



CURSO DE PSICOLOGIA

EDUARDO MARCELO CASAGRANDE

**A INFLUÊNCIA DO INSTAGRAM NA IDENTIDADE DE
ADOLESCENTES**

**Sinop/MT
2022**

EDUARDO MARCELO CASAGRANDE

**A INFLUÊNCIA DO INSTAGRAM NA IDENTIDADE DE
ADOLESCENTES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Avaliadora do **Departamento de Psicologia**, do Centro Educacional Fasipe - UNIFASIPE, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Psicologia.

Orientador(a): Prof^a Tatiane Favarin Rech Fortes

**Sinop/MT
2022**

EDUARDO MARCELO CASAGRANDE

**A INFLUÊNCIA DO INSTAGRAM NA IDENTIDADE DE
ADOLESCENTES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Avaliadora do Curso de Psicologia - UNIFASIPE, Centro Educacional Fasipe - UNIFASIPE, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Psicologia

TATIANE FAVARIN RECH FORTES

Professor(a) Orientador(a)

Departamento de Psicologia - UNIFASIPE

XXXXXXXXXX

Professor(a) Avaliador(a)

Departamento de Psicologia - UNIFASIPE

XXXXXXXXXX

Professor(a) Avaliador(a)

Departamento de Psicologia - UNIFASIPE

ANA PAULA PEREIRA

Coordenadora do Curso de Psicologia

Departamento de Psicologia - UNIFASIPE

EPÍGRAFE

E se somos Severinos
iguais em tudo na vida,
morremos de morte igual,
mesma morte severina:
que é a morte de que se morre
de velhice antes dos trinta,
de emboscada antes dos vinte
de fome um pouco por dia
(de fraqueza e de doença
é que a morte severina
ataca em qualquer idade,
e até gente não nascida).

João Cabral de Melo Neto

RESUMO

A identidade é um conceito de difícil definição, sendo geralmente relacionado com a resposta da pergunta “Quem é você?”. A identidade é definida de maneira social sempre em relação a outros indivíduos ou outros grupos, além disso a identidade também sofre constantes transformações ou metamorfoses. Este estudo busca relacionar o uso de redes sociais, em especial o Instagram, com mudanças na identidade. Para isto foram realizados um levantamento bibliográfico e uma pesquisa de campo acerca do tema, primeiramente definindo o conceito de identidade e como ela se transforma, os efeitos das redes sociais e outras mídias globalizantes na identidade de seus usuários e, finalmente, como os adolescentes fazem uso destas redes sociais e sua percepção sobre este uso. Este trabalho buscou aprofundar a compreensão da comunidade psicológica acerca dos efeitos do uso das redes sociais, em especial do uso do Instagram por adolescentes de 15 a 17 anos, observando como a sua identidade pode ser influenciada pelo uso desta rede social, sob uma perspectiva da psicologia social. A partir da aplicação de um questionário semiaberto, procuramos conhecer os hábitos de uso do aplicativo Instagram e as percepções dos participantes sobre como suas identidades são afetadas pela rede social. Concluimos que a plataforma promove a criação de personas *online* e hábitos de interação e consumo de conteúdos, porém chegamos à conclusão de que estas mudanças não estão relacionadas à plataforma em si, mas aos próprios modos de criação e representação de personagens, como apresentados pela teoria da identidade em psicologia social.

Palavras chave: Identidade; Instagram; Psicologia.

ABSTRACT

Identity as a concept is hard to define, being usually related with the answer to the question “Who are you?”. Identity is define dina social way, always in relation with other individuals or groups, besides that, the identity is always affected by constant transformations or metamorfoses. This project will look to relate the use of social media, especially Instagram, with changes on ones identity. With this purpose a bibliographic survey and a field research related to the theme were applied, firstly defining the concept of identity and how it transforms, the effects of social media and other globalized media on the identity of its users and, finally, how teenagers use these social media and their perceptions about this use. This research attempted to deepen the comprehension of the psychological community on the effects of social media use, especially the use of Instagram by teenagers aged 15 to 17 years old, observing how their identity can be influenced by the use of this social media platform, using the perspective of social psychology. With the use of a semi-structured interview, we tried to understand the usage habits of the Instagram application and the participant’s perceptions of how their identities are affected by the platform. We concluded that the social media platform promotes the creation of online personas and interection habits and content consumption, none the less, we became to the conclusion that these changes aren’t related to the platform in itself, but to the own modes of creation e representation of characters, as represented by the social psychology theory on identity.

Key words: Identity; Instagram; Psychology.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Amostra de Participantes.....	34
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CETIC Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação

GWI Global Web Index

TCLE Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO.....	10
1.1 Problematização.....	11
1.2 Justificativa.....	12
1.3 Hipótese.....	12
1.4 Objetivos.....	12
1.4.1 Objetivo Geral	12
1.4.2 Objetivos Específicos	12
2. REVISÃO DE LITERATURA	14
2.1 A Identidade em Psicologia Social	14
2.1.1 Panorama Histórico da Identidade em Psicologia Social	14
2.1.2 Formação e Transformação da Identidade em Psicologia Social	15
2.2. Os Efeitos da Globalização e das Mídias sobre a Identidade	21
2.2.1 O Papel da Globalização nas Identidades Contemporâneas.....	22
2.2.2 O Papel da Mídia nas Identidades Contemporâneas.....	23
2.2.3 O Papel da Redes Sociais nas Identidades Contemporâneas.....	24
2.3 O Uso do Instagram por Adolescentes e a Influência na Identidade.....	30
2.3.1 Adolescência.....	30
2.3.2 Adolescentes e o uso do Instagram.....	30
3. METODOLOGIA	34
3.1 Tipo de Pesquisa.....	34
3.2 População e Amostra.....	35
3.3 Coleta de Dados.....	35
3.4 Instrumentos.....	36
4. ANÁLISE DE DADOS.....	37
4.1 Identidade e grupos sociais.....	37
4.2 Uso de Instagram e outras redes sociais.....	39
4.3 Instagram e os efeitos sob a identidade.....	41
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45
BIBLIOGRAFIA.....	48

ANEXO A.....	50
ANEXO B.....	51

1. INTRODUÇÃO

A identidade é um conceito de difícil explicação. Para Ciampa (1989), a resposta para a pergunta “Quem sou eu?” implica em pesquisa sobre a identidade, na qual o “pesquisador” cria uma narrativa de si próprio, de sua própria vida e características que o definem. Ainda segundo, Ciampa (1989), é importante lembrar que a identidade não é um elemento imutável, pelo contrário, está em constante transformação, a cada nova definição de si mesmo muda-se algum componente da identidade. Outro autor que discorre sobre a personalidade é Martino (2010), porém ele transforma a pergunta já exposta em “Quem você pensa que é?”, oferecendo um novo prisma para a visão sobre a identidade, observando como a relação com os outros e a forma como nos apresentamos ajuda a definir nossa identidade.

A identidade é mutável e está sempre em constante transformação, porém na fase da adolescência este processo é acelerado, devido à busca da separação dos pais. Para Papalia e Feldman (2013), esta fase do desenvolvimento é marcada pelo movimento dos jovens em direção à individualização em relação a seus pais, além de ser um período marcado por mudanças físicas, hormonais, sociais e psicológicas. O maior contato com colegas da mesma idade, a formação de “tribos”, e a vontade de ser diferente dos pais ajuda na construção de novas formas de identidade (PAPALIA; FELDMAN, 2013).

Grande parte do público das redes sociais é formado por usuários destas faixas etárias, segundo a CETIC.br (2016), citado por Stengel e colaboradores (2020) na faixa etária dos 10 aos 34 anos, mais de 80% dos brasileiros eram usuários de internet, na faixa dos 45 aos 54 anos, este número baixou para 54% e para 24% para os brasileiros acima dos 64 anos. Podem ser

observados alguns pontos sobre esse uso, um deles é o fato de este público ser formado, em grande parte, por nativos digitais, aqueles que nasceram e cresceram em meio às tecnologias digitais e por muitas vezes fazem este uso de maneira não supervisionada.

As redes sociais podem servir para vários objetivos e em diferentes contextos, sendo os maiores deles a comunicação, informação e o consumo de mídia. Visto que a formação da identidade ocorre de maneira social, e a maior porcentagem do uso de redes sociais é relacionada com a comunicação, busca-se entender se o uso das redes sociais pode influenciar na formação de identidade de adolescentes, e quais outros efeitos o uso das redes sociais pode ter sobre a formação ou transformação desta identidade.

1.1 Problematização

O uso de internet no Brasil vem aumentando constantemente nos últimos anos, segundo o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic) (2021), em 2015, 58% dos brasileiros com dez anos ou mais eram usuários de internet, em 2020 este número saltou para 81%, com um total estimado de 152 milhões de brasileiros fazendo uso da rede, deve ser destacado o aumento de 7 pontos percentuais entre os anos de 2019 e 2020, este aumento foi devido à pandemia de Covid-19, limitando o contato social físico e priorizando o contato por meios digitais.

Ainda segundo a Cetic (2021), os modos como a internet é utilizada se manteve similar, mesmo com a entrada de novos usuários, sendo as atividades de comunicação mais utilizadas por usuários brasileiros a troca de mensagens instantâneas (93%), conversas por chamadas de voz ou vídeo (80%) e uso de redes sociais (72%).

Crescer sendo parte do mundo contemporâneo, já sendo um usuário nativo de redes sociais, passando pelas várias fases de desenvolvimento da internet, como uso de blogs, redes sociais como o Facebook, Youtube, e, posteriormente, Twitter, Instagram e Tik-Tok fez com que grande parte do público adolescente obtivesse um contato social e comunicações diretas e indiretas com diversas pessoas e comunidades de diferentes grupos sociais, formações políticas e interesses, contato que não era disponível para grande parte da população antes do advento das redes sociais. Visto que a formação da identidade se dá pelo contato social e está em constante formação, é de interesse estudar como esta participação online afetou a identidade deste grupo social. Diante disso, questiona-se: Qual a influência das redes sociais na formação e transformação da identidade de adolescentes?

1.2 Justificativa

As redes sociais já fazem parte do dia-a-dia de grande parte da população brasileira, em especial do grupo dos adolescentes. Uma grande parcela deste público está em contato direto com colegas, amigos, familiares, influenciadores digitais e desconhecidos através das redes sociais, porém os efeitos destas trocas de comunicação e relacionamentos quando mediadas através das ferramentas das redes sociais, ainda não são completamente compreendidas por seus usuários. Este trabalho procura entender como as redes sociais, em especial o Instagram, afetam a identidade dos adolescentes que fazem uso desta rede e como estes adolescentes compreendem este uso e seus efeitos.

Compreender como um meio de comunicação e troca de informações, utilizado por grande parte do Brasil e do mundo, afeta a formação e desenvolvimento da identidade é de grande importância para a psicologia, abrangendo os horizontes desta ciência sobre uma área de grande alcance e em franca expansão, aprofundando-se nos conceitos de identidade e como estes se relacionam com o mundo moderno.

Além disso, entender este aspecto do funcionamento das redes sociais, em especial do Instagram, é de vital importância para a sociedade no geral, já que o uso de redes sociais faz parte de uma realidade presente e futura em nossa sociedade. Todo novo tipo de ferramenta de comunicação deve ser compreendido, observando os efeitos destas ferramentas em seus usuários. Visto que o uso de redes sociais, ou da próxima evolução delas, já faz parte da realidade e o seu desaparecimento completo nos parece irreal, torna-se necessário compreender seus efeitos de maneira completa, este trabalho busca ampliar o conhecimento disponível sobre este tema, em especial no que diz respeito aos efeitos do Instagram sobre a identidade dos usuários adolescentes.

1.3 Hipótese

O uso da rede social Instagram afeta a identidade de adolescentes de 14 a 17 anos.

1.4 Objetivos

1.4.1 Geral

Analisar os efeitos do uso da rede social Instagram na identidade de adolescentes de 14 a 17 anos.

1.4.2 Específicos

- a) Definir o conceito de identidade para a psicologia social;
- b) Observar como a identidade afeta e é afetada pelas redes sociais na Internet;
- c) Identificar como a rede social “Instagram” é utilizada por jovens e adolescentes.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 A Identidade em Psicologia Social

2.1.1 Panorama Histórico da Identidade em Psicologia Social

O estudo sobre a identidade foi de relevância variável ao longo da história. Segundo Jacques (2013), este estudo acompanha a importância dada à individualidade e à expressão do eu em dados momentos da história. Durante a Antiguidade Clássica, houve um aumento no valor dado à vida individual, conferindo uma nova importância ao estudo da identidade, porém, esta importância sofre um declínio acentuado com a concepção cristã do homem e do corporativismo feudal. Ainda Segundo Jacques (2013), o estudo da individualidade foi resgatado nos séculos XI, XII e XIII, com este resgate sendo refletido na linguagem, na literatura e nas artes plásticas. Sob a influência do protestantismo e das formas capitalistas de produção, observamos o surgimento do movimento romântico, considerado o ápice do culto ao egocentrismo e à introspecção, com a relevância destes movimentos, as produções teóricas sobre a identidade aumentaram em quantidade e qualidade (JACQUES, 2013).

No âmbito psicológico os estudos sobre a identidade inicialmente passam pela psicologia analítica do Eu e pela psicologia cognitiva. Em geral, discorrem sobre o desenvolvimento por estágios crescentes de autonomia, considerando que a identidade é gerada pela socialização e garantida pela individualização.

Os estudos focados em psicologia social têm como expoentes William James e George Mead. Como descrito por Deschamps e Moliner (2009), é a William James que devemos a distinção entre o Eu e o Mim, e a dualidade da representação do si mesmo, sendo o si mesmo composto por um Eu cognoscente, que percebe, tem sensações, mobiliza lembranças e elabora projetos, e por um Mim, parte do si mesmo que é conhecida pelo Eu e que é composta por três elementos, o elemento material, o elemento social e o elemento espiritual.

George Mead, aprofundará as concepções de James, apresentando a ideia de que o si mesmo é composto por um componente sociológico, uma interiorização dos papéis sociais e um componente mais pessoal. Para Mead “... o si-mesmo de alguém desenvolve-se a partir dos julgamentos que os outros fazem dele, no interior de um contexto social em que ele e os outros interagem.” (DESCHAMPS; MOLINER, 2009, p. 19).

Após um período de poucos avanços, a temática da identidade voltou a receber atenção com os trabalhos acerca das relações entre grupos, a diferenciação social, identidade marginal, entre outros. Na contemporaneidade alguns pontos de vista fortemente arraigados são

questionados, em especial as perspectivas naturalista, essencialista e maturacionista (JACQUES, 2013)

Com esta base histórica dada se torna necessário um aprofundamento sobre a identidade, especialmente a maneira como ela se forma e como suas transformações ocorrem. Para este propósito serão utilizados os trabalhos de Ciampa (1983/1989), autor brasileiro, cujo as teses sobre identidade recebem grande prestígio.

2.1.2 Formação e Transformação da Identidade em Psicologia Social

Existe uma grande dificuldade em definir a identidade, seja a identidade do outro ou nossa própria identidade, o caminho mais utilizado é responder à pergunta “Quem é você?”, como você define a si mesmo? Este questionamento é posto por Ciampa (1983/1989), sendo este autor um dos grandes teóricos acerca da identidade na abordagem da Psicologia Social é nele que a descrição deste fenômeno será baseada.

Voltando a pergunta original, quando somos questionados acerca de quem somos, estamos sendo indagados sobre nossa identidade. O primeiro passo para esta definição é a apresentação de nosso nome, o nome que nos é dado, geralmente por nossos pais, na maioria das vezes imutável durante nosso tempo de vida, se isto não é suficiente, na maior parte das vezes não é, utilizamos nosso sobrenome, passado a nós por nossos antepassados. Seguindo esta premissa Ciampa (1983) discorre sobre como na apresentação do nome e sobrenome três aspectos da identidade podem ser desvelados, a identidade é dialética entre igualdade e diferença, a identidade é apresentada através da representação de papéis já pressupostos e a identidade é social e histórica, estes pontos serão apresentados com mais clareza adiante.

Segundo Ciampa (1983), a identidade se dá na relação do diferente e do igual, sendo isto exemplificado pelo nome próprio. Nosso sobrenome nos iguala à um grupo do qual pertencemos, nominalmente nosso grupo familiar, já nosso nome próprio nos diferencia, ao mesmo tempo que somos parte de um grupo, sendo algumas características deste grupo repassada à nós como indivíduos, nossa individualidade é mantida.

Na família o prenome nos separa, nos diferencia de nossos familiares (havendo homônimos, acrescenta-se filho, júnior, neto, etc.). O sobrenome nos assimila, iguala-nos a nossos familiares. Fazemos parte de uma família, confundimo-nos com nossos familiares: somos um daquela família, (CIAMPA, 1983, p. 138).

No decorrer da formação de nossa identidade, continuamos nos igualando e nos diferenciando em outros grupos sociais. Somos brasileiros enquanto os outros são estrangeiros,

definindo a brasilidade como sendo de uma forma enquanto o estrangeiro é de outra forma, nos diferenciamos como homens e mulheres, descrevendo um gênero de uma maneira e outro gênero de outra, com os exemplos se multiplicando indefinidamente. “O conhecimento de si é dado pelo reconhecimento recíproco dos indivíduos identificados através de um determinado grupo social que existe objetivamente, com sua história, suas tradições, suas normas, seus interesses, etc.” (CIAMPA, 1989, p. 64).

Deschamps e Moliner (2009) corroboram este pensamento de Ciampa. Observando como as identidades sociais são partilhadas por indivíduos que ocupam posições semelhantes, porém este sentimento de pertença ao grupo só pode ser possível se for posto em relação com membros de outros grupos, com outras posições. Portanto, a identidade se remete tanto ao sentimento de pertencimento ao endogrupo, grupo social do indivíduo, quanto à diferenciação com o exogrupo, outros grupos não pertencentes ao grupo do sujeito.

Ciampa (1989), demonstra como a identidade é um processo social, visto que ela sofre com pressões do mundo externo e da maneira como nós nos comunicamos acerca de nós mesmos, com isso ela é descrita a partir do “É”, por exemplo, “Fulano é advogado”, ao invés do “Está sendo”, por exemplo, “Fulano está sendo advogado”, ou “Fulano está advogando”, com isto, mesmo que a identidade seja fluída e transformada de maneira contínua ao longo da vida, ela é vista e apresentada como estática. Segundo Jaques (2013): “Esta presentificação (eu sou) expressa um momento originário quando nos “tornamos algo” e se representa como um “dado” que oculta o “dar-se” constante que expressa a processualidade da identidade e o movimento do social.” (JAQUES, 2013, p. 140).

Para que se tenha uma melhor compreensão de como a identidade se constrói através dos grupos de que fazemos parte Ciampa (1983), observa como este grupo existe de forma objetiva. Ele existe através das relações estabelecidas por seus membros entre si e com o meio onde vivem, isto é, pela ação e por sua prática, não usando o substantivo, mas sim o verbo. Porém, ao nos definirmos utilizamos do substantivo, dizemos que o pescador pesca, que o trabalhador trabalha, que o estudante estuda, etc. Pressupondo, antes a ação, uma identidade de pescador, de trabalhador, de estudante, contudo, é através da ação que alguém se torna algo, ao pescar se torna pescador, ao trabalhar se torna trabalhador, ao estudar se torna estudante. Esta forma de nos identificarmos e identificarmos os outros pressupõem uma substancialidade estática e imutável, quando isto não poderia estar mais longe da verdade, a identidade é transformação constante, é metamorfose (CIAMPA, 1983).

Outro fator é de importância para a compreensão da identidade, é que ela existe dentro de uma realidade social e histórica, uma realidade material. A identidade não pode ser formada fora da realidade, ela é moldada pelas limitações da realidade, pela materialidade das relações sociais. “A materialidade dessas relações sociais faz com que a nova identidade não seja uma ficção, uma abstração imaginária.” (CIAMPA, 1983, p. 109). Com isto o autor teoriza que a identidade é conformada pelas realidades do momento histórico, social e político no qual está inserido, não podendo se desenvolver de uma maneira que não lhe é possível, não podendo viver em uma realidade que nunca lhe foi apresentada sendo que “... a estrutura social mais ampla que oferece os padrões de identidade.” (CIAMPA, 1983, p. 169), veremos mais adiante como as redes sociais e a globalização promoveram um maior número de possibilidades, ainda que ainda não completas.

A pergunta “Quem é você?”, abrange outro aspecto da identidade, este muito importante para a compreensão do motivo da identidade ser vista muitas vezes como estática e imutável, esta é a representação. Primeiramente podemos observar como esta representação é construída. Como já vimos ela passa pelo crivo da sociedade na qual estamos inseridos, ao nascermos já nos estão impostas expectativas acerca da nossa identidade. Isto pode ser visto se utilizarmos novamente o exemplo do nome, ao receber este nome algumas expectativas já estão postas, por exemplo meu gênero, possivelmente a ligação com outro parente do qual recebi este nome, e meu sobrenome também traz conotações acerca da minha identidade “Sou Silva tal qual os outros Silva.”, alguém poderia dizer. Estes processos podem ser lentamente absorvidos e internalizados pela pessoa, vindo a fazer parte, não só da maneira como ela se apresenta para os outros, mas a forma como ela se representa para si mesma (CIAMPA, 1983).

Um nome nos identifica e nós com ele nos identificamos. Por isso podemos dizer “eu me chamo...”. Então nós nos chamamos, mas isto só depois de uma certa idade, pois inicialmente apenas somos chamados por um nome que nos foi dado.

Interiorizamos aquilo que os outros nos atribuem de forma que se torna algo nosso. A tendência é nós nos predicarmos coisas que os outros nos atribuem. Até certa fase esta relação é transparente e muito efetiva; torna-se mais seletiva, mais velada (e mais complicada) (CIAMPA, 1983, p. 131).

Porém deve ser deixado claro que nome não é identidade, nome é representação, que pode ser representado de inúmeras maneiras. Ao dar nome a alguém, tornamos esse alguém determinado, porém isso pode fazer com que esqueçamos do momento anterior em que esse

alguém se tornou presente para mim, separando-se como objeto para minha consciência, ele nasceu então ele é nascido. A manifestação do ser é sempre uma atividade (CIAMPA, 1983).

Pode-se perceber que predicação é predicação de uma atividade anterior, uma presentificação do ser. Portanto ele se apresenta com o uso do predicado, diz que “É”, não que “Está sendo”, dando à identidade a imagem de imutabilidade. A linguagem cotidiana tem dificuldades de falar do ser como atividade, acabamos por utilizar substantivos que criam a ilusão de uma substância da qual o indivíduo seria dotado, substância que se expressaria através dele (CIAMPA, 1983).

Por isso, quando representamos a identidade, usamos com muita frequência proposições substantivas (Severino é lavrador), em vez de proposições verbais (Severino lava a terra). Pelo fato já mencionado de interiorizarmos o que é predicado, a atividade coisifica-se sob forma de uma personagem que subsiste independentemente da atividade que a engendrou e que a deveria sustentar (Severino é lavrador mas já não lava) (CIAMPA, 1983, p. 133).

Uma vez que esta identidade é posta e repostada sobre o ser sucessivas vezes, ela é vista como dada e não como se dando, num contínuo processo de identificação. É como se uma vez identificado o indivíduo e a produção de sua identidade se esgotassem, não lhe dando a possibilidade de se desenvolver de maneira contínua. Por isso a expectativa de que o indivíduo deve agir de acordo com as suas predicações, e, conseqüentemente, ser tratado como tal. De certa forma, reatualizamos, com ajuda dos ritos sociais, uma identificação já pressuposta por terceiros, sendo assim vista como dada, e não se dando em constante reposição, removendo o caráter de historicidade da identidade, aproximando-a mais da noção de um mito que prescreve a conduta correta e esperada, reproduzindo o social (CIAMPA, 1983).

Segundo Ciampa (1983):

O caráter temporal da identidade fica restrito a um momento originário - como se fosse uma revelação de algo preexistente e permanente -, quando, de fato, já vimos, nos tornamos nossas predicações: interiorizamos a personagem que nos é atribuída; identificamo-nos com ela. É discutível o grau de liberdade que um indivíduo tem de escolher (e de ser escolhido para) uma personagem; mesmo para adultos, esse grau de liberdade (ou grau de seletividade da personagem) parece ter uma relação direta com a quantidade de poder a que a personagem dá acesso, (CIAMPA, 1983, p. 163-164).

Podemos definir esta representação em um tríplice sentido, primeiramente, o sujeito se apresenta enquanto representante de si mesmo, com uma identidade pressuposta e dada como sempre idêntica; em um segundo sentido ele representa enquanto representa papéis, ocultando outras partes de si, que não estão contidas na sua identidade pressuposta e repostada; e, finalmente,

representa enquanto repõem no presente o que tem sido no passado, enquanto reitera a representação de si, desta forma encobrendo o caráter temporal e mutável de sua identidade (CIAMPA, 1989).

Assim, é possível perceber que todos estes processos promovem a estratificação da identidade, promovida, em um primeiro momento por outros, e, em um segundo momento, reiterada e reforçada por nós mesmos, reforçando as pressuposições dadas acerca de nossa própria identidade. Por estes fatores a identidade é vista como imutável. A expressão em verbo se torna a expressão em subjetivado, a substância real da identidade cria a ilusão de uma personagem estática, e a socialização promove a reiteração desta identidade-mito, identidade que não representa a total expressão do ser, mas representa uma fachada social, mantém o ser na mesmidade, e na condição de não superação das contradições do seu ser (CIAMPA, 1983).

A maneira como nossa identidade é construída, definida e reiterada promove a imutabilidade. Sobre esta criação social da identidade como imutável é Ciampa (1983) quem descreve como esta imutabilidade é aceita pelo próprio indivíduo, ele mesmo entende sua personagem como o seu *Eu*, impedindo um real movimento de crescimento, promovido pela percepção de que a identidade é mutável, muda o tempo todo, como o ferro se oxida, como a semente vira planta, a identidade humana muda, se transforma (CIAMPA, 1983).

Mas é na representação que a ilusão da imutabilidade é mantida e pode vir a ser negada:

Se entendermos que ao me representar (no 1º Sentido – representante de mim) transformo-me num desigual de mim por representar (no 2º Sentido – desempenho de papéis) um *outro* que sou eu mesmo (o que estou sendo parcialmente, como desdobramento de minhas múltiplas determinações, e que me determina e por isso me nega), veremos que ao representar (no 3º Sentido – re(a)representar, repor no presente) estou impedido de expressar um outro *outro* que também sou eu (o que estou sem estar sendo). Ou seja, se deixasse de representar (no 3º Sentido), expressaria um outro *outro* que também sou eu, estão negaria a negação de mim, (indicada pelo representar no 2º Sentido).

Dizendo de forma diferente: essa expressão do outro *outro* que também sou eu consiste na metamorfose da minha identidade, na superação de minha identidade pressuposta, (CIAMPA, 1983, p. 180).

Portanto para Ciampa (1983), a metamorfose da identidade se dá na negação da negação, permitindo expressar o outro *outro*, que também faz parte do sujeito, nisto consiste a “alterização” da identidade. Esta metamorfose se dá pela eliminação da identidade pressuposta e reposta neste jogo de representações e no desenvolvimento de uma identidade posta como constante metamorfose, que é livre para se desenvolver de maneira fluída, na qual toda a humanidade contida no indivíduo pode se concretizar, podendo se representar, no primeiro

sentido, como sempre diferente de si mesmo, deixando de representar uma apresentação de si que foi cristalizada em momentos anteriores (CIAMPA, 1983).

Esta alterização" da identidade se dá com uma mudança significativa, resultado de um acúmulo de mudanças quantitativas, por vezes insignificantes, mas graduais e não radicais. Assim, o que se considera é a conversão de mudanças quantitativas em como a identidade se dá dentro das bases materiais, em pequenas escalas de desenvolvimento, que se transformam em mudanças qualitativas, transformações radicais na identidade do indivíduo (CIAMPA, 1983).

Porém, Ciampa (1983) realça que esta conversão de mudanças quantitativas em mudanças qualitativas pode induzir ao erro de um pensamento mecanicista, nos levando a um determinismo que na verdade é imobilismo e conformismo, pois, podemos ser levados a crer, que poderemos simplesmente aguardar que um acúmulo de mudanças suficiente se dê de maneira natural, quando na verdade esta mudança se dá através do esforço humano e da luta constante do indivíduo para concretizar suas potencialidades humanas.

Seguindo a Filosofia Hegeliana, Ciampa ainda afirma que as constantes transformações da identidade no decorrer da vida demonstram “A evidência de que metamorfose é desenvolvimento do concreto” (CIAMPA, 1983, p. 197). Desenvolvimento de algo que se dá concretamente na realidade observável das várias personagens representadas pelo indivíduo. “Podemos dizer que as personagens são momentos da identidade, degraus que se sucedem círculos que voltam sobre si em um movimento, ao mesmo tempo, de progressão e regressão” (CIAMPA, 1983, p. 198). Portanto a identidade como concreta está sempre se concretizando, sucedendo sobre si mesma, evoluindo com base em suas evoluções anteriores. Por isso mesmo que para Ciampa, para conhecermos a história completa de alguém, com todas as transformações que esta pessoa teve, temos de esperar até o último momento de sua vida, pois como as transformações na identidade não cessam, sua biografia só pode ser fechada de maneira definitiva quando estas metamorfoses não puderem mais ocorrer. (CIAMPA, 1983).

Ao mesmo tempo que o aspecto concreto da identidade é a síntese de variadas e distintas determinações, o desenvolvimento também é determinado pela materialidade das condições históricas, sociais e do próprio indivíduo. “A identidade é concreta: a identidade é o movimento de concretização de si, que se dá, necessariamente, porque é o desenvolvimento do concreto e, contingencialmente, porque é a síntese de múltiplas e distintas determinações.” (CIAMPA, 1983, p. 1999). Desta forma, a concretude da identidade é, também, sua temporalidade, passado, presente e futuro, em outras palavras sua história de vida, que se dá em

determinados momentos históricos, cada qual com suas particularidades, sendo o mais difícil, se não impossível, de decifrar sendo o futuro, que por definição não é conhecido. Portanto “De um lado, o homem é ser posto; de outro é vir-a-ser. É concreto.” (CIAMPA, 1983, p. 200).

Martino corrobora algumas teses de Ciampa, especialmente da materialidade e temporalidade: “A identidade de alguém é formada na intersecção de inúmeros fatores, às vezes paralelos, às vezes contrários, dentro de tempos de duração variável. É um processo contínuo no qual oportunidades de escolha se alternam com obrigações sociais ou determinações psíquicas” (MARTINO, 2010, p. 13). Deixando claro que as transformações que ocorrem na identidade se dão na materialidade histórica, sendo definidas pelas possibilidades dadas por certo momento histórico e material.

Discorrendo acerca das metamorfoses da identidade também existem paralelos entre Ciampa e Martino: “Em um minuto sua identidade mudou, você é a pessoa do minuto passado somada às características adquiridas no instante presente, e, portanto, você é outra pessoa. Mas ainda é a mesma. Paradoxal” (MARTINO, 2010, p. 14). Nesta citação podemos perceber semelhanças com os conceitos de concretização e metamorfose expostos anteriormente por Ciampa, dando a entender que a identidade se transforma com base nas personagens já representadas no passado, estando em constante movimento.

Como foi apontado, a identidade é vista na psicologia social, especialmente por Ciampa, como estando em constante transformação. Esta transformação se dá apesar da estruturação social, que busca demonstrar a identidade como estática, com a representação do “Eu” real, com todas as suas contradições. Também observamos como estas transformações ocorrem com base nas possibilidades materiais e históricas, com o indivíduo não podendo se desenvolver em um sentido que lhe é impossível pelas bases concretas e observáveis de um determinado ponto na história. O capítulo a seguir buscará demonstrar como aspectos da mídia, em especial as redes sociais, afetaram e afetam as formações e transformações da identidade.

2.2 Os Efeitos da Globalização e das Mídias sobre a Identidade

Como vimos no primeiro capítulo, a identidade sofre um conjunto de determinações sociais que recaem sobre os indivíduos em seus processos de representação de si. Um desses processos se refere ao conjunto de determinantes advindos da globalização, em especial como as ferramentas tecnológicas modernas através da mídia, tanto a mídia considerada tradicional, como a televisão, filmes e livros, quanto as novas mídias das redes sociais. Neste capítulo, serão observadas as influências da mídia na identidade de seus usuários.

2.2.1 O Papel da Globalização nas Identidades Contemporâneas

Hall (2006), nos ajuda a compreender o conceito de globalização. Com base na argumentação de McGrew (1992), a globalização se refere a processos que atuam em escala global, atravessando fronteiras nacionais, conectando comunidades e organizações em combinações inéditas, tornando o mundo mais conectado. Implicando em um distanciamento da ideia clássica de sociedade como um sistema bem delimitado e substituindo este pressuposto por uma ideia de sociedade mais interconectada e volátil.

Ainda segundo Hall (2006), não devemos pensar na globalização como um fenômeno recente. As comunicações entre diferentes sociedades sempre existiram na história das sociedades humanas, foram as evoluções tecnológicas que proporcionaram uma expansão quantitativa e qualitativa nestas comunicações. Hall (2006) argumenta que foi a partir dos anos 70 que tanto o alcance como o ritmo desta integração global aumentaram enormemente, com isso aumentando as trocas e laços entre nações.

Uma das formas em que a globalização se apresenta para a sociedade é através da mídia. Martino (2010) observa que para termos uma visão mais completa do papel da mídia na forma como a identidade se forma e se transforma na contemporaneidade, devemos observá-la como articuladora de um processo de mão dupla entre a comunicação proposta pela mídia e a articulação das mensagens recebidas por indivíduos dentro de um contexto cultural e histórico, além de observar a sua própria produção de comunicação.

A nacionalidade é, para Hall (2006), uma das principais fontes de identidade cultural. Com isso os mitos de fundação de um país podem afetar a identidade do indivíduo de maneira profunda. Martino (2010) discorre sobre como a mídia revisita esta história nacional, seja para destacar alguns mitos oportunos, ou para explorar momentos menos conhecidos, sendo possível encontrar grandes diferenças entre os discursos de identidade entre as metrópoles e ex-colônias.

Enquanto na Europa e nos Estados Unidos o esforço parece ser no sentido de inventar um passado, a produção audiovisual da América Latina, Ásia e África parece se voltar em alguma medida para a desconstrução de seu próprio passado, diferenciando o que é original, o que é narrativa histórica e o que pertence à história do colonizados, agora incorporada à sua. Mesmo em países libertos do jugo colonial ainda no século 19, caso da América Latina, os temas e narrativas de um passado colonial se mostram presentes nas formas e estruturas da produção cultural, tornadas híbridas, mestiças, aglutinadas com a produção original, e seria praticamente impossível insistir em uma diferenciação sem forçar os limites da narrativa. Assim, os discursos fundadores levados às telas reconstróem um passado imaginário a partir de um presente que fará uso desse passado para se legitimar, (MARTINO, 2010, p. 61-62).

Portanto, podemos perceber como os processos de globalização demonstram que formação da identidade já não é definida de maneira local, pelas práticas das comunidades locais ou por fronteiras definidas, permitindo o surgimento de identidades globais, nos quais elementos de várias origens diferentes se aglutinam e afetam uns aos outros.

A cultura é descentralizada em sua produção e recepção, com expressões culturais sendo retiradas de seu contexto original e reapropriadas de maneira diferente em cada local, com seus significados sendo disseminados de forma desigual, ao mesmo tempo que suas apropriações são altamente desiguais.

Desta forma a globalização atinge diretamente as formas de formação e transformação da identidade, questionando a ideia de origem, tornando-a difusa, híbrida e descentralizada. Acompanhando os fluxos do capital financeiro, os circuitos de interação através da mídia também se tornam mundiais, sendo produzidos, especialmente nos países do centro do capitalismo e exportados para a periferia.

2.2.2 O Papel da Mídia nas Identidades Contemporâneas

Novamente pondo em foco as desigualdades históricas presentes desde as épocas coloniais, que hoje ainda demonstram o poder dos países do Ocidente sobre a ex-colônias, Martino (2010) discorre acerca da situação da dominação, anteriormente mais rígida e presente fisicamente, e que, nos dias de hoje, aparece como dominação ideológica, através das mídias.

Nas situações de dominação, geralmente há uma justificativa ideológica do dominador, que lhe permite explicar para si mesmo o que acontece e garantir seu sono tranquilo. É previsível que ele aceite esta explicação não só correta, mas também como a única certa. As outras não são “alternativas”, são “erradas”. Que o dominante faça isso é uma rotina do poder. O problema é quando o dominado é levado a crer nas mesmas justificativas do dominante e aceitar, de maneiras diversas, sua condição. A mente de ambos, dominante e dominado, passa a ter a mesma frequência, trabalhar na mesma rotação, e o mundo lhes parece normal. Os dois estruturam a realidade a partir das mesmas noções, e a justificativa de ação do dominante é tacitamente aceita como correta pelo dominado. Nenhum dos dois tem consciência desse processo, que lhes parece absolutamente natural e inevitável, (MARTINO, 2010, p. 47).

O trabalho de Martino (2010) se foca especialmente na comunicação, definida como resultado da interação de mensagens entre pessoas e culturas, entendendo este fator como elemento central na articulação das relações sociais. Observando como o modo de ver e identificar uma pessoa, uma imagem ou um objeto está ligado à nossa cultura, ao conjunto de conhecimentos anteriores que nos foram repassados por gerações passadas, que utilizamos para identificar tais pessoas, imagens e objetos, para o autor, a atribuição de identidade que damos

a estes tópicos está ligada à cultura de cada indivíduo, ao seu histórico cultural. Esta identidade também é construída e apresentada em forma de narrativa, uma estória que dá sentido e um senso de ordem e evolução ao indivíduo, com um início meio e fim.

Além do mais, é possível observar como os textos culturais fazem parte da formação da identidade, com estes textos sendo conjuntos de elementos que quando organizados produzem algum sentido, portanto os textos culturais não são somente à leitura de materiais escritos, mas à composição possível de objetos, coisas, roupas, produções artísticas, tudo que, uma vez organizado, pode ser “lido” (MARTINO, 2010). Estes textos culturais ligados à identidade, em geral, são produzidos no contexto de experiências significativas e integrados na memória, passando a fazer das representações do “Eu”. Os signos que formam estes textos culturais estão presentes no dia a dia, usar um certo estilo de roupa, ou uma estampa em uma camiseta, usar um determinado corte de cabelo, indicam uma produção de significado pelo indivíduo, que pode ser lido por outros indivíduos. A capacidade de decifrar signos e ler um texto cultural é uma maneira de estabelecer limites simbólicos de quem está dentro dos limites de vínculo com o grupo, com a composição de identidades, estando vinculada à possibilidade de comunicar textos culturais (MARTINO, 2010).

Levando em conta as maneiras de como o mundo globalizado contemporâneo, através da mídia, afetam a identidade faz-se pertinente pensar nas formas em que estas identidades podem ser transformadas. Para Hall (2006), a globalização poderia gerar novos tipos de identidades, identidades globais, afetadas por culturas internacionais e não mais tão afetadas pela cultura de seu local de nascimento, ao mesmo tempo que o contrário poderia ocorrer, com sociedades dando um enfoque acentuado nas identidades locais, como forma de se proteger das novas formas globais de cultura e identidade. Em sua conclusão, o autor observa como a dialética entre estes dois pontos de vista aponta para uma resposta mais opaca, com ambas proposições exercendo suas forças ao mesmo tempo, afetando as formas de identidade em diferentes momentos e diferentes grupos sociais, com sociedades adotando ou rejeitando as forças globalizantes em maior ou menor escala.

2.2.3 O Papel da Redes Sociais nas Identidades Contemporâneas

Utilizando a definição de Recuero (2009), as redes sociais na internet possuem alguns elementos característicos que servem de base para que a rede seja percebida e as informações a respeito dela sejam apreendidas. Para a autora, as redes sociais possuem dois elementos básicos: os atores e as conexões.

Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões, (RECUERO, 2009, p. 24).

Os atores são as pessoas envolvidas na rede analisada. Eles atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da formação de laços sociais. Como os atores não podem ser imediatamente discernidos, trabalha-se com representações dos atores sociais. Existe um contínuo processo de construção e expressão da identidade por parte dos atores online, permitindo uma presença do “Eu” no mundo virtual, um mundo que é ao mesmo tempo privado e público. Sendo aparente a necessidade percebida de se expressar e de existir no mundo virtual, a autora coloca esta como uma característica globalizante que exacerba o individualismo (RECUERO, 2009).

A partir do debate de como se configuram as redes sociais, Martino (2010) aponta como nas redes sociais se constituem as representações. Para o autor, nas redes sociais de comunicação se constroem personagens, organizados em torno das autobiografias que apresentam a representação de identidades através de narrativas. Assim, Martino destaca como acontece uma nova forma de comunicar a partir da utilização dessas redes.

Ao contrário de um diário, as postagens online se dão de maneira pública, sendo direcionadas para um outro, que, a princípio, pode ser qualquer pessoa. Se apresentando como identidade pública eletronicamente mediada. Com as ideias de íntimo e público sendo opostas, isto cria um problema para a representação da identidade, sendo criada uma espécie de transparência artificial de si mesmo.

Martino (2010) escreve:

Mas até que ponto essa narrativa é verdadeira? Em certa medida, nunca. E, a rigor, tanto faz: a narrativa de si, como vista nos primeiros capítulos do livro, é uma construção subjetiva que, ao selecionar fatos e costurar histórias, cria uma representação que chamamos de “identidade”. O quanto essa representação está ligada à realidade nem sempre faz diferença, sobretudo quando se está no ambiente virtual. O *blog* se apresenta como uma possibilidade de criação de *personas*, identidades paralelas e alternativas, decorrentes das formas narrativas de si mesmo, (MARTINO, 2010, p. 181).

Portanto, os espaços online, não são apenas apresentações de “quem se é”, mas especialmente de quem se “pensa que é”, observando que para o público é praticamente impossível saber quem o autor da postagem realmente é, e a rigor, isto não importa, podemos

ter um mapa detalhado de quem o autor “pensa que é”. Nesta esfera estamos no domínio de uma nova forma de representação de si mesmo, na qual a necessidade de estabelecer laços entre o real e o imaginário é eliminada. É possível ser qualquer um, inventar qualquer identidade, definir uma personagem voltada para o público, para o outro. Podendo-se observar no ambiente online criações de personagens que são muito próximas do autor real, e a criação deliberada de identidades, inventando um personagem completamente novo (MARTINO, 2010).

Sendo assim, observando o que já foi posto por Ciampa e Martino a representação de personagens e personas no dia a dia da vida analógica, se aplica ao mundo virtual, para Martino de forma ainda mais relevante para o estudo da identidade, obviamente os aspectos únicos das redes sociais devem ser analisados, procurando descobrir como as ferramentas e modos de interação das redes sociais realmente interferem na identidade. Ambos os autores defendem que a identidade é formada, em grande parte, através do contato social, com isso se dá a importância de compreender as características das interações entre pares no ambiente das redes sociais na Internet.

O outro ponto de Recuero (2009) para a compreensão das redes sociais são as conexões. Sendo estas para a autora “...constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores.” (RECUERO, 2009, p.30). As conexões, são consideradas pela autora como o principal foco de estudo das redes sociais, observando como as redes são construídas através da interação entre os usuários.

O ciberespaço e suas ferramentas de comunicação possuem maneiras específicas para a permitir os processos de comunicação, sendo que os atores não se dão imediatamente a conhecer, por vezes não existindo pistas não verbais, ou pistas para a interpretação da comunicação que se deu em determinado contexto (RECUERO, 2009).

A comunicação também pode se dar de maneiras somente possíveis através da mediação do computador, como a comunicação assíncrona, uma comunicação síncrona é aquela que simula uma interação em tempo real, com os atores tendo a expectativa de receberem uma resposta imediatamente, ou quase imediatamente, ambos estão presentes no mesmo momento temporal, ainda que podem estar geograficamente distantes, já na comunicação assíncrona a expectativa de resposta não é imediata, é esperado que o ator leve algum tempo para responder, espera-se que por ele não estar presente no momento só possa vir a responder depois (RECUERO, 2009).

Para Recuero (2009), também é seguro dizer que as interações que ocorrem nas redes sociais também são mantenedoras e geradoras de relações complexas e de tipos de valores que

constroem e mantêm as redes sociais na Internet. São Mantenedoras porque possibilitam a manutenção de contatos sociais feitos na vida “real”, fora do âmbito das redes sociais, com um menor custo social para os usuários, pois são laços mais fracos, e são geradoras, pois permitem que os usuários criem novos relacionamentos, que não seriam possíveis sem as ferramentas proporcionadas pelas redes sociais.

As relações podem ser mediadas pelo computador, da mesma forma que a interação. Neste caso, a relação poderá ser diferente da relação que aconteceria em um quadro de interação face a face devido às limitações contextuais da mediação. Logo, a mediação pelo computador traz aspectos importantes para a relação social, como o distanciamento entre as pessoas envolvidas na construção dessa relação pode alterar a forma através da qual ela é estabelecida. Esse distanciamento proporciona, por exemplo, anonimato sob muitas formas, já que a relação entre o corpo físico e a personalidade do ator já não é imediatamente dada a conhecer. Logo, é mais fácil iniciar e terminar relações, pois muitas vezes, elas não envolvem o “eu” físico do ator. Além do mais, barreiras como sexualidade, cor, limitações físicas e outras não são imediatamente dadas a conhecer, proporcionando uma maior liberdade aos atores envolvidos na relação, que podem reconstruir-se no ciberespaço. A falta de pistas tradicionais nas interações, como a linguagem não verbal, por exemplo, também pode influenciar nessas relações, (RECUERO, 2009, p. 37-38).

Podemos observar que na visão da autora, as redes sociais nos dão ferramentas novas para a comunicação. As redes sociais criam um ambiente que é, em parte, distinto de outros ambientes de interação analógica, com suas próprias características e regras, sendo necessário um aprofundamento nestas relações para que possamos compreender como elas diferem das interações não virtuais do dia a dia.

Em um primeiro momento, podemos observar que mesmo que as redes sociais proporcionem o contato com outros usuários previamente desconhecidos, promovendo a criação de novos laços sociais, podemos observar como a maior parte do contato social percebido nas redes sociais é entre indivíduos que se conheceram no “mundo real” (CHAMBERS, 2013). Estes laços podem sendo mantidos ou aprofundados no contato através das redes sociais, isto ocorre pelo motivo de as redes sociais serem promovedoras de laços sociais mais fracos, com menos contato entre os indivíduos e um menor nível de intimidade, portanto um contato que seria perdido pode ser mantido através das redes sociais, sem que os indivíduos tenham que gastar energia para conservá-lo (RECUERO, 2009).

Segundo Recuero (2009), os laços sociais na Internet podem ser de difícil percepção. no entanto a partir da observação das interações é possível observar os graus de intimidade, tempo e intensidade e serviços recíprocos presente nesses laços e defini-los como laços fracos, fortes ou multiplexos. Laços fracos são definidos por relações esparsas, que não se traduzem

em intimidade, os laços fortes se caracterizam pela intimidade, pela proximidade e pela possibilidade de se criar e manter uma conexão entre duas pessoas, já os laços multiplexos são definidos por serem constituídos de diversos tipos de relação social, como um grupo que se reúne no trabalho, mas também em momentos de lazer.

As redes sociais na Internet promovem a criação e manutenção, especialmente de laços multiplexos, pela grande quantidade de redes presentes, onde os mesmos atores podem interagir em espaços diferentes, e de laços fracos, visto que pela quantidade de interações presentes e pela capacidade humana finita de gastar energia na manutenção de laços fortes, os laços fracos se tornam prevalentes, já que são de fácil manutenção e não demandam grande parte do nosso tempo e energia (RECUERO, 2009).

O poder de manutenção e criação de laços sociais nas redes sociais promove então, não somente um número de conexões muito superior ao que era possível antes das redes sociais, mas uma participação muito maior com diversos grupos. A internet permitiu a criação de comunidades virtuais, com a aproximação sem precedentes de indivíduos com interesses e ideias semelhantes.

A ideia de “comunidade”, nesse sentido, parece ter sido radicalmente alterada na reconfiguração da distância - pela primeira vez, as comunidades deixaram de ser definidas pela proximidade geográfica voluntária/involuntária, e ganharam uma nova forma de construção a partir do encontro de indivíduos virtualizados em uma experiência regida pela afinidade mútua, (MARTINO, 2010, p. 185).

Um exemplo de disso são as comunidades criadas a partir de fãs de certas bandas, trocando informações sobre a banda, lendo e promovendo os textos culturais, fazendo da comunidade uma base de comunicação para uma parte de sua identidade que poderia não ter pares dispostos ou capazes de realizar este tipo específico de comunicação, sendo o ambiente online o único vasto e conectado o suficiente para que o indivíduo pudesse se expressar e ser acolhido por pessoas com o mesmo interesse (MARTINO, 2010).

É importante ressaltar como as comunidades são importantes para a formação da identidade do indivíduo. Não somente em relação à visão de mundo dividido em endogrupo e exogrupo, como formando opiniões por conta da comunidade da qual faz parte. Deschamps e Moliner (2009), citam as teses de Festinger, observando como o grupo busca uma uniformidade de opiniões, procurando diminuir as diferenças de opinião dentro do grupo, com crenças sendo validadas pelo consenso do grupo, especialmente quando não existem bases objetivas para a

avaliação destas opiniões. Portanto os diversos grupos do qual o indivíduo pode fazer parte, acarretam em crenças e identidades variáveis, afetadas pelas normas de diferentes grupos.

Deschamps e Moliner (2009), ainda ressaltam que quando estas crenças e opiniões se tornam antagônicas e ameaçam a identidade do indivíduo ele pode tanto reorganiza-las em sua representação mental, como abandonar o grupo definitivamente. Esta ameaça à identidade, se daria sobre tudo pela percepção de inferioridade de um agente social numa dada situação, sendo os atores que buscam a diferenciação aqueles que são negados por atores com mais poder e prestígio dentro do grupo. Portanto: "... partindo de uma ortodoxia na qual ele é inferiorizado, um agente social poderia, depois de ter elaborado uma heterodoxia que lhe permite restaurar uma identidade que estava ameaçada, tentar criar uma nova ortodoxia." (DESCHAMPS; MOLINER, 2009, p. 44).

Esta ideia de identidades em constante transformação nos relembra as teses propostas por Ciampa no primeiro capítulo. É possível observar como a ameaça à identidade pode resultar na reformulação identitária do indivíduo, com ele transformando os conceitos no qual baseia sua identidade, mais uma vez demonstrando como a identidade se apresenta como constante metamorfose.

Este capítulo procurou demonstrar as influências da globalização e das mídias, em especial das redes sociais, na identidade dos consumidores e usuários. Foi observado que estes fatores promovem uma proliferação de diferentes identidades, descentralizadas dos ambientes locais de interação, e afetadas por processos globais, especialmente do mundo conhecido como ocidental. Com isto as identidades possuem novas bases e grupos sociais sobre os quais pode construir-se, oferecendo as bases materiais para o desenvolvimento de identidades que sem estas bases tecnológicas de interação não seriam possíveis.

Vale ressaltar a contribuição de Levy (1999), para quem a tecnologia é condicionante da cultura, porém não é determinante. Observando que as interações humanas só podem ocorrer a partir das condições materiais e tecnológicas disponíveis para os indivíduos e grupos sociais as interações são delimitadas pelas possibilidades reais do momento, porém a tecnologia não é determinante, visto que ela dá aos seres humanos as possibilidades de seu uso, possibilidades que nem sempre serão aproveitadas. Portanto, apesar de delimitados pelas condições de uso das redes sociais, tanto pelas regras das redes como por suas características individuais, são os usuários que criam o ambiente virtual do qual fazem parte, ao mesmo tempo em que são afetados pelo ambiente social que compõe as redes sociais.

Para nos aprofundarmos sobre a influência das redes sociais na identidade de seus usuários, o próximo capítulo irá colocar em foco o uso específico da rede Instagram, abordando em especial o uso que adolescentes de 14 a 17 anos fazem desta rede, e os modos como eles percebem este uso.

2.3 O Uso do Instagram por Adolescentes e a Influência na Identidade

2.3.1 Adolescência

Papalia e Feldman (2013), definem a adolescência como o período dos 11 aos 17 anos, sendo um período definido tanto por fatores sociais como por fatores biológicos. Os fatores biológicos são definidos pela puberdade, período de grande aumento na carga hormonal produzida pelo organismo, marcando um período de maturação sexual, além de efeitos secundários, como aumento de pelos ao redor do corpo, aumento da massa muscular em homens e do aumento de gordura nos seios e nádegas das mulheres, mudanças na voz, entre outros. As autoras observam que maturação cerebral se encontra mais avançada em adolescentes de 14 a 17 anos, com a compreensão de conceitos complexos sendo facilitada.

Os fatores sociais da adolescência não são necessariamente definidos pelas mudanças fisiológicas, sendo marcado por expectativas sociais de amadurecimento e preparação para a vida adulta. Um desses fatores, que implicam no estudo desse grupo para a realização deste trabalho, é o progressivo afastamento do meio social familiar, com o adolescente procurando fazer partes de grupos sociais com outros adolescentes com gostos e ideais similares, procurando outras pessoas, que não os pais, para ter como ponto de referência social (PAPALIA; FELDMAN, 2013).

Isto faz com que estes adolescentes façam partes de novos grupos sociais, podendo ser estes formados em escolas, através de grupos de interação social, como grupos de arte ou religiosos, grupos de esportes, ou ainda se encontrarem em grupos on-line, disponíveis nas redes sociais.

2.3.2 Adolescentes e o uso do Instagram

O aplicativo Instagram foi lançado no dia 06 de outubro de 2010, pensado como um aplicativo para publicação de fotos. O aplicativo obteve um sucesso inesperado logo no primeiro dia, com 25 mil downloads sendo realizados, um ano e meio depois, em 2012, o aplicativo chegou à marca de 30 milhões de usuários. Após serem abordados por diversos investidores da área digital, o Instagram foi vendido para Mark Zuckerberg, empresário

fundador e CEO da Meta Platforms, anteriormente conhecida como Facebook, por 1 bilhão de dólares americanos (VILIC, 2015).

Como apontado anteriormente, as redes sociais são utilizadas como uma vitrine, que se abrange para o mundo, tanto para amigos próximos, parentes ou conhecidos como para desconhecidos com interesses semelhantes. O Instagram pode ser visto como, talvez, o maior exemplo desta forma de se representar para os outros, com seu formato de postagens focado em imagens, o indivíduo pode dar foco à aspectos de sua vida e personalidade que gostaria de demonstrar ao seu público de seguidores. Este ponto pode ser observado em um estudo de Silva (2015), no qual os participantes que tiveram suas postagens no Instagram analisadas, segundo a pesquisadora e os próprios sujeitos da pesquisa as postagens, através das fotografias, textos postados em conjunto com as fotografias e o uso de *hashtags*, apesar da vontade de manter a espontaneidade e compatibilidade das postagens com a própria identidade, os participantes postaram imagens que demonstraram uma ideia idealizada de si mesmo, uma representação de uma personagem, representando a forma como eles gostariam de ser vistos, por vezes como cultos, artísticos, divertidos e atraentes.

Utilizando os dados da GWI (2021), podemos observar que o tempo médio que brasileiros passam em redes sociais está entre os maiores do mundo, com uma média de 3:46 horas diárias de uso, ficando atrás somente das Filipinas, com 4:04 horas diárias de uso em média. Segundo os dados apresentados pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic, 2021), o Brasil também apresentou um crescimento considerável na porcentagem de domicílios que possuem acesso à internet, com um total de 83% dos domicílios com algum acesso à internet, o que representa, aproximadamente 61,8 milhões de domicílios, com as classes econômicas mais baixas e moradores de áreas rurais sendo a maior parte dos brasileiros que continuam desconectados. Ainda segundo a (Cetic, 2021), as atividades de comunicação mais realizadas na Internet por brasileiros foram a troca de mensagens instantâneas (93%), conversas ou chamadas por voz ou vídeo (80%) e o uso das redes sociais (72%).

Em relação aos adolescentes, podemos observar no relatório da GWI (2021) que os usuários da geração Z, definidos no relatório como de 16 a 24 anos, estão mais atentos do que outras gerações para o uso das redes sociais. Eles demonstram estar mais preocupados com o tempo de tela passado nas redes sociais, com 37% por dos entrevistados preocupados com o tempo excessivo passado em redes sociais, e 24% declarando que estão utilizando as redes sociais por menos tempo do que no passado. Além de estarem preocupados com os conteúdos

de suas postagens, os entrevistados que fazem parte da geração Z, estão dando maior valor para a espontaneidade e para a congruência de suas postagens com sua identidade real, declarando que se importam menos com impressionar os outros nas redes sociais do que no passado.

Outra pesquisa qualitativa de [vazio] e Kublikowski (2019) corrobora estes dados, mesmo que em uma faixa etária distinta. Em sua pesquisa com jovens adultos brasileiros usuários do Instagram, o grupo pesquisado declarou que se importa em manter-se autêntico em suas postagens no Instagram, visto que a rede é vista como mais reservada e propõem mais liberdade para os indivíduos, a espontaneidade é vista como encorajada, especialmente no uso dos *stories*, ferramenta de compartilhamento de imagens que se mantêm visíveis por 24 horas.

Satler e Carrijo (2021), também realizaram uma pesquisa recente sobre o uso do Instagram por adolescentes. Nesta pesquisa foram entrevistados 12 adolescentes com idades de 15 a 17 anos, matriculados na rede de ensino estadual na cidade de Aparecida de Goiânia, Goiás. Neste estudo as pesquisadoras obtiveram resultados interessantes, com o maior motivo do uso do aplicativo sendo de maneira inequívoca a relação com o outro, com as pesquisadoras agrupando as respostas acerca do compartilhamento de imagens em cinco categorias, como uma forma de enfrentar a solidão, dividir encantos e sucessos, a motivação financeira ou de manutenção de status, um hábito de lazer e, por fim o compartilhamento de imagens por exibição.

Neste estudo, os pontos que mais chamaram a atenção das autoras foram os dois últimos, o lazer e a exibição. No âmbito do lazer, os entrevistados demonstraram uma grande preocupação com dar um ar de autenticidade em suas postagens, corroborando os estudos anteriores, porém, foi observado que esta autenticidade pode ser, por vezes fabricada, com os próprios adolescentes compreendendo o valor social de parecerem autênticos, criando assim personagens mesmo quando buscam a autenticidade. Sobre a prática de postagens exibicionistas, os adolescentes se mostraram muito críticos sobre estas postagens, justamente citando a falta de autenticidade, observando que este estilo de fotos buscaria simplesmente um status social mais elevado, deixando de lado os aspectos de interação social tão prezados por eles (SATLER; CARRIJO, 2021). Pode-se observar que a maior preocupação destes adolescentes acerca do material postado no Instagram seria com a imagem de autenticidade, tanto em suas próprias postagens como na de outras pessoas, mesmo que esta autenticidade não represente uma identidade genuína, mas apenas um personagem representado nas redes sociais.

Com isso podemos perceber alguns aspectos importantes no uso do Instagram por adolescentes, especialmente brasileiros. O aspecto que pareceu mais importante nas pesquisas

utilizadas para a confecção deste capítulo foi o valor social dado para o uso deste aplicativo de maneira espontânea, sendo possível observar como esta prática é valorizada pelos usuários. Mesmo que a própria prática de se demonstrar como espontâneo possa ser uma mera representação de uma personagem, ela ainda é bem vista, enquanto a exibição vista como performática, é vista com maus olhos, justamente por sua aparente falta de espontaneidade.

3. METODOLOGIA

3.1 Tipo de Pesquisa

A produção deste trabalho irá analisar as maneiras como o uso do Instagram pode influenciar a formação e transformações nas identidades de adolescentes de 15 a 17 anos. Utilizando um estudo de caso no sentido de coletar informações e percepções de adolescentes inscritos no Ensino Médio sobre o uso de Instagram e outras redes sociais e sua influência na sua identidade.

Sobre o uso de estudos de caso para produção científica, Yin (2001) afirma:

Como esforço de pesquisa, o estudo de caso contribui, de forma inigualável, para a compreensão que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos. Não surpreendentemente, o estudo de caso vem sendo uma estratégia comum de pesquisa na psicologia, na sociologia, na ciência política, na administração, no trabalho social e no planejamento (YIN, 2001. p. 21).

Yin (2001) observa que os estudos de caso não são somente a fase exploratória de uma pesquisa, ponto de vista propagado por pesquisadores em tempos passados, mas uma estratégia de pesquisa que pode ser utilizada para pesquisas exploratórias, descritivas e explanatórias.

Para que se decida se um estudo de caso é a melhor estratégia de pesquisa é necessário que se tenha entendimento de três condições básicas: o tipo de questão proposta pela pesquisa; na extensão do controle que o pesquisador possui sobre eventos comportamentais efetivos; o grau de enfoque em acontecimentos históricos em relação a acontecimentos contemporâneos (Yin, 2001).

Em relação à primeira condição, o tipo de questão proposta, Yin (2001) aponta que um esquema básico para a categorização dos tipos de pesquisa pode ser representado pela série: "quem", "o que", "onde", "como" e "por que". Para a realização de um estudo de caso, o pesquisador deve partir das perguntas "como" e "por que", pelo fato de estas questões não poderem ser tratadas como meras repetições de incidências, mas ligações operacionais que precisam ser traçadas ao longo do tempo.

No que tange, as outras duas condições de pesquisa devem ser observadas a extensão do controle que o pesquisador possui sobre eventos comportamentais efetivos e o grau de enfoque em acontecimentos históricos em relação a acontecimentos contemporâneos. Para Yin (2001), o estudo de caso deve ser utilizado quando o pesquisador não possui um controle sobre os eventos comportamentais dos objetos de pesquisa e quando se busca compreender um acontecimento contemporâneo.

Portanto, como estamos observando um fenômeno complexo, sem controle sobre os objetos de pesquisa e contemporâneo, a aplicação de um estudo de caso se encaixa nas aspirações deste trabalho de observar como uma nova forma de comunicação e consumo de mídia presente nas redes sociais e em especial do Instagram afetam uma área tão complexa e, como já foi exposto, mutável e maleável como a identidade.

3.2 População e Amostra

Para a realização deste estudo, uma escola da rede pública da cidade de Sorriso-MT, uma da rede pública foi abordada, para um levantamento de dados sobre o uso do Instagram entre os alunos matriculados no Ensino Médio. Neste levantamento os estudantes que aceitarem participar da pesquisa informaram seus pensamentos acerca de sua identidade e a volatilidade desta, o número de horas passadas no Instagram, as motivações para suas postagens no Instagram e seus pensamentos sobre como o uso do Instagram pode influenciar na sua identidade.

Foi escolhida uma escola com um número considerado grande o suficiente de alunos, em vista de abordar uma variedade maior de adolescentes. A amostra utilizada foi de 7 alunos do segundo e terceiro ano do Ensino Médio, com idades de 15 a 17, sendo 6 participantes do sexo feminino e 1 participante do sexo masculino. Além da praticidade de abordar esse público, sendo possível entrar em contato através das escolas, foi também considerada a maturidade cognitiva destes adolescentes mais velhos, sendo a compreensão dos mesmos sobre o tema pesquisado de vital importância para o estudo.

A escolha deste público busca avaliar a percepção do uso da rede social Instagram sobre a identidade de seus usuários, em especial de adolescentes, visto que estes estão em plena fase de formação social e cognitiva. Além disso é interessante observar a faixa socioeconômica dos participantes, visto que os mesmos representam uma grande parte da população brasileira, sendo estudantes de escola pública, muitos deles trabalhando por meio período e sem acesso aos benefícios sociais, culturais e econômicos que seus pares em escolas da rede particular têm acesso.

3.3 Coleta de Dados

Após a aprovação da pesquisa pela banca de avaliação, o procedimento para a aplicação consistiu na abordagem da escola, foram abordados alunos selecionados pelas escolas

ou que demonstraram interesse em fazer parte da pesquisa, de salas de aulas diferentes, buscando aumentar a qualidade da amostra para este trabalho.

Os alunos selecionados foram contatados e solicitados a realizarem uma entrevista semiestruturada com o pesquisador, em um local reservado, após os responsáveis dos participantes assinarem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE. Nesta entrevista, foram recolhidas as informações consideradas necessárias para a compreensão das possíveis influências do Instagram na identidade de seus usuários, além da relevância de seu nível socioeconômico no tempo de uso e da relevância deste tempo de uso na identidade. Estas entrevistas serão realizadas em dois grupos, com estudantes de suas escolas correspondentes, proporcionando uma maior abertura e divergência de opiniões entre os entrevistados.

3.4 Instrumentos

Para a coleta dos dados necessários será utilizada uma entrevista semiestruturada. Esta entrevista foi desenvolvida pelo pesquisador, com auxílio do orientador. A entrevista foi dividida em três partes, a primeira parte sendo relacionado com a visão de identidade e participação de grupos sociais do entrevistado, a segunda parte foi relacionada ao uso de Instagram e outras redes sociais e a terceira parte relacionada à percepção dos efeitos do uso de Instagram sobre a identidade dos entrevistados.

Todas as entrevistas serão gravadas e transcritas. Com esta prática se espera que os resultados da entrevista possam ser compreendidos com maior fidedignidade, não confiando apenas em anotações e na memória do pesquisador, tornando a pesquisa mais confiável.

4. ANÁLISE DE DADOS

Este capítulo aborda a análise de dados, correlacionando e comparando os dados e informações obtidos através do estudo de caso com outras pesquisas relevantes para a compreensão dos fenômenos que se busca entender com esta pesquisa. Foram utilizadas pesquisas recentes e que demonstraram um bom rigor científico, utilizando-se das plataformas Scielo Brasil e Google Scholar. Este capítulo é dividido em três partes, compatíveis com o roteiro de entrevista semiestruturada utilizado nesta pesquisa, nominalmente, identidade e grupos sociais, uso de Instagram e outras redes sociais e Instagram e os efeitos sob a identidade.

Sendo esta a amostra de participantes:

Quadro 1 – Amostra de participantes

Idade	Escolaridade	Gênero	Nº de horas de uso do Instagram
15 anos	2º ano	Feminino	6:00 h
15 anos	2º ano	Feminino	00:30 h
16 anos	3º ano	Feminino	1:00 h
16 anos	3º ano	Feminino	1:00 h
17 anos	2º ano	Masculino	2 :00 h
17 anos	3º ano	Feminino	1:00 h
17 anos	3º ano	Feminino	3:00 h

Fonte: Própria

4.1 Identidade e grupos sociais

Observando as respostas obtidas com a pesquisa alguns dados relevantes puderam ser obtidos. Primeiramente foi observada um grande nível de individualização, no que concerne a identidade, outra percepção relevante foi a de que a identidade destes estudantes é mutável, especialmente em diferentes situações sociais e de local.

Como foi dito, a entrevista com os estudantes demonstrou um elevado grau de individualidade. Isto pode ser percebido nas respostas dos estudantes, na primeira pergunta do questionário, “Como você definiria sua identidade?”, foi possível observar respostas que estavam ligadas à aspectos da personalidade, com os participantes se definindo com adjetivos, como “Alegre”, “Estressada” ou ainda como “Alguém que gosta de fazer coisas produtivas”. Este aspecto adjetivo da maneira de definir a identidade é similar, se não idêntico, ao apresentado por Ciampa (1983), quando o autor fala sobre as personas apresentadas em situações sociais e a maneira estática de representar a própria identidade.

Este alto grau de individualização também foi descrito por (Silva, 2015), relatando que o indivíduo pós-moderno busca desenvolver, principalmente, seus objetivos e metas pessoais,

com esta característica sendo refletida no modo como constrói e representa sua identidade no dia a dia, sendo o Instagram um exemplo claro deste fenômeno.

Outro ponto interessante observado na aplicação da pesquisa foi a percepção dos participantes de que a identidade muda de acordo com o local e situação. Todos os participantes concordaram que a sua identidade muda de acordo com a circunstância, demonstrando que representam diferentes partes de sua identidade dependendo do local onde estão inseridos e dos indivíduos envolvidos em tal situação, os exemplos dados pelos participantes foram sua identidade no local de trabalho e na escola, demonstrando que a sua identidade não é completamente estática, mudando dependendo das situações nas quais o indivíduo está inserido.

Novamente este ponto é amplamente aceito na concepção moderna da identidade, observando como a mesma não é algo estático e imutável, com indivíduos transformando a representação de suas identidades em diferentes circunstâncias, como foi demonstrado por Ciampa (1983) e Martino (2010).

Quando os participantes falaram especificamente sobre sua relação com grupos sociais foi possível observar uma falta de percepção dos estudantes em relação ao seu pertencimento de grupos sociais. Em nenhum momento os participantes citaram seu envolvimento em grupos sociais, sejam eles grupos como o de estudantes, trabalhadores, adolescentes, etc., de maneira espontânea, os únicos momentos em que estes grupos foram abordados foi quando os participantes foram questionados diretamente, neste ponto os estudantes citaram grupos como o de escola, de trabalho ou seus times de esportes.

Os participantes apontaram que não têm nenhuma percepção de que os grupos sociais dos quais fazem parte afetam sua identidade. Mais uma vez este dado demonstra como os participantes têm uma visão extremamente individualizada de sua identidade, percebendo-a como fruto de seu desenvolvimento pessoal, completamente não relacionada com os grupos dos quais fazem parte.

Novamente é possível perceber um nível elevado de individualização quando os participantes foram questionados sobre sua participação em grupos sociais. Mesmo com os mesmos participando de diferentes grupos, os mesmos continuam tendo a constatação de que estes grupos não os influenciam de maneira profunda.

Aprofundando a percepção dos participantes sobre grupos sociais foram observadas suas percepções sobre os grupos que eles pertencem em relação a grupos dos quais não fazem parte. Uma das participantes, adolescente de 16 anos, relatou que possui uma opinião geralmente positiva dos indivíduos dos grupos dos quais faz parte, citando que: “Se não tivesse

uma opinião positiva deles não faria parte do grupo.”, no que tange sua opinião sobre pessoas de outros grupos, como estudantes de outras escolas, os participantes declararam que têm uma opinião geralmente neutra sobre estes indivíduos, procurando não ter preconceitos e esperando conhecer as pessoas de maneira individual antes de formar uma opinião.

Os autores Deschamps e Moliner (2009), apresentam diversas pesquisas e teorias da psicologia social que buscam demonstrar como a percepção de outros grupos sociais tende a ser mais negativa do que a visão que o indivíduo tem do grupo social do qual faz parte, mesmo que os indivíduos não tenham esta percepção conscientemente, suas atitudes e pensamentos automáticos refletem uma visão mais negativa e estereotípica. Este pode ser o caso dos participantes, que não relataram nenhuma visão negativa sobre outros grupos.

4.2 Uso de Instagram e outras redes sociais

O relato dos participantes acerca de seu uso de redes sociais, em especial do Instagram, demonstra que suas relações na “vida real” são mais importantes para eles do que as relações construídas somente através do Instagram, especialmente observando que eles relataram maior interação com pessoas que conheceram pessoalmente, e que seus motivos para utilizar o aplicativo estão mais ligados ao consumo de conteúdos e comunicação.

Quando perguntados sobre o número de horas que passam diariamente utilizando redes sociais e quais a redes mais utilizadas, um dos participantes relatou utilizar a rede social TikTok enquanto o restante relatou utilizar o Instagram com maior regularidade. O número de horas passadas no Instagram variou de 6 horas à menos de 1 hora, sendo obtida uma média de 2:30 horas por dia, abaixo da média obtida pelo Global Web Index (2021), que demonstrou uma marca de 3:46 horas diárias para usuários brasileiros, esta diferença pode estar relacionada tanto à percepção dos alunos, não percebendo o real número de horas que passam nas redes sociais, ou pelo estudo do GWI abordar outras redes, não somente o Instagram. Outro ponto a ser observado é que, sendo alunos de escola pública, muitos dos participantes estão inseridos em uma condição socioeconômica que não os proporciona a mesma quantidade de tempo livre que estudantes de escolas particulares, ou de outros contextos socioeconômicos, algo que pode diminuir seu tempo de uso da plataforma.

Os participantes também responderam sobre suas motivações para utilizar o aplicativo, bem como as motivações de suas postagens. Para os estudantes que participaram da pesquisa os maiores motivos para utilizarem o Instagram foram, em primeiro lugar, como forma de entretenimento, em segundo lugar, para manter laços sociais e, em terceiro lugar, como uma

forma de passar o tempo. Falando sobre as motivações de suas postagens, os adolescentes definiram como maior motivação a de serem vistos por outros usuários, além de mostrar momentos do seu dia a dia, com eles deixando claro que gostariam de ser percebidos de maneira positiva.

Sobre as motivações de uso das redes sociais, em especial o Instagram, Silva (2015) apresenta apontamentos semelhantes aos demonstrados pelos participantes:

É neste ciberespaço que os indivíduos comunicam, passam o tempo como forma de entretenimento, e até mesmo espreitam os perfis de terceiros. Pode-se afirmar que as redes sociais vão muito além de contextos de fortalecimento dos laços sociais previamente existentes no mundo *offline*; pelo contrário, são um ambiente propício à interação, à descoberta e à partilha de conteúdos. E a construção e projeção da identidade não se trata de uma exceção, (SILVA, 2015, p. 34-35).

Outro ponto abordado foi sobre as interações e consumo de conteúdos no Instagram. Para os participantes este ponto foi unânime, com todos os adolescentes apontando que a maioria dos conteúdos consumidos na plataforma são de pessoas que os participantes conheceram através do próprio Instagram, especialmente influenciadores, porém, as interações dos participantes no aplicativo, através de comentários, curtidas e mensagens privadas, foram com usuários que os participantes conheciam previamente ao contato através do Instagram, sendo pessoas que os participantes conheceram no dia a dia, sendo eles amigos, familiares, conhecidos, colegas de escola e trabalho, etc.

Neste ponto é possível perceber como o uso do Instagram possui duas motivações distintas de uso, uma delas como uma rede de consumo de conteúdo, como entretenimento, conteúdos educacionais, notícias, entre outros, e também como uma rede de manutenção de vínculos, como apontam Hage e Kublikowski (2019), a manutenção destes vínculos fortes promove uma rede vista como mais intimista.

Quando questionados sobre os motivos que os participantes têm para seguir as contas que seguem foram encontrados resultados diferentes para contas de influenciadores e pessoas que os participantes conheciam previamente. Os motivos dos participantes seguirem contas de pessoas que foram conhecidas na Internet foram identificados como entretenimento, em primeiro lugar, acompanhar notícias, em segundo e em terceiro, aprendizado, com alguns exemplos sendo de contas motivacionais. Batista e Heber (2020), buscaram criar um modelo teórico sobre a influência que as contas de influenciadores digitais podem ter sobre os usuários, para a autora os mesmos buscaram afetar os hábitos de compra e até mesmo comportamentos de seus seguidores através de uma aproximação, através de interações e respostas, procurando criar

uma comunidade, para os participantes desta pesquisa estas atitudes não demonstraram um alto nível de sucesso.

As motivações para seguir pessoas previamente conhecidas foram sempre relacionadas com relações sociais, sendo para manter contato com estas pessoas, descobrir informações sobre elas, procurar se aproximar ou simplesmente por educação, sendo considerado uma falha não seguir uma pessoa previamente conhecida, especialmente se a pessoa já seguia o participante. Estas respostas, novamente, apresentam o Instagram, e como demonstrou Recuero (2009), outras redes sociais, como mantenedoras de contatos e de vínculos, além de promover, em menor escala, a criação de novos vínculos sociais.

Os participantes foram questionados se se consideravam mais influenciados por pessoas que conheceram previamente na “vida real” ou pessoas que conheceram na Internet. Novamente a resposta foi unânime, com todos os participantes concordando que eram mais influenciados por pessoas das quais já tinham relacionamentos ou conhecimento fora da Internet, seja influência para comportamentos ou hábitos de consumo.

4.3 Instagram e os efeitos sob a identidade

Na terceira e última parte desta pesquisa os participantes responderam sobre os efeitos do Instagram sob sua identidade, relatando sobre como suas maneiras de utilizar a plataforma e se expressar através dela foram modificadas e os grupos que os participantes vieram a fazer parte na plataforma.

Sobre a percepção dos participantes sobre os efeitos do uso do Instagram sob sua identidade os participantes se mostraram divididos. Quatro dos participantes negaram que a plataforma teria algum efeito deste tipo, enquanto três deles apontaram momentos nos quais sua identidade foi afetada, modificando alguns hábitos de compras, e alguns grupos que os estudantes participam, mesmo que de maneira marginal.

Dados mais significativos foram coletados quando os participantes foram questionados sobre como suas postagens são afetadas pela sua possível percepção por outros usuários. Os estudantes relataram que quando suas postagens são afetadas pela percepção dos outros, este fato se dá principalmente pelo medo de serem vistos de maneira negativa, apontando que escondem facetas de sua identidade e acontecimentos de sua vida, em vias de protegerem sua imagem. Um fato interessante foi o de alguns dos participantes relatarem bloquear parentes de suas redes sociais, para que os mesmos não vejam suas postagens e reajam de maneira negativa. Os participantes também relataram que esta influência em suas postagens está completamente

relatada à pessoas que eles conhecem fora da plataforma, com pessoas ou grupos conhecidos no próprio Instagram não tendo nenhuma influência sobre seu comportamento.

Este dado, relacionado com as postagens dos participantes serem majoritariamente positivas, ou que mostram partes positivas das vidas dos estudantes foram corroboradas por diversos estudos (HAGE; KUBLIKOWSI, 2019), (SEIBEL, 2019), (SILVA *et al.*, 2019), (SATLER; CARRIJO, 2021) e (COELHO, 2016). Estas motivações para as postagens também estão relacionadas com a criação de personas ou personagens, partes da identidade dos indivíduos que os mesmos buscam apresentar, especialmente em um ambiente *online*, no qual a representação é mediada pela tecnologia, com os usuários podendo escolher imagens que mais lhe favorecem ou escondem aspectos que os mesmos percebem como negativos (RECUERO, 2009).

Satler e Carrijo (2021), em uma pesquisa relacionada com as motivações dos adolescentes para suas postagens em redes sociais encontraram alguns pontos interessantes que complementam os dados desta pesquisa. As pesquisadoras apontam que as motivações para as postagens sempre estão ligadas a relações sociais, seja para enfrentar sentimentos de solidão, dividir momentos de sucesso, manutenção de *status* ou lazer. Várias destas motivações foram encontradas nesta pesquisa, com os adolescentes sempre tendo uma percepção de que suas postagens serão vistas e julgadas de acordo com o conteúdo postado.

A percepção de que estão sendo julgados e vistos pode levar à criação de fachadas *online* (SILVA, 2015) ou pseudoindenticidades (ANDRADE, 2020), buscando criar uma forma de personagem feito especialmente para o mundo digital, contendo aspectos da identidade do usuário e escondendo outros, especialmente momentos negativos.

Outro fato interessante foi o uso da ferramenta, disponibilizada pela plataforma, de privar a conta, ferramenta que permite ao usuário tornar sua conta privada, fazendo com que somente pessoas que o usuário aceita como seguidores possam ver suas postagens, com todos os participantes fazendo uso desta ferramenta. Além disso, um dos participantes relatou ter duas contas na plataforma, sendo uma delas profissional, a qual o participante mantém aberta, postando conteúdos relacionados com seu trabalho, e outra conta pessoal, a qual o mesmo mantém privada, postando conteúdos pessoais, para pessoas que o participante conhece pessoalmente.

Satler e Carrijo (2021), também demonstram dados similares, segundo as pesquisadoras, o nível de espontaneidade e percepção de liberdade nas postagens dos adolescentes aumenta em relação ao nível de privacidade oferecido pela plataforma. Se o

usuário utiliza as ferramentas proporcionadas pelo Instagram para o aumento de sua privacidade, como a prática de tornar a conta privada, ou de reduzir o número de pessoas que podem ver suas postagens, os mesmos agem de maneira mais espontânea, visto que estão em um ambiente controlado, com pessoas consideradas de confiança.

Em outros estudos a plataforma também foi vista como mais segura e privada, com os usuários tendo mais liberdade para postarem suas opiniões e formas de expressão sem medo de sofrer censuras ou outros efeitos adversos, sendo visto como um local onde os participantes podem conversar entre pares (COELHO, 2016).

Visando compreender a relação do uso do Instagram com a formação de grupos os participantes foram questionados se já foram levados a participar de certos grupos por conta do uso da plataforma e qual a visão deles sobre tais grupos. Uma das participantes definiu a integração de certos grupos de maneira interessante: “Primeiro a gente tem interesse em alguma coisa, uma série ou sei lá, eu gosto de maquiagem, aí eu acabo seguindo perfis que falam sobre isso, aí vou seguindo outros perfis que também falam sobre.”.

Através deste relato podemos observar que os grupos se formam através de interesses similares, sejam eles relacionados a mídias, moda, esportes, profissões, ou outros, os participantes mantiveram esta postura relacionada aos grupos de interesse dos quais fazem parte. Recuero (2009), também demonstrou como estes modos de interação podem levar a relações mais duradouras, se houver o aumento de troca de mensagens e se o conteúdo destas mensagens se tornar mais íntimo, este ponto não foi observado na pesquisa com este grupo de participantes em específico.

Em relação à criação de grupos e comunidades Batista e Heber (2020) e Silva *et al* (2019), demonstram como influenciadores digitais buscam utilizar estratégias de aproximação para fazer com que os usuários se sintam parte de um grupo social, este fator pode ser observado nas comunidades que os participantes, que começaram a seguir algumas páginas por interesse no conteúdo apresentado, sendo levados a seguir outras páginas e usuários que demonstraram os mesmos interesses e conteúdos.

A visão dos participantes sobre tais grupos foi similar à sua visão sobre os grupos que participam fora das redes sociais, tendo um olhar mais positivo para com membros do grupo, enquanto mantêm uma percepção neutra para com integrantes de outros grupos que não o seu. Esta pode ser uma indicação de que o uso da plataforma Instagram, em si, não mudou as formas dos participantes de se relacionarem ou de se comunicarem, apenas apresentou uma nova plataforma que facilitou a comunicação e o consumo de conteúdos, demonstrando uma nova

forma de expressar condições e relações intrínsecas dos participantes, como Levy (1999) aponta, as tecnologias são condicionante das relações humanas e das culturas, mas não são determinantes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através desta pesquisa de campo e da revisão bibliográfica realizada anteriormente, foi possível observar alguns resultados interessantes, observando como os adolescentes utilizam o aplicativo Instagram e como percebem o efeito desta plataforma sob suas identidades.

Primeiramente foi possível perceber como os próprios estudantes que participaram da pesquisa percebem a identidade como sendo algo não estático, em constante movimento e transformação. A percepção deles sobre este aspecto do ser, porém, não está relacionada com uma mudança temporal nem tanto relacionada à forma adjetiva de se descrever, mas está relacionada a mudanças situacionais, com os participantes observando uma mudança da identidade somente de acordo com diferentes contextos.

Outro ponto importante para a compreensão da percepção dos processos da identidade nos estudantes foram suas falas sobre a criação de personas no ambiente *online*. Os mesmos relataram que buscam passar uma certa imagem positiva de si mesmos, procurando evitar postagens que podem fazer com que eles sejam vistos de maneira negativa, desagradável, ou, simplesmente, diferente da imagem geral que os mesmos buscam apresentar em suas redes sociais.

Os participantes também apresentaram uma visão individualizada sobre sua identidade. Relatando não perceber como os grupos dos quais fazem parte podem afetar a formação e transformação de sua identidade, mesmo a sua percepção de seu relacionamento com pessoas dos grupos sociais dos quais fazem parte e de pessoas que fazem parte de outros grupos foi fraca, apontando um processo de individualização compatível com o apontado por pesquisadores e teóricos das sociedades pós-modernas, na qual o sujeito é extremamente individualizado.

O uso da rede social Instagram divergiu em alguns pontos da base científica já estabelecida em anos recentes, porém na maioria dos temas abordados a pesquisa atual corroborou os dados apresentados por outros pesquisadores. O principal ponto de divergência foi o de horas passadas no aplicativo, com a média de horas dos participantes estando abaixo do esperado, isto pode estar relacionado com a exclusão de outras redes sociais da pesquisa, com os adolescentes relatando apenas as horas passadas nos Instagram, bem como com a classe socioeconômica dos participantes, que por vezes pode diminuir o tempo livre para que os mesmos utilizem a plataforma.

Sobre o uso em si da plataforma, foi possível observar como os participantes demonstraram ter um nível de relacionamento maior com pessoas conhecidas fora do ambiente

das redes sociais, sendo o maior número de interações com colegas de escola, de trabalho, amigos, conhecidos e familiares. Contas que não representam pessoas previamente conhecidas pelos participantes foram vistas como vias de consumo de conteúdo, seja esse conteúdo educativo, de entretenimento ou motivacional, não sendo relatada uma interação constante com estes perfis por meio de comentários e mensagens privadas.

As motivações para o uso do Instagram também corroboram achados prévios, com os adolescentes relatando que fazem uso da plataforma como uma maneira de consumir conteúdos e de manter relações sociais. A manutenção das relações sociais através da plataforma se dá tanto através das conversas e interações como com as próprias postagens, com os participantes tendo sempre uma motivação social para as imagens que publicam, seja para demonstrar alguma parte de sua identidade ou simplesmente para que não sejam esquecidos por seus pares.

Quando abordados diretamente se o Instagram teria afetado sua identidade os participantes se mostraram divididos. Parte deles não percebeu nenhuma diferença em sua identidade, enquanto outros perceberam uma mudança, especialmente nas suas personas criadas para a plataforma, como dito anteriormente, os mesmos mudam seus hábitos de postagem, os conteúdos publicados e suas formas de consumo com nas percebidas, ou imaginadas, reações de seus colegas, sendo afetados de forma muito mais forte por pessoas que os participantes conhecem fora das redes sociais do que de pessoas, perfis ou influenciadores que são somente conhecidos nas redes sociais.

Não foram relatadas criações de fortes laços sociais através do uso do aplicativo, somente a tomada de conhecimento de perfis e pessoas que publicam conteúdos relacionados à gostos prévios dos participantes. Tampouco foi observada a adesão, de maneira convicta, à grupos sociais, com a única formação de grupos sendo realizada através da criação de bolhas de conteúdo, com os usuários seguindo perfis relacionados a outros perfis de interesse dos participantes, exclusivamente para o consumo de postagens com temáticas semelhantes.

Concluindo, através desta pesquisa foi possível observar que a plataforma do Instagram não possui tanto poder de transformação como pensado anteriormente. Os processos relacionais podem ser acelerados ou modificados, e a criação de personas para a representação de si mesmo obtém uma nova plataforma, com todas as suas ferramentas de postagem, compartilhamento e interação, contudo a comunicação e representação em si não são novas, sendo apenas novas formas de expressá-las em um ambiente sobre o qual ainda não temos total conhecimento e controle sobre. Aspectos da identidade dos adolescentes abordados nesta pesquisa podem ter mudado, porém acreditamos que esta mudança não está completamente

ligada à ferramenta em si, mas ligadas, especialmente, às relações e contextos sociais dos quais os participantes já faziam parte antes do uso da ferramenta, com o Instagram sendo um meio de comunicação das ideias já existentes no âmbito social dos adolescentes.

Ainda, é necessário dizer que, mesmo que bons resultados tenham sido encontrados, um complemento importante para esta pesquisa seria aumentar consideravelmente a população de amostra, procurando observar a relação de outros grupos socioeconômicos e sociais em comparação com o que foi observado neste trabalho, sendo de interesse da comunidade científica estudos de comparação entre usuários ávidos da rede social e indivíduos que tem nada ou quase nada de contato com estas redes, além de observar as diferenças entre classes socioeconômicas, e como suas identidades podem ser afetadas pela plataforma Instagram.

BIBLIOGRAFIA

ANDRADE, Marcilene Barbosa de. **Performance dos digital influencers no Instagram: um estudo sobre identidade e persona**. 2020. 101 f. Dissertação (Mestrado em Performances Culturais) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2020.

BATISTA, Karen; HEBER, Florence. Modelo Teórico Para Compreensão da Influência Social nas Interações Virtuais no Instagram. *In: XLIV ENCONTRO DA ANPAD – EnANPAD*, 2020. p. 2177-2576.

CHAMBERS, Deborah. **Social Media and Personal Relationships: Online Intimacies and Networked Friendship**. Hampshire, Inglaterra: Palgrave Macmillan, 2013. p. 221.

CIAMPA, Antônio da Costa. **A Estória do Severino e a História da Severina: Um Ensaio de Psicologia Social**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983. p. 243.

CIAMPA, Antônio da Costa. Identidade. *In: LANE, Silvia T. M.; CODO, Wanderley (orgs.) Psicologia Social: O Homem em Movimento*. 8. Ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1989. p. 58 – 75.

COELHO, Pietro. Compartilho, logo sou: A construção de identidades no uso do aplicativo Instagram. *In: COMUNICON 2016*, São Paulo. **Anais Eletrônicos do 5º Simpósio Internacional Congresso Internacional Comunicação e Consumo**. 2016.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CETIC. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC domicílios 2016. São Paulo: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. 2017.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CETIC. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2020 : edição COVID-19: metodologia adaptada. São Paulo: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. 2021.

DESCHAMPS, Jean-Claude; MOLINER, Pascal. **A Identidade em Psicologia Social: Dos Processos Identitários às Representações Sociais**. Petrópolis, SP: Editora Vozes, 2009. p. 198.

Global Web Index - GWI. Social: GWI's flagship report on the latest trends in social media. 2021.

HAGE, Zakiee Castro Mufarrej; KUBLIKOWSKI, Ida. Estilos de uso e significados dos autorretratos no Instagram: Identidades narrativas de adultos jovens brasileiros. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 19, n. 2, 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=451860505011>

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. 11. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. p. 102.

JAQUES, Maria da Graça. Identidade. *In: STREY, Marlene Neves, et al. Psicologia Social Contemporânea: Livro-Texto*. Petrópolis, SP: Editora Vozes, 2013. p. 224.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999. p. 250.

- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Comunicação e Identidade: Quem Você Pensa que É?**. São Paulo: Paululus, 2010. p. 220.
- PAPALIA, Diane E.; FELDMAN, Ruth Duskin. **Desenvolvimento Humano**. 12. Ed. Porto Alegre: AMGH, 2013. p. 800.
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009. p. 191
- SATLER, Lara Lima; CARRIJO, Ana Júlia de Freitas. O que adolescentes pensam sobre o compartilhamento de si na internet?. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 15, n. 1, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.22409/rmc.v15i1.43146>
- SEIBEL, Bailey. Insta-Identity : the Construction of Identity through Instagram an Extended Literature Review. **University Honors Theses**, Portland, 2019.
- STENGEL, Márcia. Gerações e os Usos das Tecnologias da Informação da Comunicação. *In*: Simpósio Internacional Subjetividade e Cultura Digital, 2., 2019, Belo Horizonte, MG. **Anais eletrônicos do 2º Simpósio Internacional Subjetividade e Cultura Digital [recurso eletrônico]: saber, criação e virtualidade**. 2019. p. 39 – 46.
- SILVA, Ana Cristina Kamburova da. **Identidade em Pixels: a Fotografia e a Apresentação do Eu no Instagram**. Orientadora: Doutora Rita Maria Espanha Pires Chaves Torrado da Silva. 2015. 92 f. Tese (Mestrado Comunicação, Cultura e Tecnologias da Comunicação) – Instituto Universitário de Lisboa, ISCTE – IUL, Lisboa, 2011.
- SILVA; *et al.* A Influência do Instagram no cotidiano: Possíveis Impactos do Aplicativo em seus usuários. *In*: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2019, São Luís, MA. **XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. 2019.
- VILIC, Filipe. Conheça a história do brasileiro que criou o Instagram: Como o paulistano Michel Krieger criou e, em apenas 18 meses, vendeu a rede social ao Facebook por R\$ 1 bilhão. **Exame**, São Paulo, 07 outubro 2015. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/conheca-a-historia-do-brasileiro-que-criou-o-instagram/>
- YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e Método**. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. p. 205.

ANEXO A

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA PAIS OU RESPONSÁVEIS

O(A) seu(sua) filho(a) está sendo convidado a participar do projeto de pesquisa “A influência do Instagram na Identidade de Adolescentes”, coordenada pelo pesquisador Eduardo Marcelo Casagrande, do Centro Universitário UNIFASIPE. O objetivo da pesquisa é analisar os efeitos do uso da rede social Instagram na identidade de adolescentes de 14 a 17 anos. Nesta pesquisa o(a) seu(sua) filho(a) irá responder a um questionário de forma oral aplicado pelo pesquisador, este questionário apresenta 22 questões sobre a identidade do indivíduo, sobre o uso de redes sociais, em especial o Instagram e a correlação entre os dois, a aplicação deste questionário será gravada e transcrita, tomando-se todos os cuidados para que as informações dadas se mantenham sigilosas. Seu(Sua) filho(a) levará cerca de quarenta para participar desta pesquisa. A participação de seu(sua) filho(a) não resultará em nenhum tipo de remuneração financeira e não acarretará custos. As despesas decorrentes da pesquisa, assim como eventuais danos relacionados à sua participação, serão assumidos pelo pesquisador. O benefício de participação será o auxílio no aprofundamento do conhecimento científico acerca da formação e transformação da identidade e sua relação com a rede social Instagram e o risco pode ser o vazamento de informações pessoais, caso isso aconteça você poderá pausar ou deixar de responder à pergunta. Você tem direito de recusar a participação de seu(sua) filho(a) da pesquisa ou retirar seu consentimento em qualquer momento, sem que isso acarrete qualquer prejuízo. Será mantido o sigilo sobre as informações e garantida a privacidade. Serão divulgados os resultados da pesquisa em eventos ou publicações científicas, sem que permitam a identificação de seu(sua) filho(a). Em caso de dúvida você poderá entrar em contato com o pesquisador através do telefone (66) 996850976, ou e-mail eduardo.marcelo.casagrande@gmail.com. Uma via deste documento ficará com você e outra via será arquivada pelo pesquisador por cinco anos.

Declaro que concordo que meu(minha) filho(a)
 _____ (nome
 completo do menor de 18 anos) participe desta pesquisa.

Sorriso-MT, ____/____/____

 Responsável Legal

 Pesquisador Responsável

ANEXO B

ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMISTRUTURADA

1. Parte 1: Identidade e grupos sociais

1. Como você definiria sua identidade?
2. Você acha que sua identidade mudou ou muda através do tempo?
3. Se sua identidade mudou, como ela mudou e o que fez com que ela mudasse?
4. Você concorda que sua identidade é afetada pelas suas relações sociais?
5. De quais grupos sociais você faz parte?
6. Como os grupos sociais dos quais você faz parte afetam sua identidade?
7. Como você percebe a identidade de pessoas de outros grupos que não o seu?

2. Parte dois: Uso de Instagram e outras redes sociais

1. Quantas horas por dia você passa utilizando o Instagram em média?
2. Quais os seus motivos para utilizar o Instagram?
3. Qual a motivação das suas postagens no Instagram?
4. Você busca passar uma imagem de si mesmo através destas postagens? Qual imagem?
5. Você interage mais pessoas que você conhece na “vida real” ou pessoas que você conheceu na internet?
6. Você consome mais conteúdo de pessoa que você conheceu na “vida real” ou na internet?
7. Quais os seus motivos para seguir pessoas que você conhece na “vida real”?
8. Quais seus motivos para seguir pessoas que você conheceu na internet?
9. Você considera que você é influenciado pelas pessoas que você segue?
10. Se sim, você é mais influenciado por pessoas que você conheceu na “vida real” ou por pessoas que você conheceu na internet?

3. Instagram e os efeitos sob a identidade

1. Você acredita que o uso do Instagram pode ter afetado sua identidade?
2. Você considera que suas postagens no Instagram foram influenciadas por outras pessoas ou grupo de pessoas?

3. Se esta influência ocorreu, ela partiu de pessoas que você conhece na “vida real” ou pessoas que você conheceu na internet?
4. O uso do Instagram já levou você a se considerar parte de um grupo ou mais?
5. Se sim, qual ou quais grupos? E como você percebe este grupo ou grupos?