

Da identidade à enunciação de si: o eu e o outro na experiência identitária em mídias sociais¹

Jader Lúcio da SILVA JR.²
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

Através da articulação teórica e conceitual, esse artigo busca determinar quem são os sujeitos que se enunciam, dialogam e constroem sua subjetividade nas sociedades pós-modernas, pautadas pelas lógicas do espetáculo, consumo, performance e mediatização. Para essa articulação, serão discutidas os entendimentos de identidade e identificação na construção dialógica do indivíduo, as construções enunciativas da vida cotidiana como ferramentas identitárias enunciadas em mídias sociais. Ações provocadas pelas mudanças que a sociedade capitalista pós-moderna impõe na orientação do cotidiano dos sujeitos orientados tanto para o consumo de produtos como para a transformação das identidades em mercadoria.

PALAVRAS-CHAVE: identidade; intimidade; cotidiano; espetacularização; redes sociais.

Introdução

Quando estamos diante de perguntas como “Quem é você?”, “Quem são eles?” ou “Quem sou eu?”, esbarramos em uma problemática que permeia diversas esferas do pensamento científico e do senso comum: *a identidade*. Por essa perspectiva, é possível considerar que uma tentativa de resposta a essas perguntas tem potencial identitário e com isso postular que a identidade é uma enunciação responsiva a essas perguntas.

Os seres humanos podem ser vistos como indivíduos em contato com outros, usam a internet de diversas formas e com isso, se mostram ao mundo. Constroem suas subjetividades de maneiras distintas e a partir delas se representam. Pensar em como a identidade é construída, representada e espetacularizada em um universo cada vez mais mediatizado é primordial para se entender as relações sociais que se formam em ambiente online e as confluências com o modelo de sociedade que se manifesta na vida cotidiana. Aspectos importantes na construção de pesquisas em comunicação voltadas à

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

² Doutorando e Mestre em Mídia e Cotidiano. Pesquisador Bolsista CAPES no PPGMC/UFF; integrante do Grupo de Pesquisa educ@mídias.com: dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/2059206105821797. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5961-614X>. Contato: jaderljr@gmail.com.

representação individual em ambientes interacionistas mediados pelas redes de relacionamento.

Nesse artigo, que se originou na pesquisa de dissertação do autor (Silva Jr., 2022) no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano, orientada pelo Prof. Dr. Alexandre Farbiarz, ampliamos o entendimento da representação identitária como uma enunciação. Articulamos, através da análise bibliográfica e de estado da arte, conceitos que possibilitam responder a uma pergunta presente na arquitetura social da pós-modernidade: Quem é o sujeito que se identifica e se enuncia em mídias sociais?

A dialogia da identidade

Hall (2006), trata das questões da identidade como algo fundamental, percebendo a própria temática como algo complexo e pouco desenvolvido. Para o sociólogo, o indivíduo encontra-se em constante fragmentação, resultando na ausência de uma noção de sujeito unificado. Assim, ele investiga o que chama de "crise da identidade", como algo inerente a um processo maior que acontece nas sociedades da época, onde as mudanças sociais têm um impacto tão substancial que eliminam as bases de referência às quais os indivíduos se ancoravam no cenário social. O indivíduo, outrora percebido como um ser integrado, centralizado e dotado de uma identidade estável, cede espaço a um sujeito descentrado, fragmentado, deslocado e composto por múltiplas identidades.

A globalização e a midiatização têm papel fundamental na construção dessas identidades. Hall (2006) afirma que quanto mais a vida social é mediada pelo mercado e pelo consumo, mais as identidades se desalojam do tempo e espaço e flutuam livremente. Ele estuda as identidades nacionais e a globalização para dizer que a humanidade está se encaminhando para uma sociedade global. Isso desaloja as identidades, pois as pessoas são expostas a elementos culturais de todo o mundo e com isso se identificam com diferentes sujeitos, tendo a sensação de que podem fazer uma escolha das características representativas que melhor as convém.

Ao discutir a interrelação entre identidade e identificação com sujeitos externos, é pertinente estabelecer uma diferenciação entre esses dois conceitos intrinsecamente conectados. Conforme Silva (2000), a primeira concepção é mais tangível em sua definição. A identidade pode ser entendida, de maneira positivista, como a caracterização do ser em si. Nesse contexto afirmativo, a identidade se orienta de modo autossuficiente, manifestando-se em afirmações como "sou negro", "sou canhoto", "sou gay". Por outro

viés, o autor também postula a identidade como um atributo cultural e socialmente conferido; algo fluído e em constante evolução; enquanto um construto, está sujeita a instabilidade e passível de metamorfoses.

No entanto, a identificação é concebida como um processo que emerge do reconhecimento de uma origem comum, de características compartilhadas com grupos ou indivíduos, ou mesmo a partir de um ideal partilhado (Hall, 2006). Deste modo, a identificação com o outro se revela como uma via passível para a construção da identidade. O indivíduo, quando exposto a outros, pode internalizar suas características e, ao assimilá-las, adotar uma nova dimensão identitária.

Silva e Alves (2021) analisam as obras produzidas pelo Círculo de Bakhtin para resgatar em alguns postulados as questões identitárias nos processos do cotidiano. Os autores defendem que a alteridade é um pensamento importante na relação com a identidade pois “os sujeitos constroem coesão para o mundo e sua organização a partir da observação dos outros, pelas suas trocas com o outro, por meio dos seus embates com o outro. [...] só o outro é capaz de fornecer acabamento para um eu em constante processo de construção.” (Silva; Alves, 2021, p. 502). Neste contexto, torna-se imperativo analisar a conformação dialógica da identidade e da autorrepresentação, visto que a midiatização na contemporaneidade global pode redefinir os sistemas de representação (Hjarvard, 2013), influenciando diretamente na formação e exposição das identidades (Hall, 2006).

A análise da construção da identidade na perspectiva dialógica emerge como um elemento de crucial importância, uma vez que tais esferas estão intrinsecamente interconectadas e em contínua relação de contato e tensão. O aspecto social da identidade, conforme explorado por Hall (2006), permite uma abordagem mais profunda ao considerar a sobreposição conceitual que sustenta a noção de individualidade. A partir dessa abordagem, Elias (1994) discute a lacuna de discernimento crítico que pode surgir ao analisar de forma isolada o "eu" e o "nós", negligenciando a interdependência essencial entre essas esferas e deixando de contemplar seus fundamentos conceituais específicos dentro das distintas sociedades. A própria conceituação do termo "indivíduo" é sujeita a mudanças e requer uma consideração contextualizada. A atual conotação do termo reflete a ideia fundamental de que todo ser humano é ou deve ser uma entidade autônoma e, simultaneamente, diferente dos demais em certos aspectos (Elias, 1994, p. 130).

No âmbito da sociedade atual, caracterizada pela midiatização e pela influência da globalização, a estrutura social assume uma natureza fragmentada. A liquidez que

permeia a sociedade, bem como as relações interpessoais e a própria vida, é intrínseca à impossibilidade de efetuar planos e modelos sociais em contraposição à maleabilidade dos elementos constitutivos da sociedade. Consequentemente, o conceito de liberdade ganha proeminência, emergindo como um anseio central na formação da identidade. Bauman (2001) argumenta que, ao "nos libertarmos" das amarras e apreensões do controle estatal, a dinâmica da relação dicotômica entre Liberdade e Segurança é reconfigurada, encontrando na esfera do consumo a concretização de um modelo de individualidade. Nesse contexto, a sociedade de consumidores demanda que os indivíduos adiram a esse paradigma de consumo. Todos têm o direito e a obrigação de consumir, visto que, na modernidade líquida, o ato de consumir se torna um critério mínimo para a própria sobrevivência.

Ao alinhar o ideal identitário ao paradigma do consumo com os conceitos de formação de identidade delineados por Hall (2006), evidencia-se que a mudança e a formação de novas identidades ocorrem ao longo da vida e permanecem em constante evolução. Nesse contexto, não se trata de uma identidade singular e centralizada, mas de um processo contínuo de mutação guiado pela identificação. Fundamentada no ideal de liberdade, a identificação carece de uma matéria-prima *biopsicossociocultural* específica, mas é internalizada de maneira automática pelo sujeito que se identifica. É possível adotar uma identidade em um contexto e rejeitá-la em outro, sem a necessidade de um processo consciente de reflexão sobre a autopercepção. De acordo com Bauman (2005, p. 17-18), "o 'pertencimento' e a 'identidade' não possuem a solidez de uma rocha [...]. As decisões tomadas pelo próprio indivíduo, os caminhos que percorre, suas ações [...], são fatores cruciais tanto para o 'pertencimento' quanto para a 'identidade'."

Sá Martino, (2016) levanta o caráter dialético da enunciação ao problematizar o ato de falar de si como uma representação voltada ao outro. Essa representação é limitada, pois parte de uma concepção de totalidade e autoconhecimento que não se fundamenta na realidade concreta, pretendendo no discurso uma coerência inexistente. O autor nos coloca a questão do ocultamento e da estereotipificação da identidade na aceleração das redes sociais, onde o que se vê são fragmentos rápidos que tentam abarcar totalidades. Com isso, o autor afirma que a enunciação diz mais sobre quem o sujeito pensa que é, do que sobre quem ele realmente é.

Todavia, ao pensarmos essa identidade dialógica fragmentada em múltiplas faces e sob o viés da sociedade espetacularizada, podemos cogitar que os fragmentos dialogam

entre si e quando conectamos com alguém, não somos expostos a um fragmento acabado. Existe, então, a polifonia em uma rede discursiva que influi em um enunciado. Como peças de quebra cabeça, as identidades enunciadas nas mídias sociais vão dando mais pistas para compormos a percepção de alteridade no encontro com o outro e na nossa própria enunciação, à medida que no outro delimitamos o limite do eu.

O espetáculo como enunciação de si na vida cotidiana

Sá Martino (2016) expõe o caráter elementar de enunciar a si mesmo na construção da identidade, principalmente em ambientes digitais, pelas suas especificidades. Contudo, o autor localiza o discurso enunciativo no intervalo entre duas assimetrias: “de um lado, a diferença entre o discurso construído de si e o que se é; de outro lado, a diferença entre o que se enuncia a respeito do mundo e sua totalidade.” (Sá Martino, 2016, p. 3). Não se trata de opor a essência à aparência, mas em uma distância discursiva entre o ponto de vista do enunciador e a realidade complexa e fragmentada.

Após delimitar o presente entendimento de individualidade, identidade e intimidade na construção subjetiva do indivíduo, devemos pensar o papel espetacular da enunciação de si nas atuais maneiras de sociabilidade. As experiências dialógicas possibilitadas pelo uso da plataforma Instagram na vida cotidiana e o caráter enunciativo (Bakhtin, 2011, 2013, 2017) da conformação identitária midiática são fundamentais para problematizar as ações provocadas pelas mudanças sociais na orientação do cotidiano dos sujeitos e nas práticas exercidas.

Com as novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), vieram as mídias sociais, que são caracterizadas por Branco e Matsuzaki (2009) como o uso do meio eletrônico para a interação entre indivíduos. Essa interação pode acontecer por meio do texto escrito, vídeos, imagens, sons, ícones ou qualquer outra linguagem que possibilite a criação de uma interação social e compartilhamento de ideias e experiências. Os autores afirmam que os seres humanos são criaturas primordialmente sociais e com isso eles apontam que as redes sociais não criaram algo e sim transpuseram para o digital uma característica inevitável da humanidade de se relacionar. Com isso, a capacidade de interação se expandiu e alterou as possibilidades comunicacionais.

As redes sociais podem ser vistas, então, como uma ferramenta de socialização e espetacularização do privado. Para Aguiar (2007), são estruturas sociais formada por pessoas e organizações que compartilham e se relacionam pautadas nos interesses comuns

e identificação. É um conjunto de relações de pessoas que visa algum tipo de mudança concreta no coletivo e as interações dos indivíduos em sua vida cotidiana. Lévy (2010) contribui que essas possibilidades de interação, que a cibercultura trouxe, são formas de interconexão entre as pessoas e que seus espaços refletem as relações materializadas no modelo social vigente. Assim, essa conexão provocada pelo uso do computador e dispositivos móveis é um reflexo da modernidade líquida, onde o fluxo de informação e a capacidade de se formar conexões com pessoas diversas é quase ilimitada e estimulada a medida em que elas assumem diferentes identidades e se incluem em diferentes círculos de identificação comum.

Devido às redes sociais terem se consolidado em cima da interação, Octaviano (2010) defende que elas possibilitam um ambiente propício ao exibicionismo, onde as pessoas primam por serem vistas e admiradas. Tal característica é importante ser pensada pois reflete a forma com que nossa sociedade lida com as questões da individualidade, que se manifesta em uma espécie de culto da aparência.

Um conceito chave para se observar o fenômeno de compartilhamento de si é a lógica do espetáculo, presente em grande parte das relações sociais e midiáticas na modernidade líquida. Guy Debord (2007), disse que a sociedade do espetáculo é um mundo em que a aparência e a imagem regem as relações sociais e se transformam em um eterno show e os indivíduos se comportam como se estivessem dando um espetáculo mediado por imagens. Ele define então o “fetichismo da mercadoria” como uma ferramenta do capitalismo na transformação de experiências em produtos vendáveis que carregam um significado espetacular. Para Debord (2007, p. 13), “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo que era vivido diretamente tornou-se uma representação.”. Kellner (2006, p. 123) contribui com esse raciocínio ao colocar que na sociedade capitalista “a experiência e a vida cotidiana são moldadas e mediadas pelo espetáculo”. Fica claro para ele a diminuição das fronteiras entre o público e o privado com o deslocamento das formas de autoconstrução da subjetividade do que antes era íntimo para o território do espetáculo e repercussão midiática. Então observa-se o sujeito que se expõe como pertencente a essa lógica de construção social, e a imagem compartilhada como produto construído para ser consumido por outrem.

A formação do indivíduo que se expõe, pela lógica do espetáculo, se dá através do próprio espetáculo. O sujeito sente a liberdade de consumo e nela se realiza (Bauman,

2008). A aparência é para Debord tão importante quanto para Bauman, para ele, o “[...] espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana – isto é, social, como simples aparência” (Debord, 2007, p. 16). Então é na aparência que se materializam a individualidade e o consumo, pois é através dela que teremos a convivência ou julgamento alheio e é ela quem definirá a forma como os sujeitos são interpretados e representados.

Quando retomamos a Bakhtin (2011, 2013, 2017), pensamos a aparência como uma construção social de preceito estético e ideológico, visto que é inerente à linguagem e aos signos um aspecto ideológico que abarca interesses hegemônicos. O enunciado para o autor é a unidade básica da comunicação verbal, ou seja, um enunciado é uma expressão concreta de um ponto de vista sobre o mundo, construído por meio do uso de uma língua natural. O enunciado é sempre proferido por um locutor em um contexto específico e direcionado a um interlocutor. Assim, comparamos o espetáculo com o enunciado e a espetacularização com a enunciação por carregar uma produção de significados construída socialmente, polifônica e dialógica. O espetáculo nesse contexto manifesta um padrão social e é destinado a outro.

Roland Barthes (2002) pode ser aqui visitado ao pensar a espetacularização de um sujeito a outro. Segundo ele, o homem utiliza a linguagem com o intuito de transformar a realidade, não para imobilizá-la dando-lhe a forma de uma pseudonatureza. Dessa forma, a midiaticização das pessoas comuns, pensada pelo autor, faz com que os sujeitos sejam capazes de justapor sentidos e fazer dos objetos e linguagens “sensíveis” do cotidiano como algo abstrato e carregado de sentido, uma espetacularização da vida que pode transcender os meios de comunicação hegemônicos, ainda que, também, possa ser usada para corroborar a própria hegemonia. A interação pela rede ultrapassa os limites da TV, e seus *reality shows* populares, analisados por Debord (2007) e o fetichismo da mercadoria presente na exposição de si leva o espetáculo para outros níveis. Hoje em dia pessoas comuns se destacam por meio da exposição de sua intimidade, gostos, trabalhos, lazer e mesmo da espetacularização do próprio cotidiano.

O cotidiano não deve ser visto aqui como simples repetição, tampouco de forma rasa como a retratação do dia a dia, mas sim como um local onde a sociedade se materializa. Para Agnes Heller (2008), nenhum homem pode se desligar completamente da cotidianidade e já nasce inserido em sua cotidianidade. “A vida cotidiana é a vida do homem inteiro” (Heller, *Ibid.*, p. 17). Uma esfera com suas próprias regras, dimensões e

sentidos que partem da estrutura social e nos oferece subsídios para uma análise profunda sobre as realidades concretas. O caráter dialético do cotidiano o coloca em um lugar onde sua filosofia o possibilita investigar as relações dele com outras esferas da sociedade. Estudar o cotidiano pela ótica das relações midiáticas na modernidade possibilita o entendimento de alguns processos sociais da forma mais impactante na vida do homem.

O cotidiano para Lefebvre (1991) tem um caráter de alienação e repetição pois é o vivido pelos homens, a rotina. Todas as pressões da base social se concretizam no cotidiano e afetam a vida dos homens. O autor afirma que o cotidiano apresenta em si um caráter de “vivido”, interpretação e atualização do mundo, momentos de repetição sem reflexão, conjunto de obras e gestos que marcam uma época. Nas sociedades atuais, os instrumentos do capitalismo vêm no consumo e na opressão capitalista de incorporar e absorver as diferenças, padronizar e inserir na cultura massificada, esvaziando os sentidos e conduzindo os indivíduos à cotidianidade. “Nesse sentido, a cotidianidade seria o principal produto da sociedade dita organizada, ou de consumo dirigido, assim como a sua moldura, a Modernidade”. (Lefebvre, 1991, p. 82). Contudo, o cotidiano não deve ser visto como mero resíduo do que vem da sociedade, pois existe algo nele que é irreduzível, crítico e criativo, oferecendo a possibilidade de ruptura e apresentando poder transformador da sociedade. Heller (2008) concorda que a vida cotidiana é a que mais se aproxima da alienação, devido ao sistema que condiciona o sujeito a absorver as normas e padrões sociais estabelecidos e apenas os repetir de forma acrítica e conformista. Contudo, para ela a estrutura da vida cotidiana não é essencialmente alienada, visto que deixa ao indivíduo livre uma margem para movimentação.

Então, pensamos que a sociedade de consumo e a relação do consumo com a vida cotidiana apresenta perspectivas discordantes em relação aos resultados de uma espetacularização dessa esfera. De um lado observa-se o esvaziamento de sentido crítico na repetição da enunciação de si, já que as normas e valores da sociedade moderna espetacularizada são constituintes da vida comum do indivíduo. Por outro, defendemos a possibilidade de a suspensão do cotidiano trazer a análise crítica e revolucionária (Heller, 2008), a medida em que destacamos a intimidade como algo espontâneo que escapa da repressão social (Lefebvre, 1991), o que poderia significar que as possibilidades de falseamento na enunciação da intimidade possibilitam o distanciamento crítico da cotidianidade. Por essa ótica, ao enunciar suas intimidades, os usuários poderiam

contribuir para uma produção dialógica de sentidos no contato de sujeitos que compartilham diferentes perspectivas e contextos.

O próprio processo que possibilita a enunciação de si pode ser observado como uma forma de pensar a “planificação” do cotidiano de Lefebvre (1991), onde a midiatização é vista como uma evolução do capitalismo, no qual o cotidiano é construído e organizado em função da expansão do consumo. Nessa sociedade, consegue se destacar e sobressair quem se adaptar melhor ao espetáculo e conseguir elaborar o melhor show do “Eu”, como defende Sibilia (2016, p. 50), “[...] a espetacularização da intimidade cotidiana torna-se habitual, com todo um arsenal de técnicas de estilização das experiências de vida e da própria personalidade para ‘ficar bem na foto’”. Para conseguir se espetacularizar e apresentar o melhor show de si mesmo, os sujeitos desenvolvem técnicas meticulosas de se performar em todos os espaços, trazendo pro cotidiano essa performance, de modo a facilitar as relações que se formam. Assim a performance de si, fruto do capitalismo e da sociedade dirigida de consumo, é um caminho para as subjetivações, onde o sujeito materializa no espetáculo e na cotidianidade a subjetivação do próprio cotidiano, possibilitando uma análise crítica sobre a construção observada. (Bauman, 2001; Debord, 2007; Lefebvre, 1991; Sibilia, 2016).

Performar passa a ser defendido como uma enunciação identitária do cotidiano, ao passo que nele se faz presente e a ele se retrata. Sibilia (2016), nos coloca que viver [na sociedade atual] se aproxima do encenar e atuar, apresentar a identidade é equivalente a apresentar um personagem. Pois todos os nossos comportamentos são emoldurados e acentuados para o que é visível [com todas as produções de sentido que isso representa] e se a contemporaneidade nos leva a projetar a vivência cotidiana, a performance passa a ser reflexo da própria contemporaneidade. E assim, assume-se que o cotidiano que se observa manifestado pela persona – como figura que se expõe – não seria então o real cotidiano e sim uma faceta construída de tal. Faceta que representa o real, se faz passar por ele e que, contudo, existe, não é apenas um simulacro esvaziado.

Neste cenário, a projeção da imagem na construção de um processo comunicacional é feita pela imagem e parte da perspectiva do olhar do outro no lugar de público. Com isso, no show do “eu” (Sibilia, 2016) a identidade se mostra pelo aparecer, pois sua visibilidade corrobora e torna possível sua existência. Do mesmo modo em que a exposição do consumo se vale da lógica da primazia do parecer em relação ao ser. (Debord, 2007). Goffman (2010; 2011; 2014), já apontava essa característica

performática da relação entre sujeitos ao intuir que a performance é inerente à subjetividade e que não é apenas representação ou encenação, mas sim uma faceta do sujeito. Assim, ao controlar a aparência na relação, os indivíduos visam projetar a forma como gostariam de ser percebidos. O papel social interpretado é então, para o autor, parte da subjetividade, uma face do real.

Essas faces não são versões completas de um indivíduo e não representa um papel completo que o sujeito adota em uma situação e contexto social enquanto deixa as versões de si aguardando, mas elas são constantemente mudadas e revisitadas. Ressaltamos nossa leitura bakhtiniana de que são polifônicas e dialógicas entre si. De alguma forma é como se as faces estivessem em uma arena e vão se transicionando e emergindo de forma difusa, controladas pela situação em que o sujeito se encontra, até mesmo conflitando e dialogando entre si. Esse conceito se desenvolve com as identidades múltiplas, fragmentadas e transitórias da modernidade atual de Bauman (2001) e Hall (2006), à medida que se pode ver essas faces como identidades transitórias que compõe a subjetividade dos indivíduos, voltadas ao espetáculo, e que são apenas parte do que ele é.

Contudo, nas redes sociais, as possibilidades de assincronia alteram a forma em que o selfie é construído e manifestado na fachada social. Ao se expor em qualquer plataforma, os indivíduos têm o controle do que vão mostrar e a faceta de si pode ser construída desvinculada com a imagem real. Para Goffman (2014), um ato no contato face a face é permanente e a impressão causada escapa ao controle do ser social.

Já nas relações mediadas pelas redes, as possibilidades de refação, reconstrução de si, apagar postagens, mudar aparência e administrar suas interações podem elevar a performance a um ponto onde o indivíduo tem sua construção subjetiva transformada. (Sibilia, 2016). Isso pode abalar a própria noção de self do Goffman (2014), pois a face, em alguns momentos, transplantaria a real existência espontânea em nome de uma possibilidade de visibilidade e ganho. No contexto, seria possível não só o esmaecimento do real e do perceptivo e tampouco a exacerbação do aparecer, mas em alguns casos, um total desvinculo entre o que se é e sua representação.

Nesse sentido, observa-se a busca pela legitimação como uma tática no uso diário das redes sociais, onde os usuários passaram a criticar o modelo de espetacularização de si (Sibilia, 2016), ao passo que percebem dialeticamente as contradições e reagem movendo-se por interesses sociais.

No campo das representações, Sá Martino (2016) reflete sobre o aspecto narrativo da comunicação. Para ele, a experiência estética da narrativa está intrinsecamente ligada ao ato de comunicação e requer uma abertura para a escuta. A narrativa só existe plenamente quando circula e faz sentido para os ouvintes, exigindo a possibilidade de ouvir o outro. Com isso, o processo de tornar comum a comunicação nas narrativas exige a formação de um espaço intersubjetivo que surge no momento da relação com a alteridade.

Dessa maneira, inferimos ao colocar a plataforma como elemento que compõe o espaço intersubjetivo, que as possibilidades de se narrar são partícipes do processo comunicacional. Já conceito de pregnâncias, conforme apontado por Gibbs et al. (2015), destaca que muitas práticas resultantes do uso de uma plataforma são delimitadas por características específicas que moldam as formas de expressão e ação, resultando em diferentes formas de participação. Essas pregnâncias são categorizadas como uma espécie única de combinações de estilos, gramáticas e lógicas que constituem o vernáculo da plataforma. Com isso, nos apoiamos em Sá Martino (2016) para pensar a dimensão estética da narrativa como um processo reflexivo que envolve os diferentes elementos representacionais em constante interação, permitindo a construção do comum e da comunicação entre os narradores que se enunciam em um ambiente do consumo.

Para que esse personagem criado seja aceito, deve parecer real. A busca pela creditação e reafirmação perpassa não somente o pensamento da identidade e da construção subjetiva, mas a uma espécie de contrato social estabelecido entre os usuários das redes sociais e viventes nas sociedades consumistas espetacularizada. Conta-se sempre com uma força corroboradora da identidade espetacularizada na plateia e nos bastidores no terreno da representação, pois Goffman (2011) argumenta que os agentes conseguem perceber as contradições na comunicação e podem contrariar o pacto de cumplicidade interativa e tentar desmascarar o agente que se representa, porém, ao conhecer a estrutura da representação, “normalmente permitimos que a linha assumida por cada participante desempenhe o papel que ele pareça ter escolhido para si próprio” (Goffman, 2011, p. 19). Como exemplo são os filtros embelezadores, presentes nos aplicativos de câmeras em muitas redes sociais. Eles são usados para fazer uma alteração estética na própria imagem, alterando nossa representação e a forma como seremos percebidos, porém são aceitos e corroborados como parte da estrutura da própria rede, podendo ser julgados, mas legitimados como construção ideológica individual.

Essa construção dialógica faz parte do contexto histórico social e das conformações de linguagem que são construídas de forma polifônica na composição do ato enunciativo. Assim a aparência espetacularizada carrega sua função enunciativa na expressão de um ideal identitário com potência representativa, política, social e de repercussão cotidiana.

Considerações finais

Dessa maneira, delimitamos quem é o sujeito contemporâneo que se expõe em ambientes digitais, como ele se percebe, constrói sua subjetividade, transforma sua identidade e se mostra ao alheio. Pensando o próprio processo de construção de si atual como fruto da sociedade líquido-moderna e regida pelos processos de consumo presentes no capitalismo expandido dessas sociedades. Apesar de representações de si, esse sujeito se orienta pelo que percebe de real e espetaculariza sua identidade e cotidianidade com anseios diversos e necessidades de consumo.

Essas reflexões abarcam o dialogismo e a estética pela dimensão enunciativa e nos apontam a importância do posicionamento interpretativo das formas de enunciação, no pensamento crítico das manifestações identitárias. Para isso, destaca-se a importância da identificação, do contato com outro e das experiências afetivas na construção e na interpretação das mensagens comunicativas emergentes na sociedade hodierna. Assim, apontamos a necessidade de explorar em profundidade o papel do outro na formação identitária que é enunciada em mídias sociais, pois as trocas são elementos fundamentais na relação entre os sujeitos e os processos comunicativos, afetando a produção de sentidos que afetam o cotidiano. Ou seja, a dimensão afetiva vista como um aspecto central na compreensão da comunicação e na análise dos seus efeitos e repercussões na sociedade.

Referências bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BAKHTIN, Mikhail M. (V. N. Volochinov). **A construção da enunciação e outros ensaios**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2013.

BAKHTIN, Mikhail M. (V. N. Volochinov). **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Editora 34, 2017.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. 7. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

-
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: Entrevista a Benedetto Vecchi. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BRANCO, Claudia Castelo; MATSUZAKI, Luciano (ORG.). **Olhares da rede**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. 1. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2007.
- ELIAS, Norbert. **A Sociedade dos indivíduos**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.
- GIBBS, Martin; MEESE, James; ARNOLD, Michael; NANSEN, Bjorn; CARTER, Marcus. #Funeral and Instagram: death, social media, and platform vernacular. **Information, Communication & Society**, [S. l.], v. 18, n. 3, p. 255–268, 2015. DOI: 10.1080/1369118X.2014.987152.
- GOFFMAN, Erving. **Comportamento em lugares públicos**: notas sobre a organização social dos ajuntamentos. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.
- GOFFMAN, Erving. **Ritual de interação**: ensaios sobre o comportamento face a face. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.
- GOFFMAN, Erving. **Representação do eu na vida cotidiana**. 20. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2006.
- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. 12. ed. São Paulo: Paz & Terra, 2008.
- HJARVARD, Stig. **The Mediatization of Culture and Society**. 1. ed. Nova York: Routledge, 2013.
- KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. *In*: MORAES, Dênis De (org.). **Sociedade midiaticizada**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. p. 119–147.
- LEFEBVRE, Henri. **A Vida cotidiana no mundo moderno**. São Paulo: Atica, 1991.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.
- OCTAVIANO, Carolina. Os quinze minutos de fama e a espetacularização do cotidiano. **ComCiência**, Campinas, n. 121, p. 1–3, 2010. Disponível em: http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542010000700006&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 18 out. 2021.
- SÁ MARTINO, Luís Mauro. A potência da alteridade nas mídias digitais: uma perspectiva de identidade e diferença. **Lumina**, [S. l.], v. 10, n. 2, 2016. DOI:

10.34019/1981-4070.2016.v10.21271. Disponível em:
<https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21271>. Acesso em: 13 jun.
2023.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. 2. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVA JR., Jader Lúcio Da. **Professor Instagrammer: produções cotidianas de sentidos nas mediações entre professores influenciadores digitais e seus seguidores**. 2022. Dissertação - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2022. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/27663>. Acesso em: 30 mar. 2023.

SILVA, Juan dos Santos; ALVES, Maria da Penha Casado. A identidade na vida e a identidade na arte: Um panorama identitário nas obras de Bakhtin. **Letras de Hoje**, [S. l.], v. 56, n. 3, p. 497–511, 2021. DOI: 10.15448/1984-7726.2021.3.40852.

SILVA, Tomaz Tadeu Da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.