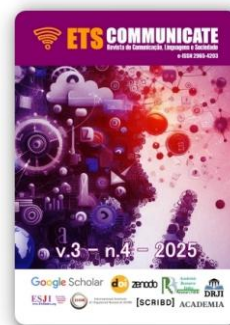


Artigo:

Desafios da identidade digital: análise crítica sob a perspectiva das representações sociais

Comparison of surgical techniques for morbid obesity: effectiveness in weight loss

Comparación de técnicas quirúrgicas para la obesidad mórbida: efectividad en la pérdida de peso



BARROS, A.

Átila Barros

Docente do Curso em Análise e Desenvolvimento de Sistemas (UNESA-RJ). Doutorado em Educação pela Universidade Nacional de Rosário (UNR-ARG). Mestrado em Educação (UNESA-RJ). MBA em Data Warehouse e Business Intelligence (FI - PR). Pós-Graduado em Engenharia de Software, Antropologia, Filosofia e Ciência da Religião (FAVENI-MG). Historiador pela Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU-SP). e-mail: atilafmusp@gmail.com

Resumo

A virtualização da experiência identitária traz novas perspectivas sobre como as tecnologias digitais moldam a percepção, a construção e a expressão das identidades em ambientes virtuais. Através de perfis, avatares e outras representações digitais, os indivíduos encontram um espaço para experimentar diferentes formas de apresentação e interação, rompendo com as normas tradicionais de identidade. Para aprofundar a compreensão desse fenômeno, a análise será orientada pela Teoria das Representações Sociais, proposta por Serge Moscovici, que permitirá explorar as implicações culturais e sociais dessa transformação. Neste ensaio, será discutido como as plataformas digitais abrem novas possibilidades para a exploração identitária e como essas dinâmicas influenciam a relação entre o "eu" real e o "eu" virtual, proporcionando uma reflexão crítica sobre as mudanças na experiência de identidade individual e coletiva na era digital.

Palavras-chaves: Virtualização da identidade. Ambientes digitais. Interações sociais. Autopercepção. Experiência identitária.

Ets Communicate
Revista de Comunicação, Linguagens e Sociedade
Educare et Sabere
e-ISSN: 2965-4203
Periodicidade: Fluxo Contínuo
v.3, n.5, 2025

URL: <https://esabere.com/index.php/ecommunicate>



Esta obra está sob Licença Internacional Creative Commons 4.0.
Copyright (c) do(s) Autor(es)

BARROS, A.. Desafios da identidade digital: uma análise crítica sob a perspectiva das representações sociais. **Ets Communicate** - Revista de Comunicação, Linguagens e Sociedade, Curitiba, v.3, n.4, p.1-36, 2025. e-ISSN 2965-4203
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15634709>

Abstract

The virtualization of identity experience offers new perspectives on how digital technologies shape the perception, construction, and expression of identities in virtual environments. Through profiles, avatars, and other digital representations, individuals find a space to experiment with different forms of presentation and interaction, breaking away from traditional identity norms. To deepen the understanding of this phenomenon, the analysis will be guided by the Theory of Social Representations, proposed by Serge Moscovici, which will allow for an exploration of the cultural and social implications of this transformation. This article discusses how digital platforms open up new possibilities for identity exploration and how these dynamics influence the relationship between the "real self" and the "virtual self," providing a critical reflection on the changes in individual and collective identity experience in the digital age.

Keywords: Virtualization of identity. Digital environments. Social interactions. Self-perception. Identity experience.

Resumen

La virtualización de la experiencia identitaria ofrece nuevas perspectivas sobre cómo las tecnologías digitales moldean la percepción, la construcción y la expresión de las identidades en entornos virtuales. A través de perfiles, avatares y otras representaciones digitales, las personas encuentran un espacio para experimentar con diferentes formas de presentación e interacción, rompiendo con las normas identitarias tradicionales. Para profundizar en la comprensión de este fenómeno, el análisis se guiará por la Teoría de las Representaciones Sociales, propuesta por Serge Moscovici, que permitirá explorar las implicaciones culturales y sociales de esta transformación. Este artículo analiza cómo las plataformas digitales abren nuevas posibilidades para la exploración de la identidad y cómo estas dinámicas influyen en la relación entre el "yo real" y el "yo virtual", ofreciendo una reflexión crítica sobre los cambios en la experiencia identitaria individual y colectiva en la era digital.

Palabras clave: Virtualización de la identidad. Entornos digitales. Interacciones sociales. Autopercepción. Experiencia de identidad.

INTRODUÇÃO

A obesidade mórbida, caracterizada pelo acúmulo excessivo de tecido adiposo, representa um grave problema de saúde pública, com implicações significativas para a morbidade e mortalidade dos indivíduos afetados (BALTASAR,

A virtualização da experiência de identidade refere-se à maneira como os indivíduos percebem, constroem e expressam suas identidades em ambientes digitais e virtuais, transformando as interações e a percepção de si mesmos e dos outros. Com o avanço das tecnologias digitais, especialmente das redes sociais e outras plataformas online, tornou-se possível para as pessoas explorar e projetar suas identidades de maneiras que ultrapassam as limitações do mundo físico. Essa transformação envolve a criação de perfis digitais, avatares e outras representações que podem ou não corresponder à identidade real de uma pessoa, permitindo a exploração de diferentes aspectos identitários, como gênero, interesses, crenças, e até mesmo a construção de personagens fictícios.

Nos últimos anos, o número global de usuários em plataformas de redes sociais e aplicativos de relacionamento cresceu de maneira significativa. Em 2024, o Facebook lidera com 3,07 bilhões de usuários ativos mensais, seguido pelo YouTube com 2,5 bilhões, e WhatsApp com 2 bilhões de usuários. Outras plataformas como Instagram e TikTok têm aproximadamente 2 bilhões e 1,6 bilhões de usuários mensais, respectivamente (DataReportal, 2024).

Em termos de idade, a maioria dos usuários de redes sociais está entre 18 e 34 anos. Por exemplo, no caso do Facebook, a faixa etária predominante é de 25 a 34 anos, representando 18,3% dos usuários globais (SocialPilot, 2024). O Instagram e o TikTok, por sua vez, são populares entre usuários mais jovens, especialmente da geração Z (16 a 24 anos), com altos índices de uso entre essa faixa etária (DataReportal, 2024).

Projeções indicam que o número global de usuários de redes sociais deve continuar crescendo nos próximos anos, impulsionado pelo aumento no uso de smartphones e maior

conectividade à internet. Estima-se que, em 2027, o número de usuários ativos em redes sociais possa ultrapassar os 5 bilhões, abrangendo uma parcela ainda maior da população mundial (DataReportal, 2024). Com base nos números da expansão das redes sociais, a virtualização da identidade é profundamente influenciada pelas novas formas de mediação das interações sociais proporcionadas pelas tecnologias digitais. Nesses espaços virtuais, os indivíduos encontram oportunidades inéditas para explorar diferentes formas de conexão, pertencimento e expressão pessoal, desafiando normas tradicionais associadas à identidade e ao relacionamento. Neste contexto, a Teoria das Representações Sociais, desenvolvida por Serge Moscovici, oferece um quadro teórico valioso para a análise dessas dinâmicas. Essa teoria investiga como as representações sociais—imagens e conceitos compartilhados por um grupo sobre determinado fenômeno—moldam a forma como as pessoas percebem e interpretam a realidade (Moscovici, 2012).

Aplicar a Teoria das Representações Sociais a este estudo possibilita uma análise aprofundada de como as representações coletivas moldam a construção e expressão da identidade nos ambientes digitais. As plataformas digitais abrem novos caminhos para a exploração e experimentação identitária, permitindo aos indivíduos moldar sua autoimagem e suas interações sociais de acordo com as representações coletivas predominantes. Esse processo afeta não apenas a forma como as pessoas se apresentam externamente, mas também como elas veem a si mesmas e suas relações com os outros, destacando a natureza dinâmica e mutável da identidade na era digital.

Além disso, a virtualização da identidade fomenta o surgimento de novas formas de subjetividade e pertencimento na sociedade contemporânea. Uma análise crítica dos impactos culturais e sociais da digitalização da identidade, mediada pela Teoria das Representações Sociais, proporciona uma reflexão sobre como essas transformações estão redefinindo os limites entre o "eu" real e o "eu" virtual. Essas mudanças têm implicações profundas na experiência individual e coletiva de identidade, influenciando a maneira como os indivíduos compreendem a si mesmos e se relacionam com o mundo ao seu redor.

INTERAÇÃO SOCIAL E NO CONSUMO DE MÍDIA

O uso de redes sociais tem experimentado um crescimento exponencial tanto no Brasil quanto globalmente, refletindo a crescente interconexão digital e a integração dessas plataformas na vida cotidiana. Em 2024, estima-se que existam cerca de 4,89 bilhões de usuários de redes sociais em todo o mundo, o que representa aproximadamente 60,6% da população global. No Brasil, o número de usuários é igualmente significativo, alcançando cerca de 173 milhões, correspondendo a aproximadamente 80% da população nacional. As plataformas mais populares podem variar de acordo com a região, mas globalmente, Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram e TikTok estão entre as mais utilizadas. Este panorama não apenas ilustra o impacto das redes sociais na interação social e no consumo de mídia, mas também destaca a crescente influência dessas plataformas em várias esferas da sociedade contemporânea.

Segundo o relatório Digital 2024 da We Are Social e Hootsuite, aproximadamente 4,89 bilhões de pessoas são usuárias de redes sociais globalmente, representando cerca de 60,6% da população mundial. No Brasil, o número é de cerca de 173 milhões, o que corresponde a aproximadamente 80% da população total do país (We Are Social e Hootsuite, 2024). Em 2024, as plataformas de mídia social mais proeminentes são o Facebook, com 2,96 bilhões de usuários ativos mensais, seguido pelo YouTube, com aproximadamente 2,7 bilhões de usuários ativos mensais. O WhatsApp, um dos aplicativos de mensagens mais populares globalmente, conta com mais de 2 bilhões de usuários. O Instagram, amplamente utilizado para compartilhar fotos e vídeos curtos, possui cerca de 2 bilhões de usuários ativos mensais. O TikTok, que tem mostrado um crescimento notável, conta com 1,1 bilhão de usuários ativos mensais e é especialmente popular entre os jovens. O WeChat, particularmente popular na China, tem mais de 1,3 bilhão de usuários ativos. O Snapchat, com aproximadamente 750 milhões de usuários ativos mensais, é amplamente utilizado para mensagens efêmeras e filtros de realidade aumentada. O Twitter, agora conhecido como X, possui cerca de 450 milhões de usuários ativos mensais e é popular para atualizações rápidas e discussões públicas.

Embora essas plataformas dominem o mercado de redes sociais, seu uso pode variar conforme o grupo demográfico e a localização geográfica. No Brasil, as plataformas mais populares são WhatsApp, Instagram, Facebook e YouTube. A relação entre a virtualização da experiência de identidade e o crescente número de usuários de redes sociais reflete o papel dinâmico dessas plataformas na construção e expressão da identidade na era digital. Com bilhões de pessoas conectadas globalmente, as redes sociais oferecem ambientes onde indivíduos podem explorar, construir e exibir diferentes facetas de suas identidades, seja por meio de perfis pessoais, interações, compartilhamento de conteúdo ou participação em comunidades virtuais.

A virtualização da identidade é intensificada à medida que essas plataformas permitem a criação de representações digitais que podem ou não corresponder à identidade "real" dos usuários. Isso envolve desde a escolha de fotos de perfil e curadoria de postagens até a adoção de estilos de comunicação influenciados pelas normas e expectativas de cada rede social. A popularidade de plataformas como Instagram, TikTok e Facebook, nas quais a imagem e a narrativa pessoal são centrais, evidencia como a identidade digital é moldada por fatores estéticos e performativos.

Os dados que mostram um crescimento significativo no uso de redes sociais indicam que a identidade digital está se tornando cada vez mais uma extensão da identidade pessoal, sendo moldada e redefinida pelas interações e visibilidade online. As plataformas não apenas proporcionam o espaço para essa virtualização, mas também influenciam como as pessoas escolhem apresentar suas identidades ao mundo, criando uma dinâmica contínua de construção, reconstrução e negociação de quem são — ou quem desejam ser — no ambiente digital.

A VIRTUALIZAÇÃO DA IDENTIDADE NO CONTEXTO DIGITAL

A virtualização da identidade refere-se ao processo de construção e apresentação do "self" em ambientes digitais, onde as identidades podem ser continuamente moldadas e remodeladas. De acordo com Turkle (1995), os espaços virtuais proporcionam um ambiente

de experimentação no qual os indivíduos têm a oportunidade de explorar aspectos de suas identidades que talvez não fossem expressos ou aceitos no mundo físico. Nesse contexto, a construção da identidade online pode envolver a adoção de avatares ou perfis que representam facetas idealizadas, alternativas ou experimentais do "self". A flexibilidade inerente aos ambientes digitais possibilita uma dissociação parcial do "self" físico, permitindo que os usuários criem e interajam por meio de múltiplas identidades, cada uma refletindo diferentes aspectos de sua persona (Turkle, 1995).

Essas práticas de construção de identidade virtual não se limitam a atos de fantasia ou a uma simples fuga da realidade. Conforme argumenta Boyd (2014), a apresentação do "self" nas mídias sociais representa uma extensão das dinâmicas de construção de identidade que ocorrem em contextos offline. Todavia, os ambientes digitais oferecem novos parâmetros e oportunidades para a expressão identitária, permitindo aos indivíduos um controle mais consciente e deliberado sobre como desejam ser percebidos pelos outros. Dessa forma, a identidade virtual emerge como um espaço tanto de experimentação e criatividade quanto de conflito e negociação, onde normas sociais e expectativas são constantemente desafiadas e redefinidas (Boyd, 2014).

Ao considerar a virtualização da identidade sob essa perspectiva, é possível perceber como os ambientes digitais se tornam arenas complexas de expressão pessoal e social, onde o "self" pode ser reinventado e as fronteiras entre o real e o virtual são constantemente negociadas. A análise das práticas identitárias nesses espaços destaca a importância das interações sociais mediadas digitalmente, revelando um processo contínuo de construção e reconstrução da identidade que reflete tanto os desejos pessoais quanto as pressões sociais.

Estas pressões sociais são evidenciadas pelo elevado tempo que a população brasileira se dedica às redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas. Segundo dados recentes, o brasileiro passa em média 3 horas e 37 minutos por dia conectado às redes sociais, o que posiciona o país entre os líderes globais no consumo dessas plataformas (Nerdweb, 2024; Portal Insights, 2024). Este comportamento intensivo e

disperso de uso das plataformas digitais não apenas reflete o acesso massivo à internet, mas também revela dificuldades no gerenciamento da identidade digital, especialmente no que tange à privacidade e à autenticidade das interações online.

O conceito de identidade digital é formado pela soma de informações que o indivíduo compartilha em ambientes digitais, como fotos, textos e atividades, e pela maneira como ele interage com outros usuários. No entanto, a sobreposição de múltiplas identidades em diferentes redes sociais e aplicativos, como WhatsApp, Instagram e Facebook, pode levar a problemas como a dificuldade de estabelecer uma representação coerente e autêntica de si mesmo, influenciando diretamente a saúde mental e o bem-estar dos usuários (Portal Insights, 2024).

Além disso, o uso médio de 15 horas e 54 minutos por mês no Instagram evidencia o desafio de manter uma identidade digital autêntica em plataformas focadas na exposição visual e na construção de narrativas pessoais (Portal Insights, 2024). Esse comportamento frequentemente gera tensões entre a identidade pública, compartilhada online, e a identidade privada, criando um espaço propício para a construção de personas artificiais, voltadas para a validação social e o engajamento de seguidores. Outro aspecto crítico do uso intensivo de redes sociais no Brasil é a questão da privacidade digital. A ausência de uma legislação robusta e o baixo nível de conscientização sobre segurança digital dificultam a proteção das informações pessoais. Como resultado, os brasileiros se tornam vulneráveis a problemas como roubo de identidade e uso indevido de dados, que podem impactar negativamente sua reputação e identidade digital (Nerdweb, 2024).

Assim, o desafio de manter uma identidade digital autêntica e segura envolve a conscientização sobre as implicações do uso excessivo de redes sociais e a adoção de práticas que protejam as informações pessoais e promovam interações mais saudáveis e genuínas. A desconexão parcial e a reflexão sobre o tempo dedicado a cada plataforma são passos imprescindíveis para resgatar o equilíbrio entre o real e o virtual (Portal Insights, 2024).

A VIRTUALIZAÇÃO DA IDENTIDADE SOB A ÓTICA DA TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

A virtualização da experiência da identidade, quando analisada sob a ótica da Teoria das Representações Sociais, oferece uma perspectiva rica sobre como indivíduos e grupos constroem e percebem suas identidades no contexto digital. Desenvolvida por Serge Moscovici, a Teoria das Representações Sociais explora como os grupos compartilham e interpretam imagens e conceitos sobre fenômenos, moldando a forma como entendem e interagem com o mundo.

De acordo com Moscovici (2012), as representações sociais são sistemas de valores, crenças e práticas que emergem da interação social e que ajudam os indivíduos a fazer sentido de sua realidade. Essas representações são fluidas e adaptáveis, refletindo as mudanças culturais e sociais. No ambiente digital, a virtualização da identidade é o processo pelo qual indivíduos constroem e projetam suas identidades através de plataformas como redes sociais, fóruns e mundos virtuais. De acordo com a Teoria das Representações Sociais, todo conhecimento é validado na experiência social, e as representações coletivas são coleções de saberes e crenças cuja principal função é transmitir saberes ancestrais, incorporando herança social e cultural, além da experiência pessoal. Nessa perspectiva, a individualidade é determinada socialmente, os indivíduos não têm ação direta e as representações coletivas são impostas, estáticas e homogêneas (Chamon, 2014).

A identidade virtual torna-se um campo complexo quando observada pela Teoria das Representações Sociais. A construção de identidades em plataformas digitais frequentemente envolve a criação de representações que podem não corresponder à identidade real dos indivíduos. Os perfis digitais são moldados por normas e expectativas sociais amplamente compartilhadas e reforçadas nesses ambientes. Assim, projetar uma identidade online não é apenas uma questão de representação pessoal, mas também de negociação com as imagens e normas coletivas predominantes na esfera digital.

No contexto das representações sociais, elas podem ser entendidas como saberes socialmente construídos que não apenas orientam a cognição e a comunicação individual e

grupal, mas também justificam condutas e escolhas. A linguagem e a comunicação desempenham um papel fundamental na produção e circulação das representações sociais, nos níveis interindividual, institucional e midiático, constituindo as possibilidades e determinantes da representação (Moscovici, 2012).

Segundo Jovchelovitch (2017), a representação social refere-se tanto a um fenômeno quanto a uma teoria. Esse fenômeno é moldado pelas práticas de determinados grupos em relação aos objetos sociais, enquanto a teoria busca explicar como o conhecimento social é articulado e transformado por meio de processos de comunicação e interação social. Moscovici (1978) ressalta que as representações sociais desempenham um papel crucial na formação e experiência da identidade online. A forma como os indivíduos são percebidos pelos outros e como se veem a si mesmos é moldada por representações coletivas que prevalecem nas mídias sociais. A aceitação e a popularidade em plataformas digitais muitas vezes dependem da aderência a representações ideais ou aspiracionais, o que pode impactar significativamente a autoestima e o sentimento de pertencimento dos usuários. Portanto, a identidade online frequentemente se ajusta para alinhar-se com padrões e expectativas compartilhadas, criando uma interdependência entre a autoimagem e a imagem projetada.

Logo, as comunidades virtuais desenvolvem suas próprias normas e representações sobre o que significa pertencer a um grupo específico. A identidade coletiva dentro dessas comunidades é formada por representações sociais que são compartilhadas entre os membros e contribuem para a coesão grupal. Essas representações influenciam como os indivíduos se percebem e são percebidos pelos outros dentro do grupo, gerando uma identidade grupal que pode diferir da identidade manifestada fora das plataformas digitais.

A virtualização da identidade também apresenta desafios significativos, especialmente no que se refere à congruência entre a identidade real e a projetada. A Teoria das Representações Sociais oferece uma lente analítica para explorar como as representações coletivas moldam a experiência individual da identidade e como as normas predominantes nas plataformas digitais afetam sua expressão e percepção. A tensão entre

autenticidade e idealização, bem como a pressão para conformar-se a padrões de representação, são aspectos críticos dessa análise (Moscovici, 2003).

Em breve síntese, ao examinar a virtualização da identidade através da Teoria das Representações Sociais, percebemos como as representações coletivas e normas sociais influenciam a construção e a experiência da identidade no ambiente digital. As plataformas virtuais proporcionam novas formas de expressão e negociação da identidade, enquanto apresentam desafios relacionados à autenticidade e à coesão entre a identidade virtual e a real. A Teoria das Representações Sociais oferece uma estrutura robusta para entender essas complexas interações e seus impactos na experiência individual e coletiva da identidade.

A PERFORMATIVIDADE DA IDENTIDADE VIRTUAL

O conceito de performatividade da identidade, conforme proposto por Butler (1990), pode ser aplicado à virtualização da experiência de si para compreender como as identidades digitais são continuamente construídas através de atos performativos. No espaço virtual, a identidade é performada por meio de escolhas estéticas, linguísticas e de comportamento, que se manifestam em textos, imagens, vídeos e interações com outros usuários. Essas performances são frequentemente moldadas por algoritmos e regras implícitas de plataformas, que influenciam o que é visto e valorizado, criando uma espécie de "política de visibilidade" (Butler, 1990).

A performatividade no ambiente virtual, portanto, não é um ato isolado, mas uma série de práticas reiterativas que, através de sua repetição, constroem e reafirmam a identidade do indivíduo. O ato de postar uma foto, atualizar um status ou curtir um conteúdo alheio são gestos que contribuem para a construção da identidade digital, sendo que cada um desses gestos é, simultaneamente, um ato de autodefinição e uma resposta às normas sociais e expectativas do meio digital (Butler, 1990). A virtualização da experiência de si traz à tona diversos desafios e implicações éticas e psicológicas. Um dos principais desafios é o gerenciamento da autenticidade. De acordo com Goffman (1959), a apresentação do self é

sempre uma questão de gerenciamento de impressões, mas no ambiente virtual, a linha entre o real e o idealizado pode se tornar ainda mais borrada. A constante necessidade de se curar uma imagem digital que atenda às expectativas sociais pode levar a sentimentos de ansiedade e inadequação, exacerbando problemas de saúde mental, como a depressão e a ansiedade (Goffman, 1959).

Além disso, a virtualização da identidade levanta questões sobre privacidade e controle. Foucault (1977) já discutia a ideia de vigilância e controle social, e no contexto digital, essas ideias se intensificam. As plataformas digitais não apenas permitem que os indivíduos compartilhem suas experiências, mas também coletam dados que podem ser utilizados para fins comerciais ou mesmo de manipulação política. A vigilância digital torna-se, assim, um componente central da experiência virtualizada de si, onde cada interação pode ser monitorada e analisada (Foucault, 1977).

PERFORMATIVIDADE OBSERVADA PELA TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

A performatividade, quando analisada sob a ótica da Teoria das Representações Sociais, oferece uma perspectiva rica sobre como as identidades são construídas e expressas em contextos sociais diversos. Serge Moscovici, ao desenvolver a Teoria das Representações Sociais, destaca que as representações sociais são construídas através das interações sociais e moldam a maneira como compreendemos e interpretamos o mundo. Nesse sentido, a performatividade, entendida como o processo de criar e manifestar identidades através de comportamentos e ações, está intrinsecamente ligada às representações sociais.

A performatividade, conforme abordada por Judith Butler, sugere que a identidade não é um atributo fixo, mas algo que é continuamente produzido e reproduzido através de práticas sociais e discursivas. Essa concepção se alinha com a visão de Moscovici, que vê as representações sociais como imagens e conceitos compartilhados, influenciados e ajustados pelas normas e valores predominantes em um grupo social. Ambas as abordagens ressaltam a fluidez e a construção social da identidade (Butler, 1990). Aplicando a Teoria das Representações Sociais à performatividade, observamos que as representações sociais

desempenham um papel fundamental na maneira como as identidades são performadas. As representações sociais, que refletem os valores e normas dominantes, orientam e moldam o comportamento dos indivíduos, afetando como eles se apresentam e interagem em diferentes contextos sociais. Em ambientes profissionais, por exemplo, as expectativas e normas associadas a papéis específicos, como o de gerente ou especialista, influenciam como os indivíduos se comportam e se projetam. Essa influência é visível em diversos contextos, como nas redes sociais, grupos culturais ou ambientes acadêmicos, onde as pessoas ajustam suas identidades de acordo com as representações sociais que prevalecem nesses ambientes.

A relação entre performatividade e representações sociais é complexa e dinâmica, já que a performatividade é uma prática através da qual os indivíduos encenam e reiteram suas identidades com base nas representações sociais vigentes. Em ambientes digitais, por exemplo, os indivíduos criam e ajustam suas identidades virtuais com base nas normas e expectativas prevalentes nas plataformas sociais. Eles adotam comportamentos e estilos de comunicação que são esperados e valorizados nesses contextos, ajustando suas identidades virtuais para alinhar-se com as representações sociais coletivas.

A interação entre performatividade e representações sociais evidencia a natureza adaptativa e negociada da identidade. As identidades não são apenas construídas internamente, mas também são moldadas pelas representações sociais predominantes, que oferecem um repertório de normas e imagens. A performatividade é o meio pelo qual essas identidades são expressas e ajustadas, refletindo as normas e expectativas sociais que influenciam tanto a percepção interna quanto a externa da identidade. Deste modo, a análise da performatividade à luz da Teoria das Representações Sociais proporciona uma compreensão aprofundada de como identidades são continuamente moldadas e ajustadas através de práticas sociais e normas coletivas. A teoria oferece uma estrutura valiosa para compreender como as representações sociais afetam a maneira como os indivíduos performam e experimentam suas identidades, seja no mundo físico ou no ambiente digital.

DESAFIOS E IMPLICAÇÕES DA REDEFINIÇÃO DOS LIMITES ENTRE O "EU" REAL E O "EU" VIRTUAL

A virtualização das interações sociais, mediada por tecnologias digitais e plataformas online, abriu novas possibilidades para a experimentação de identidades variadas. O ambiente digital permite que os indivíduos explorem, expressem e até reinventem suas identidades de maneiras que eram anteriormente impossíveis ou socialmente restritas no mundo físico. Esta experimentação de identidades no espaço virtual, no entanto, traz consigo uma série de desafios e implicações, especialmente no que diz respeito à redefinição dos limites entre o "eu" real e o "eu" virtual.

A experimentação de identidades no ambiente virtual é facilitada pela flexibilidade e anonimato que as plataformas digitais proporcionam. Segundo Turkle (1995), as plataformas digitais permitem que os indivíduos criem e experimentem múltiplas identidades em espaços virtuais, adotando personas que podem diferir significativamente de sua identidade no mundo real. Essa flexibilidade pode ser empoderadora, permitindo a exploração de aspectos de si mesmos que podem ser reprimidos ou não reconhecidos em contextos offline.

Por exemplo, nas redes sociais e em plataformas de jogos online, os usuários podem escolher avatares e nomes de usuário que refletem aspectos aspiracionais ou alternativos de sua identidade. Esses espaços digitais oferecem um ambiente relativamente seguro para a auto-expressão e para a exploração de identidades que podem ser marginalizadas ou estigmatizadas no mundo offline. Embora a experimentação de identidades no espaço virtual possa ser libertadora, ela também apresenta uma série de desafios. Um dos principais desafios é a potencial dissonância entre o "eu" real e o "eu" virtual. Esta dissonância pode surgir quando a identidade virtual diverge significativamente da identidade real de uma pessoa, criando uma tensão psicológica e emocional. Goffman (1959) sugere que essa divergência pode levar a uma "fratura do eu", onde o indivíduo sente uma desconexão entre suas diversas personas. Essa desconexão pode resultar em confusão de identidade e dificuldades em manter uma coerência interna. A pressão para

manter múltiplas identidades coerentes, especialmente quando há expectativas conflitantes entre o mundo real e o virtual, pode gerar ansiedade e estresse.

Outro desafio é a questão da autenticidade. Em um ambiente onde a identidade pode ser facilmente fabricada ou manipulada, a linha entre o real e o artificial se torna nebulosa. A autenticidade, que é frequentemente valorizada nas interações sociais, pode ser comprometida pela capacidade de se reinventar continuamente online. Esse fenômeno é particularmente relevante nas redes sociais, onde a apresentação de uma identidade "curada" ou idealizada pode ser percebida como inautêntica ou enganosa.

A capacidade de experimentar diferentes identidades online tem implicações profundas para a compreensão de si mesmo e para as relações sociais. Uma dessas implicações é a fragmentação da identidade. Com a facilidade de adotar múltiplas identidades virtuais, o conceito de um "eu" unificado e consistente é desafiado. Em vez disso, os indivíduos podem começar a se ver como compostos de múltiplos "eus", cada um adequado para diferentes contextos digitais. Essa fragmentação pode ter impactos tanto positivos quanto negativos. Positivamente, pode permitir uma maior flexibilidade e adaptação a diferentes contextos sociais e culturais. Negativamente, pode resultar em uma sensação de falta de coesão ou de um núcleo identitário central, levando a uma crise de identidade ou a sentimentos de alienação. Ainda, a experimentação de identidades virtuais pode ter implicações para a construção de relacionamentos. A natureza muitas vezes anônima e desinibida das interações online pode levar a conexões mais rápidas e profundas, mas também pode facilitar comportamentos tóxicos ou prejudiciais, como o cyberbullying, o assédio e a manipulação emocional. A falta de responsabilidade percebida no ambiente virtual pode encorajar comportamentos que os indivíduos não adotariam no mundo físico, complicando ainda mais as dinâmicas de identidade e relação.

As plataformas digitais desempenham um papel categórico na mediação da experimentação de identidades. Elas não apenas fornecem o espaço para a experimentação, mas também moldam as possibilidades de como essa experimentação pode ocorrer. Os algoritmos de recomendação, por exemplo, influenciam quais identidades e

comportamentos são visíveis e valorizados, enquanto as políticas de moderação determinam quais formas de auto-expressão são permitidas ou proibidas. Baym (2010) discute como as plataformas digitais, ao criar "arquiteturas de participação", influenciam as formas como as pessoas se apresentam e interagem umas com as outras. Assim, a experimentação de identidade não ocorre em um vácuo, mas é moldada por forças econômicas, tecnológicas e culturais que influenciam como a identidade é construída e performada online.

A VIRTUALIZAÇÃO DA EXPERIÊNCIA DA IDENTIDADE NO CONTEXTO DAS PLATAFORMAS DE MÍDIAS SOCIAIS E DE STREAMING

A virtualização da experiência da identidade no contexto das plataformas de mídias sociais e de streaming reflete uma transformação significativa na maneira como os indivíduos constroem, expressam e percebem suas identidades no ambiente digital. Com a ascensão de plataformas como Facebook, Instagram, TikTok, Twitch, e YouTube, a construção da identidade tornou-se um processo dinâmico e altamente mediatizado, onde as fronteiras entre o real e o virtual, o público e o privado, tornam-se cada vez mais fluidas. Esse fenômeno é marcado pela capacidade de projetar múltiplas facetas da identidade de maneira contínua e interativa, resultando em uma experiência de si que é profundamente moldada por métricas de engajamento, feedback em tempo real e dinâmicas de comunidade digital.

Nas plataformas de mídias sociais, a construção da identidade é frequentemente um processo curatorial, onde os indivíduos selecionam e compartilham aspectos de suas vidas que desejam apresentar a um público específico. Como Goffman (1959) discute em sua teoria da apresentação do self na vida cotidiana, os indivíduos gerenciam ativamente as impressões que desejam criar nos outros. Este gerenciamento de impressões é amplificado nas mídias sociais, onde a identidade é construída através de perfis cuidadosamente elaborados, postagens editadas, imagens filtradas, e histórias selecionadas para projetar uma imagem específica. As ferramentas oferecidas por essas plataformas permitem que os

usuários controlem como são percebidos, criando versões idealizadas de si mesmos que são moldadas tanto por normas sociais quanto pelas expectativas do público digital.

A visibilidade e a validação nas mídias sociais são frequentemente medidas por métricas quantitativas, como "curtidas", "comentários" e "compartilhamentos". Como destacam Marwick e boyd (2011), essas métricas introduzem uma economia da atenção, onde o valor social é mediado pela visibilidade e pelo engajamento. Isso leva os indivíduos a ajustar suas representações de identidade para maximizar a aprovação e a validação social, criando uma espécie de "curadoria performativa" (Marwick & boyd, 2011). A identidade digital, portanto, torna-se um projeto contínuo de manutenção de imagem, onde cada postagem é cuidadosamente calibrada para atender a uma audiência específica.

As plataformas de streaming, como Twitch e YouTube Live, introduzem uma nova dimensão à virtualização da experiência da identidade, ao permitir uma interação ao vivo e em tempo real com o público. A performatividade da identidade nesses espaços é caracterizada pela necessidade de construir uma presença autêntica e envolvente em tempo real, enquanto se responde à audiência de maneira dinâmica (Butler, 1990). Essa forma de construção da identidade é distinta porque envolve a negociação constante entre a apresentação de um self "autêntico" e a adaptação às expectativas do público. Nos streams, a identidade do streamer é frequentemente co-construída com a audiência. A interação com os espectadores, que ocorre através de chats ao vivo, comentários e reações, cria um feedback em tempo real que pode influenciar diretamente o comportamento e a autoapresentação do streamer. Baym (2015) argumenta que essa forma de co-construção cria uma identidade que é ao mesmo tempo pessoal e colaborativa. Os streamers devem gerenciar constantemente sua autenticidade e acessibilidade, equilibrando suas próprias preferências com as expectativas e demandas de sua audiência.

Além disso, a virtualização da identidade nas plataformas de streaming pode levar a uma fragmentação da identidade. Os streamers frequentemente adotam diferentes personas ou estilos de apresentação para atrair e manter diferentes segmentos de público. Essa multiplicidade de apresentações pode ser vista como uma forma de "multifacetamento

digital", onde a identidade é expressa através de várias facetas que são ativadas de acordo com o contexto e a audiência. De acordo com Nakamura (2008), essa fragmentação permite uma flexibilidade maior na expressão de identidade, mas também pode criar tensões internas em termos de autenticidade e coerência. A virtualização da identidade através das mídias sociais e plataformas de streaming levanta questões complexas em relação à autenticidade, privacidade e saúde mental. A necessidade de manter uma imagem pública constante e idealizada pode levar a uma pressão significativa sobre os indivíduos para performar de maneira contínua, muitas vezes resultando em ansiedade e esgotamento emocional (Turkle, 2011). A pesquisa de Dumas, Maxwell-Smith, Davis e Giulietti (2017) sobre o impacto das mídias sociais na saúde mental destaca como a pressão para apresentar uma versão idealizada de si mesmo pode exacerbar sentimentos de inadequação e diminuir a autoestima, especialmente entre os jovens.

Ainda, a virtualização da identidade traz à tona questões de privacidade e vigilância. Foucault (1977) já discutia a ideia de vigilância e controle social, e no contexto digital, essas ideias se tornam ainda mais relevantes. As plataformas digitais não apenas permitem que os indivíduos compartilhem suas experiências, mas também coletam e analisam dados para fins comerciais e de marketing. Essa vigilância digital transforma a experiência virtualizada de si em uma mercadoria, onde cada interação pode ser monitorada e explorada para lucro (Zuboff, 2019).

A virtualização da experiência do indivíduo nas plataformas digitais tem levado a uma transformação significativa na maneira como as experiências pessoais e identidades são convertidas em mercadorias. Esse fenômeno é evidenciado pelo crescente papel das plataformas de mídias sociais e de streaming como arenas de produção e consumo de identidade, onde as experiências e interações dos indivíduos são coletadas, analisadas e monetizadas. Esta transformação é impulsionada por uma economia digital que converte dados pessoais e comportamentais em valor econômico e estratégico.

A ECONOMIA DA ATENÇÃO E A MERCADORIZAÇÃO DA IDENTIDADE

A transformação da experiência virtualizada em mercadoria está intrinsecamente ligada à economia da atenção, um conceito que descreve a maneira como a atenção dos usuários é capturada e comercializada por plataformas digitais. De acordo com Davenport e Beck (2001), a economia da atenção refere-se ao valor econômico gerado pela capacidade das plataformas de atrair e reter a atenção dos usuários, convertendo essa atenção em receitas publicitárias e de marketing. As plataformas digitais, como Facebook, Instagram e YouTube, utilizam algoritmos sofisticados para maximizar o engajamento e o tempo de permanência dos usuários, transformando a atenção em um recurso escasso e valioso. Essas plataformas não apenas atraem a atenção dos usuários, mas também coletam dados detalhados sobre seus comportamentos, preferências e interações. Zuboff (2019) argumenta que essa coleta de dados é um aspecto central do capitalismo de vigilância, onde as experiências e comportamentos dos indivíduos são monitorados e analisados para criar perfis detalhados que são então utilizados para segmentação de mercado e personalização de anúncios. A experiência virtualizada do indivíduo, portanto, é transformada em dados que são comercializados para anunciantes e outras partes interessadas, convertendo a identidade digital em uma mercadoria.

As plataformas de redes sociais vêm apresentando um crescimento significativo em termos de lucros nos últimos anos. De acordo com um relatório de análise de mercado, o tamanho do mercado de redes sociais deve crescer em aproximadamente USD 238,4 bilhões entre 2023 e 2028, com uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 19,96% (Technavio, 2024). Esse crescimento é impulsionado pela maior penetração da internet, aumento no consumo de conteúdo digital e publicidade direcionada.

A Meta Platforms, que inclui o Facebook, Instagram e WhatsApp, registrou um crescimento robusto e espera-se que a receita anual alcance USD 178,25 bilhões em 2025, em comparação com USD 158,48 bilhões em 2024. A empresa projeta um aumento de aproximadamente 10,8% ao ano, com os lucros impulsionados por inovações em publicidade e inteligência artificial (Meta Stock Predictions, 2024).

Além disso, as principais fontes de receita das redes sociais incluem publicidade e inovações tecnológicas, como a integração de inteligência artificial (IA) para melhorar a entrega de anúncios e a experiência dos usuários. Com a crescente digitalização e o uso da internet, essas plataformas tendem a expandir suas operações e modelos de negócios, incluindo a venda de hardware de realidade aumentada e serviços relacionados ao metaverso.

A projeção para os próximos anos indica que o mercado de redes sociais continuará a se expandir, com previsões apontando para um aumento significativo de usuários, principalmente em regiões emergentes como Ásia-Pacífico e América Latina, e um foco crescente em monetização por meio de comércio eletrônico e novos formatos de publicidade. Essas informações são decisivas para entender as tendências futuras do mercado de redes sociais e o impacto econômico dessas plataformas em nível global, especialmente no contexto de inovações tecnológicas e mudanças no comportamento dos consumidores.

A construção da identidade nas mídias sociais e plataformas de streaming é um processo que contribui diretamente para a mercadorização da experiência individual. As plataformas incentivam os usuários a criar e compartilhar conteúdos que não apenas refletem suas identidades, mas também geram engajamento e visibilidade. Como Marwick e Boyd (2011) discutem, a criação de perfis e postagens nas mídias sociais é muitas vezes orientada pela necessidade de maximizar a aprovação e o reconhecimento público, o que resulta em uma forma de autocuradoria que está intimamente ligada à dinâmica do mercado.

A mercadorização da identidade é visível na forma como os influenciadores e criadores de conteúdo monetizam suas presenças digitais. Esses indivíduos constroem marcas pessoais e utilizam suas identidades como ativos de mercado, oferecendo publicidade, parcerias e promoções como parte de sua estratégia de monetização (Abidin, 2016). O trabalho de influencers e criadores de conteúdo exemplifica a conversão direta da

identidade virtual em mercadoria, onde a popularidade e o engajamento são traduzidos em valor econômico.

A mercadorização da identidade também levanta questões críticas sobre privacidade e vigilância. A coleta extensiva de dados pessoais e comportamentais por plataformas digitais permite uma vigilância minuciosa das atividades dos usuários, que são então utilizadas para fins comerciais. Foucault (1977) discute a noção de vigilância e controle social, que é exacerbada no contexto digital, onde as práticas de monitoramento e análise de dados se tornam formas de controle sobre as práticas e preferências dos indivíduos. O capitalismo de vigilância descrito por Zuboff (2019) destaca como a privacidade dos indivíduos é comprometida à medida que suas experiências e comportamentos são transformados em dados valiosos para as plataformas digitais. Essa vigilância não apenas afeta a privacidade pessoal, mas também molda o comportamento dos usuários, que podem se sentir compelidos a ajustar suas práticas de auto-representação para se alinhar com as expectativas e normas estabelecidas pelas plataformas.

A mercadorização da experiência virtualizada levanta importantes questões éticas e sociais. A transformação da identidade em mercadoria pode levar a uma diminuição da autenticidade e da autonomia dos indivíduos, que são incentivados a conformar-se com padrões de mercado e algoritmos para obter reconhecimento e sucesso. Isso pode resultar em uma pressão significativa sobre os usuários para se adaptar a normas digitais que priorizam o engajamento e a visibilidade sobre a expressão genuína (Turkle, 2011).

Além disso, a mercadorização da identidade pode contribuir para desigualdades sociais, à medida que os indivíduos com maior visibilidade e influência digital são valorizados e recompensados, enquanto aqueles que não se ajustam aos padrões de mercado podem ser marginalizados (Marwick, 2013). A análise crítica desse fenômeno requer uma abordagem que considere as implicações para a autonomia pessoal, a privacidade e a equidade social.

A virtualização da experiência da identidade nas plataformas digitais transforma a identidade pessoal em uma mercadoria, onde a atenção, os dados e a visibilidade são

convertidos em valor econômico. Esse processo é impulsionado pela economia da atenção e pelo capitalismo de vigilância, e levanta importantes questões sobre privacidade, autenticidade e desigualdade social.

A virtualização da experiência tem reconfigurado o panorama das interações sociais, culturais e econômicas, oferecendo novas oportunidades de engajamento e expressão. No entanto, essa transformação digital também tem revelado e exacerbado desigualdades existentes, resultando em formas de exclusão social que afetam desproporcionalmente diversas parcelas da sociedade. Este texto analisa como a virtualização da experiência pode ser excludente, examinando as barreiras ao acesso às tecnologias digitais e suas implicações sociais, com base em uma revisão crítica das literaturas relevantes.

IMPACTOS DA VIRTUALIZAÇÃO E MONETIZAÇÃO DA MÍDIA

A virtualização da identidade no contexto digital é um fenômeno que transforma profundamente a maneira como percebemos a nós mesmos e como somos percebidos pelos outros. Segundo Turkle (2011), em "Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other", a identidade digital não é apenas um reflexo do eu interior, mas uma construção elaborada através de postagens, imagens e interações nas redes sociais. Essas identidades virtuais frequentemente são moldadas pelas exigências das plataformas digitais, que promovem versões de nós que podem ser mais atraentes ou convenientes para o público. A complexidade desse processo torna-se evidente quando a mídia digital, em sua busca incessante por lucro, manipula e monetiza a construção de identidade. Bauman (2000), em "Liquid Modernity", argumenta que a competição por atenção e visibilidade nas plataformas digitais leva os usuários a adotar comportamentos e criar conteúdo que maximizem suas chances de se destacar. Isso pode resultar na apresentação de versões idealizadas de si mesmo ou na participação em tendências virais, muitas vezes à custa da autenticidade. Essa dinâmica tem consequências prejudiciais significativas. A pressão para manter uma imagem digital idealizada pode impactar negativamente a saúde mental dos indivíduos. Klein (2007), em "The Shock Doctrine: The

Rise of Disaster Capitalism", destaca como a constante comparação com padrões inalcançáveis e a necessidade de validação por meio de curtidas e compartilhamentos podem gerar sentimentos de inadequação e ansiedade. Muitos usuários acabam conformando-se a identidades moldadas pelas exigências das plataformas, em vez de expressarem quem realmente são.

A monetização do conteúdo digital cria um ciclo nocivo, como descrito por Vaidhyanathan (2011) em "The Googlization of Everything: (And Why We Should Worry)". As plataformas coletam dados detalhados sobre os interesses e comportamentos dos usuários para direcionar anúncios e promover produtos. Isso incentiva a criação de conteúdos que maximizem o engajamento, frequentemente em detrimento da autenticidade. A monetização dos dados dos usuários resulta na priorização de conteúdos virais e sensacionalistas, enquanto informações relevantes e de qualidade são frequentemente relegadas a segundo plano. A superficialização das discussões públicas é uma consequência significativa desse fenômeno. Rheingold (1993), em "The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier", argumenta que a predominância de conteúdos que priorizam o engajamento sobre a qualidade pode criar uma visão fragmentada da realidade. Questões sociais complexas, como desigualdade e discriminação, são muitas vezes tratadas de maneira simplista ou ignoradas em favor de tópicos que geram mais cliques e visualizações.

Além disso, a monetização do conteúdo digital amplifica desigualdades existentes. Pariser (2011), em "The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You", mostra como algoritmos de recomendação e sistemas de publicidade direcionada criam bolhas de filtro, limitando a exposição a perspectivas diversas e contribuindo para a polarização social. Essa falta de diversidade nas informações consumidas pode reduzir a empatia e o entendimento entre diferentes grupos, exacerbando tensões sociais. Deste modo, a virtualização da identidade e a monetização do conteúdo digital não apenas alteram a forma como nos apresentamos e interagimos, mas também podem aprofundar problemas sociais. É imprescindível promover uma conscientização crítica sobre a influência das plataformas digitais e buscar maneiras de equilibrar a expressão pessoal genuína com a necessidade de

discussões sociais significativas e autênticas. Adotar uma abordagem crítica em relação ao consumo e à produção de conteúdo digital, promover a educação sobre a influência das plataformas e incentivar a criação de conteúdo de qualidade sobre engajamento superficial são passos importantes para enfrentar esses desafios de forma mais eficaz e equitativa.

DESGUALDADE NO ACESSO ÀS TECNOLOGIAS DIGITAIS

A exclusão digital é um conceito central na análise da virtualização da experiência. De acordo com Lucas (2002), a exclusão digital refere-se às barreiras que impedem o acesso equitativo às tecnologias da informação e comunicação (TICs). Essas barreiras podem ser econômicas, educacionais ou estruturais e são particularmente evidentes em contextos em que as disparidades de acesso são mais pronunciadas. Lucas (2022) ressalta que, apesar dos avanços tecnológicos, a divisão digital continua a afetar gravemente as populações menos favorecidas, que enfrentam dificuldades significativas para acessar e utilizar as ferramentas digitais. Barreiras econômicas incluem a falta de recursos financeiros para adquirir equipamentos e serviços de internet. Barreiras educacionais envolvem a falta de habilidades digitais, enquanto barreiras estruturais referem-se à inadequação da infraestrutura em regiões menos desenvolvidas. Porto et al. (2020) destacam que a falta de conectividade e a baixa qualidade dos serviços de internet em áreas rurais e periféricas perpetuam essa exclusão, limitando as oportunidades de participação e engajamento digital para esses grupos.

A questão da representação nas plataformas digitais também é indispensável para entender a exclusão social na virtualização da experiência. Berrío-Zapata e Sant'ana (2018) argumentam que a representação digital é muitas vezes moldada por normas e estereótipos dominantes, que podem marginalizar grupos minoritários e aumentar a exclusão simbólica. A predominância de certos padrões culturais e estéticos nas mídias digitais contribui para a invisibilidade e marginalização de indivíduos e grupos que não se alinham com essas normatividades.

Gomes (2002) explora como a exclusão digital também está interligada com questões de representação e visibilidade. A falta de representatividade adequada e a presença de discursos discriminatórios nas plataformas digitais podem restringir a capacidade de expressão e participação dos grupos minoritários, perpetuando desigualdades e marginalizações.

A dinâmica da interação social digital pode exacerbar a exclusão social por meio de mecanismos como algoritmos e bolhas de filtro. Juniores (2006) discute como os algoritmos que mediam o conteúdo digital frequentemente favorecem a popularidade e o engajamento sobre a diversidade de perspectivas. Isso pode criar bolhas de filtro que limitam a exposição a perspectivas alternativas e reforçam a marginalização de vozes não convencionais.

Além disso, a necessidade de conformar-se aos padrões de comportamento e estética predominantes nas plataformas digitais pode criar barreiras adicionais para indivíduos que não se encaixam nesses padrões. Isso é particularmente relevante em um ambiente digital que muitas vezes valoriza a homogeneidade e a conformidade em detrimento da diversidade e da inclusão (Berrío-Zapata & Sant'ana, 2018).

As implicações da exclusão digital são profundas e abrangem várias dimensões da vida social e econômica. A exclusão digital pode limitar o acesso a oportunidades de emprego, educação e participação cívica, exacerbando as desigualdades sociais e econômicas existentes (Lucas, 2002). A análise crítica desses fenômenos requer uma compreensão das políticas e práticas que podem mitigar a exclusão e promover uma inclusão digital equitativa.

Porto et al. (2020) e Gomes (2002) sugerem que a promoção de políticas públicas voltadas para a inclusão digital, como a expansão da infraestrutura de conectividade e a oferta de programas de capacitação digital, são essenciais para enfrentar essas desigualdades. A implementação de tais políticas pode ajudar a reduzir a exclusão digital e garantir que todos os indivíduos tenham a oportunidade de participar plenamente na esfera digital.

DINÂMICA DA EXCLUSÃO NO CONTEXTO EDUCACIONAL

A dinâmica da exclusão no contexto educacional é um tema de crescente importância no cenário contemporâneo, particularmente em um ambiente cada vez mais mediado por tecnologias digitais. A virtualização da experiência educacional, impulsionada pelo avanço das tecnologias da informação e comunicação (TICs), tem oferecido novas oportunidades para a educação, mas também tem revelado e exacerbado desigualdades existentes. Este texto explora como a virtualização da educação pode contribuir para a exclusão social, detalhando as barreiras que afetam o acesso e a participação de diferentes grupos no processo educativo.

A exclusão digital no contexto educacional refere-se às desigualdades no acesso a tecnologias digitais e à infraestrutura necessária para participar efetivamente do ambiente educacional virtual. Segundo Lucas (2002), as barreiras econômicas, como a falta de dispositivos adequados e a baixa qualidade da conectividade, são fatores críticos que contribuem para a exclusão de estudantes de contextos socioeconômicos desfavorecidos. A ausência de equipamentos tecnológicos apropriados e a falta de acesso a uma internet de qualidade são limitações significativas que impedem muitos estudantes de participar plenamente das atividades educacionais online.

Porto et al. (2020) destacam que essas desigualdades de acesso não apenas limitam a capacidade de participação dos estudantes, mas também afetam a qualidade da experiência educacional. A falta de conectividade adequada pode comprometer o acesso a recursos educacionais online, limitar a capacidade de interação com colegas e professores, e reduzir as oportunidades de aprendizado colaborativo.

A competência digital é essencial para a participação efetiva no ambiente educacional virtual. Berrío-Zapata e Sant'ana (2018) argumentam que a falta de habilidades digitais é uma barreira significativa para a inclusão educacional. Estudantes que não possuem habilidades básicas de informática e navegação online enfrentam dificuldades adicionais para acessar e utilizar plataformas educacionais digitais. A educação digital, portanto, não deve se limitar apenas ao acesso às tecnologias, mas também deve incluir a

formação em habilidades digitais necessárias para a navegação e uso eficaz desses recursos. A estrutura e a metodologia do ensino virtual podem influenciar a inclusão ou exclusão de estudantes. Juniores (2006) observam que a abordagem pedagógica adotada em ambientes educacionais virtuais pode criar barreiras para estudantes que já enfrentam dificuldades de acesso e competência digital. Métodos de ensino que assumem um nível uniforme de familiaridade com as tecnologias digitais podem inadvertidamente excluir aqueles que não têm experiência prévia ou suporte adequado.

Além disso, a falta de interatividade e a rigidez dos formatos de ensino online podem limitar a capacidade de alguns estudantes de engajar com o conteúdo e participar efetivamente das atividades educacionais. A adaptação dos métodos de ensino e a implementação de práticas pedagógicas inclusivas são essenciais para garantir que todos os estudantes tenham oportunidades equitativas de aprendizado (Gomes, 2002).

A representação e a inclusão de diversos grupos no ambiente educacional virtual também são questões críticas. A falta de representatividade e a presença de estereótipos nos materiais educacionais podem contribuir para a exclusão simbólica de grupos minoritários. Santos (2020) argumenta que a ausência de representações variadas e a presença de conteúdos que não refletem a diversidade dos estudantes podem limitar a relevância e a eficácia da educação para esses grupos. A inclusão de perspectivas diversas e a adaptação dos materiais educacionais para refletir a diversidade cultural e social dos estudantes são fundamentais para promover um ambiente educacional que seja verdadeiramente inclusivo e acessível a todos (Lucas, 2022).

As implicações da exclusão educacional no contexto digital são profundas, afetando não apenas o acesso e a qualidade da educação, mas também as oportunidades futuras de desenvolvimento pessoal e profissional dos estudantes excluídos. As barreiras ao acesso e às competências digitais, bem como as limitações nas metodologias de ensino e na representação, devem ser abordadas para promover uma educação mais equitativa e inclusiva.

Porto et al. (2020) recomendam a implementação de políticas que promovam a inclusão digital, como a expansão da infraestrutura de conectividade e a oferta de programas de capacitação digital. Além disso, a adaptação dos métodos pedagógicos e a criação de materiais educacionais inclusivos são essenciais para garantir que todos os estudantes possam participar plenamente e beneficiar-se das oportunidades oferecidas pelo ambiente educacional virtual.

A TRS COMO FERRAMENTA PARA A INCLUSÃO DE IDENTIDADES VIRTUAIS NO AMBIENTE EDUCACIONAL

A Teoria das Representações Sociais (TRS), oferece uma perspectiva extensa para lidar com a exclusão no ambiente educacional, especialmente na era da virtualização da identidade. A teoria nos ajuda a compreender como os indivíduos constroem e compartilham significados sobre o mundo, moldando suas crenças e práticas de acordo com as interações sociais e culturais que experienciam. Aplicando essa abordagem ao contexto educacional, podemos explorar maneiras de criar ambientes mais inclusivos e sensíveis à diversidade das identidades virtuais dos alunos. Na virtualização da identidade, os alunos constroem e expressam suas identidades de formas variadas e muitas vezes complexas. A TRS nos permite investigar como essas representações são formadas e como influenciam a interação social dentro da sala de aula, seja ela física ou virtual. Compreender essas dinâmicas é indispensável para os educadores, já que possibilita a adaptação de suas práticas pedagógicas para refletir e respeitar a diversidade das experiências e identidades representadas pelos alunos. Dessa forma, podemos promover um ambiente mais acolhedor e inclusivo, que valorize a pluralidade de identidades presentes na esfera digital. Ainda, a TRS enfatiza a importância da comunicação na construção e transformação das representações sociais. No ambiente educacional, isso se traduz na necessidade de promover um diálogo aberto entre alunos e educadores sobre as diferentes formas de identidade e as percepções de inclusão e exclusão. Ao facilitar discussões honestas e empáticas, é possível construir uma compreensão mútua e diminuir as barreiras que podem

levar à exclusão de certos grupos de alunos. Esse tipo de interação não apenas enriquece a experiência de aprendizagem, mas também ajuda a criar uma cultura educacional mais colaborativa e inclusiva.

Outro aspecto relevante é a capacidade da TRS de identificar dinâmicas de exclusão que surgem a partir de representações sociais predominantes ou hegemônicas. Ao analisar as normas e valores que definem o que é considerado aceitável ou normal dentro do ambiente educacional, é possível identificar práticas e atitudes que podem marginalizar certos alunos. Com base nessa compreensão, intervenções direcionadas podem ser implementadas para desafiar e transformar essas normas, promovendo um ambiente mais inclusivo e equitativo. Por fim, a TRS sugere que as representações sociais são construídas coletivamente. Isso significa que envolver os alunos na criação e definição das normas e práticas educacionais pode ser um passo importante para garantir que suas perspectivas e identidades sejam consideradas. Participar de comitês consultivos, grupos de discussão ou projetos colaborativos permite que os alunos influenciem o currículo e as políticas da escola, tornando o ambiente educacional mais reflexivo e representativo das diversidades presentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A virtualização da experiência identitária constitui um fenômeno complexo e diversificado, que altera de maneira intensa a forma como os indivíduos percebem, constroem e expressam suas identidades nos ambientes digitais. Através da criação de perfis, avatares e outras representações virtuais, as pessoas têm a possibilidade de explorar novas formas de apresentação e interação, questionando normas tradicionais e ampliando os limites da autoexpressão. No entanto, essa transformação identitária digital não ocorre sem apresentar desafios expressivos. Uma análise sob a perspectiva da Teoria das Representações Sociais permite compreender como as normas e representações coletivas influenciam a experiência individual da identidade, moldando tanto a autopercepção quanto à forma como os indivíduos são percebidos pelos outros. A tensão entre a busca por

autenticidade e a tendência à idealização, bem como a pressão para se conformar a padrões específicos de representação, evidencia a complexidade das interações sociais mediadas pelas tecnologias digitais. Além disso, a mercadorização da identidade e as dinâmicas de exclusão social emergem como questões críticas que exigem uma reflexão profunda sobre suas implicações éticas e sociais.

No avanço da era digital, torna-se indispensável considerar como essas novas formas de expressão afetam não apenas a identidade individual, mas também a coesão social e a equidade. Embora a virtualização da identidade crie oportunidades para conexões e um sentimento de pertencimento, ela também pode intensificar desigualdades existentes e promover divisões sociais. Por isso, é imprescindível fomentar um diálogo crítico sobre as implicações culturais e sociais desse fenômeno, buscando um equilíbrio que permita tanto a expressão autêntica quanto a inclusão de todas as vozes na esfera digital.

Em conclusão, a virtualização da identidade configura-se como um campo de estudo que demanda atenção contínua, pois suas repercussões transcendem o âmbito digital, impactando de maneira substancial as interações sociais, a cultura e a sociedade como um todo. Compreender essas dinâmicas faz-se imprescindível para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades que o cenário tecnológico em constante mudança oferece, garantindo que a identidade, em suas diversas formas, continue a ser uma manifestação rica e significativa da experiência humana.

REFERÊNCIAS

ABIDIN, Crystal. Trabalho de visibilidade: Engajando-se com marcas de moda de influenciadores e campanhas de publieditorial# OOTD no Instagram. *Media International Australia*, v. 161, n. 1, p. 86-100, 2016. Disponível em:<<https://wishcrys.com/wp-content/uploads/2019/03/abidin-2016-visibility-labour-engaging-with-influencers-fashion-brands-and-ootd-advertorial-campaigns-on-instagram.pdf>>.

Acesso 27/08/2024

BAUMAN, Z. *Liquid Modernity*. Polity. Press. 2000.

BAYM, N. K. (2015). **Personal Connections in the Digital Age**. Polity Press.

BERRÍO-ZAPATA, Cristian; SANT'ANA, Ricardo Cesar Gonçalves. Exclusão digital: discurso e poder sobre a tecnologia da informação. SciELO-Editora UNESP, 2018.

BOYD, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.

BUTLER, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.

BUTLER, Judith. Problemas de gênero: feminismo e a subversão da identidade GT. *Political Theory* , v. 4, n. 4, p. 4-24, 2005.

CAZELOTO, Edilson. A virtualização das comunidades: Apontamentos para uma crítica dos vínculos sociais no capitalismo contemporâneo. III Simpósio Nacional ABCiber, 2009. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/114329/mod_resource/content/1/A%20virtualiza%C3%A7%C3%A3o%20das%20comunidades_Edilson%20Cazeloto.pdf>. Acesso 27/08/2024

CHAMON, E. M. Q. O. A educação do campo: contribuições da Teoria das Representações Sociais. Chamon EMQO, Guareschi PA, Campos PHF. *Textos e debates em representação social*. Porto Alegre: ABRAPSO, p. 107-33, 2014. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/18QayzzOQLDH23R1VmOQDAf-qpKVsqnMV/view?usp=drive_link>. Acesso 04/08/2024

CHAMON, E. M. Q. O., CHAMON, M.A (Orgs). *Gestão de Organizações Públicas e Privadas*. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

CHAMON, Edna Maria Querido de Oliveira. As dimensões da Educação do Campo. *Educação UFSM*, v. 41, n. 1, p. 183-195, 2016. Disponível em: <<http://educa.fcc.org.br/pdf/edufsm/v41n1/1984-6444-edufsm-41-1-00183.pdf>>. Acesso 04/08/2024

DA COSTA, Douglas Pereira. Escritas de si juvenis em Stories do Instagram: espaço virtual, virtualização do corpo e cultura digital. *REVELL: Revista de Estudos Literários da UEMS*, v. 2,

n. 25, p. 332-354, 2020. Disponível em:<<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8703618.pdf>>. Acesso 27/08/2024

DAVENPORT, T. H.; BECK, J. C. The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business (Harvard Business School Press, Boston). 2001.

DATAREPORTAL. Global Social Media Statistics — DataReportal – Global Digital Insights. 2024. Disponível em: <<https://www.datareportal.com>>. Acesso 01/10/2024.

DE CASTRO, Fabio Caprio Leite; PRIMO, Guilherme. A cultura do narcisismo, a virtualização da experiência de si e o crescente mal-estar na sociedade hiperconectada. Digitalização da Vida, p. 54. Disponível em:<https://www.researchgate.net/profile/Camilo-Darsie/publication/375120919_Educacao_Saude_e_Tecnologias_reflexoes_sobre_aplicativos_digitais_e_controle_de_riscos/links/654214840426ef6369f3f195/Educacao-Saude-e-Tecnologias-reflexoes-sobre-aplicativos-digitais-e-controle-de-riscos.pdf#page=55>. Acesso 27/08/2024

DUMAS, T. M., Maxwell-Smith, M. A., Davis, J. P., & Giulietti, P. A. (2017). Lying or Longing for Likes? Narcissism, Peer Belonging, Loneliness, and Normative versus Deceptive Like-Seeking on Instagram in Emerging Adulthood. *Computers in Human Behavior*, 71, 1-10.

FOUCAULT, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Vintage Books.

Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday Anchor Books.

GOMES, Elisabeth; DA ANATEL, Assessora da Presidência. Exclusão digital: um problema tecnológico ou social. Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade, Rio de Janeiro: Trabalho e Sociedade, ano, v. 2, 2002. Disponível em:<http://www.irece.faced.ufba.br/twiki/pub/GEC/RefID/Elisabeth_Gomes_ED.pdf>. Acesso 27/08/2024

HJARVARD, Stig. Mídiação: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes*, v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012. Disponível em:<<https://www.redalyc.org/pdf/1430/143023787004.pdf>>. Acesso 27/08/2024

JOVCHELOVITCH, S. (2017). Ação comunicativa e a imaginação dialógica. In D. Hook, B. Franks & M. W. Bauer (Orgs.), A psicologia social da comunicação (pp. 180-210). Petrópolis: Vozes.

JUNIOR, Oscar Cunha. Exclusão digital: um problema social, tecnológico ou econômico?. Pensamento & Realidade, v. 18, 2006. Disponível em:<<https://revistas.pucsp.br/pensamentorealidade/article/download/8368/6212>>. Acesso 27/08/2024

KLEIN, Naomi. The shock doctrine: The rise of disaster capitalism. Macmillan, 2007.

LUCAS, Clarinda Rodrigues. As tecnologias da informação e a exclusão digital. Transinformação, v. 14, p. 159-165, 2002. Disponível em:<<https://www.scielo.br/j/tinf/a/XB4k6P9WSNTtcKcbZFSr48j/?format=pdf&lang=pt>>.

Acesso 27/08/2024

MARKET PULSE. Analytical META Stock Predictions for 2024, 2025-2030, and Beyond. FXOpen, 2024. Disponível em: <<https://www.fxopen.com>>. Acesso 01/10/2024.

MARWICK, A. E., & boyd, d. (2011). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. New Media & Society, 13(1), 114-133.

MARWICK, Alice E. Status update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age. yale university press, 2013.

MOSCOVICI, S. A Psicanálise, sua imagem e seu público. Petrópolis: Vozes, 2012

MOSCOVICI, Serge. A representação social da psicanálise. Trad. de Álvaro Cabral. Zahar, 1978.

MOSCOVICI, Serge. Representações sociais: investigações em psicologia social (PA Guareschi, Trad.). Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

NERDWEB. As principais estatísticas do mercado digital do Brasil em 2024. 2024. Disponível em:

<<https://nerdweb.com.br/artigos/estatisticas-mercado-redes-sociais-brasil-2024.html>>.

Acesso 01/10/2024

NAKAMURA, L. (2008). Digitizing Race: Visual Cultures of the Internet. University of Minnesota Press.

OTERO, Christianne; FUKS, Betty Bernardo. A internet e a reinvenção de si. Polêm! Ca, v. 11, n. 2, p. 193 a 211-193 a 211, 2012. Disponível em:<<https://www.e-publicacoes.uerj.br/polemica/article/download/3092/2226>>. Acesso 27/08/2024

PANTALEÃO, Maria Izabel Campos; KASTRUP, Virgínia. Literatura, escrita-inventiva e virtualização do eu. Revista Interinstitucional Artes de Educar, v. 1, n. 1, p. 29-48, 2015. Disponível em:<<https://www.e-publicacoes.uerj.br/riae/article/download/11686/11830>>. Acesso 27/08/2024

PARISER, Eli. The filter bubble: What the Internet is hiding from you. penguin UK, 2011.

PORTO, Ana Paula Teixeira et al. Cibercultura, tecnologias e exclusão digital. Literatura em Debate, v. 14, n. 26, p. 33-44, 2020. Disponível em:<<http://revistas.fw.uri.br/index.php/literaturaemdebate/article/download/2407/2914>>. Acesso 27/08/2024

PORTAL INSIGHTS. Qual o tempo médio do brasileiro nas redes sociais?. 2024. Disponível em:
<<https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/qual-o-tempo-medio-do-brasileiro-nas-redes-sociais>>. Acesso 01/10/2024.

PRIMO, Guilherme de Brito et al. A virtualização da experiência de si: um estudo sobre os novos modos de subjetivação na era dos algoritmos. 2024. Disponível em:<<https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/10712>>. Acesso 27/08/2024

RHINGOLD, H. (1993). The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. MIT Press.

RODRIGUES LUCAS, Clarinda. AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E A EXCLUSÃO DIGITAL. 2022. Disponível em:<https://www.lareferencia.info/vufind/Record/BR_6f66601e3468775402ede69b3a4fc402>. Acesso 27/08/2024

ROXO, Lucas Costa. A virtualização da memória: linguagem, memória e imaginação. Mouseion, n. 9, 2011. Disponível em:<<https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/Mouseion/article/download/26/42>>. Acesso 27/08/2024

SOCIALPILOT. 200+ Social Media Statistics And Facts for 2024. 2024. Disponível em: <<https://www.socialpilot.co>>. Acesso 01/10/2024.

TEIXEIRA, Adriano Canabarro; CARVALHO, Marie Jane Soares; GRASEL, Patrícia. A virtualização da aprendizagem: novas perspectivas na cibercultura. Revista Brasileira de Computação Aplicada, v. 1, n. 1, p. 42-52, 2009. Disponível em:<<https://seer.upf.br/index.php/rbca/article/download/572/374>>. Acesso 27/08/2024

TECHNAVIO. Global Social Networking Growth Analysis - Size and Forecast 2024 - 2028. Technavio, 2024. Disponível em: <<https://www.technavio.com>>. Acesso 01/10/2024.

TURKLE, S. (1995). Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. Simon & Schuster.

TURKLE, S. (2011). Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. Basic Books. Disponível em:<<https://www.academia.edu/download/80975180/alone-together-why-we-expect-more-from-technology-and-less-from-each-other.pdf>>. Acesso 27/08/2024

TURKLE, Sherry. Life on the screen: Identity in the age of the internet. Literature and history, v. 6, p. 117-118, 1997.

VAIDHYANATHAN, Siva. The Googlization of everything:(and why we should worry). Univ of California Press, 2011.

VILHENA, Junia de; NOVAES, Joana de Vilhena. Lugar e não-lugar no mundo virtual: Notas sobre criatividade e territórios de existência na rede. Tempo psicanalítico, v. 50, n. 2, p. 143-161, 2018. Disponível em:<http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S0101-48382018000200008&script=sci_arttext>. Acesso 27/08/2024

WE ARE SOCIAL E HOOTSUITE. 2024 Global Threat Report. Disponível em:<<https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>>. Acesso 28/08/2024

ZUBOFF, Shoshana. The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power, edn. PublicAffairs, New York, 2019. Disponível em:<<https://www.academia.edu/download/61529191/GoodReads-The-Age-Of-Surveillance-Capitalism-The-Fight-For-A-Human-Future-At-The-New-Frontier-Of-Po20191216-80044-105m52n.pdf>>. Acesso 27/08/2024