

## A Construção Social do Eu através da experiência nas Redes sociais – Hipermodernidade, Leveza e Adolescência

**Autores** Ana F. Oliveira

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho

[anaf.oliveira.j@gmail.com](mailto:anaf.oliveira.j@gmail.com)

**Resumo** Este trabalho teve como objetivo explorar o fenómeno da construção social e da identidade, num cruzamento com a hipermodernidade e a leveza, teorizadas por Lipovetsky. Partindo de uma atividade empírica desenvolvida com um grupo de 24 jovens a frequentar o ensino secundário, esta reflexão procurou investigar os conceitos e testar abordagens, no sentido de promover a compreensão das formas como os jovens percebem a(s) sua(s) identidade(s) e como experienciam a vida através dos ecrãs. Teve como ponto de partida três ideias: em primeiro lugar, a noção de imersão (quase) total dos adolescentes nas tecnologias digitais (Lemos, 2009), aspeto que transparece uma necessidade das suas formas de ser e estar serem refletidas a partir da observação dos comportamentos no digital; em segundo, a ideia de construção de uma identidade digital que subsiste nas novas redes sociais e que se distingue das identidades reais (Stone, 1996; Turkle, 1995); por último, a assunção de que a leitura efetuada pelos jovens das informações e acontecimentos apresentados pelo mundo digital impacta a sua postura nas redes digitais. Como resultados destacamos, no seio do grupo, em observação, a) a tendência para a construção da identidade no digital, com o objetivo de promover a sua inclusão em meios sociais e de transparecer uma autoimagem trabalhada; b) uma aproximação ao novo paradigma da estrutura social hipermoderna, compreendendo-se que os comportamentos dependem essencialmente da estrutura social onde se encontram inseridos e das relações que estabelecem entre si.

**Palavras-Chave** Redes sociais; Identidade; Hipermodernidade; Identidade; Construção Social

**Abstract** This work aimed to explore the phenomenon of social construction and identity, in a crossroads with hypermodernity and lightness, theorized by

Lipovetsky. Starting from an empirical activity developed with a group of 24 young people attending secondary school, this reflection sought to investigate the concepts and test approaches in order to promote the understanding of the ways in which young people perceive their identity and how they experience life through the screens. Three ideas emerged as a starting point: firstly, the notion of the adolescents' (almost) total immersion in the digital technologies (Lemos, 2009), an aspect that points a need for their ways of being to be understood from the observation of their non-digital behaviors; secondly, the idea of building a digital identity that subsists in new social networks and that is distinguished from real identities (Stone, 1996; Turkle, 1995); and finally, the assumption that the reading of information and events presented by the digital world impacts their posture on digital networks. As a result, we highlight - within the group in observation - a) the tendency to construct the identity in the digital, with the objective of promoting their inclusion in social media and of showing a worked self-image; b) an approximation to the new paradigm of the hypermodern social structure, understanding that the behaviors depend essentially on the social structure where they live and the relations established between them.

**Keywords** Social networks; Identity; Hypermodernity; Identity; Social Construction

---

## Introdução

As redes sociais digitais desempenham, hoje, um papel que vai além da simples facilitação e promoção da socialização. Pensando no contexto da adolescência, e como explicitado por Cardoso (2013), o espaço que as redes sociais atuais ganham nas rotinas dos jovens é cada vez maior, permitindo que estes estejam constantemente conectados com o mundo nos ecrãs, espaços que lhes projetam imagens da realidade e do mundo ao qual pretendem pertencer. Percebe-se, desta forma, que a importância crescente do ecrã no quotidiano do indivíduo da era hipermoderna eleva a importância destas redes, fazendo com que, mais do que a função de ferramentas, estas ocupem lugares cimeiros na construção da identidade do homem.

Inerentemente inserido numa rede, e ocorrendo grande parte das relações que estabelece numa lógica cada vez mais digital, a análise das formas de ser e estar do indivíduo do séc. XXI passam necessariamente pela compreensão dos seus comportamentos nas redes digitais - a maior acessibilidade, proximidade, abertura e conforto decorrentes destas,

condicionam, na nossa visão, de forma clara as suas escolhas, orientações, comportamentos e opiniões – no fundo, os elementos que compõem a sua identidade.

Sendo a adolescência um tempo de maturação, definição, afirmação e integração do indivíduo, e sendo possível encarar as redes como um aspeto essencial à sobrevivência humana (Bowlby, 1998), a reflexão sobre a relação existente entre os dois aspetos apresenta-se como inevitável. De facto, a criação de uma imagem, partilha de ideais, expressão de crenças e valores que permitam a entrada em grupos sociais ou mesmo o fortalecimento de uma posição, são aspetos que hoje, mais do que presentes no mundo físico, são proclamados no mundo digital. Allen (2015) frisa que “para os adolescentes de hoje, os perfis das redes sociais transformam-se em diários visuais de desenvolvimento, através dos quais os jovens podem fazer *scroll*, procurando algo que ainda precisam de aprender sobre si mesmos” (p.5).

Definindo como base de trabalho uma linha de pensamento próxima do individualismo metodológico de Max Weber, este artigo procura investigar o fenómeno da construção social e da identidade, num cruzamento com a hipermodernidade e a leveza, teorizadas por Lipovetsky (2007). A partir de uma atividade exploratória desenvolvida com um grupo de 24 adolescentes a frequentar diversos modos de ensino secundário nacional, o trabalho desenvolvido procurou investigar os conceitos e testar abordagens aos fenómenos da construção social e da identidade, a partir da experiência digital dos jovens. Sustentados pela convicção de que a) uma reflexão sobre as formas de ser e estar do grupo etário da adolescência depende, necessariamente, de uma aproximação aos seus comportamentos no mundo digital, b) de que identidade real e identidade digital são duas realidades e construções distintas, c) e de que a própria leitura efetuada das informações, eventos e acontecimentos comunicados no digital se distingue da efetuada das informações provenientes do mundo físico, propomos uma reflexão focada nas posturas, comportamentos e perceções dos adolescentes face às redes sociais atuais.

Consideramos que mais do que refletir sobre a temática e sobre os dados que têm vindo a ser trabalhados dentro desta temática, a análise de comportamentos nas redes permite descortinar o novo paradigma da estrutura social contemporânea – refletir e compreender a conduta e as ideias dos indivíduos depende essencialmente da estrutura social onde estes se encontram inseridos e das relações que estabelecem entre si. Logo, “uma rede não se reduz a uma simples soma de relações”, uma vez que “a sua forma exerce uma

influência sobre cada relação” (Degenne e Forse, 1994, pp. 7-12 citado em Marteleto, 2001, p. 72).

Em verdade, enquanto atividade intrínseca à vida do homem, refletir sobre a constituição de redes sociais e sobre as dinâmicas nelas decorridas é fundamental, uma vez que mais do que a sua importância numa lógica de mercado, o seu estabelecimento conduziu a alterações graduais e marcadas nos modos como o indivíduo (se)comunica e (se)conhece. E, refletindo sobre a atualidade, o nosso mundo é hoje governado por elas. Indo além das redes físicas onde o indivíduo se insere inerentemente após o seu nascimento e as que vai estabelecendo à medida que contacta no mundo físico e real com os seus pares, a liberalização do acesso à internet e o surgimento da web 2.0 estenderam estas redes a outras dimensões. Hoje compreende-se que todo e qualquer website que permita a interação social assume a posição de rede social digital; ou seja, “sites na internet que permitem a criação e a partilha de informações e conteúdos pelas pessoas e para as pessoas” (Torres, 2009, p.113). Pese embora a alteração do espaço onde as relações se constroem, a essência das redes sociais mantém-se – uma rede social é sempre constituída por indivíduos e pelas relações entre eles criadas (Recuero, 2009; Santaella e Lemos, 2010).

A reflexão proposta através deste artigo surge, portanto, da compreensão da relevância destas temáticas na área das ciências sociais e das novas dinâmicas da sociedade, no sentido de pensar a construção social da identidade dos adolescentes através da experiência nas redes sociais digitais. Visa-se desenhar caminhos que permitam melhor perceber as formas como a influência e a construção das identidades ocorrem e aproximar a investigação dos jovens, através do desenvolvimento de um trabalho empírico. Recorrendo a ferramentas por eles utilizadas nos ambientes onde se inserem e movimentam, procurou-se promover uma colaboração estreita e ativa com o grupo em estudo.

## **Redes, Experiência e Identidade**

As redes sociais resvalam hoje os campos da comunicação e do encontro. Mais do que simplesmente facilitar a socialização, a importância do ecrã no quotidiano do indivíduo hipermoderno teorizado por Lipovetsky alargou-se, impactando os campos da vivência, da partilha, da experiência e da construção da identidade. Estudos anteriormente realizados

demonstraram, por um lado, a existência de uma tendência para os indivíduos ativos em Chat Rooms e MUDs (Multi-user Dungeons) se apresentarem como outros ou para expressarem os seus impulsos negativos através destes meios (Rheingold, 1995; Turkle, 1995; Surratt, 1998); por outro, perceberam uma propensão para a autorrepresentação em ambientes digitais com menor nível de anonimato, sendo perceptíveis atitudes distintas nestes meios, comparativamente com meios digitais com maior garantia de anonimato (Yurchisin, Watchravesringkan, & McCabe, 2005; Ellison, Heino, & Gibbs, 2006; Gibbs, Ellison, & Heino, 2006;). Mais recentemente, Zhao (2008) concluiu que em plataformas como o Facebook, os 'Eus' projetados transparecem identidades socialmente desejadas que não se encaixam nem na categoria de 'eu verdadeiro' - característica do universo dos MUDs -, nem na categoria de 'eu real' - referente às interações cara-a-cara.

Enquanto tempo de maturação, crescimento e integração do ser humano na sociedade, o peso que as redes sociais digitais têm na adolescência aparenta ser distinto, sendo estas ferramentas percebidas como extensões da realidade e aspetos sem as quais a sobrevivência social do ser humano parece não estar assegurada (Bowlby, 1998) - não estar nas redes digitais significa não existir, ser um pária da sociedade. Esta obrigatoriedade de presença no mundo digital parece, portanto, conduzir a uma atividade intensa e premeditada (Zhao, 2008) - a criação de uma imagem, a partilha de ideais, a expressão de crenças e valores que permitam a inserção em grupos sociais, ou mesmo o fortalecimento de uma posição no meio, são aspetos aos quais a naturalidade anteriormente inerente, parece já não ser, tão claramente, denotada.

As duplicidades que advêm da web 2.0 originam questões que percebemos como cruciais nesta era da ecranização e que se circunscrevem a nossa investigação:

- *De que forma se encontra, hoje, condicionada a construção social pela experiência nas redes sociais?*
- *De que modo contribui a utilização de redes sociais digitais para a construção da identidade dos adolescentes?*
- *Como vivem os adolescentes a sua experiência através do mundo digital?*

A atualidade do tema é premente. Apesar de reconhecer que o fenómeno de redes, em si, não é novo, Castells encara-as como uma espécie de nova morfologia social da nossa sociedade e defende que “a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura” (1999, p. 563). A par deste aspeto, as redes assumem-se como um conjunto de participantes que se reúnem em torno de ideias, recursos, valores e interesses partilhados (Marteleto, 2001), o que permite entender todo e qualquer *site* que permita a interação e a construção social como uma rede social em si - grupo no qual podemos incluir as redes sociais puras (como o Twitter e o Facebook), sites de jogos e realidades virtuais (como o Second Life e o Sims), sites de partilha de vídeos (Vimeo e YouTube), e mesmo os blogs.

### **A Identidade e as Relações**

Debruçando-se em duas questões cruciais para a compreensão da circularidade da informação e do próprio sistema social, Stuart Hall focou as suas investigações na reflexão sobre a receção, traduzidas no modelo da codificação/ descodificação. A partir deste modelo, Hall entende pela primeira vez os indivíduos como fontes de produção de sentido e signos, decorrentes da sua reinterpretação, assimilação e descodificação de mensagens previamente codificadas, numa abordagem que trata a relação existente entre os produtos dos media (a informação/ mensagens produzidas) e o recetor (consumidor). Não sendo esta transmissão direta e defendendo o papel ativo da audiência, Hall realça o facto de o processo comunicativo ser construído em diversos momentos – durante os quais ocorrem passagens e transmissões de formas. É ao longo destes momentos que o significado da mensagem vai sendo fabricado – o significado criado pelos produtores não é, portanto, necessariamente o significado compreendido pelo recetor (Davis, 2004). A par das questões técnicas relacionadas com a disponibilidade e a escolha da localização para o consumo de peças informativas, questões como as condições inerentes à prática profissional, pressupostos e valores condicionam o significado geral e a relação criada entre a audiência e o ecrã – significados, representações, e reinterpretações decorrentes da informação colhida. Hall menciona, ainda, na sua reflexão, a construção/ reconstrução de sentido das questões políticas, realçando a impossibilidade de construção de significados fixos e lógicas globais

determinantes – a descodificação de um significado não é fixa e depende sempre do contexto em que este se insere (Davis, 2004). Produzida através de veículos simbólicos, a própria comunicação vê-se regida por normas linguísticas que determinam o seu sentido. O significado da mensagem transmitida pode, assim, aos olhos de Hall, ser alvo de diferentes codificações ou descodificações, adquirindo significados distintos. Focando aspetos de índole cultural, o autor frisa também aspetos particulares do contexto social e cultural dos recetores e a forma como os próprios media utilizam esse bem simbólico, transformando-o numa narrativa com um valor abstrato.

Além disso, significando o fenómeno da globalização uma compressão do tempo e uma diminuição do espaço geográfico, os acontecimentos decorridos num determinado lugar alcançam e afetam pessoas e regiões de lugares longínquos (Hall, 2002). Numa lógica de redes, este fenómeno vê-se facilitado pela velocidade e pelo alcance dos meios (de comunicação e transporte), que promovem uma crescente difusão de culturas, ideologias, estilos de vida, religiões, entre outros (Rodrigues, 2012). Aqui, o indivíduo-recetor cresce e torna-se cada vez mais capaz para questionar a informação recebida – o papel passivo de receção pertence, assim, ao passado. A par disso, em Hall o conceito de sujeito toma por base a fragmentação de que é alvo o novo homem – a desagregação de paisagens culturais, nacionalidade, sexualidade, etnia, entre outros códigos, que têm vindo, desde o final do século XX, a impactar o indivíduo, alteram a forma como este se posiciona e como vê no mundo. O indivíduo encontra-se, logo, descentralizado – a relação que estabelece com o mundo social e que institui consigo mesmo modificou-se (Davis, 2004). Influenciado por Foucault, o centro de poder único perde na reflexão de Hall a sua força – na era hipermoderna, o sujeito encontra-se sob a alçada de uma multiplicidade de forças (centros de poder) que lutam pela sua influência (Hall, 2005) - hoje transcritos nas redes sociais digitais.

Num paralelismo com o meio teatral, Goffman (2002) defende que as relações sociais ocorrem num espaço circunscrito. Na realidade, o papel social desempenhado pelo indivíduo não é representado em frente a uma plateia, mas trabalhado de acordo com os papéis desempenhados pelos restantes indivíduos intervenientes na sua representação. O sujeito adapta o modo como se comporta em situações de interação social, procurando transmitir maneiras de estar e as perceções que pretende que os outros construam sobre si - a presença nas redes sociais digitais torna-se cada vez mais trabalhada e premeditada.

Compreende-se que o aparecimento da internet alterou as formas tradicionais de construção e produção da identidade, decorridos da desincorporação e do anonimato promovidos pelo ambiente tecnologicamente mediado da atualidade (Bargh, McKenna, & Fitzsimons, 2002; McKenna, Green & Gleason, 2002; Zhao, 2008).

A par das relações de poder existentes, da questão da coerção social e da prisão da vida social à qual um indivíduo se encontra sujeito no seio de um grupo, Goffman realça ainda a hiper-ritualização da vida moderna, aspeto que dita comportamentos, originando a perda da naturalidade e uma padronização da forma como os indivíduos se relacionam e interagem (Goffman, 2002). Assim, entendido quer como ator, quer como personagem, o *eu* não resulta apenas do produto do indivíduo em si, tendo igualmente origem na encenação que torna possível a sua compreensão pelo público que o observa.

No entanto, esta identidade – criada e construída –, parece, cada vez mais, não corresponder à realidade, mas sim a uma identidade social virtual – a dimensão onde se concentram todas as impressões que os outros produzem sobre o indivíduo, construídas com base em conhecimento efetivo ou em expectativas. Numa época onde o direito ao anonimato parece ter deixado de existir, o ecrã e as redes influem, por um lado no modo como o indivíduo se comporta, e por outro na forma como é interpretado e recordado pela sua audiência. Tomando como exemplo o Facebook, Zhao (2008) explica a possibilidade que as redes concedem de construir diferentes apresentações de identidade para diferentes públicos, de acordo com a informação que o indivíduo pretende que obtenham, ou com a imagem que pretende que construam sobre si. A própria construção da sua identidade e da sua memória não escapam hoje ao patamar da *memória digital*, termo cunhado por Garde-Hansen, Hoskins e Reading, que define o novo conjunto de recordações construídas através dos media digitais – redes sociais, museus online, páginas web, entre outros (2009). As memórias coletiva e pessoal dos indivíduos são influenciadas pela digitalização, bebendo das “tensões e relações mútuas entre memórias pessoais/privadas e a memória coletiva/partilhada, que estão a ser esbatidas por um ambiente mediático cada vez mais saturado” (Meyers *et al.*, 2011) – estabelecer uma distinção entre ambas torna-se crescentemente difícil. O domínio privado funde-se com o público e inconscientemente - a internet, os dispositivos móveis, as redes sociais apresentam novas possibilidades de preservação e de construção da memória (Reading, 2009). E os adolescentes dos nossos dias

vêm as suas impressões pessoais transformar-se em “memórias públicas” à velocidade de um simples clique (Reading, 2009, p. 90).

## **A Construção da Identidade na Era hipermoderna**

Guiado através de um percurso dinâmico no ambiente que o envolve e onde ecrã ocupa um lugar primordial enquanto recetáculo de informação, o indivíduo encontra nele um dos principais veículos e catalisadores do estilo de vida contemporâneo – a realidade (aparentemente) inevitável de que o ecrã desempenha um papel legitimador, agregador e regulador. Refletindo sobre esta realidade, Lipovetsky realça que a proliferação física dos ecrãs alterou de forma radical a existência e o trabalho da humanidade, fazendo com que em menos de um século este (o ecrã) se tenha tornado num dos elementos essenciais na vida (pessoal e profissional) dos indivíduos. Como consequência, o sujeito vê-se a depender de mais horas em frente a um ecrã do que em qualquer outra atividade. Consequentemente, novas linguagens, novas perceções, novas formas de consumos surgem – aspetos que, no fundo, caracterizam o estabelecimento de uma nova cultura (Costa, 2010).

No entanto, e apesar da proliferação dos ecrãs – “ecrãs gigantes, ecrãs luminosos, ecrãs-telas, microecrãs, ecrãs tácteis, ecrãs de jogo” (Costa, 2010, p.129) - este crescimento não significa um empobrecimento do pensamento ou da estética. Costa recorda que Lipovetsky compreende que esta difusão corresponde, sim, a um modelo inédito e de inteligibilidade da cultura, significando uma maior facilidade de compreensão e de assimilação da realidade. Ocupando um lugar primordial, quer na construção das perceções – memória -, quer na construção de significados – experiência -, o ecrã afirma-se como a realidade de onde o indivíduo deve beber, bem como o lugar onde se encontra tudo o que este conhece. A veracidade e a importância de determinados acontecimentos são justificadas pelo seu aparecimento no ecrã – a velha máxima afirma que “se não passou na televisão, então não aconteceu”; hoje poderíamos traduzi-la por “se não está nos ecrãs, não é real”. Outros autores, como Lev Manovich<sup>1</sup> reforçam a importância do ecrã na proliferação da informação,

---

<sup>1</sup> Disponível em [http://manovich.net/content/04-projects/018-behind-the-screen-russian-new-media/15\\_article\\_1997.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/018-behind-the-screen-russian-new-media/15_article_1997.pdf)

Disponível em [http://manovich.net/content/04-projects/038-generation-flash/35\\_article\\_2002.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/038-generation-flash/35_article_2002.pdf)

afirmando que se espera que o espectador se concentre completamente no que é transmitido. Totalmente imerso, este isola-se do espaço físico que o rodeia, concentrando-se na realidade trabalhada e representada pelo ecrã. A perda de significado (no espaço físico) encontra-se, então, patente numa sociedade cada vez mais ecranizada - vive-se a expansão da lógica do ecrã, como meio de contacto essencial com a realidade.

A era da primazia da tela caracteriza-se, assim, pelo aumento dos extremos das sensações, da velocidade, da intensidade descontínua, da sensação direta e imediata e do aumento crucial da proximidade promovida pelas novas plataformas de difusão. Presenciamos o nascimento de um novo consumidor – o hiperconsumidor -, que encara uma nova forma de contar a história e uma nova forma de viver a experiência da vida. O passado de ontem dirige-se aos dias de hoje, tornando-se, através da legitimação do ecrã, em memória problematizada e projetada para o presente (Costa, 2010).

A própria existência individual vive agora o expoente da sua encenação. Atento ao presente social, o ecrã retrata uma “reflexividade crescente sobre si mesmo, sobre o mundo e sobre o Indivíduo” (Lipovetsky, 2007, p. 200). Com o aparecimento deste novo homem - um “Homo ecranis” -, as mutações e alterações dos ecrãs sucedem-se sequencialmente, conduzindo a uma situação em que “nunca o homem dispôs de tantos ecrãs (...) para viver a sua própria vida” ecrãs que “vêm multiplicar o original, a tela branca do cinema” (Lipovetsky, 2007, p. 249), promovendo uma visão cinematográfica e encenada do mundo e da vida. Lipovetsky explica ainda que, partindo da realidade do cinema, o ecrã “constrói uma perceção do mundo (...) construindo realidade” (Lipovetsky, 2007, p. 298). E neste mundo persiste uma “cultura hedonista marcada pelo ludismo e pelo divertimento, que o capitalismo veicula; tudo é convite aos prazeres, incitamento à evasão numa espécie de sonho acordado” (Lipovetsky, 2015, p. 37). O autor acrescenta que a “leveza dos sinais e do sentido absorvem a espera da vida quotidiana” (Lipovetsky, 2007, p. 38).

Outro aspeto relevante é o facto de nas redes existir uma “valorização dos elos informacionais, em detrimentos das estruturas hierárquicas” (Marteleto, 2001). Na atualidade, “o trabalho informacional em rede é uma forma de organização humana presente na nossa vida quotidiana e nos diferentes tipos de estrutura das instituições modernas” (Marteleto, 2001). A par disso, os estudos decorrentes da análise das redes têm vindo a apontar o facto de que os indivíduos organizam cada vez mais as suas ações nos espaços

sociopolíticos em função das socializações e movimentos que decorrem do seu desenvolvimento e posicionamento nas Redes (Marteleteo, 2001). Mas importa, além de todos estes aspetos, compreender o que é entendido por construção da identidade.

Berger e Luckmann (1967), focados na reflexão da construção social da realidade, teorizam a forma como o homem constrói o seu próprio conhecimento da realidade, abordando as relações entre o pensamento humano e o contexto social onde este se insere. Para eles, a realidade forma-se através da relação estabelecida com o outro, enquanto que a realidade da qual ele tem consciência, bem como o conhecimento que tem dela, resultam da própria sociedade. Enquanto construção material da ideia que existe sobre algo, torna-se impossível construir a realidade de forma isolada - o contacto social é, logo, imprescindível. Assim, indivíduos, grupo e sociedade são os elementos envolvidos e necessários para que o sujeito construa a sua realidade. A presença constante das redes digitais no seu quotidiano, e vice-versa, apontam, também para uma construção que tem lugar no mundo digital - “devido à sua capacidade de transcender o aqui e agora, a linguagem faz a ponte entre as diferentes zonas da realidade da vida quotidiana e integra-as num todo significativo.” (Berger & Luckmann, 1967, p. 50).

Mantendo uma relação dialética com a sociedade, a ideia de identidade é dinâmica, sendo formada através de processos sociais e mantida ou renovada através das relações sociais estabelecidas. Em Castells esta dá-se por meio do “processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado principalmente com base em determinado atributo social” (Castells, 2002, p. 22). Berger e Luckmann defendem, ainda, que “a realidade social determina não só a atividade e a consciência, mas, em grau considerável, também o funcionamento orgânico” (1967, p. 187). Ou seja, a sociedade e o próprio organismo estabelecem uma relação de reciprocidade. No entanto, qualquer resistência biológica será imediatamente reprovada em detrimento da existência social. Em resultado, “o indivíduo totalmente socializado vive numa dialética interna contínua entre a identidade e o seu substrato biológico” (Berger & Luckmann, 1967, p.188) – a luta entre o *eu superior* (a identidade social), e o *eu inferior* (o ser biológico) é permanente. Ainda focados no contexto das relações informais, recordamos Marteleteo e a sua reflexão sobre a origem das redes “a partir da tomada de consciência da comunidade de interesse e/ou valores entre os seus participantes” (2001, p.73) - outrora física, esta ligação viu-se transportada para os meios digitais, onde não

se pressupõem um centro hierárquico ou uma organização baseada nas ligações de foro qualitativo e quantitativo, estabelecidas entre os indivíduos. Estruturas compostas por sujeitos conectados que têm em vista a obtenção de valores ou o alcance de determinados objetivos (Scott, 2000), a compreensão das relações interpessoais e das identidades está inerentemente a elas ligada.

No campo dos estudos sobre as redes sociais, a vertente da personalidade tem também sido relevante. Para alguns autores, as variáveis da personalidade devem ser analisadas e tratadas como antecedentes das redes sociais (Kalish e Robins, 2006); Roberts e Wood (2006), defendem, por seu turno, que os indivíduos gerem invariavelmente as suas identidades de forma a construir uma autoimagem confortável e uma reputação favorável aos seus objetivos, podendo, apesar disso, não se encontrar totalmente conscientes da forma como as suas atitudes e comportamentos impactam o ambiente social onde se inserem. A par destes aspetos, é compreendido que os indivíduos variam, igualmente, de acordo com as impressões que procuram causar (Hogan e Holand, 2003). Já anteriormente, autores como Adler (1930) e McAdams e Pals (2007) haviam explicado que os indivíduos escolhiam os traços comportamentais mais oportunos a cada situação social, de forma a influenciar o ambiente e a favorecer o alcance de metas predefinidas. Mais do que na adultez, durante a adolescência a necessidade de aceitação, de estabelecimento e fortalecimento de um status social se demarcam como aspetos prioritários à sobrevivência e afirmação social, revelando-se na sua identidade os aspetos que caracterizam e que definem a sua conduta (Hogan e Roberts, 2004). Na reflexão aqui proposta, assumimos um pensamento alinhado com a posição defendida por estes autores.

Seguindo as tendências da Hipermodernidade e a importância crescente que o ecrã tem vindo a ganhar no quotidiano, consideramos que a identidade criada pode frequentemente não corresponder à realidade, tratando-se no fundo de uma dimensão onde se concentram as impressões que os outros constroem sobre os indivíduos, com base na imagem que estes projetam sobre si mesmos. Enquanto tempo de crescimento, de maturação, inerentemente de integração e de construção de personalidades, a adolescência afirma-se como um período de grandes desafios para o indivíduo que se vê envolvido numa batalha pela sua expressão e afirmação. Batalha essa que na era digital transitou largamente para o universo das redes digitais.

## #Selfie\_me – Trabalho de campo

O trabalho de campo que sustenta esta reflexão surgiu no decurso de uma proposta para desenvolver duas ações com jovens focadas na relação por eles estabelecida com as redes sociais digitais. As ações decorreram junto de duas instituições - uma instituição de ensino profissional sediada na cidade do Porto e uma organização social de foro religioso de Vila Nova de Gaia -, ao longo de um período de 4 semanas (entre maio e junho de 2016), tendo sido desenhadas para em moldes mistos de ação presencial e virtual. Desta forma, e sendo o alvo de estudo a presença e a construção de identidades através das redes digitais, procurou-se criar uma dinâmica de interação com os jovens no ambiente em análise.

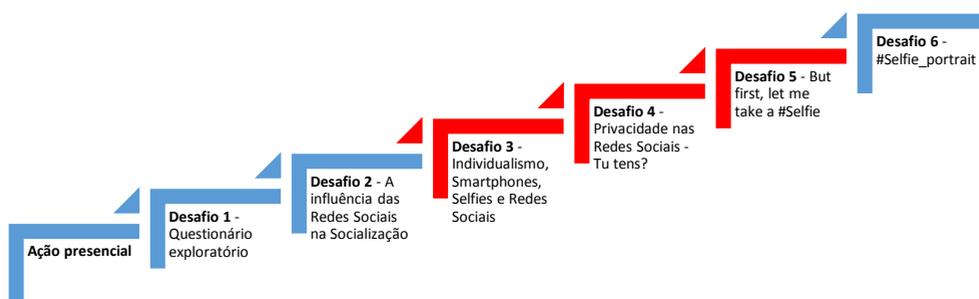


Figura 8: Esquema explicativo da organização do trabalho empírico.

Denominado #Selfie\_me, numa referência ao conceito de *selfie*, a ação foi organizada da seguinte forma:

- Foi realizada uma primeira abordagem no sentido de conhecer os grupos selecionados pelas instituições para participar na atividade. Neste sentido, foi executada uma dinâmica presencial em cada um dos espaços, que teve como tema central a adolescência, a identidade e a relação estabelecida pelos jovens com as redes sociais;

- No decurso desta atividade, foi constituído um grupo de 24 jovens, com idades compreendidas entre os 15 e os 19 anos, todos a frequentar o ensino secundário à data, para participar nas demais ações;

- Os questionários, denominados de desafios, foram desenvolvidos através de uma plataforma online para recolha de dados (Google Forms);

- Foi criado um website<sup>2</sup> e um grupo de facebook com o intuito de apresentar a atividade e de lançar os diferentes desafios aos jovens;

- Os desafios foram partilhados com o grupo em estudo em momentos distintos, durante um período de 3 semanas.



Imagem 1: *Still* do Grupo de Facebook criado.

Para os efeitos desta reflexão, foram somente analisados e contabilizados os resultados obtidos em 3 dos 6 desafios lançados<sup>3</sup>. Assim:

- Os dois primeiros questionários (desafios 1 e 2), com o intuito de recolha maioritariamente quantitativa, foram apresentados a todos os elementos do grupo em estudo;

<sup>2</sup> Disponível em: <http://afpo1316.wixsite.com/selfieme>

<sup>3</sup> Como critério de exclusão para os primeiros 5 desafios lançados, e considerando o tamanho reduzido do grupo a participar neste estudo, foi definido como número mínimo de respostas o número total de participantes. Assim, os desafios 3, 4 e 5 não foram utilizados para a reflexão aqui apresentada.

- O último questionário (desafio 6), de índole qualitativa, foi apresentado a uma seleção aleatória de 5 elementos do grupo em estudo<sup>4</sup>;
- As questões e os desafios foram desenvolvidos em torno das palavras-chave definidas para este trabalho e cada um fez-se acompanhar de um componente multimédia criteriosamente selecionado dentro da temática em questão;
- Os dados recolhidos foram maioritariamente utilizados para fins de análise quantitativa.

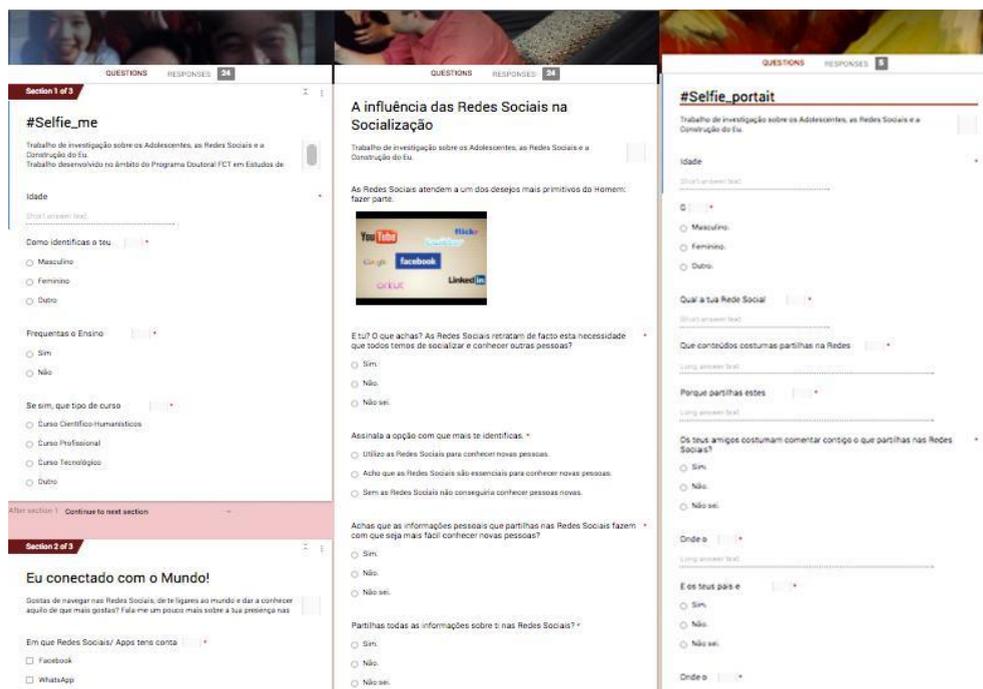


Imagem 2: Questionários apresentados ao grupo participante.

No que remete às temáticas exploradas, o primeiro questionário debruçou-se, essencialmente, em questões relacionadas com o conteúdo dos perfis, recolhendo

<sup>4</sup> Esta seleção aleatória foi realizada através do site Random.org. Nesta fase, e considerando a vertente qualitativa, procedemos a uma redução do número de inquiridos como forma de manter um relacionamento próximo e, assim, melhorar a troca de informações.

informações genéricas sobre os participantes (idade, género, nível de escolaridade), além de opiniões sobre as preferências e importância das redes sociais no seu quotidiano, quer em termos de conexão com o mundo, quer em termos de construção da identidade. Visando o aprofundamento da questão da influência na socialização, o segundo questionário teve como enfoque a função de criação de relações e partilhas através da experiência nas redes sociais, a par da visibilidade do perfil e audiência. Por último, o terceiro questionário focou as questões da representação visual do eu e da partilha no seio do grupo de influência do indivíduo (sendo este constituído pela família e amigos). A par disso, abordou também a leitura da realidade feita pelos jovens a partir das imagens partilhadas nas redes sociais.

Através desta estrutura de aplicação de questionários, procuramos recolher informação de âmbito geral e particular, promovendo uma reflexão segmentada e detalhada sobre as temáticas em análise.

### **Resultados do 1º questionário**

Em termos gerais, a maioria dos indivíduos do grupo em análise enquadravam-se no género feminino (17 indivíduos). Dentro deste grupo, as redes sociais preferenciais eram o Facebook (14 indivíduos) e o Instagram (19 indivíduos). Estas eram também as Redes sociais onde os indivíduos afirmavam congregar um maior número de seguidores – 16 apontavam o Facebook como a rede onde tinham um maior número de seguidores e 5 dos inquiridos indicavam o Instagram.



Imagem 3: *Still* do 1º Desafio.

No que toca ao tempo despendido diariamente nas redes sociais, metade dos inquiridos afirmavam dedicar entre 2 a 4 horas por dia à navegação nas redes, defendendo 18 deles que estas melhoravam as suas relações. Sobre este aspeto, recuperamos Lipovestky - esta proliferação transformou-se num elemento absolutamente crucial à vida pessoal e profissional, trazendo consigo novas linguagens, perceções e formas de consumo que instauraram nos ritmos do quotidiano (2007).

Em termos de informação partilhada nos perfis das redes sociais, o nome (24 indivíduos) a data de aniversário (22 indivíduos), a idade (21 indivíduos) e a escola que frequentam (20 indivíduos) eram os dados mais frequentemente presentes nos perfis dos participantes.

No que toca às preferências de partilha, os conteúdos visuais predominavam no seio do grupo analisado - Fotografias com amigos (20 indivíduos), Fotografia de Passeios e Férias (16 indivíduos), Vídeos e Músicas (16 indivíduos). Já relativamente à construção e partilha da autoimagem, 21 dos inquiridos afirmavam gostar de tirar *selfies*, sendo que 8 do número total de inquiridos declarava tirar *selfies* entre 2 a 4 vezes por semana, 8 apenas 1 vez por semana e 5 todos os dias. Relativamente à partilha das imagens captadas, 13 participantes partilhavam *selfies* nas suas redes 1 vez por semana. Sobre esta questão, pesquisas recentes têm vindo a justificar a predominância dos elementos visuais, pelo facto de a capacidade de projetar melhores versões de si mesmos ser reforçada pela partilha destes elementos nas redes sociais

digitais: os indivíduos podem, desta forma, ser libertados das limitações da sua integridade física ou identidades corporais (Boyd, 2014).

Confrontados com a questão da construção da imagem, 16 dos inquiridos afirmavam captar a mesma *selfie* entre 2 a 3 vezes antes de a publicar nas redes, denotando-se um certo nível de atenção e cuidado dedicados à melhoria do aspeto que se pretende partilhar com a rede de contactos. Apesar do tempo dedicado à melhoria da imagem, 12 dos inquiridos confessavam “Nem sempre” ficar satisfeitos com o resultado final. De facto, alguns estudos têm vindo a comprovar que o adolescente pode julgar-se duramente em comparação com os seus pares, ou alterar o seu comportamento para que a sua imagem digital seja mais aceitável para os outros. Não importa o que o jovem tenta projetar; no seu núcleo a luta humana será sempre expressa (Nuñez, 2013). No entanto, os nossos resultados apontam-nos num outro sentido, uma vez que quando questionados sobre a possibilidade de retirar a publicação das redes sociais caso o número de *likes* não fosse o esperado, 19 jovens afirmavam não considerar a hipótese. A par disso, 14 dos adolescentes afirmavam que estas *selfies* mostravam aos outros quem são – já Reinhold (2002) havia previsto uma tendência para a fusão entre o mundo virtual e o mundo físico real, numa espécie de realidade mista.

## Resultados do 2º questionário

Nesta segunda instância, os indivíduos foram confrontados com um vídeo<sup>5</sup> referente à influência das redes sociais na socialização e na forma como as relações são construídas. 23 dos inquiridos afirmavam que as redes sociais retratam a necessidade de o homem socializar e conhecer pessoas; a par disso, 16 dos elementos do grupo afirmavam utilizar as redes sociais como forma de conhecer novas pessoas. Complementarmente, 13 dos participantes admitiam que as informações pessoais partilhadas nas redes se apresentavam como facilitadoras do contacto com novas pessoas. No entanto, a exposição total da sua vida mostrou não ser considerada, afirmando 22 dos inquiridos que “Há coisas que penso que não devo partilhar com os meus amigos virtuais”.

---

<sup>5</sup> Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=2SJGXth7nEE>



Imagem 4: Still do 2º Desafio.

Apesar da crença da importância das redes sociais para a socialização em plena era da hipermodernidade parecer firme no grupo social em análise, os resultados obtidos neste questionário denotam a presença de uma noção de privacidade e de separação do real e do virtual, principalmente patentes na questão da partilha de informações pessoais nos meios digitais.

### Resultados do 3º questionário

O grupo selecionado para a última fase de aplicação de questionários consistiu em 3 membros do sexo feminino e 2 membros do sexo masculino. A seleção foi aleatória<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Esta seleção aleatória foi realizada através do site Random.org.



Imagem 5: Still do 3º Desafio.

Quando questionados sobre as preferências de partilha de conteúdo, a par das questões de interesse inerentemente subjacentes, alguns dos inquiridos demonstravam preocupações com a ligação com o outro.

1. *“Acho que outras pessoas podem se identificar também com a situação.”*
2. *“Porque gosto de mostrar aos outros a minha visão do mundo. Talvez por influência da sociedade, que se tornou cada vez mais tecnológica.”*

Um outro inquirido demonstrou compreender a sua rede preferencial como uma espécie de diário/ histórico: “Porque gosto de registar os momentos e afinal de contas o Facebook é praticamente a nossa cronologia”. De facto, as investigações de Nuñez (2013) apontaram já anteriormente neste sentido, realçando o facto de para os adolescentes os perfis nas redes sociais serem, hoje, uma espécie de diário visual de desenvolvimento/ crescimento, através do qual os jovens podem viajar, procurando aspetos que ainda têm para aprender ou mesmo a descobrir sobre si mesmos. No que toca à ligação do Indivíduo com a sua rede, todos os inquiridos afirmavam receber comentários dos seus amigos face às suas partilhas. No entanto, garantiam não existir a mesma resposta por parte dos pais e professores.

Nesta fase final da recolha de dados, procuramos ainda focar o estudo na análise da experiência dos adolescentes. Questionados sobre a última *selfie* tirada, todos os indivíduos

foram capazes de identificar o local e o contexto da imagem, assim como indicar de forma clara aquilo que entendiam que esta transmitia. Encontramos nesta recolha de dados aspetos que se conectam com a importância da aceitação e da inclusão social dos adolescentes - independentemente daquilo que o adolescente procura expressar, a sua luta interior será sempre expressa (Nuñez, 2013). A par disso, a descoberta desta potencialidade das redes aparenta resultar numa espécie de empoderamento do indivíduo - o sujeito passa de artista a espectador aquando da publicação e partilha da imagem captada, dando um novo significado à história da fotografia na sua página (Nuñez, 2013). No entanto, e contrariamente aos resultados obtidos no 1º questionário, este grupo questiona o retrato fiel que esta imagem faz da sua Identidade Real.

Achas que esta Selfie é um retrato fiel de quem és na realidade? (5 responses)

Mais ou menos
Um pouco
mais ao menos diz que gosto de ter uma boa relação com os meus amigos
Em parte sim.
Talvez.

Imagem 6: Respostas à questão “Achas que esta selfie é um retrato fiel de quem és na realidade?”

O que achas que diz sobre ti? (5 responses)

Ninguém é perfeito
Descontraído, divertido
Nada de especial apenas que me diverti com os meus amigos
Que sou feliz, que tenho amigos.
Que sou alguém que gosta de se cuidar e de ter uma boa aparência.

Imagem 7: Respostas à questão “O que achas que a tua última selfie diz sobre ti?”

Em último lugar, o grupo de jovens foi confrontado com três *selfies* distintas, como forma de compreender qual o tipo de reações e deduções por elas despertadas. Em traços gerais, compreende-se que, apesar de simples e diretas, todos os indivíduos foram capazes de conceber ideias e narrativas em torno das imagens analisadas. Expressões como “Estúpida”

(inquirido 1) ou “Desnecessária (inquirido 2) utilizadas para descrever a primeira imagem podem apontar para a ideia anteriormente expressa pelos inquiridos de que a identidade e a imagem partilhada nas redes sociais devem salvaguardar de alguma forma questões relacionadas com a privacidade ou mesmo com a intimidade dos utilizadores - nem tudo o que se relaciona com a identidade real física do indivíduo parece ter lugar na identidade construída no cenário do digital. A partilha de cenários de felicidade ou conforto individual e em grupo parecem já ser encarados com empatia e com naturalidade. Sobre isto, um dos inquiridos refere: “Talvez amigos, não sei onde e o motivo da *selfie* é mostrar aos outros que são felizes, que têm amigos, mesmo podendo isso não ser verdade.” Apesar de não ser a crença generalizada ou de não ter sido esta a ideia partilhada pelo grupo, parece existir a noção de que também a partilha de atos e momentos de felicidade nas redes sociais pode não corresponder à realidade, sendo também ela uma realidade construída.



Imagem 8: Imagem exemplificativa e respostas à questão "O que achas desta selfie?"

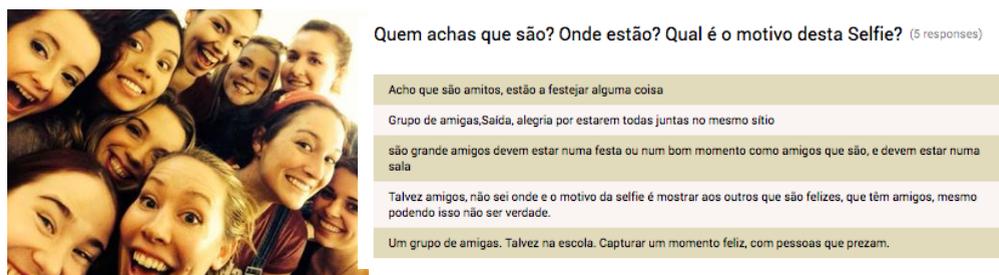


Imagem 9: Imagem exemplificativa e respostas à questão "Quem achas que são?"

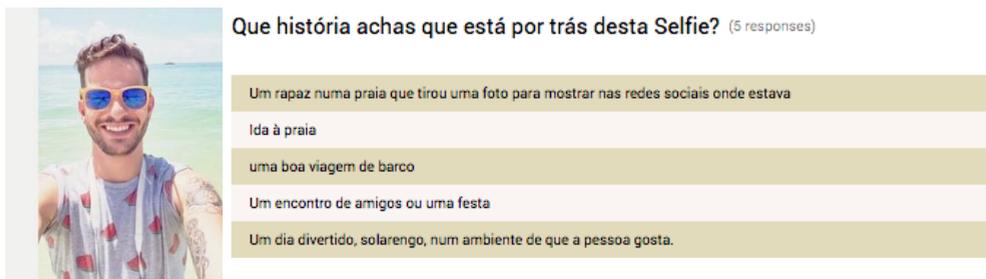


Imagem 10: Imagem exemplificativa e respostas à questão "Que história achas que está por trás desta selfie?"

## Conclusão

Assumidamente exploratória - tanto pela sua estrutura como pela amostra selecionada -, esta reflexão cumpriu o propósito inicialmente estabelecido de nos apontar num caminho pertinente no campo das reflexões centradas na adolescência, na comunicação e na construção da identidade – apontou aspetos que a) sustentam a tendência para a construção da identidade no campo do digital, que b) frisam a distinção da construção da identidade no mundo físico, e que c) procuram facilitar a inclusão dos jovens em meios sociais específicos, bem como transparecer uma autoimagem concebida através das suas autorreflexões – como Ferrari (2002) explicou anteriormente, um adolescente que vê a sua própria aparência e processa a sua autoimagem de maneiras muito específicas, pode entendê-la como atraente e identificar-se com ela, ou mesmo percebê-la como desinteressante, incorreta e proceder à sua rejeição, passando a esforçar-se no sentido de se tornar na imagem que projetou.

Este trabalho descreve-nos, assim, um cenário onde os jovens compreendem as redes como ferramentas que os aproximam dos outros e que lhes permitem melhorar as relações estabelecidas. Neste mesmo cenário, os perfis incluem informações básicas que fazem parte do quotidiano do mundo físico real – nome, idade, escola que frequentam, entre outras. No que remete aos conteúdos, percebe-se uma propensão para a prevalência dos conteúdos visuais em detrimento dos restantes (21 inquiridos), sendo as *selfies* parte da sua rotina e assumindo o papel de espelho da realidade que constroem e à qual dedicam tempo e preocupação. A par disso, e apesar da partilha de informações básicas existir, há uma noção

de privacidade instituída e que leva os jovens a questionar se este ato de partilha é ou não correto. Pese embora a amostra reduzida, esta reflexão aponta, ainda, para uma capacidade de construção de histórias e narrativas por trás das realidades partilhadas pelos jovens e pelas suas redes de contactos.

Encontramos, ainda, aproximações às ideias de hipermodernidade e de ekranização da experiência. A importância dada pelos adolescentes às *selfies* no seu quotidiano aponta para o facto de a ação de se colocar em frente à câmara e pressionar o obturador significar o primeiro passo no processo de definição daquele que admitem ser o *seu eu* (Nuñez, 2013). As próprias ilações auferidas pelos jovens quando confrontados com autorretratos de outros indicam a existência de uma tripla função inerente à sua presença nas redes: mais do que mero visitante – voyeur – ou participante, o jovem congrega em si funções de *storytelling* decorrentes do visionamento de vídeos, imagens e textos, parecendo, assim, afirmar “‘eu estou a criar, eu sou o criador’ (...) ‘eu estou a ver-me, eu consigo ver-me’”. (Nuñez, 2013, p.99). Nascidos e criados numa era governada pelos computadores e pela comunicação online – e outrora denominados *nativos digitais* (Prensky, 2001) – estes partilham, mais do que conteúdos e opiniões, aquela que assumem como sendo a sua identidade. Motivada pelo desejo de criar perceções e imagens favoráveis no outro, compreende-se que esta autorrepresentação se encontra especialmente envolvida numa dinâmica de gestão da impressão e da projeção, tornando-se numa identidade que ultrapassa o espectro do físico – confluindo com o digital (Schlenker, 1980).

### Referências Bibliográficas

- Adler, A. (1930). *The education of children*. Nova Iorque: Greenberg.
- Allen, S. N. (2015). *Adolescents, Social Media, and the Use of Self-Portraiture in Identity Formation*. LMU/LLS Theses and Dissertations.
- Bargh, J. A., McKenna, K. Y. A., & Fitzsimons, G. M. (2002). *Can you see the real me? Activation and expression of the “true self” on the Internet*. *Journal of Social Issues*, 58(1), 33–48.
- Berger, P., Luckmann, T. (1976). *A Construção Social da Realidade*. Petrópolis: Editora Vozes Ltda.
- Bowlby, J. (1998). *Apego e Perda*. (2ª. Ed.). São Paulo, SP: Martins Fontes.
- Boyd, D. (2014). *It’s Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. *Chapter 1: “Identity.”* p. 29-53. Yale University Press: Londres.

- Cardoso, G. (coord.) (2013). *A sociedade dos Ecrãs*. Lisboa, Edições tinta-da-china.
- Castels, M. (2002). *O poder da identidade – a era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, Vol.2
- Castells, M. (1999). *A Sociedade em Rede*. 3 ed. V.1. São Paulo: Paz e Terra.
- Costa, (2010) *Lipovetsky, Gilles E Serroy, Jean (2010) [2007] O Ecrã Global. Cultura Mediática E Cinema Na Era Hipermoderna*. Comunicação E Sociedade, Vol. 17, 129-132.
- Davis, H. (2004). *Understanding Stuart Hall*. Londres: Sage Publications,
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). *Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment*. Journal of Computer-Mediated Communication, 11(2).
- Ferrari, S. (2002). *Lo Specchio dell'Io, autoritratto e psicologia*. Bari-Roma: Laterza.
- Garde-Hansen, J., Hoskins, A., Reading, A. (Eds.) (2009). *Save As... Digital Memories*. Londres: Palgrave Mcmillan.
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). *Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating*. Communication Research, 33(2), 152–177.
- Goffman, I. (2002). *A Representação Do Eu Na Vida Cotidiana*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Hall, S. (2002). Encoding/decoding. Em Paul Harris e Sue Thornham, (Eds.), *Media Studies* (51-61), Edimburgh: Edimburgh University Press.
- Hogan, R. & Holland, J. (2003). *Using theory to evaluate personality and job-performance relations: A socioanalytic perspective*. Journal of Applied Psychology, 88(1), 100-112.
- Hogan, R., & Roberts, B. W. (2004). *A socioanalytic model of maturity*. Journal of Career Assessment, 20(10), 1-11.
- Kalish, Y., & Robins, G., (2006). *Psychological predispositions and network structure: The relationship between individual predispositions, structural holes and network closure*. Social Networks, 28, 56-84.
- Lemos, A. (2009). *Locative media in Brazil*. Wi. Journal of Mobile Media. Montreal/Toronto
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2007), *O Ecrã Global*. Lisboa: Edições 70.
- Lipovetsky, G. (2015). *Da leveza, para uma civilização do ligeiro*. Lisboa: Edições 70.
- Marteleteo, R. (2001). *Análise de Redes sociais - Aplicação nos estudos de transferência da informação*. Ciência e Informação, 30(1), 71-81.
- McAdams, D. P., & Pals, J. L. (2007). The role of theory in personality research. In R. W. Robins, R. C. Fraley, & R. F. Krueger (Orgs.), *Handbook of research methods in personality psychology* (p. 3-20). New York: Guilford Press

McKenna, K. Y. A., Green, A. S., & Gleason, M. E. J. (2002). *Relationship formation on the Internet: What's the big attraction?* Journal of Social Issues, 58(1), 9–31.

Meyers, O., Neiger, M., Zandberg, E.; Hoskins, A.; Sutton, J. (Eds.) (2011). *On Media Memory: Collective Memory in a New Media Age*. New York: Palgrave Macmillan.

Núñez, C. (2013). The Self-Portrait as Self-Therapy. Em Loewenthal, Del, (ed.) *Phototherapy and Therapeutic Photography in a Digital Age*. (pp. 95-106) Florence: Routledge.

Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants*. On the Horizon. 9(5), p. 1-6.

Reading, A. (2009). Memobilia: The Mobile Phone and the Emergence of Wearable Memories, In Garde-Hansen, J., Hoskins, A., Reading, A. (eds.) *Save as... Digital Memories*, London: Palgrave Macmillan, pp. 81-95.

Recuero, R. (2009). *Redes Sociais na Internet*. Coleção Cibercultura. Porto Alegre: Sulina.

Rheingold, H. (1995). *The virtual community: Finding connection in a computerized world*. Londres: Secker & Wargurg.

Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs: the next social revolution*. Nova Iorque: Basic Books.

Roberts, B. W., & Wood, D. (2006). Personality development in the context of the neo-socioanalytic model of personality. Em D. K. Mroczek, & T. D. Little (Orgs.). *Handbook of personality development* (p. 11-39). Mahwah, NJ: Erlbaum.

Rodrigues, S. A. (2012). *O impacto das Redes Sociais no relacionamento entre marcas e consumidores*. Tese de Mestrado. ISCTE-IUL.

Santaella, L. & Lemos, R. (2010). *Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus.

Schlenker, B.R. (1980). *Impression Management: The Self-Concept, Social Identity, and Interpersonal Relations*. California: Brooks/Cole.

Scott, J. (2000). *Social network analysis: a handbook* (2 Ed.) Sociedade, Vol. 17, 2010, p. 129-132. Londres: Sage Publication.

Stone, A. R. (1996). *The War of Desire and Technology at the Close of the Mechanical Age*. Cambridge: MIT Press.

Surratt, C. G. (1998). *Netlife: Internet citizens and their communities*. Nova Iorque: Nova Science.

Torres, C. (2009). *A Bíblia do Marketing Digital*. São Paulo: Novatec Editora

Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. Nova Iorque: Simon and Schuster.

Yurchisin, J., Watchravesringkan, K., & McCabe, D. B. (2005). *An exploration of identity re-creation in the context of Internet dating*. Social Behavior and Personality, 33(8), 735–750.

Zhao, S., Grasmuck, S., Martin, J. (2008). *Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships*. *Computers in Human Behavior* 24, 1816–1836.

**Data de Receção:** 7/02/2018

**Data de Aprovação:** 9/04/2018

**Informações sobre a autora:**

Ana F. Oliveira é bolsista de doutoramento FCT (SFRH/BD/126433/2016) no CECS-UM, onde realizou a tese de doutoramento na área da Literacia Mediática sob orientação da prof. Sara Pereira. A Literacia Mediática, Criatividade e Cibercultura são os seus principais interesses de investigação.