

**Ilusão de identidade:
a alteração de personalidade no meio virtual e físico**

*Illusion of identity:
the amendment of personality in the virtual and physical media*

Bianca Santos de SOUZA¹
Laura Carolini Amorim PASSOS²
Lucas Jorge GARCIA³

Resumo

É do saber comum que as redes sociais, nos dias de hoje, se colocam como grandes influências na vida e comportamento dos indivíduos como seres sociais. Observa-se, de maneira notória, a inconstância na personalidade dos indivíduos enquanto atuam no meio físico e virtual e entende-se que essa mudança ocorre por motivos concretos passíveis de análises minuciosas. Tem-se, a partir dos estudos de Mauro Magalhães e Fernanda Brito, da Universidade Federal da Bahia, uma observação desse comportamento sob o viés psicológico e, na sequência, seu diálogo com as Relações Públicas, no que diz respeito à construção de identidade virtual e noções de imagem pública. Analisa-se esses aspectos por meio de uma abordagem exploratória e se estabelece uma exemplificação com o grupo fechado LDRV (Lana Del Rey Vevo), do *Facebook*, como forma de aplicação.

Palavras-chave: Personalidade. Redes Sociais. Imagem Pública. Relações Públicas. Psicologia Comportamental.

Resumen

Es del saber común que las redes sociales, en los días de hoy, se plantean como grandes influencias en la vida y comportamiento de los individuos como seres sociales. Se observa, de manera notoria, la inconstancia en la personalidad de los individuos mientras actúan en el medio físico y virtual y se entiende que ese cambio ocurre por motivos concretos pasibles de análisis minuciosos. Se tiene, a partir de los estudios de Mauro Magalhães y Fernanda Brito, de la Universidad Federal de Bahía, una

¹ Graduando em Relações Públicas - UNESP-Bauru. E-mail: souzabianca1414@gmail.com

² Graduando em Relações Públicas - UNESP-Bauru. E-mail: laura.carolini@hotmail.com

³ Doutorando em Design, Mestre em Mídia e Tecnologia, Especialista em Cinema e Linguagem Audiovisual, Bacharel em Publicidade e Propaganda - (professor orientador UNESP-Bauru). E-mail: lginfinito@gmail.com

observación de ese comportamiento bajo el sesgo psicológico y, en consecuencia, su diálogo con las Relaciones Públicas, en lo que se refiere a la construcción de identidad virtual y nociones de imagen pública. Se analiza estos aspectos a través de un enfoque exploratorio y se establece una ejemplificación con el grupo cerrado LDRV (Lana del Rey Vevo), de *Facebook*, como forma de aplicación.

Palabras-claves: Personalidad. Redes Sociales. Imagen Pública. Relaciones Públicas. Psicología Comportamental.

Introdução

Muito se discute acerca da influência de adventos tecnológicos como a internet na vida cotidiana do homem. Sabe-se que muitas praticidades oferecidas por ela funcionam, de certa maneira, como extensões das habilidades humanas. Um dos temas mais recorrentemente colocados à pauta é o das mídias sociais e a construção da imagem pública do indivíduo naquele meio virtual, assim como a forma com a qual a sua personalidade tende a mudar nessas redes.

Estudos trazidos por Mauro Magalhães e Fernanda Brito, da Universidade Federal da Bahia, exploram o conceito de identidade virtual, muito tratado nos dias atuais, e se aprofundam na compreensão das alterações na personalidade dos indivíduos quando estão atuando em ambientes físicos e virtuais. Dessa forma, pode-se explorar ricamente os nuances observados nas personalidades desses indivíduos por meio da observação de suas atitudes.

Na mesma linha, partindo agora para o campo da Comunicação Social, mais especificamente as Relações Públicas, pode-se estabelecer uma relação dialógica entre a projeção de identidade virtual dos indivíduos nas redes sociais, principalmente, e os conceitos de imagem pública utilizados em R.P., explorando-se como os sujeitos tendem a modificar suas aparências e atitudes de forma a se encaixarem nas personalidades que desejam transpassar, bem como as consequências que esperam com isso.

Nesse sentido, é interessante uma análise acerca da mudança nos comportamentos dos indivíduos nas redes sociais, a partir de um viés psicológico, e a posterior comparação com os conceitos de imagem pública utilizados nas Relações

Públicas. Como forma de aplicação e exemplificação, traz-se por fim o caso do grupo LDRV (Lana Del Rey Vevo) do *Facebook*.

As redes sociais e a mudança de personalidade

Os adventos e avanços da tecnologia favoreceram o modo de vida social e conseqüentemente, também, aprimoraram as relações comunicacionais entre as pessoas. As interações no modo virtual são facilitadas pela exposição da vida pessoal na rede e nesse sentido o diálogo inicial não se torna necessário já que através do perfil, na página virtual, pessoas que não se conhecem pessoalmente, mas que partilham preferências, medos e idéias, podem estabelecer um contato direto. Nessa vertente, há o surgimento das comunidades virtuais, que englobam várias pessoas com ideologias semelhantes no mesmo lugar.

Uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independente das proximidades geográficas e das filiações institucionais. (LÉVY, 1999, p.127).

Portanto, as comunidades virtuais abrem margens para que o indivíduo se represente e se apresente de maneira livre. Essa sensação de poder da auto-representação e auto-organização da própria vida cria um sentimento de liberdade para a representação da realidade conveniente ao dominante, sendo ele, capaz de escolher ser quem quiser, quando quiser e como quiser.

No entanto, essa liberdade é fictícia, uma vez que, a realidade condizente no meio virtual nem sempre dialoga com a realidade social. A internet se converteu em um “laboratório para a realização de experiências com as construções e reconstruções do ‘eu’ na vida pós-moderna, uma vez que na realidade virtual, de certa forma moldamos e criamos-nos a nós mesmos”, (GARBIN, 2003, p.126). Nessa perspectiva, é comum o internauta criar uma identidade fictícia, no intuito de sentir-se pertencente a um grupo fechado, essa necessidade molda o sujeito e pode variar de acordo com o interesse, o momento, o estado de humor ou com o receptor da mensagem.

A internet, portanto, tem a plataforma ideal da definição de identidade como multiplicidade, as ferramentas presentes nesse meio comunicacional criam mecanismos

que propiciam o uso de uma personalidade momentânea ou circunstancial. Isso mostra-se evidente através dos nicknames que podem ser alterados a qualquer momento e sem nenhuma avaliação ou questionamento sobre. Outro ponto encontra-se na facilidade de reestruturar o perfil da rede, visto que é possível excluir fotos, descurtir páginas e postar conteúdo a qualquer momento. Conseqüentemente, construir um perfil e apagar um perfil já existente são ações simples e exclusivas de interesse do dominante; já na realidade social isso se torna impossível, visto que não há como fazer essa mudança de personalidade em minutos.

Ademais, o contato pelo meio virtual e físico são divergentes, no sentido que através das redes sociais, por conta de haver um anonimato, auto-representação e auto-organização de “eu” e personalidade, é mais fácil lidar com o tempo e o espaço na hora da comunicação, diferente do contato físico, o qual torna-se mais intuitivo e momentâneo.

Os meios técnicos podem possibilitar às pessoas interagir umas com as outras através de distâncias temporais e espaciais, embora a natureza da interação mediada possa diferir significativamente dos tipos de interação que são típicos de situações face a face. (THOMPSON, 1995, p. 298).

Essa facilitação pelo meio comunicacional cria a ilusão de personalidade, no momento em que o sujeito possui personalidades distintas dependendo de sua comunicação via virtual ou física/pessoal.

Análise da mudança de personalidade nas redes sociais no ponto de vista psicológico

Essas mudanças de personalidades, variantes de acordo com o meio em que o sujeito está inserido, seja ele virtual ou físico, podem ser explicadas segundo teorias de “Avaliação da personalidade e redes sociais: uma proposta de integração” de Mauro de Oliveira Magalhães e Fernanda de Souza Brito.

[...] os princípios motivacionais da formação das redes sociais são os mesmos subjacentes ao desenvolvimento da identidade (personalidade na perspectiva do ator): de um lado, a busca por segurança, pertença e aceitação, e, de outro, a busca por eficácia e status social. Desse modo, o comportamento das redes sociais é direcionado por dois

vetores: (a) busca de segurança, que significa pertencer a redes coesas e acolhedoras; e (b) busca de eficácia, relacionada a redes pouco coesas que, portanto, permitem novas e diversas conexões de rede social, nas quais seus membros podem alcançar status diferenciado pela obtenção de informações privilegiadas e não redundantes. (BRITOS; MAGALHÃES, 2014, p. 111).

Diante disso, os autores caracterizam as redes sociais com uma análise subjetiva em vez de superficial, no sentido de não ser apenas uma vertente de liberdade e anonimato, mas de possuir um paradigma estruturado de sujeito e de problematizações antecedentes. Desse modo, a análise das mudanças de personalidade em redes é apresentada e difundida sob uma perspectiva psicológica, no intuito de compreender de maneira detalhada os motivos da ilusão da identidade no âmbito virtual.

Ainda nessa vertente de análise mais crítica e psicológica, é evidente que, em alguns casos, não se trata apenas de status ou de anonimato fornecidos pelo meio virtual, já que o contato com esse meio pode transformar-se em algo patológico.

[...] informações de autorrelato e de relatos de observadores mostraram relações similares entre traços patológicos de personalidade e comportamentos interpessoais, mas identificaram indivíduos diferentes como emissores de tais comportamentos. (BRITOS; MAGALHÃES, 2014, p. 112).

Portanto, percebe-se ao observar de maneira metódica os possíveis problemas mentais que as redes sociais podem ocasionar. Partindo desse pressuposto, pode-se citar patologias como TPN (transtorno de personalidade narcisista), ansiedade e depressão. É importante ressaltar a extensão do problema, pois com a busca pela aceitação social e a construção de *status*, o indivíduo difunde uma personalidade com o repertório de comportamentos e processos psicológicos subjacentes, com o objetivo de alcançar uma satisfação imaginária, assim como metas fictícias criadas pelo subconsciente à medida que a popularidade virtual passa a ser uma necessidade para a satisfação do ego.

Por fim, a mudança de personalidade nas redes sociais possui diversas explicações, sejam elas na análise do indivíduo ou na análise do meio virtual, no entanto, não se tem a devida denominação acerca desses comportamentos, já que atualmente, esses acontecimentos são definidos de modo geral e abrangente. A

adequada articulação da avaliação da personalidade e da análise de redes sociais certamente resultará em ganhos interpretativos importantes para compreender e avaliar o comportamento humano. (BRITOS; MAGALHÃES, 2014).

O conceito de imagem pública em relações públicas e a delimitação de identidade virtual

A partir da noção que se tem de identidade virtual instituída a todo sujeito ativo em redes sociais, pode-se levantar uma análise em paralelo com o conceito de imagem pública nas Relações Públicas.

[...] quando se fala em imagem pública deve-se levar em conta não apenas a representação material de um objeto, ou a representação corpórea de uma pessoa, mas uma idéia ou “fato cognitivo, conceitual” a respeito dela, construído a partir de “mecanismos enunciativos lingüísticos”, que irão formar convicções e conceitos junto aos receptores. Daí se dizer que as imagens públicas se fazem, principalmente, “com ações e com discursos.” (MUNDIM; TOMAZ, 2007, p. 135).

É notório que a imagem pública estabelece uma relação dialógica com as ações de um sujeito e a recepção dos receptores, isto é, caracteriza uma formação de sentido dependente de mais de um repertório de embasamento. Na mesma linha, a imagem pública é construída tendo em vista diversos pontos, sendo eles corpóreos, conceituais, lingüísticos e auditivos, entre outros. A partir disso, tem-se que ela se trata de um conceito demasiado complexo, levando em consideração tudo o que o indivíduo portador da imagem transpassa - não genuinamente o que é em essência - e como os receptores digerem as mensagens recebidas, trazendo suas respectivas cargas culturais e sociopolíticas influentes na delimitação de sentidos diversos.

Nessa perspectiva, traça-se um paralelo com a criação da identidade virtual elaborada por um sujeito usuário de redes sociais. Tem-se a:

[...] personalidade como o repertório de comportamentos e processos psicológicos subjacentes que um indivíduo desenvolve e utiliza para atingir metas subjetivamente concebidas relacionadas à: 1. obter aceitação e inclusão social; e 2. obter influência ou status. (BRITOS; MAGALHÃES, 2014, p.108).

Nesse sentido, a criação da identidade virtual dialoga com a constituição da imagem pública em R.P., uma vez que os indivíduos moldam suas projeções imagéticas para o meio virtual de acordo com seus interesses e significações que desejam exteriorizar. Essas escolhas podem estar relacionadas a diversos quesitos, sendo os principais deles a aceitação no meio em que atuam ou influência em determinado aspecto ou concepção. Como exemplo, tem-se a atuação de indivíduos em grupos fechados como o LDRV (Lana Del Rey Vevo) no Facebook, no qual jovens - maioria LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais ou Transgêneros) - compartilham de experiências pessoais diversas, buscando acolhimento, diversão e distração (CASTRO, 2017).

O uso estratégico do conteúdo veiculado no grupo LDRV como ferramenta de construção de imagem pública

Em realidades como a do grupo citado, deduz-se que as informações publicadas sejam mantidas em segredo (já que o grupo é fechado e não se tem todos os amigos de seu Facebook ali) e, ao mesmo tempo, compartilhadas (com desconhecidos). Uma vez que se tratam de situações inusitadas (as denominadas “*tours*”), as pessoas as compartilham esperando que sejam lidas por indivíduos aleatórios aos quais não estejam diretamente relacionados, sendo que estes podem se identificar com o ocorrido ou não.

Todavia, a popularização do grupo LDRV hoje em dia já é demasiada, de tal forma que se faz extremamente comum que pessoas de mesmos círculos sociais se deparem com informações umas das outras. A princípio, esse fenômeno tiraria a funcionalidade primordial do grupo e, conseqüentemente, sua efetividade; contudo, conforme se tornou recorrente que conhecidos se deparassem com informações “confidenciais” uns dos outros, os membros do LDRV passaram a projetar suas atividades no grupo já idealizando o alcance daquela informação compartilhada a uma pequena gama de conhecidos, bem como o impacto desse conteúdo.

Com o passar do tempo, tornou-se comum compartilhar informações já direcionadas a uma pessoa específica no grupo, sabendo que os algoritmos do *Facebook* garantiriam a chegada daquela informação ao indivíduo almejado. Esse tipo de atitude

exemplificado caracteriza uma ação específica diretamente relacionada aos preceitos de status e aceitação social citados por Magalhães e Brito (2014), em que o indivíduo direciona as informações que expõe em um ambiente também controlado por ele e já projeta os resultados surtidos daquela ação, em acordo com seus interesses e dialogicamente com o processo de constituição identitária formulada por ele.

Assim sendo, tem-se que o grupo LDRV do Facebook se comporta como uma ferramenta excelente para o estudo da programação de identidade virtual dos indivíduos em relação com seus ideários de imagem pública ou figura pública. Essa análise, por sua vez, se faz muito bem embasada com a utilização de preceitos da psicologia para o estudo de alteração de identidade individual em acordo com o meio de inserção.

Outra comunidade virtual na qual se pode enxergar claramente a falsificação de personalidade é o Instagram. Na rede, os indivíduos postam imagens e vídeos que veiculem um conteúdo direcionado a moldar suas respectivas imagens públicas idealizadas.

O Instagram como ferramenta de criação de falsas realidades

O aplicativo de celular consiste no compartilhamento de fotos ou vídeos com legendas, constituindo um feed pessoal. Além disso, também existem as denominadas histórias, postagens de vídeos ou fotos que permanecem ao ar por 24 horas e, em seguida, são apagadas.

Dessa forma, existem diversas motivações para se usar a rede social, como forma de compartilhar momentos da vida pessoal, viagens, realizações rotineiras ou esporádicas e até, nos dias atuais, motivações comerciais são extremamente recorrentes. Contudo, na atualidade, se fazem mais comuns os perfis pessoais, nos quais as pessoas compartilham momentos de suas vidas.

Fazendo um paralelo com a noção de imagem pública em R.P., é notória a tentativa de construir uma reputação por meio do conteúdo compartilhado na mídia. É extremamente recorrente a postagem de momentos que transparecem felicidade e diversão, como fotos em festas, aniversários; também momentos relaxantes, como fotos em praias, parques, etc. Também são comuns as postagens com amigos, família e

conjugês. Esses tipos de manifestações midiáticas criam uma necessidade de que aquela realidade seja mantida, ou seja, aqueles momentos atualizados. Por isso, as pessoas sentem a necessidade de postarem constantemente conteúdo que retome as principais sensações de agrado.

Em *Hooked – How to Build Habbit-Forming Products* (Penguin, 2014), o professor Nir Eyal explica que os aplicativos de sucesso criam uma “rotina persistente”, um loop comportamental. Desencadeiam uma necessidade que elas mesmas satisfazem. [...] No Instagram, o medo de deixar escapar um “momento especial”. A exposição da vida íntima em forma de pensamentos, comidas dispostas com esmero, o último livro que te emocionou, os primeiros passos de um bebê e, claro, vídeos de seu gato se tornou norma. As curtidas provocam uma descarga de dopamina no cérebro, mas também, diz Eyal, certa ansiedade à espera de mais. (RODRÍGUEZ, 2017, p. 30).

Dessa forma, a partir da constante atualização de momentos convenientes à autossatisfação do indivíduo, este cria a imagem que seja transpassar também e, de determinada forma, acredita nela, de tal modo que sente a citada necessidade de mantê-la. É evidente a presença da noção de imagem pública em R.P. aqui, uma vez que os indivíduos pensam no que fazem, como, quando e com quem, da mesma forma que pensam em como isso chegará em seus seguidores, já projetando a possível interpretação realizada por eles. Isso caracteriza o conceito, tão presente nas Relações Públicas, já que evidencia a gestão do relacionamento do indivíduo emissor da mensagem com o indivíduo receptor dela.

Portanto, assim como o LDRV, o Instagram caracteriza um ambiente virtual extremamente pertinente para a análise da modificação das personalidades dos indivíduos, na medida em que estes as manuseiam de maneira a satisfazerem suas necessidades identitárias pessoais. Adicionalmente, neste sentido, é rico o estudo dessas variações, levando em conta o ambiente, os emissores de mensagens e receptores para a compreensão dos nuances de imagem pública trazidos à tona.

Considerações finais

Conclui-se que, o sujeito no meio virtual acredita possuir liberdade para recriar-se e moldar-se do modo como achar conveniente. No entanto, é possível identificar que essa mudança de personalidade é, de certa forma, ilusória. Assim, as interações, no meio virtual, nem sempre são condizentes com a realidade pessoal de cada indivíduo.

Ademais, essa criação fictícia estabelecida nas redes sociais, pode gerar quadros patológicos, uma vez que, o usuário pode desenvolver doenças correlacionadas ao longo prazo nas comunidades virtuais pois as mesmas têm um grande poder de influenciar os usuários na sua formação de identidade, visto que se entende que ela é construída e reconstruída constantemente, de acordo com as interações que o indivíduo participa e o contexto em que se insere em cada momento.

Além disso, a criação da identidade virtual dialoga com a formação da imagem pública em Relações Públicas, no sentido em que há a criação de interesses e representação no meio virtual de um papel de interesse exclusivo e direto do dominante.

Na perspectiva das Relações Públicas, “a boa imagem [...] é transmitida através de todas as ações que estes [os indivíduos] efetuam, tudo aquilo que conseguem realizar e demonstrar, ou seja, tudo o que fazem e que a sociedade valoriza. A imagem pública depende daquilo que estas pessoas são, e do que parecem ser.” (PINHO, 2016, p. 44).

Portanto, a análise da mudança de personalidade nas redes sociais ainda precisa de um estudo específico e objetivo com intuito de entender e definir de maneira mais detalhada o comportamento humano, e nessa mesma linha de raciocínio, o mesmo se aplica na análise da construção da imagem pública no âmbito das Relações Públicas, que se faz extremamente complexa dependendo da realidade de sua existência.

Referências

CASTRO, Giovanna et al. **LDRV**: você conhece o grupo que virou febre no Facebook?. 2017 Disponível em: <<https://todateen.com.br/lana-del-rey-menciona-ldrv/>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

GARBIN, Elisabete Maria. **Cultur@s Juvenis, Identid@ e Internet**: questões atuais. Revista Brasileira de Educação, Rio de Janeiro, n. 23, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MAGALHÃES, Mauro de Oliveira; BRITO, Fernanda de Souza et al. **Avaliação de personalidade e redes sociais**: uma proposta de integração. 2014. Disponível em:<<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/avp/v14n1/v14n1a13.pdf>>. Acesso em: 29 nov. 2018.

MUNDIM, Pedro; TOMAZ, Nilmar et al. **O conceito de imagem pública política nos estudos de comunicação**: análise de um caso. 2007. Disponível em: <http://www.academia.edu/229373/O_Conceito_de_Imagem_P%C3%BAblica_Pol%C3%ADtica_nos_Estudos_de_Comunica%C3%A7%C3%A3o_an%C3%A1lise_de_um_caso_The_concept_of_political_public_image_in_communication_studies_case_study_>. Acesso em: 01 dez. 2018.

PINHO, José Benedito Pinho et al. **A internet como instrumento de relações públicas**: possibilidades e limitações. 2016. Disponível em: <<http://www.uel.br/ceca/portalarp/?p=172>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

RODRÍGUEZ, Aloma et al. **Você é mais feliz no Instagram, e sabe disso**. 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/09/29/tecnologia/1506683537_908860.amp.html>. Acesso em: 02 dez. 2018.

THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna**: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 4ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.