

**Self-disclosure a partir das redes sociais
na construção de uma identidade social***Self-disclosure from social networks
in the construction of a social identity*

Beatriz Áurea FERREIRA¹
Jhonatas de Oliveira ALVES²
Lucas Gabriel PISSOLOTO³
Lucas Jorge GARCIA⁴

Resumo

O conteúdo pessoal nas redes sociais digitais e suas consequências na construção de uma personalidade virtual. A partir desse pressuposto, foi utilizado um método exploratório e bibliográfico, objetivando entender essas construções, e como essa concepção de realidade pautada na hipervisibilidade, o chamado self-disclosure, se ratifica com a ideia defendida de que se projeta nas redes uma realidade idealizada, mas, por vezes, não real. Neste estudo, pode-se confirmar que a identidade do ser está atrelada à sua ideologia e suas formas de representação na sociedade, embasadas na realidade sociocultural que se está inserido. E que a narrativa do self-disclosure acompanha o avanço e disseminação das diversas redes de interação social virtual, e está diretamente ligada a tentativa narcisista de perfeição, nas exposições e construções nestes locais. Concluiu-se que, tais construções estão em concordância com a forma que as redes sociais virtuais são estruturadas.

Palavras-chaves: Self-disclosure. Redes sociais. Identidade social. Hipervisibilidade.

Abstract

Personal content in digital social networks and its consequences in the construction of a virtual personality. From this assumption, an exploratory and bibliographic method was used, aiming to understand these constructions, and how this conception of reality based on hypervisibility, the so-called self-disclosure, ratifies with the defended idea that an idealized reality is projected on networks. but sometimes not real. In this study, it can be confirmed that the identity of the being is linked to its ideology and its forms of

¹ Graduanda em Relações Públicas pela UNESP-Bauru. E-mail: beatriz.aureaf@gmail.com

² Graduando em Relações Públicas pela UNESP-Bauru. E-mail: jhonatas.obf@gmail.com

³ Graduando em Relações Públicas pela UNESP-Bauru. E-mail: lucaspissoloto@gmail.com

⁴ Doutorando em Design. Professor da UNESP-Bauru. E-mail: lginfinito@gmail.com

representation in society, based on the sociocultural reality that is inserted. And that the self-disclosure narrative follows the advancement and dissemination of the various networks of virtual social interaction and is directly linked to the narcissistic attempt at perfection, in the exhibitions and constructions in these places. It was concluded that such constructions are in agreement with the way that virtual social networks are structured.

Keywords: Self-disclosure. Social networks. Social identity. Hypervisibility.

Introdução

O presente trabalho teve como objetivo propor discussões e reflexões acerca da hipervisibilidade nas redes sociais digitais, como são construídas narrativas de nós mesmos neste cenário e como o self-disclosure nas redes sociais se articula com (des)ilusões e (des)afetos na contemporaneidade. Além disso, obter um breve panorama sobre como a questão do exibicionismo digital que tem sido debatido cientificamente, sobretudo no Brasil, visando compreender os processos de comunicação pessoal e construção de uma identidade social a partir do self-disclosure nas redes sociais digitais.

Atualmente é difícil encontrar alguém que não esteja presente em nenhuma rede social, aliás, sua presença na rede refirma a sua própria existência. A forma de se comunicar e socializar vem se alterando a cada dia através do dinamismo da rede virtual e isso reflete diretamente em como nos relacionamos com o mundo. Através das redes sociais criamos uma identidade social que pode ser equivalente ao real ou não. Dessa forma, observa-se o desenvolvimento contínuo da tendência ao self-disclosure, o qual se refere a narração e compartilhamento de emoções, intimidades e situações do cotidiano com outros indivíduos, não necessariamente conhecidos.

O presente estudo é uma pesquisa de cunho exploratório, visto que segundo Cervo, Bervian e Silva (2007) é por meio deste tipo de pesquisa que se almeja obter uma visão inicial do objeto estudado a fim de identificar os elementos que o compõem e quais são as relações existentes entre estes componentes. Ou seja, compreender minimamente em que consiste o self-disclosure nas redes sociais e como ele se relaciona no processo de construção de uma identidade social do indivíduo na cibercultura. Cabe ressaltar que embora os estudos acerca da identidade e da sociedade em rede tenha uma vasta produção bibliográfica, o conceito de self-disclosure figura como uma temática pouco explorada no Brasil, com uma produção científica bastante

escassa. Portanto, esse tipo de estudo exploratório nos parece o mais coerente, pois, nas palavras de Cervo, Bervian e Silva (2007), “recomenda-se a pesquisa exploratória quando há pouco conhecimento sobre o problema a ser estudado” (p.64). Por se tratar de uma temática pouco explorada, este breve estudo pode contribuir para a formulação de novas hipóteses para pesquisas futuras acerca desta temática.

Com relação ao instrumento para coleta de dados inerentes à pesquisa, foi realizado levantamento bibliográfico de livros e artigos, pois, segundo Cervo (2007, p. 60) por meio desse método é possível usufruir das produções e contribuições científicas de outros autores acerca do tema proposto.

Identidade

Dado que nossa proposta para este estudo consiste em promover discussões e reflexões acerca do self-disclosure nas redes sociais digitais na construção de uma identidade social articulando as (des)ilusões e (des)afetos que isso abarca, nos parece de suma importância delimitar uma definição mínima do que é a identidade e quais são os elementos e as circunstâncias que a constituem, a fim de contextualizar melhor a temática que propomos discutir.

A questão da identidade é amplamente discutida na teoria social, porém, isso não torna sua definição mais simples, visto que o aumento da complexidade da organização social também tornou mais complexa a noção de identidade. Para Manuel Castells a questão da identidade é intrínseca ao processo de construção de significado dos sujeitos, ou seja, ele limita a identidade ao âmbito do simbólico, do representativo (2002). E embora esse processo representativo esteja condicionado a elementos culturais e por vezes com uma influência determinante de certas instituições sociais, a construção da identidade ocorre individualmente pelos sujeitos (CASTELLS, 2002). Portanto, para esse autor a identidade parece estar mais atrelada ao âmbito ideológico e representativo, ao passo que os papéis sociais abarcam uma concepção mais prática perante a sociedade. Por exemplo, um sujeito que é estudante universitário desempenha tal papel social, porém, é a valoração que ele dá pra esse papel de “ser universitário”, o significado que tal posição possui para o sujeito, é o que determina a sua identidade nesse sentido.

Embora esse processo da construção da identidade seja algo individualizado e subjetivo, ele está inserido em um contexto sócio-histórico. Castells sintetiza bem essa ideia no trecho a seguir:

Não é difícil concordar com o fato de que, do ponto de vista sociológico, toda e qualquer identidade é construída. A principal questão, na verdade, diz respeito a como, a partir de que, por quem, e para que isso acontece. A construção de identidade vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, por instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso. Porém, todos esses materiais são processados pelos indivíduos [...] que reorganizam seu significado em função de tendências e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de espaço/tempo (CASTELLS, p. 40, 2002).

Dentre os elementos apontados por Castells na constituição da identidade, iremos nos ater às redes sociais como espaço de interação, tentando apontar uma possibilidade a partir da qual a identidade pode ser construída.

Porém, antes de avançarmos no assunto e tratarmos das redes sociais e do self-disclosure, achamos pertinente tecer mais alguns comentários sobre a construção da identidade. Como apontamos no início desta sessão, a questão da identidade é um tema amplamente discutido nas ciências sociais. E um dos principais autores acerca dessa temática é Stuart Hall.

Segundo Stuart Hall (2006), a identidade não é algo unificado e inerente ao sujeito, mas, um único sujeito possui múltiplas identidades que são assumidas em diferentes contextos. Em suma, se por vezes assumimos possuir uma única identidade “é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora narrativa do eu” (HALL, 2006, p. 13). Ora, nesse trecho o autor coloca um ponto chave para nossa temática: a “narrativa do eu”. Por um lado, as identidades são processos de representação que ocorrem no cotidiano e estão submetidas a elementos culturais. Entretanto, elas são constituídas também por elementos narrativos dos sujeitos acerca dele próprio, só que, essas narrativas tendem a ter um caráter mais sólido e menos multifacetado, ainda que idealizado, acerca da identidade.

Esse é um contraponto interessante para pensar a identidade, pois, no cotidiano, dado a organização social na modernidade (ou para alguns, pós-modernidade), os aspectos culturais estão fragmentados e menos presos ao local (tanto que parece haver

um distanciamento de uma identidade nacional em detrimento de uma identidade mais global) (HALL, 2006). No entanto, por outro lado, as redes sociais digitais parecem servir como um espaço de estabilização identitária, ou seja, onde o sujeito projeta uma identidade mais homogênea de si mesmo.

A contradição presente no processo de construção da identidade é de certa forma bastante natural, pois, “o tempo e o espaço são também coordenadas básicas de todos os sistemas de *representação*” (HALL, 2006, p.70, grifo do autor). Como destacamos anteriormente, o aumento da complexidade da organização social proporcionou também um aumento da complexidade na construção da identidade. Por se tratar de um sistema de representação dos sujeitos, as condições no qual essa representação ocorre confere novas possibilidades na construção da identidade. Nas palavras de Stuart Hall:

[...] a identidade está profundamente envolvida no processo de representação. Assim, a moldagem e a remoldagem de relações espaço-tempo no interior de diferentes sistemas de representação têm efeitos profundos sobre as formas como as identidades são localizadas e representadas (HALL, 2006, p. 71).

Portanto, observa-se as redes sociais e suas potencialidades na construção de uma identidade social dos indivíduos por meio do self-disclosure.

Redes sociais, identidades e self-disclosure

A transição do século XX para o século XXI tem como uma das características mais marcantes a popularização da internet e o advento das novas tecnologias midiáticas, dentre elas, as redes sociais digitais. Mas não nos interessa aqui tratar das mudanças tecnológicas no âmbito da comunicação, mas sim discutir a mudança de certas práticas sociais que os adventos de tais tecnologias abarcam.

E assim como os estudos sobre identidade, essas mudanças de práticas sociais também geraram uma vasta discussão. Nesse contexto, uma corrente teórica que alcançou grande relevância é a da *midiatização* da sociedade, que tem como um dos principais autores nesta linha de pesquisa o dinamarquês Stig Hjarvard. Essa corrente teórica nos parece muito interessante, uma vez que seu foco de análise transpassa o estudo das novas tecnologias da comunicação e busca se ater mais às práticas sócias

decorrentes deste processo. Ao falar um pouco do processo de midiaticização da sociedade sob a perspectiva das novas mídias, Hjarvard aponta que:

O ambiente da mídia contemporânea [...] reflete uma mudança quantitativa e qualitativa profunda nas relações entre mídia, cultura e sociedade. Hoje, experimentamos uma *mediatização intensificada* da cultura e da sociedade que não está limitada ao domínio da formação da opinião pública, mas que atravessa quase *toda instituição social e cultural*, como a família, o trabalho, a política e a religião. As mídias são coprodutoras de nossas representações mentais, de nossas ações e relacionamentos [...] (HJARVARD, 2014, p. 23).

O que Hjarvard está propondo com essa análise é de que a mídia como um todo passa atuar como um elemento estruturante da sociedade e não como uma mera ferramenta de transmissão de informações, ou de comunicação propriamente dita (HJARVARD, 2014). É uma estrutura social que altera práticas sociais, gerando um impacto cultural relevante em um dado contexto sócio histórico. Diante de tal cenário, cabe então analisarmos as redes sociais e as práticas que elas proporcionam, a fim de investigar como se dá a construção da identidade social nesse ambiente da comunicação em rede.

As redes sociais digitais são mais do que meros dispositivos de relacionamentos virtuais que não possuem nenhuma relação com a realidade. Pelo contrário, segundo Castells (2013, p. 158 - 161), no contexto da sociedade em rede, as redes sociais digitais compõem um espaço de autonomia, onde, em uma estrutura de auto comunicação, estabelecem-se redes de interações horizontais e efetivas entre indivíduos. Interessante observar nos apontamentos do autor a questão da autonomia dos usuários nas redes sociais, pois, nas palavras de Castells (2013) “autonomia refere-se à capacidade de um ator social tornar-se sujeito ao definir sua ação em torno de projetos elaborados independentemente das instituições da sociedade, segundo seus próprios valores e interesses” (p. 168).

Esse cenário apontado por Castells abarca duas questões interessantes. Primeiramente, se as relações entre os indivíduos são efetivas, isso implica na construção de uma identidade social perante o outro. Em consequência, sob a égide da autonomia, o indivíduo constrói suas próprias narrativas, ou seja, molda a maneira como quer ser visto, como quer ser exposto nas redes sociais digitais e, portanto, molda a sua identidade social no âmbito das redes.

No entanto, o que se observa é que as redes sociais possuem outra face, além da autonomia no construto de uma identidade social: é a de que não é suficiente a construção dessa identidade digital, pois, parece haver um anseio de que essa representação simbólica (identidade) seja também midiática, em suma, que ela esteja sempre visível a todos. Nas palavras de Paiva (2012, p. 4) “o narcisismo dos habitantes do Facebook se mostra na ‘embalagem bem-feita’ de si. Existe um capital simbólico envolvido nessa transação que não pode ser desperdiçado. A imagem de si no Facebook vale ouro”.

Ou seja, o autor defende em seu estudo de que os usuários do Facebook (mas que podemos deslocar para outras mídias digitais, como o Instagram, por exemplo) criam e sustentam uma imagem idealizada de si, uma identidade na qual eles projetam seus valores e interesses quem nem sempre refletem a identidade do mundo não virtual.

Esse crescente exibicionismo nas redes sociais digitais está presente também nos estudos da pesquisadora brasileira Carla Luzia de Abreu (2015), que identifica uma cultura de consumo e exposição de intimidades nas redes sociais que têm diluído a fronteira entre a noção de público e privado. Em suma, “a hipervisibilidade é o motor que impulsiona as ciberculturas” (ABREU, 2015, p. 198). É justamente essa auto exposição, esse fenômeno de expor suas intimidades e identidade nas redes sociais que configura o self-disclosure (ABREU, 2015), conceito ainda pouco trabalhado no âmbito da comunicação social no Brasil, mas que figura como uma possibilidade coerente para o estudo da dinâmica das redes sociais digitais na contemporaneidade.

Em todo caso, evidente com base no levantamento bibliográfico que self-disclosure e identidade nas redes sociais parecem termos indissociáveis, como presente na fala de Abreu:

De qualquer forma, a *self-disclosure* é um dispositivo eficaz para a construção e a gestão da identidade digital e se tornou parte do jogo para habitar as redes sociais. Consumir, reproduzir, publicar e entreter são os lemas para o êxito do sujeito *on-line*, situações que nos leva a exporto aspectos de nós mesmos e de nossos contextos para o grupo de pessoas que forma parte da nossa rede particular; participantes diretos ou indiretos da nossa atuação digital. Nesse sentido, podemos dizer que a identidade digital é construída em relação aos contextos desde onde internauta (ABREU, 2015, p. 200).

De fato, esse fenômeno do self-disclosure é fomentado pelo próprio modo de funcionamento das redes sociais digitais, pois, “o conteúdo disponível no Facebook não é produzido por ele próprio, mas sim por seus próprios clientes” (PRIMO, 2015, p.116). Ao fazer uma investigação sobre o funcionamento do Facebook, Primo (2015) identifica a mobilização dos sujeitos ocorre porque eles buscam consumir e produzir conteúdos de outras personas iguais a eles próprios, em uma dialética digital.

E talvez uma das (des)ilusões mais pronunciadas que essas redes sociais abarcam é que essa liberdade e autonomia de criar identidades no âmbito das representações simbólicas mais idealizadas acerca de si mesmo –que figuram quase como uma escapatória das instituições sociais por parte dos sujeitos – são cooptadas e monetizadas pelas redes sociais. Nesse sentido Alex Primo (2015) tece uma crítica pungente acerca da venda da venda de informações dos usuários para o mercado publicitário, crítica essa que tem sua máxima na frase “se você não está pagando pelo produto, você é o produto” (PRIMO, 2015, p. 127). E o produto que o autor menciona, tem como processo produtivo o próprio self-disclosure.

Na mesma tônica crítica sobre as redes sociais, Andrew Keen (2012), afirma que a sociedade se torna excessivamente social, porém extremamente individualista e conseqüentemente solitária. Atualmente, as pessoas estão cada vez mais expondo suas intimidades nas redes sociais e criando valores e graus de importância para os números de curtidas, seguidores e amigos no âmbito virtual. Dessa forma, tornam-se produtos da indústria cultural, e a todo tempo transformando suas intimidades em marketing pessoal, elaborando o self-disclosure. Além disso, os indivíduos tornam-se mercadorias para os anunciantes e marcas, que obtém através das redes sociais informações valiosas de segmentação e preferência, para assim saber como e para quem direcionar os seus produtos e publicidades. “Cada sujeito ‘é seu próprio objeto de publicidade. Tudo se mede em seu valor de exposição’”. (HAN, 2013, p. 29 apud ABREU, 2015, p. 198).

Neste modelo de interação social virtual, a exposição dos indivíduos pelo self-disclosure, levanta discussões sobre ego, tentativa de empoderamento individual ou coletivo e uma exteriorização do “eu perfeito”, “sintomas do narcisismo que (des)norteiam os indivíduos na era do virtual, obcecados pela fama e celebridade, mas também carentes das trocas afetivas com os semelhantes, numa época em que a comunicação face a face se tornou mais difícil” (PAIVA, 2012, p. 2). Vê-se uma necessidade de autoafirmação, e, com isso, o perfil ideal para esse tipo de interação

deve, ou procura ser, o mais idealista. Ser pertencente a um grupo, no caso virtual, leva a criação e manutenção destes personagens, que encontram nesses nichos o que falta em sua rotina diária de afetos e trocas.

Portanto, se por um lado as redes sociais digitais possibilitam a autonomia no construto da identidade social, por outro ela se apresenta como um terreno fértil para a formação de comunidades que comungam certos interesses. Esse ponto de vista permite que a discussão acerca das redes sociais se atenha sobre os (des)afetos do cotidiano. De fato, essa temática parece inesgotável de tão multifacetada que parece ser. Isso nos parece evidente na fala de Paiva:

Os narcisismos coletivos presenciais se projetam igualmente nas comunidades virtuais do Facebook, em que se inscrevem atletas, amigos dos animais, artistas, estetas e atores ligados na música, amantes dos livros, e-leitores, fãs dos esportes, do esoterismo. Não existe construção dos avatares sem a vinculação com a comunidade de interesse e isso vale também para a comunicação colaborativa do Facebook; logo, as redes de subjetividade são também as redes de solidariedade, redes da indignação social (PAIVA, 2012, p. 13).

O que esse trecho evidencia é que além da construção de uma narrativa individual que transcende as instituições sociais convencionais, há também um pertencimento a grupos coletivos. As comunidades e as páginas que um usuário segue são uma personificação desse narcisismo coletivo.

Considerações finais

Primeiramente, cabe aqui ressaltar que este estudo se propôs a tecer uma pesquisa exploratória a fim de obter um breve panorama para um assunto tão complexo pelos vários matizes que o compõe.

Tentar estipular uma delimitação mínima do que acerca do que é identidade figura por si só como um desafio. Por ser um tema amplamente discutido, achamos por bem nos limitarmos o foco de análise a dois autores de renome. Compreender que a identidade figura como um conjunto actante no âmbito da representatividade e do simbólico. De fato, nos parece que um mesmo indivíduo é capaz de ocupar uma multiplicidade de posições, sendo ao mesmo tempo pai, filho, aluno, professor, violonista e amante de literatura. São muitas identidades que por vezes se sobrepõe e

convergem entre si, mas, no âmbito do real trata-se do mesmo indivíduo físico. Entretanto, a sua percepção e a produção de sentidos acerca de certos tempos podem mudar de acordo com a postura identitária que este assume. E nesse ponto, nos parece que é de suma importância separar o que se entende por papel social e identidade social. Ao passo que os papéis sociais estão mais associados ao fazer, ao âmbito da ação, a identidade é algo mais subjetivo, que tem seu construto inserido em um dado contexto sócio-histórico.

E para falarmos de contexto, falar de sociedade em rede parece algo basal, pois, é neste cenário em que as redes sociais surgem e se consolidam. São plataformas de alta interatividade gerando possibilidades de autocomunicação. Ou seja, é neste cenário em que o indivíduo tem a possibilidade de se comunicar em larga escala sem a intermediação das mídias institucionalizadas. Essa mudança altera de forma nítida o processo de constituição identitária, pois, o sujeito passa a conviver em um contexto, em nossa percepção, muito mais polissêmico. As instituições sociais mais tradicionais, obviamente, como a família, a escola e a religião, não deixaram de existir ou de exercer influência sobre a constituição identitária dos indivíduos, mas, dividem o espaço com a emergente sociedade em rede.

Para nós, não é uma mera coincidência que o surgimento das redes sociais digitais tenha afetado tanto a formação da identidade social. A concepção de Hjarvard (2014) de que a mídia figura como um componente da estrutura social nos parece ser dotado de certa coerência, visto que a construção identitária passa pelas estruturas sociais.

E é justamente pelas possibilidades abertas pelas redes sociais que os indivíduos passam a construir narrativas acerca de si mesmos: porque essa nova estrutura possui as ferramentas necessárias para isto. Como acreditamos ter ficado bastante claro durante a pesquisa, as novas redes digitais sociais promovem um espaço que não só possibilita a criação e a manutenção dessas identidades virtuais, como as próprias redes dependem dessa produção e consumo de intimidades para sua razão de ser. O cenário nesse sentido é de retroalimentação, numa dependência mútua entre o sujeito da rede social digital e a rede social em si. Esse processo, inclusive, parece estar se acentuando. A produção e o consumo de intimidades por meio dessas identidades midiáticas têm se tonado mais dinâmico e efêmero. Vide o surgimento, e adesão massiva, dos stories na rede social Instagram.

No fundo, o que se observa é uma diluição profunda entre os conceitos de público e privado, que por um lado tem o narcisismo dessa hipervisibilidade sendo exposto ao público e figurando como o centro de gravidade de uma identidade específica, mas, há também a integração coletiva de grupos que se unem por interesses comuns.

Entretanto, como buscamos evidenciar, essa noção de autonomia e transcendência da identidade sob as grandes instituições, possui seu sentido ilusório. Pois, nas palavras de Alex Primo “cada vez que alguém acessa o Facebook, em casa ou no trabalho, em um computador ou em um dispositivo móvel, atualiza-se o capitalismo contemporâneo” (PRIMO, 2014, p. 111). De fato, as condições de autonomia e mercadoria parecem se unir ao self-disclosure dos indivíduos nas redes sociais.

Evidentemente, a proposta deste estudo não foi a de dissecar esse tema, mas, levantar tópicos que julgamos pertinentes e necessários a serem debatidos no âmbito da comunicação. Compreender como as principais redes de comunicação afetam práticas sociais e influenciam de maneira tão pungente a cultura e a organização social consistem e um desafio que deve ser encarado pelo comunicador. Acreditamos que as reflexões lançadas neste breve trabalho podem contribuir para um olhar mais atento e profundo sobre o self-disclosure na construção de uma identidade social nas redes sociais digitais em pesquisas futuras que carecem de ser desenvolvidas para tratar de um tema tão instigante, complexo e atual.

Referências

ABREU, Carla L. **Hipervisibilidade e self-disclosure**: novas texturas da experiência social nas redes digitais. Revista Visualidades, Goiânia v. 13 n.2 p. 194 – 219, 2015. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/34196/20846>>. Acesso em: 7 ago. 2018.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CERVO, L.; BERVIAN, P.; SILVA, R. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HJARVARD, Stig. **Midiatização:** conceituando a mudança social e cultural. Matizes, São Paulo, v.8 n.1, p. 21-44, 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/283420729_Midiatizacao_conceituando_a_mudanca_social_e_cultural> . Acesso em: 26 nov. 2018.

PAIVA, Cláudio C.. **O espírito de Narciso nas águas do Facebook.** as redes sociais como extensões do ego e da sociabilidade contemporânea. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0953-1.pdf>>. Acesso em: 7 ago. 2018.

PRIMO, Alex. **Industrialização da amizade e a economia do curtir:** estratégias de monetização em sites de redes sociais. In: Lídia Oliveira; Viana Baldi (Org.). A insustentável leveza da web: retóricas, dissonâncias e práticas na sociedade em rede. Salvador: EDUFBA, 2014, p. 109 – 130. Disponível em: <http://www.academia.edu/13208711/Industrializa%C3%A7%C3%A3o_da_amizade_e_a_economia_do_curtir_estrat%C3%A9gias_de_monetiza%C3%A7%C3%A3o_em_sit_es_de_redes_sociais>. Acesso em: 26 nov. 2018.