

REDES SOCIAIS: A PERFORMANCE COMO PROPOSTA METODOLÓGICA NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO

*SOCIAL NETWORK PERFORMANCE
AS METHODOLOGICAL PROPOSAL
IN THE FIELD OF COMMUNICATION*

Douglas Junio F. Assumpção

rp.douglas@hotmail.com

Doutor em Comunicação e Linguagens pela
Universidade Tuiuti do Paraná (UTP)

Daniel da Silva Santos

danielsantos@gmail.com

Bacharel em Jornalismo pela Universidade da
Amazônia - UNAMA

DOI: 10.21882/ruc.v7i13.782

Recebido em: 04/04/2019

Aceito em: 26/12/2020

50

RESUMO

Além das redes sociais existentes no mundo físico, é possível conviver com as redes sociais na Internet. A plataforma representa um personagem com perfil montado pelo usuário a partir dos gostos, hábitos individuais e o meio em que vive. Por outro lado, o “eu” performa da vida física e do espaço virtual, na medida em que o “eu” virtual tem prolongamento fora do ciberespaço. Desta forma, esse artigo propõe uma revisão de literatura parcial discutindo a performance nas redes sociais. Destaca-se que o objetivo deste artigo é evidenciar por meio da revisão bibliográfica a performance como proposta metodológica no campo comunicacional, para compreensão dos estudos em redes sociais e sua interligação com outros campos interdisciplinares.

Palavras-chave: Redes Sociais. Performance. Campo Comunicacional.

ABSTRACT

In addition to existing social networks in the physical world, it is possible to live with social networks on the Internet. The platform represents a character with a profile assembled by the user based on tastes, individual habits and the environment in which he lives. On the other hand, the “I” performs from physical life and virtual space, as the virtual “I” extends out of cyberspace. Thus, this article proposes a partial literature review discussing performance in social networks. It is noteworthy that the aim of this article is to highlight through literature review the performance as a methodological proposal in the communicational field, to understand studies in social networks and their interconnection with other interdisciplinary fields.

Keywords: Networks. Performance. Communications Field.

Introdução

As redes sociais são estruturas dinâmicas constituídas por representações de atores sociais. Quando se fala em redes sociais, automaticamente pensamos em redes sociais na Internet. Muito antes da solidificação dessas redes dentro do ciberespaço, elas já existiam e se faziam presente no meio social. Compreende-se que redes sociais são grupos formados por atores de uma sociedade, que carregam responsabilidades, direitos, deveres e funções que auxiliam no desenvolvimento social. (MARTELLO, 2001)

Além das redes sociais existentes no mundo físico, é possível conviver com as redes sociais na Internet. Essas redes são compostas, também, por atores sociais, que para estarem presentes dentro do ciberespaço e comporem uma rede social, se faz necessário a efetivação de uma conta, também chamada de perfil.

Cada conta existente, dentro da plataforma, representa um personagem com perfil montado pelo usuário a partir dos gostos, hábitos individuais e o meio em que vive. Imerso ao ambiente *on-line*¹, é possível que o ator crie laços interativos com outros indivíduos, promovendo assim a interatividade e as relações sociais. (BOYD e ELLISON, 2007 *apud* RECUERO, 2012, p. 2) entende-se que essas contas permitem "(1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema fechado, (2) articular uma lista de usuários com quem divida uma conexão e (3) ver e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema".

Sendo assim, objetiva-se neste artigo, evidenciar por meio da revisão bibliográfica a performance como proposta metodológica no campo comunicacional no campo comunicacional, para compreensão dos estudos em redes sociais, salientando a estrutura com que são produzidos e veiculados o corpo e texto, nas redes sociais e na Internet. Dessa forma, seja por autopromoção de si próprio, pela intenção de gerar interação e/ou interatividade entre os atores sociais, seja pela busca da autoafirmação ou da alimentação do *ego*, entendemos que nenhum conteúdo é publicado apenas por se publicar ou pelo fato de estar por estar.

A busca pela divulgação é constante, e isso envolve a publicização em cima do próprio "eu", ou seja, o ato de mostrar um trabalho feito com a intenção de que o maior número de pessoas seja alcançado por aquele conteúdo. A busca por essa popularidade faz com que a visibilidade existente dentro do ciberespaço se movimente constantemente através das pessoas. Por outro lado, o "eu" performa dentro e fora do espaço virtual, na medida em que o "eu" virtual tem prolongamento fora do ciberespaço.

A partir das interações, os atores criam uma reputação e um zelo pela imagem e essa mesma relação é analisada por meio do conceito criado pelo sociólogo francês, Bourdieu (1980) que apresenta três aspectos: os elementos constitutivos; os benefícios obtidos pelos indivíduos mediante sua participação em grupos ou redes sociais e as formas de reprodução desse tipo de capital.

¹ Que está numa conexão ou na internet no exato momento em que acessa; conectado: ele ficou online a noite inteira.

Para Brant (2009), o capital social pode ser definido como conjunto de redes de comunicação em que circulam as informações que facilitam a articulação das ações coletivas. Este ato é visto como um termo de cooperação para obter uma coesão social capaz de unir as pessoas na construção de algo comum. No entanto, Recuero (2012) define capital social como um conceito metafórico com foco de obter vantagens em pertencer a grupos sociais, ou seja, os atores nos grupos sociais possuem motivações que os levam a determinadas ações com vistas a investimentos que darão retornos esperados.

Para que se promova a interação, é necessário que exista um engajamento de postagens de práticas cotidianas. Dessa forma, o usuário dedica tempo e esforço para pensar no conteúdo a ser publicado - seja na seleção de imagens ou na replicação de informações. Esse fluxo de informações, tendo algum valor social ou não, atrai por segundos a atenção do receptor, o qual, em qualquer lugar do mundo, com acesso a conexões de Internet, pode visualizar e imergir-se no ciberespaço e a partir de então, iniciar um ato de relação com o tipo de conteúdo que foi veiculado dentro do perfil pessoal do ator social.

Um dos pontos mais comuns para o entendimento das redes sociais na Internet é o estudo dos sites dessas redes e suas consequências na apropriação das ferramentas de comunicação mediada pelos atores sociais através dos computadores. Entendemos que atualmente, as redes sociais não mais habitam somente os computadores. O que antigamente era um dos poucos meios de conexão dos atores sociais, hoje compete junto aos *SmartPhones*, *Tablets*, *IPads* e outros aparelhos de conexão móvel existentes no mercado.

É evidente que a existência desses aparelhos não significa a extinção dos acessos via computadores. Nesse sentido, as tecnologias acabam se tornando aliadas no processo de comunicação das redes sociais via aparelhos tecnológicos.

Ao falarmos de redes sociais, é possível que venha ao pensamento redes mais utilizadas, como por exemplo, o *Facebook*, *YouTube*, *Twitter* e *Instagram*. No entanto, estas plataformas não são as únicas redes sociais existentes atualmente. Com o avanço da tecnologia, e, principalmente, da sociedade e das necessidades que a move, foram criadas outras plataformas sociais digitais que originam as redes sociais utilizadas pelos atores.

Redes sociais, capital social e interação

É de grande relevância compreender que um dos estudos mais significativos para a apropriação das redes sociais é a verificação dos valores construídos nesse ambiente, ou seja, entender de que forma é possível construir o capital social, apropriar-se dele e fazer com que este mesmo capital social mantenha sua influência dentro das redes.

Com base nos pensamentos de Recuero (2009) é possível entender que a verificação do tipo de valor construído em cada site pode auxiliar também na percepção do capital social construído nesses ambientes e sua influência na construção e na estrutura das redes. Dentro das redes sociais, é possível que um ator construa rapidamente um grande capital social, isso porque, nos sites de redes sociais, a facilidade de conexão é um fator primordial para o contato dos atores. Já no caso

do espaço *off-line*, ou seja, fora do ciberespaço, não é tão simples a construção do capital social.

Neste âmbito, a sociabilidade – vista por Mercklé (2004) como um gerador de capital social se materializa por intermédio das estratégias de seus atores sociais, configurando como um recurso essencial de cada indivíduo e passa a ser exponencialmente reconhecida (mantida e incentivada) neste meio com o auxílio das tecnologias digitais e suas redes sociais.

O contato entre os atores não se promove com tanta facilidade e isso dificulta a conexão entre os mesmos. Por exemplo, no *Instagram*² é possível que um determinado ator consiga 100 ou 200 seguidores em poucos meses ou semanas, para isso, é necessário que o conteúdo promovido por ele seja um dos principais pontos de captação de seguidores. Além da captação desses seguidores, é necessário que se construam formas de manutenção dos laços sociais entre os atores. Essa visibilidade adquirida a partir da captação de seguidores e da construção do capital social reflete diretamente no espaço *off-line*. Deste modo, o ator que antes não possuía visibilidade no espaço *off-line*, passa a ter popularidade e reconhecimento diante de uma parcela da sociedade.

O Instagram [...] é a plataforma social online mais utilizada no mundo para compartilhar imagens e vídeos [...]. em função da possibilidade e ubiquidade, a plataforma ressignificou o uso das câmeras no celular e a tendência móvel no consumo. É estratégica para trabalhar com os desejos e aspirações das pessoas e tem se mostrado

eficiente na criação da(s) identidade(s) visual(is) dos profissionais e empresas. (HINERASKY, 2014, p. 3)

A partir disso, é possível que se construam valores nos sites de redes sociais que acabam influenciando os atores sociais. Uma primeira mudança importante que esse site proporciona é ligada ao capital social relacional, ou seja, com as conexões adquiridas, mantida e dilatadas dentro do ciberespaço. É possível que os atores tenham um grande aumento da visibilidade dentro das redes e com isso cresça também o poder de conexão.

Aproveitando vantagens como os diversos graus de anonimato e a facilidade de recursos que oferecem as mídias interativas, por exemplo, os habitantes desses espaços montariam espetáculos de si mesmos para exibir uma intimidade inventada. (SIBILA, 2016, p. 55 e 56)

A interação, portanto, seria a matéria-prima das relações e dos laços sociais, dando início a todo ato de relação entre emissor e receptor, que interajam diante de um ato. A interação compreende sempre o *alter* e o *ego*³ como objeto fundamental no qual um constitui-se em elementos de orientação diante do outro, conforme afirma Raquel Recuero em “Redes Sociais na Internet” (2009) através de Parsons e Shill (1975). Diante disso, é possível entender que a interação se dá pelo fato de que existe um ou mais expectador(es) que dialoga(m) com quem produz conteúdo, e este conteúdo unido com a interação e todo o contexto, faz com que seja alimentado o *alter* e o *ego*. Para os autores, a ação de um depende diretamente da reação do outro e há orientação com relação às expectativas.

² Instagram é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários.

³ Segundo a Psicologia, ao *alter-ego* é uma locução Latina, que se traduz como “o outro eu”.

Existem alguns pontos importantes para que se possam coordenar as ações por meio da conversação, um deles, por exemplo, diz respeito à ação de um ator social e sua dependência direta ao entendimento daquilo que o outro está dizendo. Os autores dizem ainda, que a interação está ligada diretamente à reciprocidade de satisfação entre os atores envolvidos na ação. Portanto, interações não são descontadas dos atores sociais. Elas fazem parte das percepções do universo que os rodeia, influenciadas por elas e por motivações particulares.

Neste sentido, Recuero (2009), cita Watzlawick, Beavin e Jackson (2000), onde os autores explicam que a interação representa um processo “sempre comunicacional”. A partir deste pensamento, é possível entender que interação representa a ação que possui um impacto comunicativo entre o ator e seus receptores, como uma forma de reflexo social. Para os autores, a interação está ligada diretamente com a definição da natureza das relações entre os envolvidos no sistema de interação.

Neste caso, a interação social está ligada ao processo de comunicação. Recuero (2012) conta que estudar a interação social é estudar a comunicação entre os atores, as relações entre suas trocas de mensagens e entender como as trocas sociais dependem, em sua essência, das trocas comunicativas. Mas como compreender a interação social no ciberespaço, principalmente na plataforma social digital Instagram? Qual o impacto da mediação de um dispositivo digital e móvel e de uma *hashtag*⁴ nesse tipo de interação? De que forma pensar a interação diante do ator social

que a estimula? É o que vamos desenvolver ao longo deste artigo.

O ciberespaço e as ferramentas de comunicação possuem características a respeito dos processos de interação. Cada uma dessas ferramentas faz com que determinadas plataformas disponibilizem aos usuários, formas únicas de se comunicarem diante do outro, promovendo então, a interação. Um fator interessante é a influência das possibilidades de comunicação das ferramentas utilizadas pelos atores.

Há uma diversidade de ferramentas que suportam essa interação e o fato de permitirem que a interação permaneça após o ator se desconectar do ciberespaço, ou seja, mesmo que os usuários estejam “longe” das redes sociais, é possível que os mesmos se fidelizem às ferramentas e, de certa forma, mantenham-se “vivos” dentro do ciberespaço, ainda que estejam diretamente inativos.

Um exemplo disso são as relações virtuais, em que a paixão acontece dentro e fora do espaço virtual. É comum que pessoas se sintam próximas das outras por meio da interação na internet. Isso faz que com se promova uma falsa sensação de intimidade para com o outro usuário, mas é preciso estar atento até que ponto essa “intimidade” é tida como natural.

Reid (1999) aponta que a interação social, no âmbito do ciberespaço, pode dar-se de forma síncrona ou assíncrona. A comunicação síncrona é aquela que simula uma interação em tempo real, ou seja, os agentes envolvidos têm uma expectativa de respostas imediata, ou quase imediata, quando estão

interação dinâmica do conteúdo com os outros integrantes da rede social.

⁴ Hashtags são utilizadas para categorizar os conteúdos publicados nas Redes Sociais, ou seja, cria uma

ambos presentes por meio da mesma plataforma social digital, no mesmo momento temporal. É o caso, por exemplo, do Instagram. Essa plataforma possibilita aos usuários uma rápida capacidade de interação, desde que o emissor e o receptor estejam sincronizados em um mesmo interesse de relações.

Sibilia (2016) relata que os gêneros autobiográficos integram um conjunto específico de relatos, nos quais a função-autor opera de forma singular. Neles, quem assina o texto é também o narrador e o protagonista da história contada. Logo, esta superexposição das ações ocupa lugar nas redes sociais e cada ação que envolve o “eu” vira um show. Para os atores sociais, o “eu” possui um critério de relevância, no qual muitas coisas são motivos de produção de conteúdo *selfies*, que demonstram a necessidade de exposição pessoal diante da câmera. Essa superexposição, unida com o show gerado, trabalha na busca pela visibilidade intencionada.

Aproveitando vantagens como os diversos graus de anonimato e a facilidade de recursos que oferecem as mídias interativas, por exemplo, os habitantes desses espaços montariam espetáculos de si mesmos para exibir uma intimidade inventada. (SIBILA, 2016, p. 55 e 56)

No entanto, também é possível que esta plataforma social digital, a exemplo o *Instagram*, possibilite, também, uma interação assíncrona. Para isso, basta que um dos atores da relação não esteja disposto a interagir, ou até mesmo, esteja desconectado do ciberespaço, causando um *delay*⁵ na interação entre os atores. Com isso, espera-se que o ator, por

não estar presente no momento temporal da interação, possa respondê-la depois.

Ainda falando sobre as possibilidades das ferramentas, Recuero (2009) conta que Primo (2005) estabelece uma tipologia para tratar com a interação mediada. Segundo ela, para o autor existem duas formas de interação nesse contexto: *interação mútua* e a *interação reativa*. Estas interações distinguem-se pelo “relacionamento mantido” entre os agentes envolvidos. É importante observarmos que quando se fala de interação mútua, temos o conceito de que um ator independe do outro para realizar ações e tomar decisões, e que a interação reativa passa a ter os atores dependentes um do outro para que se possa desenvolver soluções, realizarem interações e respostas.

Quando falamos da plataforma social digital *Instagram* e buscamos entender de que forma se cria uma relação entre seus usuários, é possível perceber que esta é construída, negociada, criativa, paga e em sua maioria, orgânica. A partir desse ponto, é possível descobrir que os usuários da plataforma possuem várias ferramentas que facilitam a interação entre ator e receptor, e isso faz com que o contato entre eles seja, em sua maioria, de forma fluída.

O comportamento, os modos de vida, o mercado de produção e consumidor têm sido reconfigurados pela nova ordem tecnológica, envolvendo a cibercultura e a Internet em suas diversas plataformas digitais. Esta reconfiguração implica em questões sobre densas transformações de atitude e comporta-

⁵ Delay: Atraso e representa a diferença de tempo entre o envio e o recebimento de um sinal ou informação em sistemas de comunicação, por exemplo.

mento entre os indivíduos, sobretudo em relação aos benefícios agregados ao uso destes novos instrumentos digitais (BARBOSA FILHO, 2005).

Mesmo que essas interações não sejam mútuas, elas apresentam impacto social, pelo fato de possuírem reflexos nos dois lados do processo de relação comunicativa. Se alguém passa a seguir o outro no Instagram, por exemplo, há um reflexo no sistema, essas pessoas passam a se unir por uma conexão, e cada um dos indivíduos passa a ter mais um seguidor, caso haja o ato conhecido como “seguir de volta”. Com isso, ambos obtêm acesso a determinados dados pessoais, dados de imagens e acesso ao bate-papo da plataforma, conhecido como *direct*⁶.

A interação reativa, por suas próprias limitações, acaba reduzindo o espectro de relações sociais que possa gerar consequentemente, laços sociais. O fato de essa interação ser dependente das ações de outros atores faz com que seja limitado o índice de aproveitamento das ferramentas que estão disponíveis dentro da plataforma. A interação mútua, por outro lado, permite a interatividade, e Primo (2019) explica que se pode gerar relações mais complexas do ponto de vista social. Neste caso, como esta interação independe da reação direta de outros atores, é possível que o emissor continue a fazer uso das ferramentas da plataforma por conta própria.

Compreendemos a interação, no ciberespaço, como uma forma de conectar pessoas (aqui denominadas de atores) e de demonstrar

que tipo de relação esses atores possuem e podem vir a construir no futuro. Essas relações podem ser diretamente relacionadas aos laços sociais. Recuero (2012) destaca em suas pesquisas, que de acordo com Wasserman e Faust (1994, p.7), o conjunto das interações sociais formam relações e indicam a importância dessas formas básicas de socialização, explicando que “regularidade ou padrões, as interações fazem surgir as estruturas”.

São os padrões de interação que definem uma relação social, que envolve dois ou mais agentes ou indivíduos comunicantes. Ao trazer para um entendimento mais singular, compreendemos que tais interações sociais são agentes causadores de relações e socializações, sejam elas dentro do próprio ciberespaço, ou até mesmo ultrapassando as fronteiras desta rede virtual de interatividade, ou seja, chegando até o mundo palpável.

A autora explica que para os pensadores Garton, Haythornthwaite e Wellman (1997), as relações sociais no contexto da mediação apresentam diferenças vitais com relação aos demais contextos. Ela entende que para os pensadores em questão, quando se fala em internet, as relações acabam sendo as mais variadas possíveis, pelo fato de haver troca de diversos tipos de informação em diferentes sistemas, como por exemplo, o meio pessoal, de trabalho e outros assuntos. Um definido grupo, por exemplo, pode utilizar sistemas para a interação. É possível utilizar sites para interação de estudos; aplicativos de relacionamento para uma interação amorosa; e redes sociais para uma interação com amigos e familiares. Aqui, o contexto de redes sociais é

⁶ Direct: Ferramenta de bate-papo, disponível na Rede Social Instagram, que possibilita interação entre os usuários, por meio de mensagens, fotos, vídeos, ligações

voltado sempre para a plataforma específica que está sob análise, no caso o Instagram.

A relação, então, é vista e considerada como uma unidade básica de análise em uma rede social. No entanto, é possível que uma relação envolva sempre uma grande quantidade de interações. No Instagram existem algumas ações, como o ato de seguir; postar foto e vídeo; *dar likes*⁷; comentar; buscar dados a partir de *hashtags*, entre outros. Tudo isso com a possibilidade de interatividade, no qual os atores podem realizar as mesmas ações com o ator inicial, caracterizando esses atos como *feedback*⁸.

O conceito de relação social independe do seu conteúdo, como discorre Recuero (2009), baseada no que definiu os pensadores Garton, Haythornthwaite e Wellman (1997). Para a autora, o conteúdo de uma ou várias interações auxilia a definir o tipo de relação social que existe entre dois interagentes. Da mesma forma, a interação também possui conteúdo, mas é diferente desse, ou seja, é possível entender que para existir uma relação social, não necessariamente precise existir uma produção direta de conteúdo.

É possível que exista uma interação secundária, no qual os agentes consigam manter uma relação contínua sem que seja preciso a produção de conteúdos diretos, como por exemplo, fotos e vídeos publicados no *Feed*⁹ e *Story*¹⁰ do *Instagram*. Mas de que forma seria essa interação secundária? É possível entender que essas interações secundárias se dão

por meio de visualizações no perfil e nos *Stories* fixados; marcações nos comentários de publicações em outros perfis e mensagens via *direct*.

Recuero (2009) relata que as relações sociais atuam na construção de laços sociais, e que de acordo com Wellman (1997), o laço é a afetiva conexão entre os atores que estão envolvidos nas interações. Ele é o resultado do acúmulo das relações estabelecidas entre agentes. Laços são formas mais corporativas de conexão entre atores, construídos por meio da interação social ao longo do tempo. De acordo com o conceito de laço social, é possível entender que este mesmo conceito passa a ideia de interação social, e que laços sociais dão início a relações de diferentes modos como contato regular com o próximo, troca de informações e apoio emocional. Desta forma:

Laços consistem em uma ou mais relações específicas, tais como proximidade, contato frequente, fluxos de informação, conflito ou suporte emocional. A interconexão destes laços canaliza recursos para localizações específicas na estrutura dos sistemas sociais. Os padrões destas relações – a estrutura da rede social – organiza os sistemas de troca, controle, dependência, cooperação e conflito. (WELLMAN, 2001, p.7)

Esse laço social que surge a partir do que foi exposto, pode ser denominado laço relacional. É possível que exista outra forma de laço social, como explica Breiger (1984, p.183

⁷ Dar like: Nas Redes Sociais significa curtir a foto, o vídeo ou o post publicado tanto no Facebook, como Instagram e YouTube.

⁸ Feedback: Palavra inglesa que significa **realimentar** ou **dar resposta** a um determinado pedido ou acontecimento.

⁹ Feed: Espaço destinado à publicação de fotos e vídeos de até 60 segundos no Instagram, que ficarão expostos por um longo período de tempo.

¹⁰ Story: Espaço destinado a fotos e vídeos de até 15 segundos, dentro do Instagram. Normalmente somem após 24h depois de publicados.

– 185), para ele, laço social pode ser construído a partir de associação. Recuero (2012) conta que de acordo com os pensamentos e Goffman (1985), os indivíduos se conectam uns aos outros por meio de relações sociais. A partir desse conceito, a conexão de um indivíduo e uma instituição ou grupo se torna laço associativo, representado pelo sentimento de pertencimento. Para Breiger (1974), laço social não depende unicamente de interação. Deste modo, laços relacionais são construídos por meio de relações sociais, e só podem acontecer por meio da interação entre vários atores de uma rede social. Já os laços de associação dependem unicamente do pertencimento a um determinado local, grupo ou instituição.

Não vejo razão pela qual indivíduos não possam ser conectados a outros por laços de associação comuns (como em diretorias) ou a coletividades através de relações sociais (como em “amor” pelo país ou medo da burocracia). (BREIGER 1974, p. 184)

Para Recuero (2009), laços sociais são difíceis de ser percebidos na Internet. Contudo, a partir da observação das interações, é possível perceber características como o grau de intimidade entre os interagentes, o princípio do capital social trocado e outras informações que ajudam no entendimento da força do laço que une cada um. Outra diferença importante estabelecida pela internet é o surgimento dos laços sociais mantidos a partir da distância.

O desenvolvimento tecnológico possibilitou, de certa forma, uma flexibilidade na criação e no mantimento de laços sociais, pelo fato de que não existem fronteiras no mundo virtual, é possível ir a diferentes lugares e aproximar-se de diversas pessoas quando se está no espaço cibernético. Para Recuero

(2009), isso significa que a comunicação medida apresentou aos atores a possibilidade de manter laços sociais mesmo diante de grandes distâncias físicas. Essas distâncias podem ser encurtadas graças a ferramentas das redes sociais. No caso do Instagram, os atores podem utilizar *direct*, *story* público e direcionado, comentários em publicações, e outras ferramentas que auxiliam na manutenção da interação entre os usuários da plataforma.

Dinâmicas das redes sociais na internet

É importante entender que uma rede social, principalmente a da internet, modifica-se em relação ao tempo e às formas de atualização do uso, por meio dos atores. Tudo é mutável, e para que exista sempre uma atualização do movimento tecnológico, as redes sociais na internet precisam estar em sintonia com esta evolução. Para Recuero (2012), as dinâmicas existentes nas redes sociais da internet são dependentes das interações. Isso significa que para que haja um dinamismo, ou seja, um movimento contínuo entre os atores das redes sociais é necessário que exista uma forma direta de interação entre os usuários, para isso eles precisam cada vez mais fazer uso das ferramentas disponíveis nas plataformas sociais de interação.

A autora explica que diante desta tal dinâmica, é possível que existam interações que visem somar e construir um determinado laço social, e que por outro lado, também existem interações que visem enfraquecer ou mesmo destruir outro laço. Nesse contexto, compreende-se que existem três pontos importantes para a compreensão do processo dinâmico, são eles: Cooperação, competição e conflito.

A cooperação é o processo responsável por formar as estruturas sociais. Sem a cooperação, na essência do agir organizado, é impossível que exista uma sociedade. Mas o que gera uma sociedade? Para a autora, a sociedade pode ser regida por interesses pessoais de cada ator, pelo capital social envolvido e pelas finalidades do grupo como um todo. Ou seja, uma sociedade é composta por um grupo de atores, que em sua maioria busca defender benefícios em prol de todos que a compõem.

A competição, nesse momento reconhecida por Ogburn e Nimkoff (1975, p. 238) como “a forma fundamental de luta social”, compreende a luta, mas não no sentido do ódio, característico dos conflitos. Para os autores, a competição pode gerar cooperação entre os atores de uma determinada rede, no sentido de buscarem ser melhores do que outra rede. A partir do que os autores passam, entendemos que a competição, nada mais é do que uma forma de movimentar os atores de uma rede, ou seja, o ato de buscar sempre fazer “melhor” do que o outro, cria uma forma de competição. Já o conflito, por outro lado, é responsável pela hostilidade, pelo ódio, desgaste e rompimento da estrutura social de um grupo.

Na maioria das vezes, o conflito é associado à violência e à agressão. Nesse sentido, é possível entender que os conflitos, são os agentes causadores de outros sentimentos, que por sua vez, movimentam formas negativas de interação dentro de uma sociedade. Primo (2005), destaca a importância de não se analisar o conflito isoladamente, de modo a entender que ele é o único agente de destruição da estrutura social. Para o autor, “conflito e cooperação, por não serem extremos opos-

tos, separados por um vazio abismal, só podem de fato ser separados conceitualmente” (2005, p.20).

Dessa forma, entendemos então, que esses dois agentes, conflito e cooperação, mesmo que tenham sentidos diferentes, existem de forma igualitária no meio de uma rede social, e que a separação deles só é possível de forma teórica, já que na prática elas dividem o mesmo espaço. Diante disso, entendemos que esses três processos possuem impactos diferentes na estrutura da uma sociedade.

A cooperação visa criar e manter a manutenção da estrutura, já o conflito tem o papel de desequilibrar e a competição é responsável por fortalecer a estrutura social, de modo a gerar a cooperação para que se atinja um fim comum, proporcionando bens coletivos mais rápidos, ou mesmo gerando conflito, desgaste e ruptura nas relações já existentes no meio social. Um exemplo disso são as relações existentes dentro do ciberespaço, voltadas para o Instagram.

A partir do momento que um ator “nasce” para o ciberespaço, criando uma conta na rede social, ele passa a ter contato com outros atores que também são usuários da rede, nesse momento, observamos o ato da cooperação, usada para estruturar uma sociedade virtual. Com o passar do tempo, os atores começam a interagir uns com os outros, e diante de tantas opiniões, pensamentos e ideias distintas é possível que se identifique um conflito entre os atores. A partir disso, o conflito é responsável por desequilibrar a estrutura social existente.

Observamos então que dois, dos três processos, foram responsáveis por uma grande movimentação na estrutura social, que possi-

velmente abalaram determinados laços já existentes. E para que exista um fortalecimento desses laços e estrutura, é necessário que haja competição entre os atores sociais. Cada ator se manifesta de modo a ser melhor do que o outro, se esforçando para ter destaque e ser reconhecido socialmente dentro e fora do ciberespaço. Todos esses atos fazem parte da competição, que movimentam a estrutura social, e por sua vez gera cooperação, que gera conflito e competição. É possível perceber que esses três processos se tornam um ciclo social, e que uma ação leva à outra e todas elas movimentam a estrutura de uma rede.

Para Recuero (2012), é necessário entender que, para que a própria estrutura social exista, a maioria das interações precisa ser cooperativa. O conflito e a competição podem gerar mudanças, desequilíbrio, e de certa forma, podem obrigar a comunidade a adaptar-se. No entanto, caso o conflito supere a cooperação, é possível que ele cause um desgaste ou rompimento na estrutura social¹¹, promovendo um desequilíbrio entre os atores.

A Performance

É cada vez mais importante pensar o conceito de performance no atual cenário midiático. Debater o conceito de performance significa encarar os problemas da visibilidade, em um momento no qual perante os regulares acionamentos do corpo, por meio de fotografias, *selfies*¹², exposições em sites de redes sociais, o movimento da teatralidade se faz presente.

Para compreendermos melhor os processos de exibição e visibilidade é importante utilizar o conceito de performance. Por outro lado, a superexposição do corpo se dá com mais frequência nas redes. Basta observarmos as fotos postadas no Instagram. Nem sempre as imagens que vemos são naturais. Pelo contrário, elas são super produzidas, alteradas através de programas de edição, manipulação e ainda a encenação em relação ao outro.

Por conseguinte, para (GIDDENS, 2002) vivemos em um mundo diretamente autoconsciente, reflexivo e obcecado por simulações e teatralizações em todos os âmbitos sociais. Segundo o autor, essa teatralidade passa, conseqüentemente, a ser uma maneira de enfrentar ações, havendo se propagado do ambiente das Artes para as Ciências Sociais, atuando sobre as formas com que entendemos as ações humanas.

Ainda nesse contexto, entende-se que refletir a respeito de performance significa expandir-se para o ato, a ação, o cênico. Aquilo que se faz, como se faz, e em que circunstâncias. Uma parcela do que é chamado de autoconsciência das ações expressa caracterizar que tais ações são feitas “para alguém”, para um “outro” visível ou invisível, uma “audiência imaginada” ou “público intencionado”, como propõe Boyd (2011) ao pensar as performances em sites de redes sociais.

Assim, a prática de verificar ações é realizada por observadores da ação, entendendo, por isso, que performance é sempre “para alguém, um público que reconhece e va-

¹¹ Mesmo que a estrutura não precise do conflito para ser rompida, um longo sem interação e sem manutenção dos laços pode enfraquecer um grupo social e mesmo separá-lo.

¹² Fotografia, geralmente digital, que uma pessoa tira de si mesma (autoretrato).

lida como performance mesmo que, em alguns casos, a audiência seja o próprio *self*” (BAUMAN, 1986, p.19). As pessoas moldam sua própria imagem e às vezes se perdem na imagem construída. No entanto, para que se crie uma imagem perfeita diante do outro, é necessário ter algo ou alguém como ponto de influência.

Para além da disciplinarização¹³ da ideia de performance, refletimos junto a Taylor (2013), a performance “como uma teoria do conhecimento”, não meramente como objeto de análise. “Aprendemos, transmitimos o conhecimento por meio da ação incorporada, da agência cultural e das escolhas que se fazem” (TAYLOR, 2013, *apud* AMARAL; SOARES e POLIVANOV, 2018). Neste sentido, a autora pretende traçar rascunhos metodológicos para indicar a performance como uma forma de conhecer fenômenos.

A autora entende que é possível refletir a performance como algo que se acrescenta entre as linguagens e suas teatralidades, as situações e contextos de aparições, e as dinâmicas de visualidade e gozo. Ao interpretar a performance como um “modo de conhecer”, ou seja, um campo do conhecimento, Taylor (2013) reconhece que “a desobstrução e a variedade das análises de performance são um problema administrativo”, na dimensão em que os limites disciplinares são frequentemente tensionados e refeitos, restritos e desenvolvidos.

Entender as diferentes conexões e eventos relacionados à performance estabelece um campo do conhecimento, o qual requer técnicas próprias na característica dos seus ob-

jetos. É colocado neste momento, o levantamento dos estudos de performance em seu estatuto interdisciplinar. Este conceito de avaliação ao redor das capacidades corporais e cênicas dos indivíduos se difunde nos infinitos usos do entendimento de performance: do campo empresarial, político, esportivo e tudo aquilo que envolve análise da relação significativa do corpo com alguma capacidade. É importante lembrar, e entender, que a performance se faz presente em todas as áreas que rodeiam o contato direto do corpo com a visualização por outros indivíduos.

Turner (1982) entende a importância de debater a natureza de “intraduzibilidade”¹⁴ do termo performance, estimulando questões disciplinares e geográficas, e também de negar a universalidade e a transparência: “Performances não podem nos dar acesso a outra cultura, permitindo vê-la em profundidade, mas elas certamente nos dizem muito sobre nosso desejo desse acesso e refletem a política de nossas interpretações” (TURNER, 1982, p.12). Ao vestir-se de performances, as pessoas buscam aquilo que desejam, que sempre quiseram, mas que por algum motivo não possuem. Entendemos então que por meio da performance, não é possível obter uma cultura em sua integralidade, possibilitando apenas o ato de criar um personagem para agradar ao outro e a si mesmo.

É possível entender que os conceitos de: disfarce, cenário, atores, personagens, papéis, espetáculo e mesmo performance são utilizados pelo autor para dar conta das ações de autoapresentação dos indivíduos em diversas situações sociais. Todas essas ferramentas estão à disposição para simular uma atuação e transformar, de acordo com a própria vontade

¹³ Disciplinarização: ato ou efeito de disciplinarizar.

¹⁴ Intraduzibilidade: qualidade de intraduzível.

do ator, para que seja exposta diante do outro. Ou seja, ao fazer uso dessas ferramentas, é possível que o ator consiga manipular o público desejado, mesmo que por completo ou incompleto.

A partir do que foi exposto, é possível entender que a performance se assemelhe muito às vestes, às passagens, e oportunidades criadas. Estas tais performances são desenvolvidas com objetivos pessoais, e cada um que o gera, busca impulsionar seus desejos próprios, tanto diante de si, quando diante do outro. Ainda assim, Goffman (1985) mostra que esses hábitos culturais estão registrados nos corpos, seja por meio da linguagem ou das vestes, por exemplo.

Encaminhamentos finais

Este estudo apresentou as redes sociais e a forma que se diferenciam os sites de redes sociais. Sites de redes sociais são espaços utilizados para a expressão das redes sociais dentro do *ciberespaço*¹⁵. Ou seja, redes sociais não existem apenas dentro ou fora da internet. É comum pensar que redes sociais são apenas as plataformas sociais digitais em que os atores sociais se comunicam, mas é importante entender que também existem redes sociais fora do meio tecnológico, como por exemplo, uma rede de relacionamentos entre amigos, um grupo familiar ou de trabalho, atores que compõem a estrutura de uma sociedade, tudo isso também são formas da existência de redes sociais.

A *persona* representa uma figura fictícia do perfil ideal, ou de um cliente ideal no

caso das empresas. Essa interação cria laços sociais entre os atores e consequentemente origina capital social. Dessa forma, a performance parece construir caminhos metodológicos, além de possuir grande significado para a sociedade. Mas, “Seria a performance aquilo que acaba ou que persiste, propagado através de um sistema arquivado ou apenas por meio dos repertórios?” (TAYLOR, 2013, p.18). É comum essa indagação ao praticar o conceito de performance e suas intenções.

Nos encontramos diante de duas naturezas de investigação: uma que opera sobre a consciência de performance em arquivo, ou seja, práticas performáticas lançadas em estruturas da mídia, sujeitas à resgate, a partir do armazenamento material destes registros; e outra que lida com a performance em repertório, ou seja, aquela que “desaparece”, está lembrada na memória dos vivos, a encenação que sucedeu em um estar-junto momentâneo e breve. Aqui, a performance firmaria no processo/objeto de análise, nas diversas práticas e eventos – rituais, teatro, dança, shows, comícios políticos, funerais – que envolvem culturas teatralizadas, ensaiadas ou convencionadas/apropriadas para o momento.

Torna-se possível, desse modo, entender o conceito de performance como algo que trabalha com hábitos da Antropologia, das Artes Visuais, Artes Cênicas, da Linguística, entre outras, e é proposto um encontro com o campo da Comunicação, por meio de duas de suas temáticas/objetos nas quais se concentram os autores: música e sites de redes sociais e, eventualmente, na articulação entre ambas.

¹⁵ Ciberespaço: palavra criada em 1984, pelo escritor americano-canadense Willian Gibson. O termo significa o conjunto de rede de computadores em que todo tipo de informação é circulada.

O centro do debate em volta da performance, no campo da Comunicação, se apresenta como inserção, repetição, reiteração. Gestos moram em corpos, acionam memórias e se posicionam em perspectiva experiências. O que o corpo torna perceptível? Taylor (2013 p.21) discorre que “performance incorporada”, seria “a dimensão real dos atos que têm papel indispensável na preservação da memória e na solidificação de identidades em sociedades letradas, semiletradas e digitais”. As performances significariam, portanto, práticas de transferência fundamentais, que autorizam a coconstrução da ciência, memória e um conceito de identidade social.

Referências

AMARAL, A.; BARBOSA, C.; POLIVANOV, B. Subculturas, re(a)apresentação e autoironia em sites de rede social: o caso da fanpage “Gótica Desanimada” no Facebook. *Revista Lumina*, Juiz de Fora, v.9, n.2, 2015. Disponível em: <http://ojs2.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/21219/11540> Acesso em: 20 nov. 2018.

BARBOSA FILHO, André. *Sobre uma Nova Ordem tecnológica – o quadro de enlaces e dissonâncias no cenário das políticas públicas de comunicação no Brasil*. V ELEPICC. Salvador, 2005.

BAUMAN, R. Story, Performance and Event: Contextual Studies. In: *Oral Narrative*. New York: Cambridge University Press, 1986.

BAUMAN, R. *Verbal art as performance*. 2. ed. Prospect Heights, Illinois: Waveland Press, 1986.

BOURDIEU, Pierre. O capital social: notas provisórias. In: NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio (orgs.). *Escritos de educação*. Petrópolis: Vozes, 1980. p. 65-69 (3. ed., 2001).

BOYD, D. Social Network Sites as networked publics: Affordances, Dynamics, and implications. In: PAPACHARISSI, Zizi (Ed.). *A networked self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. London: Routledge, 2011, pp. 39-58.

BRANT.L. *Capital Social e Comunicação*. (2009). Disponível em: <https://www.cultura-mercado.com.br/site/capital-social-e-comunicacao/> .Acesso: 19 de abr. 2019.

BREIGER, R. The Duality of Persons and Groups. *Social Forces*, vol 53, n.2, p.181-190, dez. 1974.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar 2002.

GOFFMAN, E. **A representação do Eu a vida cotidiana**. Trad. Maria Celia Santos Raposo. Petrópolis. Vozes, 1985.

MARTELETO, R.A. Análise de redes sociais - aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ci. Inf.*, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, Abr. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652001000100009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 12 Jan. 2020.

MERCKLÉ, P. *Sociologie des réseaux sociaux*. Paris: La Découverte, 2004.

OGBURN, W. F.; NIMKOFF, M. F. Acomodação e Assimilação. In: CARDOSO, F. H. e IANNI, O. (org.) **Homem e Sociedade: Leituras Básicas de Sociologia Geral**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1975.

PRIMO, A. Conflito e cooperação em interações mediadas por computador. *Contemporanea: Revista de Comunicação e Cultura*, v. 3, n. 1, p. 38-74, Jun. 2005. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/conflito.pdf>. Acesso em: 4 abr. 2019.

RECUERO, R. A rede é a mensagem: Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social: In: VIZER, Eduardo (org.). *Lo que McLuhan no previu*. 1ed. Buenos Aires: La Cruz, 2012.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191 p. Disponível: <<http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2019.

REID, E. Hierarchy and Power: Social Control in Cyberspace. In: KOLLOCK, P.; SMITH, M. A. (orgs). *Communities in Cyberspace*. London: Routledge, 1999.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016

TAYLOR, D. **O arquivo e o repertório: performance cultural nas Américas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

TURNER, V. *From ritual to theater: the human seriousness of play*. New York: Performing Arts Journal Publications, 1982.

WELLMAN, B. *Physical Place and Cyber-Place: The Rise of Personalized Networking*. Fevereiro de 2001. *International Journal of Urban and Regional Research*, n. 25, vol 2, 2001.