



## Uma (Re)Construção da Identidade Social <sup>1</sup>

Ingrid Bárbara SANTOS

Laiz DIAS

Larissa SOBRAL

Marcela FALCÃO

Tailane MARQUES<sup>2</sup>

Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, BA

### RESUMO

Análise discursiva, mediante uma pesquisa intencional e qualitativa de cinco perfis de diferentes usuários do Orkut. A partir desse parâmetro desenvolveremos um estudo mais detalhado acerca da apropriação de um discurso descritivo que reinventa, por sua vez, uma nova identidade do sujeito enunciador. Apoiando-nos nas teorias da Análise do Discurso, de orientação francesa, e nos conceitos de sociedade em rede, ciberespaço e identidade (CASTELLS, 2003).

**PALAVRAS-CHAVE:** discurso; identidade; Orkut; ciberespaço.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática, Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Discentes do 3º semestre do curso de Comunicação Social – Rádio e TV, da Universidade Estadual de Santa Cruz.



Na contemporaneidade com a crescente demanda de usuários da Internet, novas possibilidades de socialização estão sendo criadas e popularizadas, principalmente, em sites de relacionamento que se sustentam pela vontade de participar e pela afinidade de seus integrantes, tanto para as relações pessoais quanto para a estruturação social. Tomando como base os estudos do sociólogo Castells em sua obra “A Sociedade em Rede” (2003), “as redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e ao mesmo tempo, sendo moldados por elas”. Ou seja, esse moderno sistema comunicacional está criando uma nova prática discursiva universal e digital que promove integração global distribuindo palavras, sons e imagens, integrantes da nossa cultura, resignificando - as de acordo com as vivências de cada indivíduo. (CASTELLS, pág.22)

A sociedade baseia-se hoje em crescentes fluxos globais de riquezas, poder e imagens por isso, os indivíduos sociais buscam firmar-se e para tanto ter uma identidade, seja ela coletiva ou individual, garante sua significação social. Essa identidade será aqui analisada no ambiente do ciberespaço, sendo assim até o discurso que apresentam os usuários desta rede possibilita uma recriação subjetiva do seu estado de existência. Vale ressaltar que surge, então, uma nova identidade: a virtual, a qual muitas vezes não corresponde à realidade, ou seja, ao seu mundo off-line. Assim, sendo este um universo seguro e livre, torna-se desprovido, em sua maioria, de um discurso que seja fiel a realidade.

O fenômeno que mais exemplifica, atualmente, esta situação é o Orkut, um meio de se construir relacionamentos virtuais, criado no ano de 2004, pelo engenheiro Orkut Büyükkökten, tendo como objetivo principal a conquista de novas amizades. Os seus usuários apresentam-se para a rede através de um perfil que é elaborado contendo características básicas e secundárias dos mesmos, utilizando-se de instrumentos como o famoso “Quem sou eu?”, informações como idade, nome, preferências sociais, profissionais e pessoais. Desse modo, o Orkut é entendido como um *software* social de relacionamentos que (re)cria discursos e subjetividades. As pessoas que o utilizam podem manipular suas identidades, adaptando-as ao discurso de outros usuários, transformando-se, assim, conseqüentemente em outra pessoa. Além disso, estes mesmos usuários são marcados pela sensação de serem vistos e observados por todos que possuem um login, o seu perfil torna-se objeto de consumo em uma vitrine virtual.



Para a análise deste trabalho foram selecionados de forma intencional, qualitativa, cinco perfis (em anexo) que se enquadram em determinadas exigências como: perfis descritivos, marcados pela linguagem típica da web, exprimindo a vontade dos seus criadores de serem aceitos socialmente.

## **Análise dos perfis**

### **Perfil 1**

Dentro do sistema patriarcal ocidental, o fato de se ter nascido homem significa estar numa posição que implica poderes (BOURDIEU, 1999). Isto estabelece, a priori, uma diferenciação dos papéis e das identidades sexuais de forma bem delimitada – homem forte versus mulher fraca que justifica a desigualdade de gênero na sociedade. Noção esta que tem servido para fundamentar a fixação de papéis rigidamente definidos, do lugar social de homens e mulheres, com a prevalência de uma hierarquia que subordina a mulher ao homem, valorizando as qualidades masculinas em detrimento dos valores femininos (BOURDIEU, 1999). Tal processo vai inserir o sujeito numa sociedade permeada de preconceitos e tabus; e permite que enunciados como: “Lugar de mulher é na cozinha”; “Mulher gosta de apanhar”; “Mulher só sabe contar até seis, dependendo do fogão”; “O homem nasce bom, a mulher que o corrompe” terminam por refletir e reforçar as desigualdades de gênero.

Neste primeiro perfil analisado, encontramos um discurso com ideologia machista, há a construção da figura da mulher-objeto, transformando-se em objeto de marketing e explorada em todos os seus atributos femininos até o limite e oferecida como mercadoria, da qual o sujeito enunciador toma posse e “joga fora”, como objeto gasto.

Com essa visão estereotipada que o enunciador tem da mulher, ele acaba se colocando como objeto sexual e se descrevendo de acordo com o que ele acha que as mulheres gostam, acreditando fazer sucesso por meio dessa descrição que constrói um forte exibicionismo, atitude essa bastante comum entre os jovens na atualidade.

É possível também notar neste perfil, a utilização de uma linguagem muito frequente na Internet denominada de internetês, que é uma forma acrescida de palavras, demonstrando a capacidade de criação dos internautas e uma necessidade de manipular a língua portuguesa a fim de atribuir características próprias ao que se fala na Internet



como, por exemplo, as palavras “pegadoor”, “quando”, “chamaam”, entre outros, que são utilizados pelo enunciador.

## **Perfil 2**

De acordo com o discurso da qualidade total (ISO), que designa a Organização Internacional para Padronização, entre outras ações, os organismos de normalização devem:

- a) Elaborar todo um conjunto de documentos relacionados com a sistematização de atividades para garantia da qualidade padrões para especificações e métodos de trabalho nas mais diversas áreas da sociedade;
- b) Estabelecer o conjunto de ações preventivas necessárias para garantir a qualidade de um produto após as fases de projeto, desenvolvimento, produção, instalação e serviços associados.

Neste perfil, o sujeito enunciador deste perfil subverte o discurso de qualidade utilizado pela produção industrial. Houve um deslocamento dos enunciados, de forma irônica, o sujeito se descreve parodiando o discurso preexistente, reforçando, assim, um desvio em relação ao texto parodiado, numa espécie de insubordinação crítica, cômica (MAINGUENEAU, 2001). Para ilustrar esta afirmação utilizaremos exemplos do próprio perfil analisado: “Data de fabricação:: 02/07/1976”, “Data de validade:: indefinida”, “Indústria Brasileira”, Dimensões:: 1,60m”.

O discurso que está sendo criado por esse enunciador obedece a algumas normas padrões da qualidade ISO, porém, é reinventado de forma a atender a linguagem do meio, no caso a internet, no qual está sendo veiculado e ao público que de certa forma consumirá estas informações. Assim, quando a fala de alguém é relatada, Charaudeau & Maingueneau (2004, p.173) entendem que "o enunciador toma por objeto outro ato de enunciação", e é justamente isso que podemos perceber ao examinar este perfil, porque quando "o enunciador subverte sua própria enunciação", temos a ironia (Maingueneau, 2004, p.175), procedimento ambíguo que se mantém na fronteira entre o que o sujeito assume e rejeita. Ele se desqualifica para, em seguida, resgatar seu valor, como nas passagens: “Reduzido teor de sal”, “Não contem glúten” e “Características gerais: simpática, amiga, esperta”.



Algumas marcas como o uso excessivo de reticências, de exclamações, definem a intenção de enfatizar aquele elemento por parte do enunciador do discurso. Visando atrair a atenção do leitor, muitas vezes, o enunciador "deixa entrever, atrás de um enunciado, outros enunciados ou fragmentos de enunciados célebres" (Maingueneau (2004, p. 172). Exemplos: "PREPARE-SE!!!!!!!!!!!!!!", "Este produto foi testado e aprovado pelo IMETRO, e possui o selo de qualidade ISO 15001", "Conserve em local seco e arejado. Trate com carinho. Transporte com cuidado."

Podemos também perceber em algumas partes deste perfil a apropriação do recurso da paródia, como já citado anteriormente, uma imitação normalmente de efeito cômico, que utiliza a ironia e o deboche. Ela geralmente é parecida com a obra de origem, e quase sempre tem sentidos diferentes. Para Afonso Romano de Sant'anna,

"A paródia, enquanto dobra da linguagem sobre si mesma, surge do diálogo da arte com a realidade da própria linguagem, para além do diálogo da arte com a realidade aparente das coisas. Neste sentido, a paródia se configura em um efeito metalingüístico que o artista pode construir a partir de textos alheios, se configurando, então, em intertextualidade (...)" (SANT'ANNA 1985, p. 8 E 13).

Em "Uma embalagem da:: Mamy e Papy's S .A." ou ainda em "Garota recheada com: tudo q vc precisa", "Sabor: único" e "Testado e aprovado pelos: Amigos e parentes." é nítida a presença deste recurso lingüístico. Assim, são atribuídos valores, características a pessoas e essas pessoas vão apropriando-se de discursos pré-estabelecidos a fim de criar, comumente, uma imagem do seu eu na vida virtual.

### **Perfil 3**

Esse perfil feminino é mais um do time de perfis descritivos que fazem uso de um discurso próprio para um embasamento identitário do usuário. Como sabemos, o Orkut possibilita uma recriação virtual do seu "eu", e no perfil, tem-se o espaço para essa realidade alternativa, através de um determinado discurso empregado pelos usuários. Nesse caso, percebe-se claramente no perfil três todo um cuidado com envolvimento descritivo e estético para a construção da sua "vitrine" pessoal, o uso de cores (rosa), símbolos (vários tipos de corações) e toda uma estruturação na pontuação dos adjetivos.



No Orkut, o usuário (como nesse caso), apresenta-se de acordo com que gostaria que as pessoas visitantes vissem o seu perfil. Essa vida de ilusão, provavelmente, seria uma vida que os donos de perfis gostariam de possuir.

Atravessado por um discurso feminino, o enunciador do perfil, além de se apresentar na forma de uma mulher perfeita, criando um estereótipo de uma verdadeira princesa, mostra um discurso pregado dentro de uma perspectiva de uma propaganda de si, ou seja, uma promoção de melhores características para resultar na conquista de homens e na inveja de outras garotas.

No seu enunciado, as palavras “Imitada e Odiada”, deixam claro a relação estabelecida dela com outras garotas que não se encaixam nas mesmas características que possui (na verdade, acredita que possui), crendo portando, ter provocado inveja nas outras por ser tão perfeita. As outras características como, Perfeitinha, Poderosa, Bonequinha de Luxo, Cheirosa, Linda, Fashion, Dengosa, entre outras, encaminham para o entendimento de que o sujeito enunciador se modela em torno de uma mulher fatal, para o agrado de qualquer homem, colocando o discurso dentro de uma perspectiva de uma mulher ideal. Sabemos que todas essas características pontuadas pelo usuário seriam impossíveis, na vida real, serem inteiramente completo em uma pessoa, e que todos esses atributos graciosos fazem parte de um discurso destinado a se enquadrar em um estereótipo perfeito para chamar atenção na vitrine virtual do Orkut.

#### **Perfil 4**

Este perfil foi construído a partir de perguntas e respostas clichês, onde primeiramente através das perguntas, o enunciador se mostra aparentemente interessado na opinião dos outros sobre ele, mas que ao se ver as respostas dadas por ele próprio, percebe-se a não importância que as opiniões alheias venham lhe causar.

Isto nos remete as leis do discurso, onde temos a preservação das faces positiva e negativa do sujeito enunciador, como do receptor. Já que o perfil não deixa de comunicar, ou seja, é uma forma de comunicação, logo pode ser ligado á relação social, a qual se submete a tais regras, como a polidez. Os fenômenos de polidez integram a teoria “das faces”, que foi desenvolvida no final dos anos setenta por S. Levinson e P. Brown, inspirados nas idéias do sociólogo americano E. Goffman.



A face positiva corresponde à imagem valorizada que procuramos apresentar aos outros, e a face negativa corresponde ao “território” e intimidade de cada um. Todo ato de enunciação pode formar uma ameaça para uma ou para várias dessas faces, como por exemplo, fazer perguntas indiscretas a um desconhecido põe em risco a face positiva do locutor por parecer intrometido, e a face negativa do destinatário pela intrusão ao seu território. Fazer críticas e insultos são exemplos de ameaças à face positiva do destinatário, e fazer promessas que certamente comprometerá o sujeito a fazer atos que demandarão tempo e energia, é exemplo de ameaça à face negativa do locutor.

Em relação ao perfil, ao fazer as perguntas e também dar as respostas, exemplo: “sou metida? Inveja é foda, neh!”, o enunciador está monopolizando a conversação, o que pode ser considerado como intrusão ao espaço alheio, e uma agressão a partir do momento em que não é dada a chance de resposta ao receptor. Temos aí, a ameaça à face positiva do enunciador, que assim acaba por ser considerado convencido e mal-educado, e a face negativa do receptor, que não tem oportunidade de expressar sua opinião.

## **Perfil 5**

Ao analisarmos esse perfil, percebemos que o usuário se apropria de um discurso denominado “narcisista”. O narcisismo é um conceito criado por Freud, que retrata a tendência do indivíduo de alimentar uma paixão por si mesmo. Esse conceito está vinculado à questão da imagem e esta, por sua vez, à noção de identidade. Essa imagem definida como o ‘eu ideal’, é uma relação de amor consigo mesmo e à medida que se constitui essa representação, esta vai ser cultivada como uma necessidade de satisfação.

Ao utilizar-se de frases como: “Eu sou minha fã”, “Eu sou linda”, “Sem mim, eu já não sei viver”, o enunciador demonstra um dos traços marcantes da nossa sociedade que é uma cultura voltada para a imagem e para o individualismo.

Nessa cultura o indivíduo é levado pelo desejo desenfreado da felicidade, aliada ao sucesso. A aceitação e a popularidade são atributos que o sujeito busca incessantemente com a finalidade de se sentir aceito e uma das maneiras de construir essa identidade é se auto-promovendo. Através do ciberespaço essas identidades estão sendo transformadas e novas personalidades e papéis sendo construídos. De acordo com sociólogo Manuel Castells, estudioso destes fenômenos da atualidade,



“A sociedade contemporânea traz consigo inúmeros impactos na construção da identidade pessoal, a formação de pseudo-identidades é habitual e com a possibilidade de construir essa nova personalidade, uma idéia de realidade tende a confundir-se com a realidade concreta, produzindo transformações na forma de pensar, sentir e agir do sujeito contemporâneo.” (CASTELLS, 1999).

A vida individual, portanto nunca foi tão pública e, ao mesmo tempo, nunca foi tão padronizável. A análise desse perfil nos remete a uma reflexão acerca desse comportamento, onde o sujeito constrói uma personalidade egocêntrica onde afirma “Sou o que de melhor me aconteceu”, transmitindo essa redefinição do ser humano.

## **Conclusão**

Este artigo pretendeu demonstrar, a partir das teorias da Análise do Discurso e estudos sobre os fenômenos contemporâneos no ciberespaço, o envolvimento existente entre perfis descritivos dos usuários do site de relacionamentos ORKUT com a (re) criação de identidades virtuais, onde tudo se torna permitido, possível e livre, cada um tem assim a capacidade de assumir papéis que jamais seriam aceitos no mundo “off-line”, através da formação de uma personalidade imaginada, desejada pelos donos dos perfis, que, na maioria das vezes, assim o fazem para serem aceitos no palco atual das relações interpessoais.

Feita a análise dos cinco perfis escolhidos, ficou evidente que toda essa construção identitária só se torna concreta e disponível ao consumo alheio, graças à utilização da linguagem e suas ferramentas, como a paródia, perguntas/respostas clichês, a ironia, a metalinguagem, e também de relações sociais, por exemplo, a do homem X a da mulher. Vale ressaltar que, essas construções se dão em um ambiente bastante heterogêneo, servindo portando, como uma realidade alternativa para muitos.





## Anexos

### 1. Perfil 1

quem sou eu: [REDACTED]

oo peesaadeeloo deeles o soonhoo deelaas 😊

//<sup>1</sup> elas me chamam de galinha, falam que eu sou pegadoor,mas quando eu chego na parada me chamaam de amor, eu não tenho culpaa se elas pensam que eu sou o cara certo, talvez eu não seja o cara que o teu pai u mas sim o caraa que até sua iirmã já pegou .. elas dizem que meu jeito é jeito de saafado (6<sup>3</sup>, elas reclaamam e reclamam mais no fundo elas gostam do cara tarado ( ); eu não nasci pra caasar, nem pra namoraar, eu naasci pra fazer voceê sorrir sempre que precisar e nasci pra realizar o que tu desejar quem sabe algum dia eu não consiga encontrar a gata que me faça suspirar, se esse dia chegar tu pode desencanar porque a fama de garanhão vaii parar . [ ]'

peerfiil k.d.p , copioou é maal



## 2. Perfil 2

!!

Tô na pista ,pq eu posso!!!!!!!

Data de Fabricação© :: 02/07/1976

Data de validade © ::indefinida

Indústria Brasileira.

Dimensões :: 1,60m

Quantidade :: 1 unidade

Peso líquido :: p/i

Reduzido teor de sal

Não contem glúten

Conteúdo :: confira no produto

Uma Embalagem da :: Mamy & Papy` s S.A.

Garota recheada com : tudo q vc precisa

Sabor : único

> I M P O R T A N T E <

Apos o uso do produto,

Não jogar fora [reciclável]@

Preserve a natureza

Recicle a embalagem

Testado e aprovado pelos :Amigos e parentes.

Conserve em local seco e arejado.

Trate com carinho.

Transporte com cuidado.

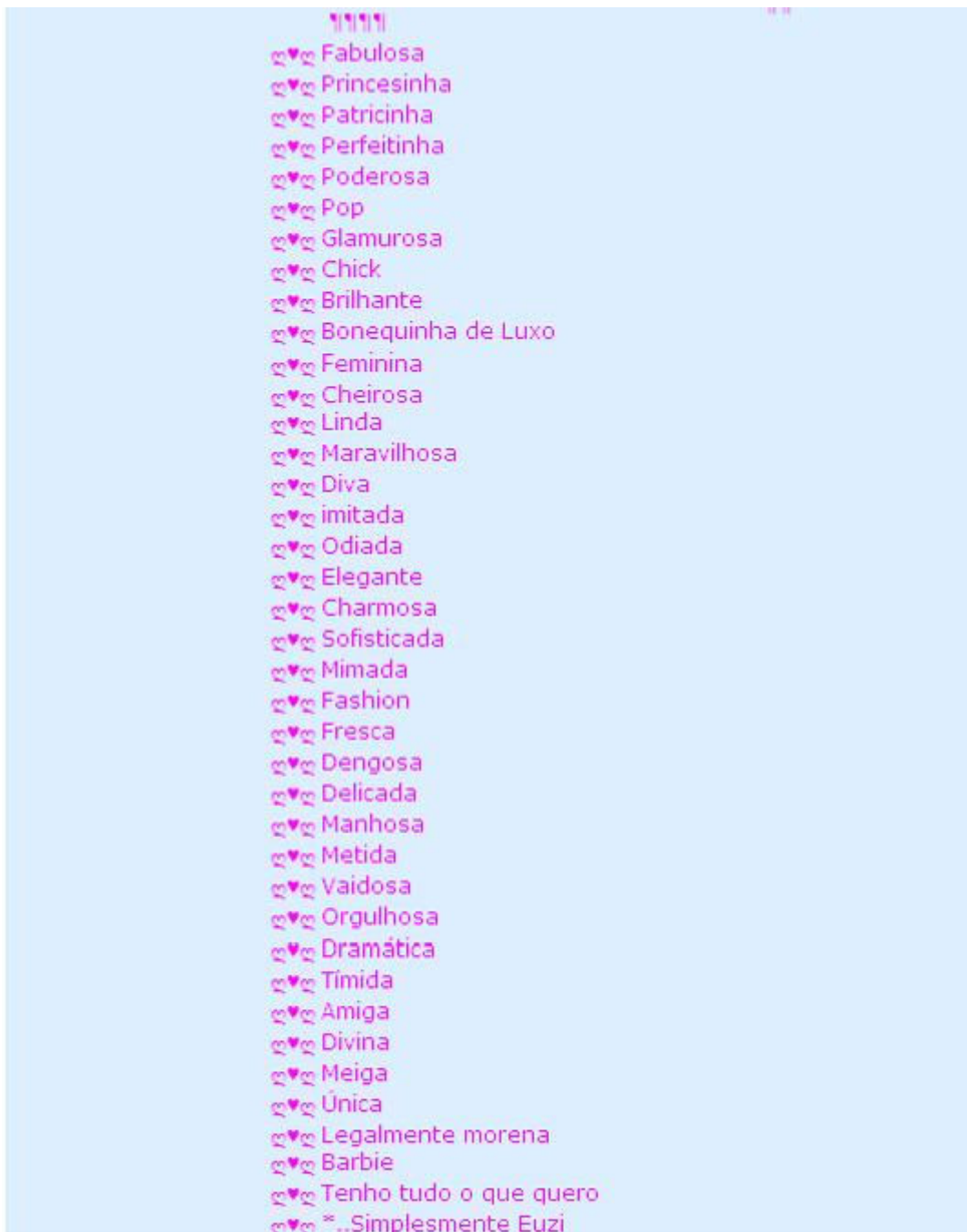
Este produto foi testado e aprovado pelo INMETRO, e possui o selo de qualidade ISO 15001

Características gerais:

- SIMPÁTICA
- AMIGA
- ESPERTA



### 3. Perfil 3





#### 4. Perfil 4

quem sou eu: ♥ -Sou metida? Inveja é foda, neh!  
♥ - Sou feia ? Tem quem queira  
♥ - Sou bonita? Tenho espeeeelho!  
♥ - Me ama? Bom para nós dois.  
♥ - Me odeia? Entra na fila, e não esquece de pegar senha  
♥ - Sou ridícula? Estamos falando de mim, ou de você?  
♥ - Sou educada? Quando você também é  
♥ - Sou mal-educada? Você que faz a minha educação, baby,  
♥ - Sou louca? Eu posso  
♥ - Modesta? Nem sempre  
♥ - Pego no pé? Sorte sua  
♥ - Dei um fora ? seja brasileiro, NAO DESISTA!  
♥ - Sou boa amiga? Demais  
♥ - Sou boa inimiga? Mais ainda  
♥ - Duvida de mim? Paga pra ver, colega!  
♥ - Eu odeio? Não, sinto pena!  
♥ - Gosta de mim? Já desconfiava!  
♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥

#### 5. Perfil 5

quem sou eu: Eu sou minha fã, me acho o maior barato  
Eu ando com meu retrato na minha carteirinha  
Quando eu fico com saudade de mim  
Pego meu retrato dou uma olhadinha e me digo:  
Nossa que gracinha!  
Meu Deus como eu sou linda!  
Eu sou minha fã, sou.minha admiradora  
Logo cedinho eu dou um abraço em mim  
Me dou bom dia e me pergunto: Tudo bem?  
Eu respondo: Tudo bem, então eu digo amém!  
E eu comigo vivo assim  
Na mais perfeita harmonia  
Cansei de esperar alguém gostar de mim  
Cansei de esperar alguém me fazer feliz  
Agora eu encontrei em mim  
O amor que eu sempre quis  
Eu tô encantada comigo cara!  
Não eu não sou narcisista  
É que eu sou linda de mais  
Se me vejo passar, eu saio correndo atras  
Eu quero mesmo é ficar pertinho d"eu  
Sou o que de melhor me aconteceu  
Sem mim, eu ja não sei viver  
Foi tão bom eu me conhecer  
-Eu sou minha fã!



## REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**. Oeiras: Celta Editora, 1999.
- CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2003
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.
- SANT'ANNA, Affonso Romano de. **Paródia, paráfrase & Cia**. 7.ed. São Paulo: Ática, 2000.
- SILVEIRA, Rosa Maria Hessel. **Identidades para serem exibidas – breve ensaio sobre o Orkut**. Disponível em:  
[http://books.google.com.br/books?id=eh7ZVgHG7FkC&pg=PA137&lpg=PA137&dq=identidades+para+serem+exibidas&source=web&ots=wDIXfrr\\_gq&sig=sOkzPygrGD59aVO5HxH4x9QP-A0&hl=pt-BR&sa=X&oi=book\\_result&resnum=3&ct=result](http://books.google.com.br/books?id=eh7ZVgHG7FkC&pg=PA137&lpg=PA137&dq=identidades+para+serem+exibidas&source=web&ots=wDIXfrr_gq&sig=sOkzPygrGD59aVO5HxH4x9QP-A0&hl=pt-BR&sa=X&oi=book_result&resnum=3&ct=result)
- FERNANDES, Fabiana Parpinelli Gonçalves (UNIFRAN); OLIVEIRA, Maria Regina Momesso (UNIFRAN, CTI- Unesp/Bauru-SP). **Arquivo e redes digitais: o tradutor e intérprete nas comunidades virtuais da internet**. Disponível em:  
[http://www.discurso.ufrgs.br/sead/trabalhos\\_aceitos/ARQUIVO\\_E\\_REDES.pdf](http://www.discurso.ufrgs.br/sead/trabalhos_aceitos/ARQUIVO_E_REDES.pdf)
- MATTA, João Osvaldo Schiavon. **Notas sobre Marcadores Identitários no Orkut**. Disponível em:  
<http://www.jmatta.com.br/Intercom%20Sudeste%202008%202.pdf>
- Profiles analisados disponíveis em: <http://www.orkut.com>