

A subjetividade no ambiente digital: uma abordagem semiótica no estudo das representações de perfis profissionais em redes sociais

Rebeka Figueiredo da Guarda | rebeka.figueiredo@usp.br

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

resumo

Aproposta deste *paper* é investigar os processos de representação da subjetividade por meio de perfis criados em redes sociais digitais com o propósito de destacar qualidades profissionais de seus usuários. Com base na Semiótica de Charles Sanders Peirce, discutimos de que maneira a computação ubíqua e a geração de grandes bases de dados digitalizados podem impactar os significados relacionados aos perfis, assumindo que estes últimos emergem de processos comunicacionais. Nessa perspectiva, apresentamos uma breve análise sobre os fatores que podem interferir na composição sígnica de perfis digitais e nos significados atrelados a eles a partir da observação empírica da rede social LinkedIn.

PALAVRAS-CHAVE: Semiótica. Representação. Perfis profissionais. Redes digitais. LinkedIn.

abstract

The aim of this paper is to investigate the processes of representation of subjectivity through profiles created in digital social networks in order to highlight the professional qualities of its users. Based on Charles Sanders Peirce's Semiotics, we discuss how ubiquitous computing and the generation of large digitized databases can impact meanings related to profiles, assuming that profiles emerge from communicational processes. From this perspective, we present a brief analysis of the factors that may interfere with the sign composition of digital profiles and the meanings associated with them from the empirical observation of the LinkedIn social network.

KEYWORDS: *semiotics. representation. professional profiles. digital networks. LinkedIn.*

Introdução

¹ Observamos, a partir de nossa experiência empírica, que nos últimos anos várias reportagens jornalísticas em veículos de comunicação brasileiros têm destacado a importância do perfil em redes sociais digitais para a reputação profissional. Alguns exemplos são: <<https://glo.bo/2Klcyt>>, <<https://bit.ly/2Cqgonq>> e <<https://bit.ly/2HraUNj>>. Acesso em: 10 mar 2019.

No Brasil, 70% da população acessa a Internet, o que representa 126,9 milhões de pessoas. Nesse grupo, as atividades mais comuns são o envio de mensagens (92%) e o uso de redes sociais (75%) (TIC DOMICÍLIOS, 2018). Hoje, as redes sociais digitais não servem apenas para manter contato com amigos e familiares; elas também são usadas na venda de produtos e serviços, na divulgação de empresas e também na busca por trabalho e no recrutamento de profissionais. Nesse sentido, é cada vez mais comum que pessoas busquem perfis de marcas, produtos e serviços em redes sociais com o objetivo de averiguar as mais variadas informações antes de fechar um negócio. Da mesma forma, é grande a probabilidade de que uma pessoa que esteja concorrendo a uma vaga de emprego tenha as suas redes sociais avaliadas durante o processo seletivo e isso pode ser decisivo para a contratação.¹

² Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Mais informações nos seguintes endereços eletrônicos: <<https://bit.ly/2A8sWPi>>, <<https://goo.gl/wwXwa1>> e <<https://goo.gl/DVnzTU>>. Acesso em: 19 dez 2018.

Levando-se em consideração que no Brasil a taxa média de desemprego atingiu 12,3% em 2018 e 12,7% em 2017, sendo esta última a maior registrada desde 2012, ter um bom perfil em redes sociais parece ser relevante para aqueles que precisam de um trabalho.² Mas o que é um bom perfil profissional no ambiente digital? De que forma esses perfis são construídos? A partir do atual cenário caracterizado pela presença das redes sociais digitais no cotidiano dos brasileiros e da situação do desemprego no País, a proposta deste artigo é investigar quais são as características que norteiam a representação de perfis digitais criados com o propósito de destacar qualidades profissionais de seus usuários. Pretendemos ainda discutir de que maneira a computação ubíqua e a geração de grandes bases de dados digitalizados podem impactar os significados relacionados aos perfis digitais, assumindo que estes últimos se originam de processos relacionais e comunicacionais.

Com base na semiótica de Charles Sanders Peirce (2000), buscaremos compreender como as subjetividades são representadas no meio digital, considerando: a) o apagamento das fronteiras entre on-line e off-line e a emergência das chamadas “infosfera” e “cultura proxy” (FLORIDI, 2014; FLORIDI, 2015); b) os agenciamentos promovidos por plataformas e algoritmos na internet e suas possíveis influências nos processos de significação (PARISER, 2012; GILLESPIE, 2014); e c) as mudanças trazidas pelo banco de dados como novo gênero da cultura (MANOVICH, 2015). Ao longo de nosso percurso, adotaremos a perspectiva semiótica da subjetividade humana, que indica que o sujeito é um ser histórico e fruto de um processo relacional, podendo ser considerado um signo, na medida em que é tanto resultado quanto agente da prática sócio (COLAPIETRO, 2014).

Nosso objetivo é investigar os processos semióticos que ocorrem em ambientes digitais, considerando os signos produzidos intencionalmente pelos sujeitos, os agenciamentos de algoritmos e das políticas de plataformas e as interações entre usuários das redes sociais que abrigam os perfis profissionais. Nessa perspectiva, faremos uma breve discussão sobre os fatores que podem interferir na composição signífica de perfis digitais e nos significados atrelados a eles a partir da observação empírica da rede social LinkedIn.

Semiótica peirceana: do signo ao *self*

A construção de perfis digitais em plataformas de redes sociais, compreendemos, é um processo relacional e comunicacional, que envolve a troca de signos e a criação de narrativas. Nesse sentido, assinalamos que a semiótica de Charles Sanders Peirce (2000) será nosso ponto de partida para o estudo sobre os processos de significação, na medida em que esta é uma teoria geral sobre as formas como representamos, significamos e interpretamos a realidade. A semiótica busca investigar todos os tipos possíveis de signos, suas condições e seus efeitos, não se limitando às questões da língua – os signos podem ser cores, argumentos, imagens, vídeos, etc. (SANTAELLA, 1994). Assim, compreendemos os perfis digitais como uma rede de signos em relação.

Como teoria que se propõe a fornecer as bases para a compreensão de como surgem nossas concepções, a Semiótica nasce de um esforço inicial de classificar as categorias pelas quais experimentamos o mundo. Assim, Peirce distingue três categorias fenomenológicas, que estão implicadas umas às outras. A primeiridade é o universo das qualidades, dos sentimentos, da originalidade, ou seja, “[...] *aquilo que é sem relação a qualquer outra coisa dentro dele [...]*” (PEIRCE, 2000: 24, grifo do autor). A secundidade é o universo da reação, da força bruta, da existência, em que “uma força bruta é apenas uma complicação de binariedades. Supõe não apenas dois objetos relacionados, mas sim que, além deste estado de coisas, somando-se a este, existe um *segundo* estado subsequente” (Ibid.:23, grifo do autor). Já a terceiridade é o universo da mediação, da intenção, da inteligência.

Um signo é qualquer coisa de qualquer espécie, que representa outro algo ou alguém (objeto) e que produz um efeito, o interpretante do signo (PEIRCE, 2000: 46). O signo não substitui o objeto em sua totalidade, mas “pressupõe uma familiaridade com algo a fim de veicular alguma informação ulterior sobre esse algo” (Ibid.:47). Nesse sentido, a ação dos signos, ou semiose, depende de relações triádicas, uma vez que “o significado não se dá na relação entre o signo e o objeto apenas, [...], mas exige um terceiro

correlato. Esse novo elemento é o interpretante, visto como o efeito produzido na mente pelo signo e, portanto, um outro signo” (ROMANINI, 2016: 32). Para Peirce (2000), a ação dos signos é um processo contínuo, dinâmico e sem final definido, em que um signo representa um objeto para um interpretante (que pode ser apenas potencial), produzindo novos signos.

Como pontua Romanini (2016), a semiótica peirceana parte do princípio de que o universo está permeado por signos e a realidade só poderia ser compreendida por meio deles. Entretanto,

O signo não cria a significação, mas é a significação que se corporifica em signos particulares, que cumprem a função de meios de transmissão da informação, aumentando a razoabilidade, não nesta ou naquela mente particular, ou em qualquer número finito de mentes particulares, mas na mentalidade que permeia e une todos os que participam do processo de comunicação. (ROMANINI, 2016: 28).

Ou seja, os signos, ao transmitirem significados e se relacionarem a outros signos em um processo contínuo, contribuem para ampliar o entendimento do que seria a realidade. O real na semiótica peirciana é um conceito normativo, pois é um ideal que se revelaria no futuro por meio da opinião final de uma comunidade de pesquisadores (BERGMAN, 2010: 140).

Peirce dividiu os signos em três triconomias: o signo em relação a ele mesmo, o signo em relação ao objeto que representa, e o signo em relação a seu interpretante. Em relação ao objeto, por exemplo, o signo pode ser classificado como: ícone, quando representa seu objeto por uma relação de semelhança; índice, quando possui uma relação material com seu objeto; ou símbolo, quando o signo é um conceito, lei ou convenção, sem nenhuma conexão mecânica com o objeto (PEIRCE, 2000: 52). Cabe pontuar aqui que um símbolo, por exemplo, pode ter características icônicas e indiciais, o que indica que as classificações de Peirce não devem ser tomadas de maneira rígida, mas como uma forma de organizar o estudo dos signos.

Para compreendermos a forma como os signos são mobilizados para gerar significados, é necessário discutir de maneira mais detalhada a relação signo-objeto-interpretante. Peirce faz uma distinção entre dois aspectos do objeto: o objeto dinâmico, que é objeto ao qual o signo se refere, seja ele real ou ficcional; e o objeto imediato, que pode ser compreendido como a parte do objeto dinâmico que é efetivamente representada no signo e, por esse motivo, faz parte do signo. Como esclarece Santaella (2000: 40), “[...] o signo só pode, de algum modo, estar no lugar do objeto porque há, no próprio signo, algo que,

de certa maneira, estabelece sua correspondência com o objeto. Este algo – que liga o signo ao objeto dinâmico – é o objeto imediato [...].”

O efeito produzido pelo signo é chamado de interpretante dinâmico, enquanto o interpretante imediato é uma das possibilidades de interpretação do signo e está contida nele. Além disso, “todo signo tem um interpretante final, ou último, que revela no que o signo se transformaria, ao final do processo, se todas as suas potencialidades fossem desenvolvidas” (ROMANINI, 2016: 51). Partindo de uma conexão entre a Semiótica e o pragmatismo de Peirce, o interpretante final pode ser descrito como o signo capaz de produzir um efeito potencial ou real de mudar hábitos de conduta (BERGMAN, 2010: 144). Assim, o interpretante final seria o propósito para o qual estão orientadas as trocas comunicacionais. Para que haja interpretação do signo, entretanto, é necessário o domínio do sistema de signos e uma experiência colateral compartilhada sobre o objeto dinâmico que o signo representa. Em outras palavras, a semiose só pode ocorrer se os eventuais intérpretes tiverem uma noção comum do objeto referido (Ibid.: 152-153). Se a experiência colateral é formada a partir do contexto e das vivências individuais, isso implica que um mesmo signo pode ser interpretado de formas diferentes por intérpretes que tenham vivências culturais completamente distintas.

Destacamos, mais uma vez, que a essência do signo é a mediação, uma vez que ele está relacionado a um objeto de modo a trazer à tona uma terceira coisa, o interpretante, em um processo dinâmico em que signos se sobrepõem a outros signos. Neste artigo, interessa-nos discutir de que forma as subjetividades podem emergir em perfis digitais. Por isso, realizamos a seguir uma breve discussão sobre a perspectiva semiótica da subjetividade a partir do trabalho de Colapietro (2014). A princípio, assinalamos que, para Peirce, o sujeito emerge de um processo histórico e relacional, ou seja, o sujeito experiencia a realidade, modificando-a e sendo modificado por ela mutuamente.

Uma criança ouve dizer que o fogão está quente. Mas não está, ela diz; e de fato aquele corpo central não está tocando o fogão, e frio ou quente só está aquilo que esse corpo toca. Mas ela toca o fogão, e descobre que aquele testemunho se confirma de um modo notável. Assim, ela se torna consciente da ignorância, e é necessário supor um eu ao qual essa ignorância pode ser inerente. Destarte, o testemunho dá o primeiro esboço da autoconsciência. (PEIRCE, 2000: 249).

A partir de um percurso minucioso por todas as fases da carreira filosófica de Peirce, Colapietro (2014: 66) pontua que a Semiótica, enquanto ciência

normativa que pode ser aplicada a todos os processos semióticos, também fornece subsídios para a compreensão do *self* de forma ampla. O fato de a Semiótica ser uma teoria formal e antirracionalista não exclui o sujeito humano de seu escopo. Assim, “para Peirce o *self* é, em si mesmo, um signo. O sujeito em seu ser íntimo é, ele próprio, uma forma de semiose” (COLAPIETRO, 2014: 77-78). Segundo Colapietro (2014), o sujeito é um signo na medida em que é processo, resultado e agente da prática sónica. Em outras palavras, o *self* é um ser encarnado que se envolve diretamente na produção de significados e representações. O *self* como signo emerge a partir da experiência e das práticas entrelaçadas, mas não pode ser limitado à materialidade:

Quando eu, isto é, meus pensamentos, entro em outro homem, não levo comigo necessariamente todo meu ser, mas o que levo de fato é a semente da parte que não estou levando – e se carrego a semente de toda minha essência, carrego a de todo meu ser concreto e potencial. (PEIRCE, 2000: 310).

Conforme pontuado anteriormente, essa perspectiva fica mais clara quando levamos em conta que a semiótica peirceana considera que o universo está composto por signos e que a transmissão de significados depende de signos que se remetem a outros signos. Para Peirce (2000: 268, grifo do autor),

[...] quando pensamos, nós mesmos, tal como somos naquele momento, surgimos como um signo. Ora, um signo tem, como tal, três referências: primeiro, é um signo *para* algum pensamento que o interpreta; é um signo *de* algum objeto ao qual, naquele pensamento, é equivalente; terceiro, é um signo, *em* algum aspecto ou qualidade, que o põe em conexão com seu objeto.

A partir da afirmação de que o sujeito é um signo e, assim, professa representar um objeto de modo a trazer à tona um interpretante relacionado a esse mesmo objeto, cabe investigar o modo como os sujeitos selecionam os atributos, qualidades e experiências que serão incluídos e destacados em seus perfis profissionais digitais, tendo em vista que o objetivo dessa exposição no ambiente digital está relacionado a evidenciar certas qualidades que permitam obter vantagens como um emprego ou a contratação de seus serviços. Antes, entretanto, discutiremos de que maneira os significados despontam no digital.

Significados no digital: banco de dados, algoritmos e agenciamentos de plataformas

Na semiótica peirceana, os significados emergem das relações entre signos e, estes, por sua vez, podem pertencer a diferentes classes. Nesse sentido, é preciso considerar os distintos signos que estão em relação quando investigamos a prática sógnica em plataformas de redes sociais digitais. Como assinala Fanaya (2016) em artigo sobre semiótica e tradução, em ambientes digitais os processos de significação também estão atrelados às lógicas computacionais:

No ambiente digital, um texto nunca é só um texto, pois está associado a imagens, a hipertextos, a podcasts, a audiovisuais, etc. Acrescente-se a isso o fato de esses processos não ocorrerem apenas na dimensão humana, mas também nas esferas da codificação das máquinas e da interação homem-máquina. (FANAYA, 2016: 22-23)

Assim, a construção de significados no digital não dependeria apenas dos signos mobilizados intencionalmente pelos donos dos perfis em redes sociais, mas também das dinâmicas e da natureza desse ambiente. Segundo o filósofo da informação Luciano Floridi (2014), o aumento no número de dados digitalizados trocados em diversas atividades e o avanço da computação ubíqua têm levado as pessoas a viverem cada vez mais imersas em ambientes informacionais, que ele denomina “infosfera”. Para o autor, esse cenário modifica as relações entre os sujeitos e a realidade e leva à chamada “experiência onlife”, caracterizada pelo apagamento das fronteiras entre on-line e off-line e com a prevalência do on-line. Em outras palavras, já não é possível fazer uma separação entre a vida on-line e a vida off-line, uma vez que os aparatos tecnológicos estão presentes em quase todas as atividades do cotidiano. No Brasil, por exemplo, basta observar o número de usuários de redes sociais como Facebook e WhatsApp e os acontecimentos relacionados às Eleições 2018, como a propagação massiva de informações falsas, para se ter uma noção do tipo de impacto que a “experiência onlife” pode gerar.

Floridi indica que as tecnologias da informação e da comunicação contribuem para uma sobrevalorização do digital e “modificam nosso mundo ao mesmo tempo em que criam novas realidades e promovem uma interpretação informacional de todos os aspectos do nosso mundo e de nossas vidas nele” (FLORIDI, 2014: 43, tradução nossa). À medida em que as pessoas permanecem mais tempo conectadas, a experiência sensível perde importância e, em lugar da corporeidade, surge o que Floridi (2014: 57) denomina “tipificação dos

indivíduos”, processo em que pessoas passam a conceituar-se segundo padrões ou moldes limitados à natureza do digital. Assim, “podemos conceber um ao outro como conjuntos de tipos, de gênero à religião, de papel familiar à posição de trabalho, de educação à classe social” (Ibid.: 58, tradução nossa). Ou seja, a individualização do eu perde espaço à medida em que o sujeito é tipificado segundo categorias gerais.

Juntos, a sobrevalorização do digital e a vida “onlife” dentro da “infosfera” conduzem ao que Floridi (2014, 2015) chama de “cultura proxy”, em que as representações no ambiente digital não funcionam apenas como signos para seus objetos:

[...] uma “cultura proxy” pode se tornar uma cultura substituta, em que proxies tornam-se meros substitutos que não apenas escondem suas referências originais [...], mas tornam difícil ou mesmo impossível alcançá-las, porque as substituem totalmente, sem qualquer ligação residual a uma realidade alternativa.” (FLORIDI, 2015: 490, tradução nossa).

Em outras palavras, os chamados proxies não apenas representariam seus objetos, mas atuariam no lugar deles. No caso de perfis profissionais criados na rede social LinkedIn, por exemplo, se considerarmos o perfil como um proxy, podemos afirmar que esse proxy serviria como um indicador de credibilidade e competência profissional do dono do perfil, mais do que a pessoa em carne e osso. Também podemos refletir sobre os chamados proxies a partir dos perfis comerciais na rede social Instagram, modalidade de perfil que oferece diversas funcionalidades, como a inserção de links para sites e botões interativos com telefone e e-mail. Por meio desses perfis – que podem ser criados por prestadores de serviços e empresas de todos os portes e segmentos –, é possível comprar produtos e serviços, inscrever-se em listas para receber informações e enviar perguntas, entre outras atividades, sem sair de casa ou comunicar-se com alguém presencialmente. Tudo é feito na infosfera e está disponível 24 horas por dia.

Para Floridi (2014: 73-74), a “cultura proxy” altera o modo como o *self* percebe a si mesmo, pois, à medida em que a subjetividade é representada em um perfil e submetida às lógicas próprias do meio digital, o sujeito tem a possibilidade de fazer ajustes constantes nessa autorrepresentação. A facilidade para se auto-observar e analisar a própria performance on-line poderia levar à construção de perfis que buscam preencher determinadas expectativas sociais mais do que representar as vivências do sujeito. Assim, no caso de perfis criados especialmente para destacar qualidades profissionais, o *self* tenderia a moldar essa representação a partir da experiência colateral do que é considerado um

bom profissional com o objetivo de encaixar-se a um padrão aceito socialmente, o que pode levá-lo a “modificar-se de forma que poderia impor algumas regras externas e alienígenas sobre o processo de construção da própria identidade.” (FLORIDI, 2014: 74, tradução nossa).

A complexidade do estudo dos significados que emergem de processos comunicacionais em ambientes digitais também fica evidente quando consideramos o fato de que esses ambientes possuem lógicas e protocolos capazes de interferir no modo como as informações circulam. Conforme alerta Eli Pariser (2012), grandes corporações como Google, Facebook, Apple, Amazon e Microsoft usam filtros para selecionar e classificar os dados que transitam em suas plataformas e, assim, realizar a chamada “personalização” dos conteúdos que serão entregues a cada usuário. Esses filtros, também conhecidos como algoritmos, fazem uma avaliação prévia das supostas preferências dos indivíduos com base em dados pessoais e rastros de navegação e, com essa classificação prévia, selecionam as informações que cada um receberá. Esse processo leva ao que o autor denomina “bolha dos filtros”, em que cada pessoa tende a receber apenas informações alinhadas às suas crenças e preferências, aproximando, assim, pessoas que pensam de forma semelhante (pois receberão conteúdos semelhantes) e afastando aqueles que têm opiniões divergentes (PARISER, 2012: 14).

Segundo Gillespie, os algoritmos podem ser definidos como “procedimentos codificados para transformar inputs de dados em outputs desejáveis, com base em cálculos específicos” (2014: 167, tradução nossa). Ele alerta que o aumento no uso de algoritmos na seleção de informações que supostamente devem ser consideradas mais relevantes para as pessoas requer a observação das decisões humanas e institucionais que estão por trás deles. Para o autor,

à medida que incorporamos ferramentas computacionais como nossos principais meios de expressão, e passamos a fazer não só da matemática mas de toda a informação *digital*, estamos sujeitando o discurso e o conhecimento humano a essas lógicas procedimentais que sustentam toda a computação (GILLESPIE, 2014: 168, grifo do autor, tradução nossa).

Assim, o autor aponta que os algoritmos ajudam a determinar, pelo menos em parte, as dinâmicas dos espaços em que estão inseridos e podem interferir nos significados em circulação. Em artigo que discute a ética dos processos algorítmicos, Mike Ananny (2015) traz contribuições para a compreensão do funcionamento desses procedimentos ao propor nomeá-los como *networked information algorithms (NIAs)*, que ele define como conjuntos de “código

computacional institucionalmente estabelecido, práticas humanas e lógicas normativas que criam, sustentam e significam relações entre pessoas e dados por meio de uma ação semiautônoma minimamente observável” (ANANNY, 2015: 7, tradução nossa).

Lev Manovich (2015) contribui para a compreensão dos processos de representação e significação em redes sociais digitais ao discorrer sobre as grandes bases de dados digitalizados. Para o autor, o banco de dados é um novo gênero da cultura, na medida em que, diferentemente das narrativas, as coleções de dados não têm sequência linear e podem ser acessadas, cruzadas e correlacionadas de várias formas, inclusive para criar o que ele chama de “narrativas interativas”.³ Segundo Manovich, “juntos, as estruturas de dados e os algoritmos são duas metades da ontologia do mundo, no ponto de vista de um computador” (2015: 11). Entretanto, ele pondera que a criação de narrativas não dependeria apenas da determinação de trajetórias a partir do encadeamento de certos dados, mas também da capacidade de “controlar a semântica dos elementos e a lógica de suas conexões, de modo que o objeto resultante encontre os critérios da narrativa [...]” (Ibid.: 14-15).

³ No artigo, Lev Manovich apresenta os critérios que distinguem uma narrativa definidos pelo teórico literário Mieke Bal no livro *Narratology: Introduction to the Theory of Narrative*, publicado pela University of Toronto Press.

Perfis digitais e os processos de significação

Nesta seção, apresentamos breves considerações sobre a construção de perfis profissionais digitais a partir da observação empírica da rede social LinkedIn, buscando apontar de que maneira os processos de significação podem ocorrer nesse ambiente. Lançado em 2003, o LinkedIn se apresenta como “a maior rede profissional do mundo” e conta com mais de 575 milhões de usuários em mais de 200 países e territórios (LINKEDIN, 2018a). Com a promessa de conectar profissionais e torná-los “produtivos e bem-sucedidos” (LINKEDIN, 2018b), a rede estimula seus usuários a manter atividades como fornecer e atualizar constantemente informações sobre trajetória profissional, compartilhar conhecimentos sobre a área de atuação e postar fotos, vídeos, textos e comentários.

Destacamos, em primeiro lugar, que em uma cultura cada vez mais imersa na chamada “infosfera”, a criação de um perfil digital parece ser requisito fundamental para que uma pessoa ganhe visibilidade nesse ambiente e também fora dele. Há, entendemos, um complexo jogo de interesses em torno da construção de perfis digitais. Por um lado, as redes sociais estimulam a produção de conteúdos e a conexão entre usuários, pois isso é favorável ao modelo de negócios delas. No LinkedIn, por exemplo, as receitas são oriundas de assinaturas, vendas de publicidade e de soluções de recrutamento. Por outro lado, a valorização da exposição de informações pessoais em redes digitais, atrelada a supostas vantagens, leva as pessoas a construir seus perfis digitais visando alcançar determinados propósitos. Nesse sentido, o LinkedIn se

apresenta como uma rede para profissionais, o que leva os perfis construídos nesse ambiente a serem voltados ao mundo do trabalho, pois supõem-se que uma maior visibilidade dentro dessa rede poderia gerar benefícios como uma vaga de emprego, reconhecimento profissional e status.

Considerando que o LinkedIn tem como proposta tornar seus usuários “profissionais bem-sucedidos”, entendemos que a rede orienta as atividades dos mesmos para essa finalidade. E de que maneira isso é feito? Pontuamos que a própria rede promoveu em 2016 e 2018 uma seleção de usuários que, segundo seus critérios, seriam profissionais de destaque em suas áreas. Esses usuários receberam o título de Top Voices, sendo identificados como profissionais inspiradores. Segundo a rede, a escolha levou em conta o engajamento de usuários, o número de seguidores de cada um (pessoas conectadas a esses perfis que acompanham suas atividades) e a diversidade de assuntos publicados por esses usuários, entre outros (ODRI, 2016a; ODRI, 2016b).

Ao dar destaque a alguns usuários, o LinkedIn de certa forma orienta como a construção de perfis deve ser feita dentro da rede e indica o significado de um “profissional bem-sucedido”. Isso pode ser observado em texto publicado por um editor no LinkedIn sobre os chamados Top Voices 2018:

A cada ano, novos usuários do LinkedIn chegam ao topo — e não há nada que impeça você de também transformar suas ideias em conversas poderosas. **Use os Top Voices como guias para chegar lá.** Faça uma pergunta, compartilhe um pensamento, publique uma estatística interessante ou conte histórias inspiradoras. (KATO, 2018, grifo nosso).

Nesta perspectiva, observamos que a construção de perfis nessa plataforma estaria condicionada, desde o início, a uma tentativa do usuário de representar sua subjetividade de acordo com os padrões considerados positivos pela plataforma.

Os perfis criados em redes sociais digitais estão em constante construção, à medida em que cada usuário pode adicionar novas informações e interagir com outras pessoas por meio da troca de mensagens e de outras funcionalidades oferecidas pela rede. Consideramos, assim, que o perfil digital é uma rede de signos em relação, da qual fazem parte conteúdos como fotos e informações preenchidas em determinados campos, e também as interações que ocorrem nesse ambiente. De acordo com a semiótica peirceana, podemos considerar que o objeto dinâmico dessa rede de signos é “profissional bem-sucedido”, uma representação narcísica do eu inspirada nos preceitos e orientações do LinkedIn. Ou seja, o dono do perfil buscará construir no LinkedIn uma

autorrepresentação do que ele considera ser um bom profissional com o objetivo de gerar interpretantes alinhados ao propósito de obter vantagens na carreira. Para isso, o usuário selecionará de sua experiência situações e informações para compor seu perfil que de alguma forma corroboram com o objeto dinâmico “profissional bem-sucedido”. As informações selecionadas e incluídas no perfil, aqui considerado uma rede de signos, são os objetos imediatos, pois estão presentes no signo e remetem ao objeto dinâmico que o signo professa representar.

Para compreender como os sujeitos podem se representar no LinkedIn por meio de diferentes signos, discutimos a seguir alguns apontamentos sobre a interface da plataforma. O LinkedIn possui um menu superior horizontal, no qual há oito seções: “início”, “minha rede”, “vagas”, “mensagens”, “notificações”, “eu”, “soluções” e “anunciar vaga”. Neste artigo, vamos nos concentrar no item “eu”, em que o usuário pode acessar e editar seu perfil na rede. Essa área é semelhante a um currículo tradicional e possui espaço para preencher informações como cargos ocupados, detalhes de cada experiência de trabalho, cursos, idiomas, certificados, formação acadêmica e experiência com trabalhos voluntários. Além disso, é possível fazer uma lista de competências, que podem ser endossadas por outros usuários por meio de um clique em cada uma delas, e um campo para recomendações, em que o dono do perfil pode solicitar que outros usuários façam um texto recomendando-o.

Na página de perfil de cada usuário, há destaque para a foto de perfil e para a imagem de fundo, ambas localizadas no topo. Logo abaixo da foto de perfil, o usuário pode incluir seu nome e sobrenome e um título com até 120 caracteres com espaço – é nesse local que os usuários costumam indicar a profissão ou alguma informação pela qual querem ser associados. Há ainda espaços para indicar o cargo atual, formação acadêmica, país, estado, cidade, setor em que atua e um resumo da trajetória profissional. Cada conteúdo incluído nesses campos forma parte da rede de signos que vai ajudar a determinar interpretantes dinâmicos relacionados ao dono do perfil. A plataforma sugere que o usuário preencha todos os espaços para “fortalecer o perfil” e, quando todos os dados estão completos, o perfil ganha uma estrela e torna-se um “perfil campeão”, o que supostamente torna mais fácil que o perfil seja encontrado por colegas e recrutadores. Nesse sentido, com base em Floridi (2014) e Manovich (2015), podemos afirmar que a interface do LinkedIn direciona o usuário a construir sua representação digital a partir de certas classes, em um processo de “tipificação” em que a experiência individual é enquadrada em categorias gerais e tem como resultado um perfil que funciona como uma coleção de dados.

Ao clicar no botão “início”, o usuário pode visualizar o feed na área central da tela – é aí que aparecem as atualizações e postagens de conexões

mantidas, páginas e perfis que o usuário segue e anúncios. No feed, o usuário é convidado a compartilhar “um artigo, foto, vídeo ou ideia”, ou seja, há um estímulo à construção de narrativas e à autoexpressão. Na opção “minha rede”, o usuário pode: gerenciar os convites que recebe de novas conexões, aceitando-os ou ignorando-os; e ver a lista “pessoas que talvez você conheça”, na qual a rede sugere uma lista de usuários. Em “vagas”, o usuário pode visualizar vagas de trabalho selecionadas e recomendadas a ele pelo LinkedIn. O item “mensagens” permite a troca de mensagens com outros usuários conectados à rede, enquanto o item seguinte, “notificações”, indica atualizações feitas por conexões, aniversariantes do dia e aviso de pessoas que assumiram novos cargos, entre outras informações. A funcionalidade estimula a interação entre usuários ao sugerir ações como desejar feliz aniversário e parabenizar usuários por novos cargos.

A criação e a manutenção de perfis profissionais em redes digitais, como já assinalamos, estão atreladas aos objetivos de seus usuários. Ou seja, ao criar uma conta em determinada rede e inserir informações pessoais, o usuário faz escolhas intencionais sobre o tipo de conteúdo que vai estar disponível a outros usuários, na tentativa de gerar um determinado efeito ou alcançar seu propósito. Entretanto, como esclarece Manovich (2015), na lógica do banco de dados não basta selecionar e encadear determinadas informações para construir a narrativa desejada, pois, devido à não-linearidade e a possibilidade de distintas combinações, seria preciso controlar também as lógicas da mídia na qual os dados estão inseridos.

Como observamos a partir de Gillespie (2014), Pariser (2012) e Ananny (2015), as informações incluídas pelos usuários em redes sociais são transformadas em dados, que posteriormente são recombinados e valorados nesse ambiente por meio de seleção algorítmica, processo que interfere na visibilidade e nos significados desses conteúdos. Assim, os perfis construídos em redes sociais estão de certa forma sujeitos às interfaces e lógicas pré-determinadas, ou seja, a inserção de conteúdos e a expressão pessoal dos usuários têm como limites os moldes disponibilizados pela plataforma. Diversas páginas do LinkedIn indicam que a rede atua na seleção do fluxo de dados que circula na plataforma, realizando curadoria e personalização de conteúdos por meio de algoritmos. Em uma das seções, a rede afirma que quanto maior o engajamento recebido por uma determinada publicação (ou seja, quanto maior o número de comentários, compartilhamentos e cliques no botão gostar), maior o alcance e a visibilidade (LinkedIn, 2018b). Assim, a semiose, ou seja, a ação dos signos, não ocorre apenas no nível dos elementos selecionados e incluídos pelo sujeito

em seu perfil, mas é um processo dinâmico e contínuo que envolve as interações com outros usuários e todos os elementos e regras do ambiente digital.

Considerações finais

Apresentamos ao longo deste artigo uma discussão sobre os processos de representação e significação a partir da semiótica peirceana e do avanço das tecnologias digitais em distintas atividades do cotidiano. Discutimos de que maneira os algoritmos e as lógicas do banco de dados podem interferir nos significados que circulam no ambiente digital, especialmente na construção de perfis profissionais em redes sociais. À medida em que o digital ganha cada vez mais relevância nos processos de sociabilidade e as fronteiras entre on-line e off-line são apagadas (FLORIDI, 2014), há que se perguntar que tipo de subjetividades emergem nas redes sociais e de que maneira esses perfis são construídos e valorados, uma vez que a experiência sensível é enquadrada a determinados tipos e padrões permitidos pelas plataformas. Ou seja, a representação das subjetividades feita por meio de perfis em redes sociais está restrita em certa medida pela própria natureza informacional dos ambientes digitais, embora seja impossível prever todas as possibilidades de semiose oriundas desse processo.

Com base em Peirce (2000), Pariser (2012), Ananny (2015) e Gillespie (2014), entendemos que a construção de significados em uma rede social depende do emaranhamento entre: os signos produzidos pelos usuários por meio de conteúdos adicionados à rede; as ações que a seleção algorítmica está programada para realizar; e as atividades dos usuários, como fazer comentários e compartilhar determinadas postagens, que podem interferir na visibilidade dos conteúdos e até reprogramar as ações de algoritmos. A tentativa, por parte dos usuários, de selecionar e reforçar certos atributos em seus perfis digitais para atingir um propósito específico pode não gerar o efeito esperado ou gerar efeito indesejável, pois algumas informações e rastros deixados no ambiente digital não são controlados pelos donos dos perfis, embora também possam fazer parte dos processos de significação.

Destacamos que a construção de um perfil profissional em uma rede social também implica a submissão do usuário à coleta de dados e à lógicas as quais muitas vezes ele não tem conhecimento, mas que podem interferir diretamente na valoração e nos significados que o perfil receberá. Como alerta Pariser (2012), as plataformas coletam, armazenam e cruzam uma série de rastros de seus usuários, incluindo aqueles não adicionados de forma voluntária, tais como local de acesso e buscas realizadas. Desta forma, mesmo que haja um esforço do usuário no sentido mobilizar certos signos para construir um perfil público alinhado ao objeto dinâmico “profissional bem-sucedido” e gerar determinados interpretantes, a análise de dados que não foram inseridos conscientemente pelo usuário pode dar origem a significados diferentes das expectativas do dono do perfil. Entre as possíveis consequências, podemos apontar até a exclusão de um candidato em um processo seletivo que

utilizasse apenas ferramentas de seleção da rede social para contratar profissionais, pois a valoração do perfil, nesse caso, seria feita pelos algoritmos da plataforma e esse processo não é totalmente transparente aos usuários. Nessa perspectiva, é preciso discutir também as implicações éticas oriundas das representações da subjetividade no ambiente digital, embora esta não seja a intenção deste artigo.

Por fim, pontuamos que o estudo dos processos de representação e comunicação a partir de perfis digitais suscita debates acerca do papel da Comunicação na contemporaneidade, pois, embora sua vocação original seja estabelecer o comum (SODRÉ, 2014), seu uso atual como pilar do sistema capitalista transforma-a em processo instrumentalizado a serviço dos detentores de bancos de dados e plataformas digitais, que podem, em certa medida, controlar as possibilidades de construção de significados compartilhados coletivamente e interferir nas liberdades e na privacidade de boa parte da população.

Referências bibliográficas

ANANNY, Mike. Towards an Ethics of Algorithms: Convening, Observation, Probability and Timeliness. **Science, Technology & Human Values**, v. 41, p. 1-25, 2015. Disponível em: < http://mike.ananny.org/papers/ananny_towardAnEthicsOfAlgorithms_2015.pdf>. Acesso em: 28 set. 2018.

BERGMAN, Mats. C.S. Peirce on Interpretation and Collateral Experience. *Signs - International Journal of Semiotics*, Dinamarca, vol. 4, p. 134-161, 2010.

COLAPIETRO, V. **Peirce e a Abordagem do Self: Uma Perspectiva Semiótica Sobre a Subjetividade Humana**. São Paulo: Intermeios, 2014.

FANAYA, Patrícia Fonseca. Semiótica e tradução: a intrincada rede de sistemas simbólicos fronteiriços. **REU**, Sorocaba, SP, v. 42, n. 1, p. 11–31, jun. 2016. Disponível em: < <https://docplayer.com.br/91163203-Semiotica-e-traducao-a-intrincada-rede-de-sistemas-simbolicos-fronteiricos-1.html> >. Acesso em: 28 set. 2018.

FLORIDI, L. A Proxy Culture. **Philosophy & Technology**. Holanda, v. 28, p. 487-490, 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.1007/s13347-015-0209-8>>. Acesso em: 10 fev. 2019.

_____. **The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality**. Oxford: Oxford University Press, 2014.

GILLESPIE, T. The relevance of algorithms. In: GILLESPIE, T.; BOCZKOWSKI, P. J.; e FOOT, K.A. (Org.). **Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society**. Cambridge: The MIT Press, 2014.

KATO, Rafael. LinkedIn Top Voices 2018: Brasil. **LinkedIn**, 2018. [on-line]. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/pulse/linkedin-top-voices-2018-brasil-rafael-kato/>>. Acesso em: 20 dez 2018.

LINKEDIN Corporation. About us. **LinkedIn**, 2018a. [on-line]. Disponível em: <<https://news.linkedin.com/about-us#statistics>>. Acesso em: 01 jul. 2018.

_____. **Sobre Nós**. LinkedIn, 2018b. Disponível em: <<https://about.linkedin.com/pt-br>>. Acesso em: 01 set. 2017.

MANOVICH, Lev. O Banco de Dados. In: The Language of New Media. Trad.: Camila Vieira. **Revista Eco Pós**, UFRJ, v.18, n.1, 2015. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/2366>. Acesso em: 12 out. 2018.

ODRI, Guilherme. Top Voices: os brasileiros que se destacaram no LinkedIn em 2016.

LinkedIn, 2016a. [on-line]. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/top-voices-os-brasileiros-que-se-destacaram-linkedin-em-odri>>. Acesso em: 01 set. 2017.

_____. Top Voices: os Influencers brasileiros que se destacaram no LinkedIn em 2016. **LinkedIn**, 2016b. [on-line]. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/pulse/top-voices-os-influencers-brasileiros-que-se-destacaram-odri/>>. Acesso em: 01 set. 2017.

PARISER, Eli. **O filtro invisível**: O que a internet está escondendo de você. Trad.: Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. Trad.: José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 2000.

ROMANINI, V. A Contribuição de Peirce para a Teoria da Comunicação. **CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada**, v. 14, n.1, p. 13-56, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.fclar.unesp.br/casa/article/view/8082>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

SANTAELLA, L. **A Teoria Geral dos Signos**: Como as linguagens significam coisas. São Paulo: Editora Pioneira, 2000.

_____. **O que é semiótica**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional.
Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

TIC Domicílios 2018. São Paulo: Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) do NIC.br e CGI.br, 2018. Disponível em: < http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC_DOM&idUnidadeAnalise=Domicilios&ano=2018 >. Acesso em: 29 ago. 2019.

autora

Rebeka Figueiredo da Guarda | rebeka.figueiredo@usp.br
Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

SEMEIOSIS 2019. ALGUNS DIREITOS RESERVADOS. MAIS INFORMAÇÕES EM SEMEIOSIS.COM.BR



semeiosis