

# Reputação, identidade e *cyberbullying*

Luzia Pinheiro

CECS, Universidade do Minho

[luzia.o.pinheiro@gmail.com](mailto:luzia.o.pinheiro@gmail.com)

## Resumo

A utilização das redes impõe-se como uma necessidade para um crescente número de pessoas (Park, 2021). Por recreação ou motivos profissionais os utilizadores expõe-se, ficando sujeitos ao *cyberbullying* cuja incidência abala a reputação online da vítima (Pinheiro, 2016, p.246). Por forma a analisar esta questão o presente artigo versa sobre a relação entre os conceitos de reputação, identidade e Internet e a sua relação com o *cyberbullying*. Afim de compreender a relação das pessoas com esta problemática procedeu-se à revisão de literatura e à aplicação de um inquérito online a 193 estudantes de duas universidades portuguesas.

**Palavras-chave:** interação, reputação, redes sociais, pessoas, *cyberbullying*.

## Resumen

El uso de las redes se impone como una necesidad para un número creciente de personas (Park, 2021, p.1). Por motivos recreativos o profesionales, los usuarios se exponen, siendo objeto de ciberacoso cuya incidencia soca la reputación online de la víctima (Pinheiro, 2016, p.246). Para analizar este tema, este artículo aborda la relación

entre los conceptos de reputación, identidad e Internet y su relación con el ciberacoso. Para comprender la relación de las personas con este problema, se realizó una revisión de la literatura y se aplicó una encuesta en línea a 193 estudiantes de dos universidades portuguesas. Palabras clave: interacción, reputación, redes sociales, personas, ciberacoso.

### **Abstract**

The use of networks imposes itself as a necessity for a growing number of people (Park, 2021, p.1). For recreation or professional reasons, users expose themselves, becoming subject to cyberbullying whose incidence undermines the victim's online reputation (Pinheiro, 2016, p.246). In order to analyze this issue, this article deals with the relationship between the concepts of reputation, identity and internet and their relationship with cyberbullying. In order to understand the relationship of people with this problem, a literature review was carried out and an online survey was applied to 193 students from two Portuguese universities.

**Keywords:** interaction, reputation, social networks, people, cyberbullying.

### **Introdução**

Fenómeno complexo o *cyberbullying* caracteriza-se pela adaptabilidade às possibilidades de utilização que as novas tecnologias permitem.

Decorria o ano de 2005 quando o professor Bill Belsey (Alberta, Canadá) utilizou o termo *cyberbullying* para descrever aquilo que entendeu como a prática de *bullying* através das novas tecnologias de comunicação e informação. Termo estrangeiro adotado pelo português, o *cyberbullying* pode definir-se como sendo a utilização da Internet para atacar, incentivar ao ódio, perseguir ou assediar outrem de forma repetitiva (Pinheiro, 2016, p. 88). Inclui práticas conhecidas como *flaming*, *happy slapping*, *cyberstalking*, exclusão e *sexting*.

Quando o *cyberbullying* ocorre a vítima vê a sua reputação abalada face aos conteúdos expostos. Como a Internet cria pegadas digitais

devido à associação de termos e as pessoas tem tendência a assumir como verdadeiro o conteúdo digital (e quando duvidam é necessário que algo as incite ao questionamento), o *cyberbullying* persiste, mesmo quando é desmentido (Pinheiro, 2016, p. 246). Como refere Olievenstein (1992, p. 97) “a humilhação real ou sentida, sobretudo repetitiva, relacionada com um sentimento de fracasso, (...) um jogo de espelhos deformantes, (...) indícios de uma conspiração” abala a “segurança mental” do indivíduo (Olievenstein, 1992, p. 97).

A Internet funciona num modelo todos-todos em que as pessoas recebem e publicam conteúdos ao mesmo tempo. Assente numa perspetiva de circularidade (Lemos, 2003, p.73) a rede assume-se o expoente máximo da liberdade comunicacional pelo que importa perceber a relação entre o *cyberbullying* e a reputação individual, a perceção da identidade e o papel de terceiros na problemática.

## **Fundamentação teórica:**

### **1.1 A identidade**

Explorando a relação entre o indivíduo e a sociedade, o filósofo George Herbert Mead preocupava-se com os processos que envolviam a construção da identidade social na medida em que a mesma influenciava a reputação do indivíduo, condicionando diretamente o comportamento e a aceitação do ser humano na sociedade (Bauman & May, 2010, p. 41).

Nascido em 1863 nos Estados Unidos sempre manifestou uma postura extremamente crítica face aos aspetos que lhe suscitavam dúvidas ou o revoltavam. Lutando contra a política de distanciamento que a filosofia (em que se formou) e a ciência mantinham face aos fenómenos e problemáticas sociais, ao mesmo tempo que procurava fugir ao controlo que a Igreja Católica exercia sobre a universidade, o filósofo mudou de orientação académica em 1888 tendo-se especializado em Psicologia Fisiológica e Experimental na Alemanha. Regressando em

1891 aos Estados Unidos George Mead integrou-se na Escola de Chicago onde se debruçou sobre a sociologia e a psicologia social dedicando especial atenção à compreensão das problemáticas indivíduo-sociedade. Os seus escritos, publicados *post mortem*, reúnem textos do autor (alguns inéditos) e apontamentos das suas aulas registados por alunos, como são o caso: *The Philosophy of the Present* (1932); *Mind, Self, and Society* (1934); *Movements of Thought in Nineteenth Century* (1936); *The Philosophy of Act* (1938); *Selected Writings* (1964); *The individual and the social self: unpublished essays by G. H. Mead* (1982); *Essays in Social Psychology* (2001); *G. H. Mead. A reader* (2011).

Conhecido como precursor do interacionismo simbólico foi ainda considerado como um dos fundadores da psicologia social, tendo desenvolvido o conceito de *self* enquanto definidor da identidade própria da pessoa em conjunto com o conhecimento que tem de si mesma e de todos os fatores que influenciam o *self*. Segundo G. H. Mead (1974), o *self*, construído por meio das interações sociais juntamente com a interiorização dos aspetos exteriores ao indivíduo como o meio social em que nasce e vive, juntamente com a sua herança biológica como o ADN compõe a identidade individual dentro da qual orchestra a fusão de duas componentes: o “*me*” e o “*I*” (o “*a mim*” e o “*eu*”). Especificamente, o “*me*” seria composto pelo conjunto de comportamentos, atitudes, modos de agir, ser e estar aprendidos pela pessoa, assim como pelas expectativas que os outros e a sociedade demonstram sobre ela mesma (Mead, 1974). O “*me*” seria assim construído pela cognição da sociedade de pertença (regras, hierarquias, usos e costumes) em conjunto com o intercâmbio comunicacional junto dos restantes membros dessa mesma comunidade (Mead, 1974). Por sua vez o “*I*” seria composto pela identidade individual do sujeito com base na sua construção do “*me*” (Mead, 1974). No “*I*” estaria a vontade própria e as condicionantes de origem biológica que o ser humano ponderaria e contrastaria com a sua construção do “*me*” para desse modo decidir o que fazer, o que dizer e como agir. O *self* seria, portanto, resultante da socialização e constituído através do processamento genético da filogénese com

a ontogénese particulares de cada ser humano enquanto indivíduo. Por outras palavras, da comunhão da história da evolução da espécie transmitida através dos genes com as metamorfoses sofridas desde o momento concecional até à idade adulta (Mead, 1974).

O ser humano age para si e para os outros, de acordo com o que pensa ou não pensa ser dele esperado. Os conflitos interiores resultantes da intersecção entre as componentes filogenética e a ontogenética individual ditam alterações assim como distúrbios comportamentais e comunicacionais até que se alcance um certo equilíbrio entre ambas. Os grupos impostos, aqueles que não se escolhem e que visam responder a normas de organização burocrático-económica da sociedade de pertença induzem a que muitos membros não se integrem neles (grupos impostos), originando pontos de tensão (Bauman & May, 2010, p. 38). Este é igualmente um dos motivos que leva as pessoas a procurarem outros grupos de identificação (Bauman & May, 2010, p. 38), o que, com a Internet e a massificação da comunicação, se tornou algo de fácil concretização visto se eliminarem algumas barreiras anteriormente existentes como são o caso da faixa etária, da localização geográfica, do idioma e dos escalonamentos sociais. Porém os “grupos (...) são frequentemente constituídos pelas expectativas que lançam sobre os seus integrantes” (Bauman & May, 2010, p. 37) pelo que a pessoa que vise integrar-se neles deverá corresponder a estas mesmas expectativas, sob o risco de rutura com o grupo pois “excluem quem eles presumem não viver segundo tais requisitos” (Bauman & May, 2010, p. 37). Apesar de poder optar por agir ou não conforme o esperado pelos outros, o sujeito caso decida proceder consoante entende como expectável pode mesmo assim não ser visto como integrado no grupo, sendo que, “quando esses hiatos de compreensão se instalam (...) costumam ser preenchidos por suposições estereotípicas” (Bauman & May, 2010, p. 37) em que o não conforme com a maioria, ou visto como tal, é estigmatizado pelo facto que tudo o que não é comum, ou não é parte integrante na massa ser de certa forma intolerado.

Compreende-se que a identidade social é construída do derivado entre a identidade individual e o comportamento. Correspondendo à percepção da identidade do indivíduo pelos outros, a reputação é mantida com base na identidade social e na influência de terceiros (Santinello, 2011).

## **1.2. Processos**

A solidificação da identidade individual é um processo complexo e moroso. Nela influem diversos fatores e contornos que definem aspetos aos quais a identidade visa responder como é o caso da herança genética, dos significantes (como o meio envolvente e dos aprendidos), das pretensões e das aspirações pessoais. Que determinam e explicam as pulsões que exacerbarão o corpo, assim como os valores, as crenças e os modos de agir consolidando e estruturando o conhecimento assim como o modo de pensar do ser humano consoante as experiências, envolvências e interações a que ele teve acesso no seu percurso de vida, nas quais se solda o processo de construção e consolidação da identidade do indivíduo. Afinal, tal como Alonso (2011, p. 6) refere, a identidade “es lo que yo soy, o pretendo ser, o creo que soy” ou seja, é o eu nas suas diversas manifestações.

Todo este processamento cognitivo trabalha os diversos *eus* psicológicos. Compondo a conceção da identidade opera na forma como o ser humano edifica a sua reputação. Será a reputação um processo individual, social ou um híbrido resultante da influência de ambos? Tal como foi sugerido a identidade influencia diretamente a tecelagem comportamental do sujeito, em especial a forma como ele comunica, visando construir uma reputação que responda às suas pretensões pessoais: desde as amorosas até às sociais, incluindo as profissionais. Mas de que modo é que atua a identidade no processo de construção da reputação? Essencialmente de duas maneiras: primeiramente indicando ao sujeito qual a reputação que pretende ter, no sentido de o influenciar nesse caminho e; segundo, influenciando o comportamento

do indivíduo de modo a construir e lutar por preservar a reputação que melhor se adequa à sua identidade.

Porém os processos que influem na construção da reputação não são lineares nem dependem unicamente de esforços individuais quer na sua conquista quer na sua manutenção, visto que tanto o processo de estruturação quanto o de manutenção da reputação tem um carácter social: além das palavras, atos e omissões do indivíduo, também as palavras, atos e omissões de terceiros acerca desse mesmo sujeito pesam no que respeita à balança reputacional.

Importa, por conseguinte, esclarecer a questão de como se constrói e processam as influências externas na construção, e manutenção da reputação. Segundo Alonso (2011, p.6) a reputação é “la opinión que otros tienen de mí”, ou seja, é a visão social dos outros acerca de um determinado indivíduo. Começa a subentender-se por meio desta definição o porquê da importância que os estudantes atribuem à reputação: ela é a percepção que a sociedade tem do indivíduo ditando com quem, quando, como e em que circunstâncias ele se vai relacionar ou não com alguém. Por outras palavras, induz o sucesso social, profissional e relacional do indivíduo.

Sabe-se igualmente que a reputação não é uma correlação linear, mas o produto de uma conexão “entre várias dimensões” (Teixeira, 2004, p. 63-64) que se conhecem do sujeito, operando nessa interligação os seguintes fatores: a ação ou a não ação individual; a interpretação ou a indiferença da ação do indivíduo pelos outros; e a partilha ou a não partilha dessa informação com outros. Tal como refere Alonso (2011, p. 6) “se forma en base a lo que yo hago y lo que yo digo, pero también a lo que otros perciben de mis actos o palabras, a cómo lo interpretan y a cómo lo transmiten a terceros”.

Constructo baseado no esforço individual em fazer transparecer, parecer e simular quem se é (pessoal, social e profissionalmente) atravessado pelo peso (de forma desigual) da influência dos outros a reputação (que já no face-a-face era algo que requeria algum empenho e a simpatia por parte de terceiros) no digital, na Internet, permanece

uma realidade mais efêmera, volúvel e rúptil. Mas como se processa a influência dos outros? Essencialmente de duas formas: primeiro, baseada na leitura que for feita da imagem e inferências formadas sobre o indivíduo e; segundo, através projeção desta concepção para terceiros.

A questão liga-se intimamente à transmissão de inferências para terceiros (por outros), dependendo da intenção que esses outros tiverem, a imagem que os terceiros irão receber do indivíduo será produto da manipulação, da leitura e da interpretação que tiver sido feita acerca do indivíduo em causa. De uma forma simples, apesar do sujeito se esforçar por criar, transmitir e manter uma imagem (reputação) ela será sempre passível de ser lida da forma que os outros quiserem, e passada por estes (outros) para terceiros de acordo com a intenção que manifestem seja por qual razão for.

Além de delicada por ser uma equação passível de desequilibrar com relativa facilidade a reputação, também é socialmente influenciada já que dela faz parte a imagem que as pessoas têm do indivíduo, principalmente quando não o conhecem pessoalmente. Nesse sentido, na Internet onde o face-a-face se dilui, aquilo que se diz assume um maior nível de impacto do que assumiria no meio social envolvente.

Tal como Julio Alonso (2011, p. 4) reflete, “cuanto mayor es un grupo social, más importante es la construcción de la identidad y reputación propias”. Na Internet, em que os conteúdos se sujeitam a audiências invisíveis e incalculáveis, sendo o grupo social largamente ampliado, tal implica que a importância que se outorga à reputação digital seja elevada. Afinal, libertando o ser humano dos seus limites físicos, temporais e geográficos a rede permitiu condições nunca antes geradas, como comunicar e relacionar-se com um número imprevisível de pessoas oriundas das mais variadas zonas do mundo o que influenciou largamente em “los procesos de creación de identidad y de reputación” (Alonso, 2011, p. 7), principalmente porque os sujeitos “trabajan online, se relacionan online, están en contacto con amigos y familia online, cambian de empresa online, se hacen famosos online o son vilipendiados online” (Alonso, 2011, p.7).

O facto é que o que acontece ou deixa de acontecer na Internet é tido em consideração. Afinal, “lo que haces o dices en Internet ya no es algo marginal que decías o hacías incluso bajo otra identidad, bajo un pseudónimo. Lo que haces y dices (o incluso lo que deja de hacer o decir) en Internet cada vez pesa más en la creación de identidad y reputación general” (Alonso, 2011, p. 7). Apesar da importância dada ao que é feito, lido, dito ou transmitido online, os princípios pelos quais se rege a formação da reputação segundo o entendimento de Alonso (2011, p. 8) mantém-se, continuando a ser algo que exige tempo, esforço e dedicação.

A questão central que aqui se enquadra é precisamente a da velocidade uma vez que na Internet aquilo que requer algum tempo a construir, a edificar, a solidificar, a conquistar é vulnerável e passível de ser comprometido. Tal como Alonso (2011, p. 8) argumenta, “pero se pueden arruinar con mayor facilidad y velocidad”, precisamente porque as notícias, os boatos, as informações, as manipulações, as difamações e as descontextualizações são transmitidas à celeridade do momento que é a velocidade da Internet. Além de ficarem disponíveis em público, podendo ser (re)partilhadas: “lo que ya no podemos hacer es ignorar ni impedir que se publique o que tenga impacto directo en nuestra reputación” (Alonso, 2011, p. 8).

Tendo em conta a vulnerabilidade que a reputação individual detém, poder-se-ia indagar sobre a importância da pessoa lutar por a erigir, a manter ou a recuperar. A resposta prende-se com uma das bases na qual se funda a reputação: se alguém for vítima de *cyberbullying* e não lutar por reerguer a sua imagem esta vai manter-se numa espiral, descontrolada.

A reputação não se reconstrói sozinha, precisa de uma ação reabilitadora por parte do indivíduo. Alonso alerta precisamente para este facto: “si no lo haces, tu reputación online vendrá determinada exclusivamente sobre lo que opinen otros sobre ti” (Alonso, 2011, p. 8). Ou seja, se uma vítima se conformar e não se esforçar por reconquistar a sua reputação esta será sempre produto da opinião de terceiros

acerca daquilo que se diz. O que, no caso do cyberbullying é desastroso, já que vai servir para ampliar o problema (a violência) passando-se da difamação exercida por um, ou mais indivíduos, para a difamação em massa.

Se a vítima persistir no esforço de (re)construir a reputação online poderá com o passar do tempo mudar a opinião que os outros têm a seu respeito, já que recupera parte ativa no processo de edificação da reputação ao emitir estímulos. Afinal, lutar por manter ou retomar a reputação é “un acto de pura responsabilidad” (Alonso, 2011, p. 8) uma vez que “lo que haces o dices se sabe (...) a ello contribuyes tú con tus actos, pero también lo hace con sus chismes la vecina de al lado” (Alonso, 2011, p. 7). As pessoas falam umas das outras, tanto ou mais quanto de si mesmas.

Para comunicar nem sempre é preciso dialogar pois também se comunica por gestos e interpretações de movimentos (Pinheiro, 2016). Necessitando a comunicação de ser interpretada corre-se sempre o risco de erro ou de vício, tanto na emissão quanto na receção, principalmente na Internet que tornou “todo exponencialmente más complejo” (Alonso, 2011, p.7).

### **1.3 Reputação e internet**

A reputação construída pelo indivíduo além de o afirmar também o persegue. Sofrendo influências oriundas de terceiros compõe-se por reações, atos e omissões. Igualmente por processos intelectuais inerentes à sua estruturação por parte do sujeito aquando da sua projeção, mas também por parte dos outros que transmitem o visto e o ouvido acerca do indivíduo em causa, tal como a representação que querem que transpareça dele (manipulada muitas vezes de acordo com as intenções ou o entendimento que fazem do visto e ouvido). O processo de inferir conclusões sobre as ilações rececionadas é reativo e depende da influência que os processos psicológicos de cada um determinam, principalmente no contexto da Internet.

Como refere Baudrillard (2010, p. 129), a rede “não activa os processos intelectuais, mas os mecanismos reacionários imediatos” pelo que o partilhar na rede provoca num primeiro impacto reações e só depois racionalidade. Nessa linha, numa situação de *cyberbullying* espera-se um “impacto inicial elevado porque o confronto inicial é reativo” (Magai & McFadden, 1995, p. 97) dado o facto de que “a reputação varia muito por reações a... Principalmente quando há fatores na história de vida de cada um” (Magai & McFadden, 1995, p. 97) que tornam o indivíduo mais ou menos propenso a reagir, ou a pôr a hipótese de o fazer. Reação essa que pode interferir enquanto ação transformante da reputação do indivíduo que sofreu *cyberbullying*, na hipótese de funcionar atendendo que devido ao contorno do caso pode significar um retrocesso, tal acontece com frequência nas situações em que os terceiros podem não identificar o episódio como *cyberbullying*. Dessa forma a vítima ao tentar alertar para a violência pode ser entendida como sendo ela o agressor vendo a sua reputação ainda mais debilitada.

O facto de se viver na “ilusão moral da finalidade consciente de todas as coisas” (Baudrillard, 2010, p. 235) faz com que as pessoas entrem em processos inconscientes e imediatos de procura de justificações e motivações para os atos dos outros. Justificações e motivações usualmente assentes nos cânones de conduta considerados pertinentes pela maioria das pessoas (tendencialmente moralistas). Esta premissa pode atuar como uma neblina ou cegueira social que busca moralidade onde deveria procurar finalidade, que indaga ética onde assomam crises de valores ou que espera consciência na leviandade. Afinal, considerado o sentido da finalidade com que os atos foram praticados pode esconder-se inteligência e obstinação, como acontece nos atos intencionais executados de modo a provocarem uma rutura na reputação de outrem, tal é o caso do *cyberbullying*.

A Internet permitiu que a comunicação humana transpusesse os limites do ser humano para além de tudo aquilo que as tecnologias anteriores tinham conseguido, vejam-se os casos do fax, do rádio, do

telefone e da televisão, como salienta Alonso (2011, p.7) “Internet es un mecanismo (...) de comunicación humana. Multiplica nuestra capacidad de establecer relaciones. Nos libera de los límites que introducen las distancias geográficas”. Lúcido, o autor continua exprimindo um alerta: “y todo esto tiene un muy fuerte impacto en los procesos de creación de identidad y de reputación” (Alonso, 2011, p.7). Precisamente porque “la información circula de forma muy rápida y eficaz” (Alonso, 2011, p.7) não se detetando interferências e falhas consideráveis na transmissão, principalmente em questões de conteúdo. Além de que os tempos de espera usualmente se resumem a segundos ou microssegundos sendo que tão depressa um indivíduo não era vítima de cyberbullying como constata que o é assim que consulta a web, por exemplo.

Ostensivamente, “la tecnología permite multiplicar por “n” el impacto de lo que hacemos, de lo que decimos, de lo que otros dicen de nosotros” (Llaneza, 2011, p. 25) quer sejam desconhecidos quer sejam aquelas pessoas com quem se convive diariamente (ou quase) como “la vecina de al lado. Esa a la que nunca le caíste bien y siempre te ha tenido ojeriza” (Alonso, 2011, p. 7). De tal forma que, tal como salienta Fresno, “la reputación online es posible identificarla, extraerla, clasificarla y analizarla, a partir de las opiniones que los usuarios diseminan” (Fresno, 2011, p. 31).

Se um agressor resolver espalhar um rumor sobre a vítima, esse rumor vai ficar visível na Internet tal qual foi explorado nos vídeos de sensibilização para o fenómeno *cyberbullying* (“*Think before you post*”): as pessoas vão ser persuadidas por esse boato, da mesma forma como são influenciadas pelas atitudes *online* da vítima, assim como pelas coisas que partilha ou pelos *likes* que faz.

Sendo um espaço de comunicação a rede adquire contornos de praça pública, onde todos falam sobre todos e sobre tudo, emitindo e recebendo *feedback* em simultâneo, durante todo o tempo. Por essa razão, por muito silenciosa que uma pessoa seja ou pretenda ser *online* haverá sempre alguém que falará dela, o que para além de influir na reputação do indivíduo pode igualmente servir para a analisar:

investigar que tipo de reputação tem. Tal como Llaneza reflete, “con lo que si ha habido una época en la que se ha puesto más en riesgo el derecho a tener una vida íntima y personal, a equivocarse y a enmendar, sin duda alguna ha sido esta” (Llaneza, 2011, p. 25).

Vejam-se o caso de Amanda Todd (Dean, 2012): para além do *cyberbullying* inicial em que a adolescente foi devassadas na sua vida íntima ao mesmo tempo foi alvo de julgamento social por quem observou as imagens. A vítima viu-se lesada do direito de acertar e de errar relativamente tolerado pelas sociedades em geral, da chamada liberdade própria da juventude, terminando a ser julgada na Internet. Os próprios pares foram impiedosos. Talvez porque, como salientam Bauman e May, “aparência é tudo de que dispomos” (Bauman & May, 2010, p. 142) principalmente na rede, “e isso não revela qualquer realidade profunda, fundamentada, em termos do que realmente somos. Aparências são fabricadas, ativadas e desativadas na sedução que acompanha o consumo permanente” (Bauman & May, 2010, p. 142). Há sempre gente a sentenciar sobre a vide de outrem e por vezes é muito difícil conviver com isso, especialmente quando se é vítima de *cyberbullying*.

O peso do julgamento social sobre cada um pode ser de tal ordem que a pessoa cuja reputação se veja comprometida corre o risco de experienciar bloqueamentos consecutivos em áreas significantes: como a vida social e a afetiva, passando ainda pela possibilidade de condicionar a sua vida profissional. Partindo do princípio de que se poderá contar com o apoio familiar, este poderá ajudar a minimizar o impacto psicológico. Porém há casos em que nem com este apoio (familiar) a vítima conta, uma vez que os parentes poderão considerar a vítima culpada da situação. Profissionalmente a perda da reputação pode arruinar desde a possibilidade de subir hierarquicamente quanto a possibilidade de conseguir um emprego, podendo noutros casos resultar em despedimento. Social e afetivamente o estremecimento reputacional potenciado por um caso de *cyberbullying* pode levar à rejeição ou exclusão, assim como ao deboche mais ou menos intenso

da vítima, o que causa perturbações psicológicas consideráveis assim como potencia sentimentos de solidão e depressão (recorde-se os casos de Amanda Todd e G. Raza).

Porém o abalo na reputação de alguém que seja vítima destes fenómenos pode ser intenso unicamente pelo estado psicológico da vítima. Desde poder encontrar-se mais fragilizada dada a violência sofrida ao facto de ter presente que a sua reputação vai ser alvoraçada a vítima poderá entrar em estado de ansiedade e autoindução de uma condição subsequente à afetação reputacional. Afinal, perder ou ver a reputação abalada pode ser socialmente estigmatizante, assim como pode ser pessoalmente autoestigmatizante (Dean, 2012; McLeans, 2013; Pinheiro, 2016).

## **Metodologia**

Afim de compreender a relação das pessoas com esta problemática da reputação e identidade na Internet e a influência do cyberbullying nas mesmas optou-se pela revisão de literatura e por uma metodologia de carácter quantitativo, concretamente o inquérito (Pinheiro, 2016, p. 39). Dentro dos modelos de inquérito disponíveis e tipo de aplicação considerou-se o modelo de resposta semi-aberta de suporte online. Tendo como público-alvo estudantes universitários pela sua afinidade com a Internet a aplicação do inquérito online manifesta-se adequado. O inquérito online foi distribuído pelo meio do e-mail académico através de link entre janeiro e março de 2013 em duas universidades em Portugal, concretamente a Universidade do Minho e a Universidade da Beira Interior obtiveram-se um total de 201 respostas (inquérito não-representativo). Após análise sumária eliminaram-se 8 respostas, sendo o total de inquéritos validados de 193 (Pinheiro, 2016, p.39) dos quais 67% correspondem a inquiridos do sexo feminino e 33% do sexo masculino cuja média de idades é de 24 anos.

## **Análise**

### **1.1 A reputação, o veículo social**

O *cyberbullying* caracteriza-se pela capacidade de assolar a reputação pessoal, sendo tanto capaz de abalar quanto de destruir irremediavelmente, tautocronamente na Internet e no face-a-face. Afinal, tal como se replicam os arquétipos da sociedade na rede, isocronicamente também os da rede se espelham na sociedade. Não se pode tratar a realidade comunicativa da Internet como um Universo à parte nem enquanto outro mundo dentro do planeta Terra pois a rede não é uma outra dimensão paralela nem algo de externo ao planeta, mas um instrumento criado pelo homem.

A Internet é uma tecnologia que se pode comparar alegoricamente a um automóvel: o ser humano quando o utiliza também precisa de se inserir dentro dele e obedecer a uma série de instruções de funcionamento para o manobrar. Tal como num carro, o percurso que se faz, assim como o comportamento adotado durante a viagem é do livre-arbítrio de cada um. Patrocinando a mobilidade, o conforto, o mundano, a comunicação e a interação, o automóvel é outrossim uma arma nas mãos de muita gente (tal como a Internet, veja-se o exemplo do *cyberbullying*). Protegidos pela estrutura física do veículo (e do ecrã no caso da rede) existem pessoas que insultam os outros automobilistas e conduzem agressivamente. Com a Internet passa-se algo de semelhante, conduzindo-se também um transporte próprio por entre as incongruências e infinitudes da rede. Iludidos com a confortável proteção proporcionada pelo ecrã e também pelo facto de não necessitarem de sair de casa os indivíduos dão asas à libertinagem, vagueando nas estradas da Internet, cruzando-se com as outras pessoas, saudando-se, elogiando-se, difamando-se, seduzindo-se e provocando-se em consonância com as suas vontades. Indolente, excitada, racional, ponderada ou inconscientemente. Porém ao contrário do veículo motorizado, a rede possui menos limitações de utilização, permitindo

construir, abalar, destruir e reconstruir socialmente outras pessoas para além dela própria. Por esse motivo a importância da reputação *online* é semelhante à da reputação social, pois é parte integrante da reputação do indivíduo.

Comentava o inquirido nº75 que a “a reputação é a forma de viver da pessoa”, discorrendo sobre os efeitos do *cyberbullying* e do que deveria fazer-se perante um caso desses. Antevê-se nesta discorrência a importância que assume a reputação nas envolvências contextuais do objeto de estudo (*cyberbullying*). Por meio desta reflexão, que exprime o pensamento de uma realidade, percebe-se quando o *cyberbullying* tem forte poder enquanto fenómeno da violência atingindo um ponto essencial que influencia a convivência do ser humano na comunidade de pertença: a reputação pessoal. Ao atingir irremediavelmente a reputação do indivíduo, dadas as condicionantes patrocinadas pela Internet (Lèvy, 2000; Castells, 1999; Brison, 2009; Giddens, 2004), as *cyberbullying* permite que o que se passa na rede se reflita no face-a-face e que, após esta consequência inicial, as influências desse abalo reputacional se repercutam da sociedade novamente para a rede. Isto significa que a vítima deixa de ter um refúgio, uma zona de conforto, um espaço que lhe permita refletir sobre a perseguição de que está a ser alvo (*cyberbullying*). Não conseguindo controlar a contaminação dos espaços pela difamação proveniente do episódio (ou episódios) de *cyberbullying* a vítima divisa-se rodeada e desesperada, principalmente ao perceber que, por mais que tente recomeçar aquilo que a atormentou estará ali, *online*, para continuar a torturá-la. Tal como aconteceu com Amanda Todd e G. Raza (“*Star Wars Kid*”) o *cyberbullying* solidificou-se com contornos de intemporalidade tatuando a reputação de ambos (Dean, 2012; McLeans, 2013). O facto dos vídeos e imagens permanecerem *online* fez do *cyberbullying* uma constante na vida das vítimas. No caso de Amanda, que chegou a mudar de cidade, os novos amigos que desconheciam o seu passado ao visualizarem o *cyberbullying* que a supliciava alteraram o seu comportamento colocando a jovem de parte, chalaceando-a, vexando-a e estigmatizando-a (Dean, 2012).

Incentivada pelos pais a adolescente tentou reverter a situação mas dada a condicionante de não conseguir esconder o *cyberbullying* dos colegas das novas escolas e cidades para onde ia faz com que acabasse por ceder à pressão e à depressão, suicidando-se. Afinal, sempre que começava a recuperar a sua reputação perdia-a quase de imediato. Sem amigos e sendo constantemente humilhada não viu saída para o sofrimento psicológico que o *cyberbullying* lhe provocava, o que ditou o desfecho trágico. Contrariamente a Amanda Todd, G. Raza superou o *cyberbullying* e atualmente alerta os outros para a dureza da batalha, o que se pode ver na sua entrevista “10 years later The Star Wars Kid speaks out” (McLeans, 2013).

Nem todos os casos de *cyberbullying* atingem estes níveis de violência virtual porém por muito suave que se apresente pode sempre abalar a reputação da pessoa, com o tempo passível de recuperação (mas não do esquecimento do acontecimento). É fundamental ressaltar que apesar do peso que o *cyberbullying* possa ou não ter na reputação do indivíduo, existem pessoas que se importam mais que outras com essa mesma reputação, usualmente fruto do seu contexto envolvente específico, tanto social quanto familiar; havendo outras que independentemente do contexto que as envolve atribuem demasiada importância à reputação: seja por desejarem a projeção social, seja para fazerem uma quebra com as suas origens sociais, seja por terem criado um personagem-tipo-ideal de si mesmas que desejam manter através de uma reputação específica. Há muitas razões que podem misturar-se.

## Conclusão

Constatou-se no decorrer da análise de dados que os indivíduos consideram a reputação online relevante em diversas vertentes das suas vidas. Casos de *cyberbullying* acarretam importância neste aspeto dado o impacto que a sua incidência carrega. Cientes do peso da percepção que a sociedade tem de cada um, as pessoas podem adotar

comportamentos que vão desde o saudável ao doentio, até porque vivem vigiando-se perseverantemente umas às outras (nem que porventura para zelar pela moral e os bons costumes, mas com o intuito de falarem acerca dos demais enquanto se enaltecem a si próprios).

Como se pode analisar a reputação na Internet pode influenciar diretamente a percepção dos pares, ver o exemplo de Amanda Todd e G. Raza (Dean, 2012; McLeans, 2013), conhecido como *Star Wars Kid*. Especificamente a vítima veria a sua reputação manchada devido aos contornos do caso, mas igualmente pelo facto de ter sido alvo do fenómeno (*cyberbullying*) que em pode atuar como um estigma social (Pinheiro, 2016; 2009). Porém esta ocorrência pode de igual modo ser psicologicamente autoinduzida o que não só agrava o efeito dos fenómenos na vítima como ajuda a construí-los enquanto tabu social.

Enfrentando processos desintegrativos tanto na norma do estigma (que partem da sociedade para o indivíduo) quanto na linha da autoexclusão motivada por inferências provenientes da eventual perda de reputação, os sujeitos pensam que vão ser marginalizados autoexcluindo-se antes disso acontecer. Recordando as conclusões a que Durkheim chegou no seu livro *“O suicídio”* (2003) as pessoas que não se sentem incluídas enfrentam maiores níveis de pressão psicológica o que aumenta a hipótese de considerarem o suicídio como uma solução, algo que nos casos de *cyberbullying* é referido pelas vítimas (Pinheiro, 2016).

Porque pesa tanto a reputação neste tempo em que a Internet é o centro da comunicação? Por isso mesmo: nunca foi tão explorada e presente na vida social das pessoas como na atualidade. Ao exacerbar-se o social à escala global perde-se o privado e o direito à intimidade, mas igualmente por “vivermos da ideia tradicional da prática do bem-estar como actividade racional” (Baudrillard, 2010, p. 235). Nesta sociedade de abundância e excesso em que se pode usar e desperdiçar com a ilusão de que nada faltará ao ser humano “é que a violência eruptiva (...) nos aparece como manifestação inaudita, incompreensível e contraditória com o progresso social e com a abundância” (Baudrillard, 2010, p.

235). Justamente por isso é que nunca fez tanto sentido a erupção da violência: o excesso de tudo potenciou a (falsa) sensação de salvaguarda.

A segurança é uma ilusão, especialmente na Internet, ou com a Internet. Sempre que a reputação é abalada as pessoas sentem-se afetadas pois perdem a ilusão falseada de salvaguarda.

Apesar dos avanços civilizacionais e tecnológicos o ser humano continuar a ser atravessado pela pulsão da vida e pela pulsão da morte, pela necessidade de lutar por sobreviver ou por competição ou por poder ou por dominação ou por brincadeira (Freud, 1996, 2010; Muchembled, 2014). Essa é a gênese do *cyberbullying*.

## Referências

- Alonso, J. (2011) "Identidad y reputación digital", in Gilarranz, J.C. (Dir.) 5. Identidad digital y reputación online. Madrid: Evoca.
- Baudrillard, J. (2010) *A sociedade de consumo*. Edições 70: Lisboa.
- Bauman, Z.; May, T. (2010) *Aprendendo a pensar com a sociologia*. Rio de Janeiro: Zahar Editores
- Belsey, B. (2005) Cyberbullying: An emerging threat to the "always on" generation. Disponível: [http://www.cyberbullying.ca/pdf/feature\\_dec2005.pdf](http://www.cyberbullying.ca/pdf/feature_dec2005.pdf)
- Brisson, I. (2009) *Ciberespaço e Utopia: fronteiras e lugares nenhuns*. Disponível: [http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom\\_iberico/sopcom\\_iberico09/paper/view/274](http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/view/274)
- Castells, M. (1999) *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Dean, M. (2012) "The story of Amanda Todd", in *The New Yorker*. Disponível: <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/the-story-of-amanda-todd>
- Durkheim, E. (2003) *O suicídio*. São Paulo: Martin Claret.
- Fresno, M. (2011) "Cómo investigar la reputación online en los medios sociales de la WEB 2.0.", In Gilarranz, J.C. (Dir.) 5. *Identidad digital y reputación online*. Madrid: Evoca.
- Freud, S. (1996 [1920]) "Além do princípio do prazer", in *Obras psicológicas completas*. Rio de Janeiro: Imago.
- Freud, S. (2010 [1930-1936]) "O mal-estar na civilização, novas conferências introdutórias e outros textos", in *Obras completas*, vol. 18. São Paulo: Editora Schwarcz.
- Giddens, A. (2004) *Sociologia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Lévy, P. (2000) *Cibercultura*. Lisboa: Instituto Piaget.

- Llanezza, P. (2011) “Reputación vs. Transparencia: consideraciones legales”, *In Gilarranz, J.C. (Dir.) 5. Identidad digital y reputación online*. Madrid: Evoca.
- Lemos, A. (2003) “Cibercultura”, in Lemos, A.; Cunha, P. (orgs.) *Olhares sobre a cibercultura*, pp.11-23. Porto Alegre: Sulina.
- Magai, C.; McFadden, S. (1995) *The role of emotions in social and personality development*. Plenum Press: New York.
- McLeans (2013) *10 years later, ‘Star Wars Kid’ speaks out*. Disponível: <https://www.macleans.ca/news/canada/10-years-later-the-star-wars-kid-speaks-out/>
- Mead, G. (1974 [1934]) *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Muchembled, R. (2014) *Uma história da violência. Do final da idade média aos nossos dias*. Lisboa: Edições 70.
- Olievenstein, C. (1992) *O homem paranóide*. Lisboa: Instituto Piaget
- Park, A. (2021) *A Desire to Remain Relevant: Instagram for Kids*. Disponível: <https://www.thecrimson.com/article/2021/10/5/instagram-for-kids-culture-think-piece/>
- Pinheiro, L. (2009) *Cyberbullying em Portugal: uma perspectiva sociológica*. Tese de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Disponível: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9870/1/tese.pdf>
- Pinheiro, L. (2016) *Cyberbullying e Cyberstalking*. Tese de doutoramento, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Disponível: <http://hdl.handle.net/1822/42389>
- Santinello, J. (2011) “A identidade do indivíduo e sua construção nas relações sociais: pressupostos teóricos”, in *Revista Estudos da Comunicação*, 28, vol. 12, pp. 153-159. Brasil: Editora Universitária Champagnat.
- Teixeira, F. (coord.) (2004) *Identidade pessoal: caminhos e perspectivas*. Coimbra: Quarteto.