que a forma como você é percebido nas redes sociais afeta sua autoimagem?

13. Você já enfrentou algum tipo de preconceito nas redes sociais? Como isso lhe afetou?

14. Com que frequência, e de que maneiras, você busca validação online (curtidas, comentários, compartilhamentos)? Quais emoções isso desencadeia?

15. Quando muito tempo sem postar (2 semanas ou mais) você sente a necessidade de compartilhar algo?

16. A imagem que você transmite nas redes sociais corresponde a quem você acredita ser?

17. Você acredita que a busca por validação online está relacionada à pressão para se encaixar em determinados estereótipos?