

A CULTURA DO EU E AS MARCAS NAS REDES SOCIAIS

Josemara Stefaniczen, UNICENTRO, mara.stefaniczen@gmail.com

RESUMO: As redes sociais têm se tornado uma ferramenta para a construção e divulgação do “eu”, isso tem proporcionado uma busca frenética da felicidade por meio do reconhecimento social e em consequência disso causado impactos relevantes na identidade dos sujeitos. O questionamento a respeito da identidade tem sido discutido com frequência nos dias atuais visto que “as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado” (Hall,2006). Na atualidade a identidade é sucessivamente montada e desmontada e desse modo acontece a procura transitiva da felicidade a qual determina adaptabilidade e mudança contínua. Essa identidade tem um aspecto volúvel e pode ser desprezada no momento em que o indivíduo não estiver mais satisfeito com o seu “eu”, *self*, ele pode abandonar e adotar um novo, pois “nesta sociedade do espetáculo, onde só é o que se vê” (Sibilia, 2008) essa constante troca de identidades para que tenha uma perfeita aceitação dos outros impacta na chamada “crise de identidade”. Por meio da tecnologia os indivíduos criam perfis que representam uma biografia. Os usos “confessionais” da internet (...) seriam, portanto, manifestações renovadas dos velhos gêneros autobiográficos. O eu que fala e se mostra incansavelmente na web costuma ser tríplice: é ao mesmo tempo autor, narrador e personagem (Sibilia, 2008). Estas modificações estão também alterando as identidades pessoais, estremecendo o conceito que se tem de sujeitos integrados e consequentemente tornando o sujeito fragmentado e preso ao olhar do outro. “Na fase de espelho, o indivíduo não possui uma imagem de pessoa inteira e se vê ou se "imagina" a si próprio refletida — seja literalmente, no espelho, seja figurativamente, no "espelho" do olhar do outro — como uma "pessoa inteira" (Lacan, 1977).

Palavras-chave: Redes Sociais; Identidade; Autobiografia.