



## ***Fake Accounts: mediatização e identidade na cultura da virtualidade real*** ***Fake Accounts: mediatization and identity in the real virtuality culture***

[10.29073/naus.v7i2.910](https://doi.org/10.29073/naus.v7i2.910)

Recebido: 29 de maio de 2024.

Aprovado: 13 de julho de 2024.

Publicado: 19 de março de 2025.

Autor:a/: Silvia Frota , Universidade de Lisboa, Portugal, [silviafrota@letras.ulisboa.pt](mailto:silviafrota@letras.ulisboa.pt).

### Resumo

Vivemos em sociedades mediatizadas: o desenvolvimento das tecnologias de comunicação tem levado à transformação, em maior ou menor grau, de instituições sociais basilares, como a família, o trabalho, a religião, entre tantas outras. Em tal cenário, as relações interpessoais modificam-se, assim como as visões de mundo, os modos de estar e viver em sociedade, o sentimento de pertença, a percepção de si e do outro. Neste artigo, interessa-nos perceber que espaço é este que hoje habitamos e que papel os média desempenham nele, assim como refletir sobre os processos de construção discursiva das identidades neste novo contexto a partir de uma reflexão sobre o romance *Fake Accounts*, de Lauren Oyler. O enquadramento teórico-metodológico adotado é o dos Estudos Culturais e dos Estudos de Média e Comunicação.

**Palavras-Chave:** Cultura Digital; Identidades; Literatura Contemporânea; Mediatização; Novos Média.

### Abstract

We live in mediatized societies: the development of communication technologies has led to the transformation, to a greater or lesser extent, of basic social institutions, such as family, work, religion, among many others. In such a scenario, interpersonal relationships change, as well as worldviews, ways of being and living in society, the feeling of belonging, the perception of oneself and the other. In this article, we are interested in understanding the space we inhabit today and the role the media play in it, as well as reflecting on the processes of discursive construction of identities in this new context based on a reflection on the novel *Fake Accounts*, by Lauren Oyler. The theoretical-methodological framework adopted is that of Cultural Studies and Media and Communication Studies.

**Keywords:** Contemporary Literature; Digital Culture; Identities; Mediatization; New Media.

## 1. Introdução

Neste início de século XXI, em que a pandemia da covid veio reforçar aquilo que a crise climática já havia ressaltado, isto é, o fato de vivermos num mundo globalizado e interdependente, a hiperconexão tornou-se regra nas sociedades ocidentais modernas. Em simultâneo — em parte como causa, em parte como consequência —, uma enorme estrutura de rede foi sendo construída, promovendo novos sistemas de informação e comunicação que, com a convergência digital, ganharam ainda mais velocidade e abrangência. Não parece, portanto, exagero afirmar que tais desenvolvimentos têm promovido transformações significativas em nosso modo de ser, estar e viver em sociedade.

Esse é o universo da personagem principal do romance *Fake Accounts*, de Lauren Oyler, publicado em 2021. Produtora de conteúdos digitais e internet-dependente, acaba por descobrir que seu atual namorado é uma celebridade no mundo *online* das teorias da conspiração. Acompanhar a protagonista em seu cotidiano permite-nos refletir sobre o momento atual, marcado por uma drástica transformação das nossas estruturas de comunicação, em geral, e dos média, em particular. Na mesma medida, é possível refletir sobre a complexidade dos processos de construção de identidades nas sociedades mediatizadas de hoje.



A cultura digital, tanto em seu potencial de emancipação e liberdade como de controle e vigilância, atravessa todo o romance, com especial foco na realidade americana imediatamente após a tomada de posse do agora ex-presidente Donald Trump. Perceber melhor as mudanças promovidas pelo digital e seu impacto cultural torna-se premente na atualidade, marcada por tantas clivagens, e condição *sine qua non* para o exercício da cidadania, daí a relevância do presente debate (Schmidt & Cohen, 2013). Mais do que a realidade virtual, que parece indicar uma contraposição entre o virtual e a realidade pura e dura, a expressão proposta por Castells (2007) — “virtualidade real” — evidencia a realidade do virtual.

Em consonância com Thompson (2004), em sua afirmação de que o desenvolvimento dos meios de comunicação é indissociável da constituição daquilo a que chamamos hoje de modernidade, interessa perceber que espaço é esse que hoje habitamos e que papel (ou quais papéis) os média desempenham. Importa, ainda, perceber se e como os processos de construção discursiva das identidades se modificam, atribuindo ou não maior poder de agência ao indivíduo, por exemplo.

Para responder às questões acima apontadas, adotamos o enquadramento teórico-metodológico oferecido pelos Estudos Culturais e pelos estudos da Comunicação e dos Média. Nosso ponto de partida consiste na reflexão sobre o contexto social atual a partir da ideia de sociedade em rede, proposta por Castells (2011), explorando especialmente as transformações do espaço e a falácia da contraposição entre real e virtual. O impacto do desenvolvimento de novos sistemas de informação e comunicação é também explorado, com destaque para o conceito de mediatização, na versão proposta por Hjarvard (2013) entre outros (cf. Schulz, 2004, Krotz, 2007, Hepp, Hjarvard & Lundby, 2015, Figueiras, 2017, Hepp, 2020). Ainda na perspectiva teórica, as noções de identidade e identificação são resgatadas e analisadas à luz da atual conjuntura social, marcada pela proliferação dos ecrãs e da cultura digital (Turkle, 1999; Santaella, 2013).

Partimos, a seguir, para a análise do romance de Oyler em busca de elementos que ilustrem, desafiem ou suportem as indicações que a análise teórica nos oferece. Embora se trate, obviamente, de obra de ficção, a autora resgata o momento atual, refletindo sobre o contexto político e cultural que caracteriza o cotidiano das sociedades contemporâneas. A ideia de verossimilhança, construída ficcionalmente, representa espaços de possibilidades de ação e atuação reais e, ao mesmo tempo, de escolhas elaboradas e conscientes — daí seu interesse para a reflexão. Não se trata, como é óbvio, de comprovar ou refutar uma hipótese geral, mas sim de refletir, a partir de um elemento de análise — neste caso, um romance contemporâneo — sobre aquilo que a teoria nos deixa entrever. Por fim, concluímos esta reflexão com o mapeamento de pistas que indiquem possíveis desdobramentos dos processos de mediatização e de construção identitária. Pretendemos, assim, oferecer um contributo para a reflexão sobre o atual cenário mediático e suas repercussões no dia-a-dia das sociedades europeias contemporâneas.

## 2. Virtualidade Real, Mediatização e Identidade

Ao contrário do que pode parecer na linguagem cotidiana, o virtual não é o contrário do real, sua negação, ou seja, não está fora dele. É, sim, elemento constituinte da realidade que vivenciamos em nosso dia-a-dia. Cada vez mais — de modo mais incisivo e com maior frequência —, o virtual se faz presente. Num ambiente marcado pela expansão dos sistemas mediáticos, acentuadamente mais interativos, omnipresentes, interligados e diversificados, a virtualidade real, na expressão de Castells (2007, p.XXIX) parece melhor caracterizar o momento presente. Para o autor, a cultura da virtualidade real é aquela que caracteriza a sociedade em rede (Castells, 2011, pp. 488–492).

Partindo do pressuposto de que não há uma realidade *a priori* — única e singular —, mas sim a nossa percepção dela, construída a partir da interpretação de signos, uma vez que só podemos interagir com essa ideia de realidade a partir da construção de significados, sempre mediada pela linguagem, a oposição entre o real e virtual parece perder sentido, ou seja, o real não é assim tão real — concreto, dado, indiscutível, indisputável — como pode parecer. Enfim, o que se deseja aqui é destacar a perspectiva real do virtual, sem negar, como é óbvio, as



possibilidades de invenção e imaginação, que, aliás, fazem parte tanto do virtual como das nossas versões de realidade.

Com o desenvolvimento das tecnologias digitais, o espaço que o virtual ocupa em nossas vidas se expande. Em simultâneo, a noção de espaço-tempo se transforma. Já não circulamos apenas por “espaços de lugares”, mas também por “espaços de fluxos”, como propõe Castells (2011). Partindo de uma definição de espaço, sob a ótica da teoria social, como “suporte material de práticas sociais de tempo compartilhado” (p. 535), o autor propõe uma distinção entre os espaços de contiguidade, ou seja, o espaço de lugares, e uma nova estrutura global de espaço, constituída a partir de fluxos, ou seja, de movimentos dentro de uma rede composta por nós e fisicamente dispersa, o espaço de fluxos.

Essa conjugação entre espaço de lugares e espaço de fluxos, assim como a transformação da noção de tempo, indissociável da compreensão do espaço, é uma das características das sociedades em rede, destacadas por Castells (2011) em sua caracterização da “era da informação”. A sociedade industrial, com sua matriz hierárquica de poder centralizado e a valorização do tempo cronológico das linhas de produção, dá lugar à sociedade da informação, com sua estrutura de poder difusa e descentralizada, e uma nova noção de tempo atemporal, como refere o autor: “(c)om efeito, a transformação do tempo sob o paradigma das tecnologias de informação, e delineado pelas práticas sociais, é um dos fundamentos da nossa nova sociedade, irremediavelmente ligada ao surgimento do espaço de fluxos” (p. 557).

Bom exemplo dessa mudança de paradigma na compreensão do espaço-tempo são os média: dos meios de comunicação de massas (comunicação de um para muitos, tradicionalmente centralizada e síncrona) para o universo das redes sociais (comunicação de muitos para muitos, predominantemente descentralizada e assíncrona). Como sempre, não se trata de uma substituição, mas sim de coexistência e articulação entre modelos muitas vezes concorrentes — no caso dos média, com uma tendência crescente de valorização do espaço de fluxos e do tempo atemporal.

O atual estágio de desenvolvimento dos sistemas de comunicação, informação e média, para os quais convergem as diferentes modalidades de comunicação humana (escrita, oral e audiovisual) que se manifestam em “formas culturais de expressão e experiências pessoais”, faz da virtualidade uma “dimensão essencial” da realidade (Castells, 2011, p. LV). Nessa relação simbiótica entre comunicação, tecnologia e cultura, esta última também se transforma, dando lugar àquilo que Castells chama de cultura da virtualidade real (pp. 431–4).

Em diferentes graus, essa nova cultura parece constituir o cenário comum às sociedades europeias contemporâneas. Cada vez mais, organizamos as diferentes esferas das nossas vidas sobre esse tecido complexo: o exercício da cidadania, as práticas de educação/ensino, o trabalho, as relações pessoais são vividas nesse ambiente real e virtual, em espaços de lugares e de fluxos, entre o tempo cronológico e o tempo atemporal.

Na sociedade da informação, estruturada por múltiplas redes digitais de comunicação, os dados se transformam em recurso essencial — não por acaso, os mesmos já foram comparados ao petróleo como símbolo de valor econômico em uma muito citada reportagem da revista britânica *The Economist* (‘The World’s Most Valuable Resource Is No Longer Oil, but Data’, 2017). A produção, a circulação e o acesso a dados (informação) se traduzem em relações de poder, exercício de cidadania, promoção de justiça social etc. — daí a centralidade dos estudos dos meios de comunicação para se analisar e compreender as sociedades de hoje.

Segundo Castells (2013), o poder, na sociedade em rede, é o poder da comunicação. Este se manifesta a partir da perspectiva do convencimento, mais do que da demonstração de força, e materializa-se no poder de ligar-se em rede, no poder que advém da rede, no poder exercido em rede e no poder de criar redes (p. 80–83) — e eu acrescentaria aqui, na mesma medida do criar, o poder de destruir redes.

No cenário atual, caracterizado pela hiperconexão, mais do que “estar” conectados, passamos a “ser” conectados, como refere Santaella (2013), que, a seguir, lança um alerta: “[s]aber o que fazemos com as redes sociais digitais é fundamental, porém mais importante ainda é saber o que as redes estão fazendo connosco” (p.



112). Para a autora, a lógica das redes sociais afeta nosso comportamento e nossa compreensão do mundo e de nós mesmos, como afirma abaixo:

A par das mudanças tecnológicas acumulativas e da sofisticação crescente dos *softwares*, dignas de nota são as profundas mudanças pelas quais o psiquismo, a cognição e o comportamento dos usuários vêm passando. Mudanças de expectativas e comportamento no ciberespaço são imediatamente transferidas para a realidade presencial, num sistema de trocas e complementaridades em tempo real que os jovens praticam com desenvoltura. (Santaella, 2013, p. 112)

Dentro desse universo comunicacional, vamos nos concentrar na perspectiva dos média. A proliferação dos ecrãs, a pervasividade dos média e a ubiquidade da comunicação digital são apenas alguns dos indícios do impacto dos média e do seu potencial como força de transformação social da atualidade. Na perspectiva teórica, um dos conceitos que tenta dar conta desse diversificado e amplo processo de transformação do binômio média/sociedade é o de “mediatização”, que será aqui adotado.

Como afirma Thompson (2004), a modernidade é indissociável do desenvolvimento dos meios de comunicação, portanto, para compreender as sociedades modernas e os modos de vida que propiciam, é preciso analisar o desenvolvimento dos meios de comunicação e seu impacto (p. 3). Ao refletir sobre essa relação de interdependência entre média e sociedade no final do século XX, o autor destaca a capacidade dos média de promoverem novas formas de ação e interação social, ou seja, novos modos de relacionamentos, bastante distintos da comunicação presencial ou face-a-face, que, até relativamente pouco tempo atrás, havia prevalecido na comunicação humana (pp. 81–82). Para afastar os riscos de determinismo tecnológico, é importante destacar aqui a noção de interdependência. Também não parece demais recordar, com a ajuda de Simondon (2017), que o desenvolvimento tecnológico decorre da ação humana, ou seja, é parte intrínseca à sua natureza.

Adotando-se o raciocínio de Thompson e aplicando-o ao contexto atual, isto é, neste início de século XXI, a dinâmica que envolve média e sociedade segue em vigor. Novos desenvolvimentos no campo da tecnologia da comunicação têm promovido alterações relevantes em nossas práticas sociais e culturais — sendo, simultaneamente, promovidos e moldados por elas —, que aqui serão exploradas a partir do conceito de mediatização. Por mediatização entende-se a significativa transformação das instituições sociais que estruturam nossa vida em sociedade promovida pelo desenvolvimento dos média. Como sugere Hjarvard (2013), o conceito de mediatização identifica uma nova agenda de pesquisa que se propõe a analisar os papéis e a influência dos média na cultura e na sociedade.

Essa imbricação média/sociedade torna-se evidente na definição de mediatização como processo de transformação das instituições sociais por via de sua integração com os média, que promove, em algum grau, uma relação de dependência, sujeitando-as, de certa forma, ao *modus operandi* dos média. Mas, ao mesmo tempo em que os média se tornam parte integrante de outras instituições, adquirem para si mesmos o status de instituição propriamente dita, como esclarece Hjarvard (2013):

By the mediatization of culture and society we understand the process whereby culture and society to an increasing degree become dependent on the media and their logic. This process is characterized by a *duality*, in that the media have become *integrated* into the operations of other social institutions and cultural spheres, while also acquiring the status of social institutions *in their own right*. As a consequence, social interaction — within the respective institutions, between institutions, and in society at large — increasingly takes place via media. (p. 17)

Nas sociedades contemporâneas, com a integração de vários modos de comunicação em redes interativas, cada vez mais interações acontecem via média, amplificando, assim, seu impacto. Se os média, como afirma Krotz (2007), modificam as relações e comportamentos humanos, acabam por transformar, conseqüentemente, a sociedade e a cultura. Como defende Hjarvard (2013), a mediatização, como processo social, não é simplesmente



o resultado do desenvolvimento dos média, isto é, não se restringe a ela, mas sim o resultado de complexas transformações tecnológicas, políticas e econômicas (p. 25).

Ao contrário da ideia de mediação, o conceito de mediatização remete para um cenário de transformações estruturais e de longo prazo. Segundo Shulz (2004), é possível definir quatro tipos de processos pelos quais os média modificam a comunicação e interação, característicos da mediatização: a extensão no espaço-tempo da capacidade de comunicar; a substituição de interações sociais que antes ocorriam face-a-face; a combinação (amalgama) de atividades, como a comunicação face-a-face e mediada; e a acomodação (adaptação) do comportamento de indivíduos e organizações às avaliações, formatos e rotinas dos média.

Como bem lembra Livingstone (2009), seja na perspectiva de um indivíduo, uma organização ou um partido político, ser ou não ser produtor/consumidor de média já não se resume a uma questão de escolha, uma vez que os média se constituem como condição estrutural para as práticas sociais e culturais na sociedade como um todo. De acordo com Baudrillard (1983), a onipresença dos média nas sociedades atuais transforma a própria noção de realidade, que passa a ser percebida como uma hiper-realidade, encontrando no simulacro a medida da sua realização. Dentre tantas transformações, entretanto, no contexto da presente reflexão, interessa analisar o processo de construção discursiva das identidades.

Se, como afirma Hall (2014), a identidade cultural se transforma no contexto da pós-modernidade, hoje, com a entrada do digital nessa equação, parece haver uma verdadeira revolução em torno desse conceito. Adotando-se uma visão não-essencialista das identidades, onde diferentes elementos são mobilizados no processo de identificação, individual ou coletivo, interessa perceber que impactos a mediatização pode promover. A rigor, a amplitude do conceito de identidade é tão grande — e suas possíveis leituras tão contraditórias (a exemplo da contraposição entre visões essencialistas e não essencialistas), que Brubaker & Cooper (2000) defendem a não utilização do conceito de identidade como uma categoria de análise, sendo substituída por outras categorias, entre elas, a que mais se aproxima do objeto desta análise, a de identificação e categorização.

O digital e os média criam a possibilidade de novas formas de interação, contato, encontros, multiplicando os recursos de identificação disponíveis. Elementos recorrentes, como gênero, sexo, faixa etária, etnia, aparência física — atributos associados direta ou indiretamente à materialidade do corpo — tornam-se mais facilmente manipuláveis, por exemplo. A imaginação de si, a projeção de uma imagem calculada e a percepção da imagem do outro passam cada vez mais pela mediação dos média. Como afirma Fornäs (2013), à medida que a presença e a participação dos média na vida quotidiana do indivíduo se intensificam, o texto mediático, as imagens e os discursos tornam-se parte da construção da sua identidade.

Para melhor compreender o papel dos média na construção das identidades, é preciso retomar a discussão encetada por Hall, entre tantos outros, no contexto da pós-modernidade ou modernidade tardia, marcada pela afirmação do fim da unidade ou da completude e inteireza do sujeito. A associação entre a modernidade tardia e o fim da unidade e das grandes narrativas é recorrente (Lyotard, 1986). Hall destaca o fim da unidade do sujeito. A percepção dessa unidade, característica do sujeito do iluminismo, começa a ser posta em causa pelo sujeito sociológico — que enfatiza a presença do outro e as relações sociais — e, finalmente, pelo sujeito pós-moderno.

O sujeito pós-moderno, e a perda de inteireza que o acompanha, caracteriza o que Hall chama de crise de identidade. Aquelas “velhas identidades”, antes percebidas como fixas e sólidas, que por tanto tempo “estabilizaram o mundo social” (Hall, 2014, p. 8), agora cedem lugar a novas formas de identificação muito mais dinâmicas e voláteis. Descontinuidade, fragmentação e deslocamento passam a ser as palavras de ordem.

A percepção do sujeito como uma entidade não-unitária, multicamadas, dinâmica, em constante mutação é bem representada pela ideia do sujeito nómada, como avança Braidotti (2011, p. 5). Esse novo sujeito que emerge na modernidade tardia abandona qualquer ilusão ou desejo de fixidez. Constrói suas identidades ao longo do seu percurso, num movimento contínuo e incessante de transformação, como a autora esclarece:



The nomad does not stand for homelessness or compulsive displacement: it is rather a figuration for the kind of subject who has relinquished all idea, desire, or nostalgia for fixity. It expresses the desire for an identity made of transitions, successive shifts, and coordinated changes without an essential unity. (Braidotti, 2011, p. 57)

Nesse complexo processo de construção de identidades, estas se modificam em função da forma como o sujeito é interpelado ou representado (Hall, 2014, p. 16). Mais uma vez, destaca-se o papel dos média como instrumento de interpelação e construção, circulação e valorização de representações e identidades. No cenário mediático atual, marcado pelo digital e pela promoção de sistemas de informação e comunicação globais, as possibilidades de identificação se prolongam no tempo e no espaço. Podemos nos identificar como “consumidores para os mesmos bens, clientes para os mesmos serviços, públicos para as mesmas mensagens e imagens” (Hall, 2014, p. 42), nesse espaço ampliado pela globalização e dinamizado pelos média globais, como referido:

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas — desalojadas — de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. (Hall, 2014, p. 43)

Não é raro apontar-se os novos meios de comunicação digital como sendo uma das causas dessa multiplicação de identidades. Entretanto, como afirma Santaella (2013), em consonância com a posição de Hall, não faz sentido contrapor uma identidade unificada, consistente e coerente, supostamente característica do mundo real, em oposição à multiplicidade das identidades construídas no mundo online, isso porque essa ideia sempre consistiu em uma falácia. Para a autora, esse sujeito “unificado, racional e estável” (p. 125) nunca existiu, a regra sempre foi a multiplicidade, como já apontam a psicanálise e a filosofia.

Ainda assim, o papel das novas tecnologias da comunicação no processo de construção de identidades dificilmente pode ser menosprezado. Se é verdade que essa multiplicidade não surge com a internet, tampouco se pode negar que a Internet e as plataformas digitais que lhe são inerentes passaram a oferecer uma panóplia de ferramentas e possibilidades de construção dessas identidades múltiplas, como destacado:

(...) a instabilidade, que é constitutiva do eu e da subjetividade, encontrou agora no ciberespaço vias muito propícias de encenação, performance e representação. Portanto, a novidade do ciberespaço não está na transformação de identidades previamente unas em identidades múltiplas, pois a identidade humana é, por natureza, múltipla. A novidade está, isso sim, no poder que têm as plataformas de relacionamento de trazer essa verdade à superfície, sem ignorar que a tendência ao múltiplo, quando se trata da intersubjetividade, pode perigosamente se dispersar em uma poeira indiscriminada. (Santaella, 2013, p. 125)

No contexto atual, dos média digitais, as identidades parecem se multiplicar a uma velocidade ainda maior e com mais intensidade (Santaella, 2010). A construção de perfis online como uma forma de extensão ou projeção das nossas identidades, a possibilidade de construção de avatares ou mesmo de participação em determinadas comunidades são apenas alguns dos exemplos recorrentes (Gee, 2003, p. 55; Polivanov, 2015).

Também o processo de construção de identidades torna-se mais complexo, não só em função das variáveis, isto é, dos recursos à disposição, mas em função da construção de novas relações de poder. Tal transformação deve-se a uma série de fatores, entre os quais interessa aqui destacar a alteração do papel do usuário (Silva, 2019) — que passa a conciliar os papéis de consumidor e produtor de média — e a ampliação das possibilidades de distribuição e acesso aos média, superando, pelo menos em parte, as limitações impostas pelos gatekeepers tradicionais (Ferreira, 2018). Nesse mesmo sentido, temos a ideia de automeiação (“self-mediation”), como



articulada por Chouliaraki (2010), que caracteriza o uso das redes sociais e parece atribuir à/ao internauta, em alguma medida, um grau maior de autonomia.

Embora não seja possível aprofundar essa discussão no âmbito deste trabalho, parece-me importante ressaltar que, no que diz respeito às grandes plataformas digitais, se, por um lado, nós assumimos o papel de agentes, isto é, de criadores/autores das nossas identidades online, muitas vezes negligenciamos o papel de poder atribuído às empresas de tecnologia, via design e adoção de algoritmos, por exemplo (Assenmacher et al., 2019, Santaella & Kaufman, 2020).

Ainda no contexto dos processos de construção de identidades nesta era digital, a fabulação ou mesmo a mentira são atributos bastante discutidos. A possibilidade do anonimato, a não responsabilização e a ausência de compromisso, a aparente “superficialidade” da vida online parecem autorizar, em alguma medida, a mentira e a dissimulação. As regras que moldam o comportamento online nem sempre são exatamente as mesmas que regem os contatos presenciais (Sawyer, 2018).

Por fim, importa destacar que, nessa sociedade mediatizada, produzir informação deixa de ser privilégio de um dado grupo profissional e passa a envolver, além dos especialistas, também amadores, com papéis e interesses distintos. Os profissionais da comunicação convivem agora com a produção pessoal ou coletiva, privada/particular ou pública, de todos nós. Obviamente, tal cenário afeta os processos e práticas de produção da notícia no âmbito da comunicação social, assim como o impacto dos média em sociedade.

Com esse cenário em mente, voltamos ao romance de Oyler em busca de pistas que nos ajudem a perceber melhor quer o processo de mediatização, quer os de construção de identidades nas sociedades contemporâneas.

### 3. Fake Accounts: Cultura e Identidade na Era Digital

O romance de Lauren Oyler se passa entre Nova Iorque e Berlim, logo após a eleição de Donald Trump como presidente dos EUA, em 2016. A protagonista — não sabemos seu nome — é uma jovem profissional da comunicação, que parece dominar os recursos necessários para a navegação neste mundo contemporâneo e seus complexos sistemas de informação e comunicação. Tanto ela como Félix, seu namorado, desempenham, em algum momento, funções que só passaram a existir recentemente: ela se identifica como “blogger”, ou seja, como produtora de conteúdo para a Internet; ele é identificado como um estratega de redes sociais.

No mundo da protagonista, já não parece fazer sentido a distinção entre real e virtual. A pervasividade do digital e sua onipresença nas práticas sociais do cotidiano de uma sociedade urbana moderna permitem que a personagem transite de um espaço para o outro com naturalidade. Mais do que transitar de um espaço para o outro, ela habita esse espaço híbrido, real e digital, material e imaterial.

Os meios de comunicação digitais, sempre presentes, são utilizados na construção de relacionamentos entre o sujeito e o mundo ao seu redor, mas também na construção de relações interpessoais e de identidade e/ou identificação. A tecnologia supre as necessidades do dia-a-dia (deslocamentos, acesso à informação, exercício profissional, aquisição de produtos e serviços etc), mas também as necessidades afetivas e emocionais (interação com amigos, relacionamentos amorosos etc). A vida acontece nesse espaço híbrido, mediada por ele, como exemplificado a seguir:

Lying on my back with one of my feet against the inside of my opposite thigh in a figure four, I would hold my phone above my head and look at the websites of all the stores I liked and think about buying things. Or I would read articles: a commentary on the new president’s pick for whatever Cabinet position was being discussed at the time; an old profile of Andrea Dworkin; how to prevent going gray in your twenties. Going gray in your twenties was cool now, so what I really needed was an article about how to best make use of the gray hair I already had, to make sure I either developed a fetching Sontag streak or went totally silver before I turned forty. (p. 54)



Walking down the street checking for dog shit and approaching pedestrians in my peripheral vision, I watched the ellipses appear to signal he was typing. (p. 63)

I'd made it home and now you have no idea what the route from my yoga studio to my apartment looks like because I was staring at my phone for the entire walk. (p. 64)

É a tecnologia digital que permite que a protagonista mantenha seu relacionamento à distância com Félix por algum tempo — ela nos EUA, ele em Berlim — e é dela que advém a fonte de renda da protagonista no início do romance. Em simultâneo, mas em sentido contrário, essa mesma tecnologia associada ao bem-estar também representa um fator de desequilíbrio em sua vida, uma vez que ela se assume como internet-dependente, como neste exemplo:

Because it was a little after 6 a.m. on a Friday in the U.S., nothing worthwhile was happening on social media; I scrolled through my feeds distractedly, opening and closing the same site multiple times in quick succession. I was a lab rat assigned to a random trial with the lowest frequency of reward. I knew it was an unoriginal observation, yet I couldn't stop myself from making it. (p. 39)

Nesse espaço simultaneamente real e virtual, a protagonista constrói suas múltiplas identidades, ao mesmo tempo em que tenta dar sentido às contraditórias identidades de Félix. Portanto, para fins da presente análise, interessa-nos destacar os elementos que apontem para o processo de construção de identidades nessa esfera social mediatizada.

Adotando-se, como ponto de partida, uma visão não essencialista das identidades, interessa perceber de que modo elas são construídas discursivamente (Frota, 2016). O modo como nos vemos e o modo como somos vistos pelo outro — ou, ainda, como pensamos ser vistos pelo outro —, concorrem nesse processo. A protagonista do romance de Oyler parece estar bastante ciente de tais perspectivas.

Se é verdade que os média tradicionais não promovem apenas a circulação de determinadas representações, mas também participam do processo de construção e valoração das mesmas (Thompson, 2004), com os média digitais — e, em especial, com as redes sociais — esse processo ganha novos atores e maior complexidade. Nas redes sociais, temos a possibilidade de (tentar) controlar nossas narrativas ou, pelo menos, temos a possibilidade de criar e partilhar a nossa versão dela.

A elaboração de um perfil digital está diretamente relacionada com a profissão da personagem, que, em seu dia-a-dia, necessariamente precisa interagir com os leitores do blog para o qual escreve, alimentando, assim, o seu perfil profissional. Mas também sua vida pessoal e privada é regida pelo universo online, onde demonstra ter uma sensibilidade às vezes exacerbada. Sua proficiência digital, sua vaidade, seu papel como profissional web faz com que a ideia de ser vista como alguém que segue tendências (trend-following), uma “amadora”, em sua perspectiva, e não quem as dita (trend-setter), torne-se um problema, como exemplificado a seguir:

Everyone was going to Japan right now, I agreed, looking over the menu and citing the Instagram accounts of a colleague and a friend of my brother. It was too bad, I added, because it meant that now you couldn't go there without looking like a trend-following dabbler, and I also wanted to go. (p. 16–17)

A consciência da possibilidade de partilha digital, mesmo nos momentos de interação social face-a-face, é uma constante. Como bem destaca Santaella (2013, p. 127), hoje é possível viver e narrar a vida ao mesmo tempo. O distanciamento temporal, e não só, entre a experiência vivida e a sua transformação em narrativa já não precisa ser necessariamente a regra — este seria mais um exemplo da “ubiquidade” da comunicação nesta era digital: “Might this night become a sad blog post? Or worse? I checked my bag when I went to the bathroom to make sure he hadn't stolen my wallet” (p. 35).

Ainda, a sobrevalorização do papel da Internet na formação intelectual e emocional da personagem torna-se evidente com a equiparação da influência da educação materna com a influência da educação online, como abaixo referido. Tal comentário é feito de forma aparentemente displicente e com naturalidade, o que de certo



modo reforça a percepção de que a internet é parte integrante do nosso quotidiano e influencia comportamentos, modos de ver a vida, processos de atribuição de significados, entre outros, como destacado a seguir: “I resented my mother and online feminism for making me so paranoid” (p. 35).

A possibilidade de se reinventar, mas também de mentir deliberada e compulsivamente, faz-se presente ao longo de todo o romance, quer na perspectiva da protagonista, quer na perspectiva de Félix. Sabemos, desde o princípio, que este mantém um perfil anônimo/secreto no Instagram, onde se destaca entre os promotores de teorias da conspiração — fato que entra em conflito direto com a imagem que projeta publicamente. Félix mantém, portanto, duas narrativas distintas e antagônicas sobre si mesmo, pelo menos aos olhos da sua namorada.

O significativo controle da narrativa por parte de quem a constrói, no mundo digital, abre uma infinidade de possibilidades no campo das identidades. O repertório de elementos a mobilizar é imenso, além de haver menos constrangimentos do que na interação presencial. Nas redes sociais, podemos construir várias versões de nós mesmos com relativa facilidade. A protagonista do romance de Oyler demonstra estar bastante ciente dessas possibilidades e tira proveito delas.

Após o repentino desaparecimento de Félix, ela viaja a Berlim e acaba por se inscrever numa aplicação de encontros. Após um período de estranhamento, onde acompanhamos a construção do seu perfil online — mais uma vez, a tentativa de se criar ou projetar uma identidade, mas, aqui, dentro dos limites impostos pela lógica da aplicação —, ela enceta uma série de encontros com vários pretendentes. No entanto, opta por fazê-lo em outra pele, isto é, cria seus próprios personagens, como exemplificado: “I decided to go on a series of dates assuming personalities based on the twelve signs of the zodiac. This would, I imagined, provide structure” (p. 169).

A frivolidade da construção das personagens que a protagonista se propõe a desempenhar durante seus encontros românticos acentua a gratuidade e o non-sense de todo o processo — cada personagem se inspira num signo do zodíaco. Apesar disso, ela demonstra ter consciência de que sua atitude é socialmente reprovável, mas não se deixa intimidar por isso, pelo contrário, constrói uma justificativa, transformando sua série de encontros numa espécie de pesquisa sociológica, como se depreende do seguinte excerto:

This was no longer a personal project, a dalliance with earnest dating-app usage, but a purposeful critique of the system. I could be anyone I wanted (or did not want, as the case may be), and my deception would not be selfish, cruelly manipulative of innocents looking for love, but a rebellion against an entire mode of thinking, which was not really thinking at all, just accepting whatever was advertised to you. Dare I say: it was political? If I ever wrote again, I could write about it. People who took themselves very seriously would get mad at me. (p. 142)

Na verdade, em Berlim, as mentiras se multiplicam: para a colega de casa, para sua empregadora, para um desconhecido num bar, de forma aparentemente displicente e fortuita. A mentira pela mentira, a dissimulação como forma de distanciamento afetivo, talvez como estratégia, consciente ou não, de superação do luto ou de desforra por ter sido enganada ou ter se deixado enganar por Félix. Mas, sobretudo, a protagonista parece tentar minimizar a importância do fato, como nestes exemplos:

An important thing to remember when lying, to remain cool and not nervous, is that other people care much more about themselves than they care about you. It never occurred to me that some of these men might be faking it with me. (p. 196)

I was starting to get annoyed. These people just wanted to talk about themselves. They weren't giving me a chance to talk about my characters. (p. 168)

A relação da protagonista com a verdade ou a mentira é inequivocamente ambígua. Numa determinada passagem, ao refletir sobre a questão da autenticidade, afirma sua centralidade e relevância para a sua geração,



que estaria bem preparada para identificar a falsidade ou a inautenticidade, uma vez já ter crescido num ambiente marcado pelas tecnologias da comunicação. No entanto, apesar dessa habilidade — ou por causa dela? — parecia não querer fazê-lo, ou melhor, não se preocupar com isso, como exemplificado:

People often say my generation values authenticity. Reluctantly I will admit to being a member of my generation. If we value authenticity it's because we've been bombarded since our impressionable preteen years with fakery but at the same time are uniquely able to recognize, because of the unspoiled period that stretched from our birth to the moment our parents had the screeching dial'up installed, the ways in which we casually commit fakery ourselves. We are also uniquely unwilling to let this self-awareness stop us. (p. 45)

O recurso à ironia é uma das marcas presentes da linguagem de Oyler, que aqui aparece associada diretamente à personagem principal, uma vez ser ela a contar a sua história. Não temos acesso a outras fontes, a outras narrativas. Nem sempre é fácil perceber a intenção por trás das palavras, mas é importante lembrar que a ironia não, necessariamente, implica ausência de sinceridade.

O anonimato das redes sociais é bem representado pelo perfil @HelenofTroyWI (p. 156). Num jogo de espelhos em que as identidades se multiplicam e confundem, é difícil perceber onde estamos ou mesmo com quem falamos — mas será que a identidade ainda importa? Mais uma vez, a protagonista afirma sua habilidade e familiaridade com o ambiente online e com a possibilidade de aceder a um grande repositório de dados e informações, ao mesmo tempo em que questiona sua importância, como referido:

I spent a couple of minutes reading her posts and trying to remember who she might be before I became bored and clicked back to my timeline. Even though I knew I had the tools to divine her identity, I stopped caring quickly — what did it matter? This is the struggle with describing social media: it devours importance. (p. 157)

Nessa teia de poucas verdades e muitas mentiras construída ao longo do romance, é difícil perceber a relevância do tema. Se o ponto de partida da narrativa é uma mentira e o desejo da protagonista em saber a verdade, ao final do percurso, esta última parece já não importar — talvez não em função da sua (ir)relevância, mas sim da impossibilidade de acedermos a ela, como reconhece a protagonista em seu último encontro com Félix:

I knew I wasn't going to get anything real out of him, that it would be pointless to try and get him to sit down and explain. (p. 263)

"Yes", he said, maybe pityingly, maybe exasperatedly, maybe patronizingly maybe guiltily, maybe shamefully, maybe ruefully, maybe matter-of-factly, maybe absolutely, totally, completely devoid of any feeling at all. (p. 265)

#### 4. Conclusão

Não é novidade para ninguém que o atual cenário mediático está em constante e rápida transformação. Dentre outros fatores, o desenvolvimento tecnológico — ao mesmo tempo causa e consequência de tais transformações — tem promovido a composição de novos sistemas de informação e comunicação, que acomodam novas formas de interação social, novos modos de estar e viver em sociedade. No âmbito deste trabalho, não nos cabe fazer previsões, mas sim analisar e interpretar tais transformações de modo a refletir sobre o momento atual em busca de pistas para compreender o mundo e de recursos para construir as sociedades que desejamos.

No romance de Oyler, as diferentes dimensões do processo de mediatização são evidentes. As práticas de comunicação se dispersam no espaço-tempo alargado, de lugares e de fluxos, em escala global (extensão); muitas das ações antes realizadas de forma presencial agora se valem de recursos de mediação (substituição); o contexto da prática da comunicação se complexifica com a convergência inerente ao digital, assistimos à televisão no computador, trocamos mensagens via telemóvel e conversamos com alguém ao nosso lado



(combinação/amálgama); e, por fim, a adaptação aos formatos, às rotinas e à lógica dos média parece conduzir boa parte do comportamento da protagonista (acomodação/adaptação).

A lógica do mundo online, e das redes sociais em particular, não parece manter um sério compromisso com a verdade. Ao contrário, a máxima de “todos mentem na internet” é a que predomina, como se houvesse uma autorização tácita à mentira. A protagonista de Oyler mente o tempo todo — não só em seu perfil na internet, mas nas diferentes interações que mantém ao longo do romance. Inventa perfis falsos para interagir com as pessoas que conhece via aplicação de encontros (e não só), mas também mente para sua colega de casa, para a pessoa a quem presta serviços de baby-sitter etc.

Em “Fake Accounts”, é a mentira quem conduz as personagens. A mentira de Félix provoca a incompreensão da protagonista, que põe em causa a própria “identidade” do seu namorado. Muitas das ações que põe em prática a partir dali visam perceber ou encontrar um sentido para o comportamento de Félix. Quem é ele afinal? Mas será o comportamento de Félix tão diferente do comportamento da protagonista, que passa a mentir deliberadamente e sem aparente motivo numa tentativa, talvez, de compreender o que move o namorado? No final do romance, entretanto, parece que nada disso importa. Na impossibilidade de saber quem somos ou na possibilidade de sermos tantos, que “identidade” é essa que buscamos?

Neste espaço híbrido, de lugares e fluxos, simultaneamente virtual e real, os média se tornam cada vez mais pervasivos e onipresentes, promovendo novas formas de identificação que traduzem, por sua vez, novas relações de poder. Se, na modernidade tardia, as identidades se multiplicam e transformam, tornam-se fugidias, maleáveis, híbridas, dinâmicas, fragmentadas, talvez o corolário final seja o reconhecimento da nossa impossibilidade de definir com clareza esse lugar único e fixo para o outro. Em vez de nos perguntarmos “quem é Félix”, talvez devêssemos nos perguntar “isso importa?”.

### Referências

- Assenmacher, D., Adam, L., Frischlich, L., Trautmann, H., & Grimme, C. (2019). Openbots: An empirical study on automated programs in social media. *arXiv:1902.06691v2 [cs.CY]*. <https://arxiv.org/abs/1902.06691v2>
- Baudrillard, J. (1983). *Simulations* (P. Foss, P. Patton & P. Beitchman, Trad.). Columbia University Press.
- Braidotti, R. (2011). *Nomadic subjects: Embodiment and sexual difference in contemporary feminist theory* (2.<sup>a</sup> ed.). Columbia University Press.
- Castells, M. (2007). *O poder da identidade* (A. Lemos & R. Espanha, Trad.). Fundação Calouste Gulbenkian. (Trabalho original publicado em 1997)
- Castells, M. (2011). *A sociedade em rede* (A. Lemos, C. Lorga, & T. Soares, Trad.). Fundação Calouste Gulbenkian. (Trabalho original publicado em 1996)
- Castells, M. (2013). *O poder da comunicação* (R. Espanha, Trad.). Fundação Calouste Gulbenkian. (Trabalho original publicado em 2009)
- Chouliaraki, L. (2010). Self-mediation: New media and citizenship. *Critical Discourse Studies*, 7(4), 227–232. <https://doi.org/10.1080/17405904.2010.511824>
- Ferreira, G. B. (2018). Transformações do gatekeeping na era dos novos media: A Internet, os valores e as práticas do jornalismo (Dossiê). *Brazilian Journalism Research*, 14(2), 504–523. <https://doi.org/10.25200/BJR.v14n2.2018.1026>
- Figueiras, R. (2017). Estudos em mediatização: Causalidade, centralidade, interdisciplinaridade. *MATRIZES*, 11(1), 101. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v11i1p101-126>
- Fornäs, J., & Xinaris, C. (2013). Mediated identity formation: Current trends in research and society. *Javnost*, 20(2), 11–25. <https://doi.org/10.1080/13183222.2013.11009112>



- Frota, S. (2016). *O papel simbólico da língua na construção das identidades nacionais: O caráter identitário da discussão sobre o AO90 em Portugal* [Tese de Doutoramento, Faculdade de Letras]. Repositório da Universidade de Lisboa. <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/24289c>
- Gee, J. P. (2003). *What videogames have to teach us about learning and literacy*. Palgrave.
- Hall, S. (2014). *A identidade cultural na pós-modernidade* (T. T. Silva & G. L. Louro, Trad.). Lamparina. (Trabalho original publicado em 1992)
- Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. Routledge.
- Hepp, A., Hjarvard, S., & Lundby, K. (2015). Mediatization: Theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*, 37(2), 314–324. <https://doi.org/10.1177/0163443715573835>
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Routledge.
- Krotz, F. (2007). The meta-process of ‘mediatization’ as a conceptual frame. *Global Media and Communication*, 3(3), 256–260. <https://doi.org/10.1177/17427665070030030103>
- Livingstone, S. (2009). On the mediation of everything: ICA Presidential Address 2008. *Journal of Communication*, 59(1), 1–18. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x>
- Lytard, J. F. (1986). *A condição pós-moderna* (J. B. Miranda, Trans.). Gradiva.
- Oyler, L. (2021). *Fake accounts*. 4<sup>th</sup> Estate.
- Polivanov, B. B. (2015). Personas no Facebook e consumo de afiliação: Percepções sobre (des)enaixes entre selves on e off-line. *Organicom*, 12(22), 225–235.
- Santaella, L. (2010). *Ecologia pluralista da comunicação: Conectividade, mobilidade, ubiuidade*. Paulus.
- Santaella, L. (2013). *Comunicação ubíqua: Repercussões na cultura e na educação*. Paulus.
- Santaella, L., & Kaufman, D. (2020). O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. *Revista Famecos*, 27, 1–10. <https://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.34074>
- Sawyer, M. E. (2018). Post-truth, social media, and the ‘real’ as phantasm. In M. Stenmak, S. Fuller, & U. Zackariasson (Eds.), *Relativism and post-truth in contemporary society* (pp. 17–28). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-96559-8>
- Schmidt, E., & Cohen, J. (2013). *A nova era digital — Reformulando o futuro das pessoas, das nações e da economia* (J. M. da Cruz, Trad.). Publicações Dom Quixote.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87–101. <https://doi.org/10.1177/0267323104040696>
- Silva, D. S. (2019). Digitally empowered. *Journalism Practice*, 13(5), 592–601. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1507682>
- Simondon, G. (2017). *On the Mode of Existence of Technical Objects* (C. Malaspina and J. Rogove, trans.). Univocal Publishing. (Trabalho original publicado em 1958)
- The world’s most valuable resource is no longer oil, but data. (2017, May 6). *The Economist*.
- Thompson, J. B. (2004). *The media and modernity: A social theory of the media*. Polity Press.
- Turkle, S. (1999). Cyberspace and identity. *Contemporary Sociology*, 28(6), 643–648. American Sociological Association.



### Declaração Ética

**Conflito de Interesse:** Nada a declarar. **Financiamento:** Nada a declarar. **Revisão por Pares:** Dupla-cega.



Todo o conteúdo da *NAUS — Revista Lusófona de Estudos Culturais e Comunicacionais* é licenciado sob [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), a menos que especificado de outra forma e em conteúdo recuperado de outras fontes bibliográficas.