



## **Construção da identidade em redes sociais: análise do Orkut<sup>1</sup>**

Davi de Castro de Magalhães<sup>2</sup>  
Universidade Católica de Brasília, Distrito Federal

### **RESUMO**

Este artigo visa analisar a construção da identidade na rede social Orkut. Traçando um histórico do desenvolvimento das formas de organização social, analisa o desenvolvimento conceitual de identidade cultural ao longo do tempo, observando em especial como se dá a formação da identidade virtual na pós-modernidade. Dessa forma, busca relacionar a configuração de rede social com a construção de identidades.

**PALAVRAS-CHAVE:** Identidade; Orkut; Rede Social; Pós-modernidade.

### **1. Introdução**

A história da humanidade é composta de diversas etapas evolutivas. Desde a primeira forma de organização social – a comunidade primitiva – até a composição da sociedade complexa – a qual vivemos hoje –, o homem alterou o mundo e a si mesmo.

Na comunidade primitiva, explica Martino (2006), havia um compartilhamento extensivo e intensivo de uma mesma experiência de vida. As pessoas estavam mais próximas, conheciam intimamente umas as outras e, assim, a comunicação interpessoal era plenamente suficiente. Esse tipo de organização era marcadamente oral. A comunicação se desenvolve, nessa etapa, a partir da fala.

A comunidade passa a se desenvolver, aparece a agricultura, a economia cresce, com isso surge o Estado e, para administrá-lo, cria-se o primeiro meio de comunicação, um grande feito tecnológico: a escrita (MARTINO, 2006, p. 3 e 4). Nessa fase, a comunidade que até então conhecíamos – primitiva – avança e torna-se uma sociedade, denominada tradicional.

O termo comunidade implica em uma obrigação fraterna de partilhar as vantagens entre seus membros, independente de seus talentos ou importância

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 27 a 29 de maio de 2010.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Brasília, email: [davidecastro2@gmail.com](mailto:davidecastro2@gmail.com).



(BAUMAN, 2003, p. 59). Já sociedade, segundo Durkheim (1999), é um conjunto de normas de ação, pensamento e sentimento que não existem apenas na consciência dos indivíduos, mas que são construídas exteriormente, fora das consciências individuais. Assim, na vida em sociedade, o homem se defronta com regras de conduta que não foram diretamente criadas por ele, mas existem e são aceitas em sociedade, devendo ser erguidas por todos. Dessa forma, a sociedade prevalece sobre o homem, o indivíduo.

Na sociedade tradicional acontece a segmentação em classes. Apareceram papéis e status sociais diferenciados e, assim, a hierarquização, a sociedade de classes. A comunicação, com o advento da escrita, consolida essa divisão e a transpõe para a cultura, que agora encontra formas diferentes de transmissão: a escrita, para a classe dominante, e a tradição oral para a classe dominada (MARTINO, 2006).

Na sociedade tradicional, o único meio de comunicação – a escrita – torna o processo comunicacional mais dinâmico, trazendo uma ruptura do espaço-tempo ao deixar registros históricos. O homem continuou a evoluir, criando mais ferramentas tecnológicas e ampliando os meios de comunicação.

Com novas tecnologias, desenvolve-se a sociedade contemporânea, chamada também de sociedade complexa, onde, segundo Martino (2006, p. 5), há “uma verdadeira explosão comunicacional”. Surge o rádio, a TV, o telefone, entre outros, e consolida, além de aumentar, o rompimento do espaço-tempo. Nesse contexto, temos o modernismo e o pós-modernismo. O primeiro termo foi empregado pelo poeta nicaraguense Ruben Dário, em 1890, para designar uma corrente, inspirada em escolas francesas, “para fazer uma declaração de independência cultural face à Espanha, que desencadeou naquela década um movimento de emancipação das próprias letras espanholas em relação ao passado” (ANDERSON, 1999, p.9). A ideia de pós-modernismo também vem do mundo hispânico, nasceu na década de 1930. Segundo Anderson (1999, p. 10), foi Frederico de Onis quem imprimiu o termo, do inglês *postmodernism*, usando para “descrever um refluxo conservador dentro do próprio modernismo”. Era um movimento essencialmente de vanguarda, contemporâneo, na arte e literatura. Depois, o termo passou a ser usado em diferentes contextos, inclusive, no emprego do termo “sujeito pós-moderno”, que seria o indivíduo da era da tecnologia, da globalização – fenômeno social de escala mundial que consiste em integrar o caráter econômico, social, cultural e político de diferentes países –, a qual vivemos. Santos diz que



O ambiente pós-moderno significa basicamente isso: entre nós e o mundo estão os meios tecnológicos de comunicação, ou seja, de simulação. Eles não nos informam sobre o mundo; eles o refazem à sua maneira, hiper-realizam o mundo, transformando-o num espetáculo. (SANTOS, 2000, p. 13)

É na sociedade complexa que surge a questão da identidade, onde o sujeito pós-moderno se vê imerso num processo de desconfiguração ou reconfiguração de sua identidade. O advento das redes sociais na Internet, a partir da década de 90, acentua a questão ao complexificar os fluxos informacionais (RECUERO, 2009d, p. 121). Segundo Boyd & Ellison (2007 apud RECUERO, 2009d, p. 121), os sites de redes sociais são definidos como sistemas que permitem: a) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; b) a interação através de comentários e c) a exposição pública da rede social de cada ator.

A partir da observação da rede social Orkut<sup>3</sup>, analisaremos como se dá a construção da identidade na rede e que tipo de identidade é manifesta.

## 2. Breve histórico da Identidade Cultural

A dinâmica do mundo globalizado em que estamos inseridos altera constantemente a configuração da identidade do sujeito pós-moderno. É o que muitos teóricos, como Stuart Hall (2001), denominam a “crise de identidade”, vista como parte do processo de mudança daquilo que era considerado sólido, imutável, para transitório, provisório. Mas antes de partir para a problemática da identidade cultural na contemporaneidade, faz-se necessário delinear o ponto histórico de preocupação em relação à identidade.

Nas sociedades pré-modernas, os indivíduos estavam intimamente ligados, atados, à religião. Assim, havia um reconhecimento mútuo, todos eram considerados e se consideravam iguais. O outro, aquele indivíduo que não compartilhava da mesma crença, fé, religiosidade, era considerado o selvagem, o bárbaro (GIOIELLI, 2006). Nessas condições, afirma Gioielli (2006, p.3), onde não há a possibilidade da convivência com a diferença, não é possível também que se fale em identidade, mas apenas em igualdade.

A religião no seio da sociedade começa, então, a perder sua essência com a chegada do Racionalismo, Humanismo e, posteriormente, com o Iluminismo. O

---

<sup>3</sup> [www.orkut.com.br](http://www.orkut.com.br)



indivíduo passa a reconhecer sua subjetividade e busca emancipar-se da arbitrariedade religiosa, constituindo-se sujeito social. Gioielli explica que foi a partir da emergência da subjetividade que a identidade ganhou espaço na vida social, figurando como questão central.

O princípio da “igualdade entre os homens”, na medida em que permite reconhecer que há a diferença mesmo entre iguais, é o que possibilita e cria a necessidade de pensar em identidade, uma demarcação da diferença. (GIOIELLI, 2006, p. 3)

Se antes era a religião quem regulava a esfera social, o advento da modernidade transferiu esse papel ao discurso da racionalidade. A figura do Estado aparece, então, para normatizar e regular a sociedade da era moderna. Segundo Gioielli (2006, p.4), cabe ao Estado colocar em marcha, por meio de suas instituições e de sua legitimidade para o uso da força, o avanço da modernidade e o progressivo distanciamento da tradição.

Para consolidar seu poder de regulação, o Estado precisou criar mecanismos que dessem aos sujeitos a ideia de pertencimento, de comunidade, dada a partir de representações simbólicas. Criou-se, dessa forma, o conceito de nação e, com ele, desenvolveu-se o conceito imaginário de cultura nacional, aquela que agrega os membros do Estado-Nação.

Nas sociedades pré-modernas, havia o sentimento de lealdade e identificação dado à tribo, ao povo, à religião. Na sociedade ocidental, moderna, esse ‘sentimento’ foi transferido gradualmente à cultura nacional. Segundo Hall (2001, p. 49), a cultura nacional é um discurso, um modo de construir sentidos e representações que influenciam e organizam as ações e também concepções que fazemos acerca de nós mesmos. A criação desses sentidos pela cultura nacional gera os ideais de coletividade, a partir dos quais emerge a representação de identidade nacional. Para Hall (2001, p. 51), as culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre “a nação”, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades.

A identidade nacional, no entanto, não se caracteriza como o espaço estimulante à multiplicidade de sentidos das práticas cotidianas. Pelo contrário, é o elemento que busca apagar a pluralidade e minimizar os conflitos que possam ser intrínsecos a essas práticas, subsistentes em cada nação moderna (GIOIELLI, 2006, p. 5). Torna-se, portanto, em um elemento ideológico e discursivo de regulação.



Assim, tem-se na modernidade identidades reguladas, controladas por códigos de conduta moral. Para essa regulação, o Estado criou instituições no intuito de universalizar as identidades: escolas, sistema judiciário, hospital, entre outros. Assim, não importa as diferenças que os membros de uma sociedade possam ter quanto à classe, gênero, ou raça, pois a cultura nacional busca unificá-los em uma identidade cultural única, com o intuito de representá-los todos como pertencentes “à mesma e grande família nacional” (HALL, 2001, p. 59).

A pós-modernidade chega, portanto, trazendo em si diversos questionamentos, sobretudo acerca dessa identidade regulada e universal, deslegitimando sua regulação. Esse evento foi, em certa medida, um dos palcos privilegiados para a mudança e foi capaz não só de revelar o caráter discursivo e regulador que envolve a dinâmica da identidade cultural no mundo moderno, como também serviu para a crítica ampliada da regulação que a modernidade trazia em seu interior (GIOIELLI, 2006, p. 8).

Começou-se, dessa forma, a perceber e debater o multiculturalismo e, por isso, deu-se o processo de desconstrução da identidade moderna. Stuart Hall explica que

O sujeito previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas. [...] Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. (Hall, 2001, p. 12)

A sociedade passa a aceitar que a identidade é produzida socialmente, dependendo do contexto social em que o indivíduo se insere. Desse modo, a identidade passa a ser formada e transformada continuamente de acordo como somos representados nos sistemas culturais que nos cercam (HALL, 2001, p. 13).

O dinamismo da pós-modernidade modifica a relação com as identidades culturais constantemente. Isso se deve, em grande parte, à globalização. É nesse contexto sem fronteiras que a tecnologia e a informação se desenvolvem a pleno vapor. E a sociedade da comunicação, da tecnologia, enfrenta um turbilhão de informação diária, de diversos meios de comunicação. Há, assim, uma pluralização de vozes (GIOIELLI, 2006, p. 13). É, por isso, que a sociedade se percebe, então, uma sociedade complexa.



Assim, a compreensão acerca da identidade muda bastante. Se antes sua construção era entendida como perene, metafísica, agora é uma das verdades fracas, estéticas e performáticas. É por isso que alguns teóricos afirmam que a identidade contemporânea assume uma dinâmica líquida, em que o anteparo que lhe dá formas é o contato com o outro a partir de uma comunicação, mediada ou não (GIOIELLI, 2006, p.13).

### **3. Comunicação na construção das identidades**

Segundo Gioielli (2006), as identidades emergem, se definem e ganham contornos tangíveis a partir da comunicação. Vê-se então o seu papel imprescindível para a construção das identidades.

A globalização, ao permitir o intercâmbio sócio-cultural entre as diversas nações, além de favorecer um processo frenético de renovação das culturas, aproxima os meios de comunicação das pessoas, tornando-os parte integrantes do dia a dia dos indivíduos. Assim, os meios de comunicação midiáticos são importantes para a transformação das diferenças identitárias. Bauman (2005, p. 104) diz que a mídia fornece a matéria bruta para os indivíduos.

[...] a sociedade atual está inserida em um processo cultural, no qual a mídia tem um intenso papel na construção e formação das identidades. [...] Desta maneira, percebemos que a cultura tem uma relação de reciprocidade com a comunicação, instaurando novas formas de construção de identidades. Isso significa que o sujeito através das interações sociais que desenvolve pode modificar sua identidade e esse aspecto acontece nas sociedades pós-modernas, uma vez que os sujeitos estão em mudança constante, tornando as identidades fragmentadas. (NÁDIA; RIOS, 2009, p. 6)

Ao passo que se situam em uma posição mediadora na construção das identidades, os meios de comunicação constituem-se em um espaço propício à dissolução e disseminação cultural.

### **4. Internet: o uso de redes sociais**

Se nas mídias de massa, *mass media*, o sujeito é receptor da influência midiática à construção da sua identidade, no ciberespaço ele também é, mas passa a ser potencialmente um influenciador, um ser ativo no espaço da web; um construtor da própria identidade e participante das demais. Segundo Matuck e Meucci (2005, p. 4), isso se dá especialmente no espaço das mídias digitais – também chamadas de



comunidades virtuais, mídias sociais e redes sociais – aqui vamos dar preferência ao último termo.

Com a Internet, os processos de construção identitária vêm ganhando uma nova forma. Ao disponibilizar um lugar no ciberespaço, a rede possibilita a um número maior de pessoas a oportunidade de se relatar, garante maior liberdade de mostrar ou construir a própria identidade. Tal possibilidade constitui um fenômeno, que se potencializa com o surgimento dos *blogs*, *fatologs* e das comunidades virtuais, como o Orkut, Gazzag e outras. (MATUCK; MEUCCI, 2005, p.4)

Por sua característica de rompimento do tempo e espaço, a internet – rede mundial de computadores – torna-se um das maiores afirmações da presença da globalização no presente século. Ela e as demais Tecnologias da Informação da Comunicação (TICs) – tais como computadores pessoais, celulares, câmeras de vídeo e foto, correio eletrônico e gravadores – vêm para trazer real e próxima essa nova era sem fronteiras. Fato disso são as redes sociais, como o Orkut, o Twitter e o Facebook, que conectam pessoas de todo o mundo, aproximando-as, disseminando culturas, ampliando círculos sociais e mantendo relacionamentos virtuais. Nesse espaço infinito da web, como diz Matuck e Meucci (2005, p. 4), temos um terreno fértil para a construção liquefeita da identidade.

Segundo Santana (2006, p. 3), o grupo social que mais utiliza as redes sociais é o do adolescente. No entanto, a autora reconhece que a rede é composta por diversas faixas etárias e tipos de sujeitos. É perceptível que a maior camada dos usuários dessas redes é composta não só por adolescentes, mas também por jovens adultos, que saíram há pouco da adolescência. Martino (2005 apud SANTANA, 2006, p. 3) atribui a esse dado o fato de a noção de cultura digital ser intrínseca aos jovens nascidos a partir da década de 1980, uma vez que nasceram envolvidos num oceano de informações. E, seja no ambiente *online* – o espaço da web, o virtual – ou no *offline* – o ambiente físico, o real – essa é a faixa etária que, devido em grande parte à pouca experiência e falta de maturidade, passa por constantes modificações em sua identidade, estando, assim, em pleno processo de constituição identitária.

Segundo dados do próprio Orkut, 68,47% dos usuários declaram ter entre 18 e 30 anos. A maior concentração dessa porcentagem (53,47%) está na faixa etária dos 18 a 25 anos. Os dados, no entanto, são questionáveis, uma vez que a idade mínima para o ingresso no Orkut é de 18 anos. Assim, as crianças e adolescentes que fazem uso dessa rede colocam uma idade falsa no Orkut.





As inúmeras conexões das redes criam interações que possibilitam aos atores – pessoas ou entidades sociais reunindo um grupo, como uma instituição ou uma organização (Riba e Ziviane, 2008, p. 4) – atuarem como multiplicadores e organizadores de alguma comunidade. No ambiente da rede, os atores podem compartilhar informações, pesquisas, dados, documentos, pensamentos e ideias para um determinado grupo. Assim, resumem Ribas e Ziviane (2008, p. 3), que a comunicação se dá de forma rápida e direcionada a um grupo específico, à escolha do ator.

O grande potencial existente no contexto das redes se refere ao fato de que a informação não se encontra mais centralizada, o seu detentor não é mais uma única pessoa, ou seja, ampliam-se as fontes de informação. Nesse sentido, o seu poder de circulação é muito maior e dinâmico e a tecnologia trabalha justamente em prol dessa disseminação. (RIBAS; ZIVIANE, 2008, p. 3)

Matuck e Meucci (2005, p. 5) observam que “essas instâncias da rede permitem observar a ligação entre padrões estéticos e construção identitária”. As redes seriam ferramentas que se transformam em linguagens digitais, permitindo, com isso, a construção de um novo tipo de identidade – a identidade virtual. Recuero (2009a, p. 28) afirma que as redes são espaços de expressão e de construção de impressões. Assim, a sociabilidade da rede se dá, em grande medida, pela impressão, percebida e construída, dos atores. Dessa forma, eles constroem uma imagem de si – condizente ou não com a realidade – para a interação com outros usuários. Cada rede social dispõe de singularidades propícias a uma determinada construção da identidade. Por exemplo, o Orkut é uma rede que dispõe de mais espaço ao campo visual, da imagem, do que o Twitter, em que o foco está no que é escrito.

A construção da identidade virtual é o primeiro passo para o ingresso em alguma rede social. Cada usuário dispõe de um perfil, uma página própria, onde o campo está aberto e livre para a construção da “narrativa do eu”. Recuero (2009a, p. 29) diz que os perfis são pistas de um “eu” que poderão ser percebido pelos demais, “são construções plurais de um sujeito, representando múltiplas facetas de sua identidade”. De acordo com Matuck e Meucci (2005, p. 8), “no universo digital não há a relação física com as pessoas encontradas, portanto, para que haja conhecimento mútuo e se estabeleça uma troca é necessário que as pessoas construam identidades virtuais.”

Como o “mundo online” possibilita uma interação mediada por um computador, não há, portanto, o encontro cara a cara. Essa mediação, então, traz a possibilidade de se construir uma identidade virtual conforme o desejo do indivíduo, condizente ou não





com o que ele é no “mundo *offline*”, no “mundo real”. Porém, mesmo que ele queira construir uma identidade à risca do que o é no mundo físico, o sujeito não conseguirá representar tudo o que é. Assim, segundo Varão (2009), ele sempre será representado por menos do que é na vida real.

Recuero (2009b) afirma que a construção da identidade virtual é caracterizada pela personalização e pela performance, de modo a exagerar a presença e a individualidade. Segundo ela, “essas práticas tomam muitas formas, como a construção de perfis, de linguagem característica, de fotografias e, também, pelo uso de um apelido ou nome”.

Em todas as redes sociais é possível “adicionar” ao perfil diversos usuários. Eles passarão a fazer parte da ‘teia social’. No ambiente *online*, inquestionavelmente, o círculo de amigos é, ou pode ser, inúmeras vezes maior que o *offline*. Isso porque, independentemente de conhecer ou não o usuário, ele pode tornar-se um ‘amigo’. Recuero (2009c) mesmo diz: “Depois de ter estudado uma série de ferramentas e sua apropriação, compreendi que as redes sociais *online* são essencialmente diferentes das *offline*, embora possam refletir estas de forma parcial. Por exemplo, a rede social de um determinado ator no Orkut não reflete sua rede social *offline*.”

No entanto, isso depende da apropriação feita pelos atores sociais dentro da rede social e, também, pelas condições do ambiente da rede social, as ferramentas que o site disponibiliza.

Um mesmo ator, assim, provavelmente poderá ter um fotolog, um blog, um twitter e etc., cada qual com um tipo de apropriação diferente e com um reflexo diferente de sua rede social. Por exemplo, este ator poderá utilizar o fotolog como ferramenta para conversar com os amigos (laços fortes); o orkut como um modo de manter contato com conhecidos e falar de si (laços fracos); o blog como um relato de si mesmo para todos e etc. Assim, em cada ferramenta, veremos aspectos diferentes de diferentes redes sociais de um mesmo indivíduo. (RECUERO, 2009c)

As redes *online* e *offline* são diferentes. O ponto-chave dessa diferença é que as conexões *offline* são mantidas pelo sistema e não pela interação (RECUERO, 2009a, p. 108). As redes *online* influenciam a percepção do ator, podendo inclusive refletir em sua identidade e rede *offlines*. O motivo é o maior espaço de circulação de informações, por meio da interseção das redes *online* e a frequência de conectividade. Segundo Recuero (2009c), “as redes sociais na Internet não deveriam ser vistas como um reflexo



completo das redes sociais *offline*, mas como desveladoras de vários aspectos destas e como complexificadoras de seu espaço de atuação”.

## 5. O popular Orkut

Apesar do crescimento de outras redes sociais no Brasil, como o Twitter e o Facebook, o Orkut ainda é a mídia mais popular entre os internautas brasileiros. Uma pesquisa do Ibope encontrada no site Adnews (2009) constata tal afirmação. O Orkut alcança, mensalmente, 70% dos internautas brasileiros, somando 17,85 milhões de usuários. O ponto forte da maior comunidade *online* do país é, sem dúvida, a possibilidade de reencontrar, manter o laço e fazer novos amigos.

A construção de uma identidade na rede começa com a definição do perfil. No Orkut, a criação do perfil é dividido em quatro categorias, as quais:

- geral: o usuário responde algumas questões básicas, como nome, país, estado, cidade, idiomas falados, e o qual seu interesse – se é fazer amigos, contatos profissionais ou namoro. A resposta a alguns desses dados podem ser ocultadas ou disponíveis apenas para os “amigos”. Há, ainda, duas das perguntas básicas para a identidade: gênero e idade.
- social: essa categoria é uma das chaves-mestre para a construção da identidade virtual, pois nela são destinados os campos “Quem sou eu”, “Paixões”, “Esportes”, “Atividades”, “Livros”, “Músicas”, “Programas de Tv”, “Filmes” e “Preferências gastronômicas”, em que o próprio usuário pode dissertar acerca de suas preferências e, assim, fazer sua “narrativa do eu”. Aqui também estão outras perguntas importantes para a construção da identidade, como etnia, orientação sexual, religião e visão política.
- contato: essa categoria fornece, caso o usuário disponibilize, os dados de contato (telefone, e-mail, MSN, entre outros). Assim, frente à crescente preocupação com a privacidade na web, essa categoria tem sido deixada de lado pelos usuários, que cada vez mais evitam informar dados na rede que possam localizá-los. Alguns desses dados fornecem informações para encontrar o usuário no ambiente *offline*. Com isso, são poucos os que os preenchem.
- profissional: informa dados de formação acadêmica e profissionais. Interessante para quem procura contatos profissionais pela rede.



- pessoal: essa categoria traz dados específicos, como cor dos olhos, altura, inclusive aparência, que traz opções de respostas um tanto curiosas, como: “tipo miss/mister universo”, “muito atraente” e até “muito feio”. É uma categoria voltada para os usuários que querem dar detalhes de si, em busca de encontrar um relacionamento amoroso na rede. Há espaço para discorrer acerca do que se gosta ou não.

Respondidas as questões do perfil, o usuário pode disponibilizar uma foto. Essa é uma questão importante, pois o Orkut é uma rede social na qual a imagem é um dos eixos. Assim, possuir uma foto traz legitimidade ao perfil, dando uma espécie de credenciamento ao ator pelos demais usuários. Caso seja uma foto verdadeira, que não seja ‘roubada’ de outros sites ou que não seja de alguma pessoa famosa, conhecida, o perfil será encarado como verdadeiro, e não como um “fake” – perfil falso.

A partir daí, para se inserir de fato nesse mundo virtual, o usuário precisa ingressar em comunidades a fim de interagir com demais membros e, também, acrescentar informações à sua identidade virtual. É possível visualizar em um perfil as comunidades as quais o usuário é membro, ou seja, compartilha da mesma visão, ideal, que o nome da comunidade diz. Isso ajuda a construir a identidade na rede. Nem sempre o usuário integra uma comunidade por ter afinidades com ela. Pode muito bem fazê-lo apenas para construir uma pseudo-identidade, a fim de que pensem que é o que está na comunidade, quando na realidade não é. Por exemplo, um adolescente que, para impressionar a garota a qual está interessado, entra numa comunidade de uma banda que ela gosta, mas que ele, na verdade, detesta ou mal conhece.

Em seguida, o usuário pode adicionar diversas fotos ao seu álbum e deixá-las disponíveis à visualização de toda a rede ou apenas à sua teia de amigos. Um usuário torna-se “amigo” de outro quando este o adiciona no Orkut, após aprovação daquele. A partir daí, ambos têm acesso ao perfil do outro: página de recados, álbum de fotografia, página de vídeos, etc. Mas o usuário pode restringir determinados conteúdos em seu perfil até mesmo para “amigos” (usuários adicionados em sua página), como alguns álbuns de fotos, por exemplo.

Assim, o Orkut permite que seus usuários estejam conectados. Daí surge a preocupação com a visibilidade, que irá pautar questões à construção da identidade virtual. O indivíduo que participa de uma rede social está expondo-se. Dessa forma, preocupa-se, direta ou indiretamente, com sua visibilidade. Segundo Recuero (2009a, p. 107), essa visibilidade constitui-se em um valor, pois proporciona que o nó construído



na rede social esteja mais visível e, inclusive, possa amplificar os valores que são obtidos através das conexões. Pode, também, ser utilizado para auxiliar na manutenção dos laços sociais com quem está distante, fisicamente falando. “A visibilidade, assim, é um valor por si só, decorrente da presença do ator na rede social” (2009a, p. 108).

A visibilidade é o ponto de partida para a origem de novos valores na rede social. Dela deriva a reputação. Assim, conforme o usuário se mostra na rede, conforme ele constrói sua identidade, esses fatos influem na percepção do demais atores da rede, que constroem, então, suas impressões. Uma boa reputação se dá por meio de um maior controle das impressões que serão deixadas aos demais atores. Recuero (2009a, p. 109) diz que os sistemas permitem esse controle das impressões, mas não da mesma forma. Varia de sistema para sistema. Por exemplo, o Twitter pode auxiliar a um maior controle dessa reputação que o Orkut. Isso porque o Twitter é uma rede em que o pensamento é o foco. Então, para se ter acesso a fotos e vídeos, o usuário tem de sair do domínio do Twitter. No Orkut, não.

Então, na construção da identidade virtual no Orkut, o usuário cria um perfil, atribuindo a ele todas, algumas ou nenhuma das características que possui no “ambiente offline”, “no mundo real”. Expondo percepções de si, ao ingressar em comunidades e postar fotos, que comporão sua identidade na rede.

## **6. Considerações finais**

Bauman (2005, p. 35) diz que as identidades ganharam livre curso, cabendo ao indivíduo capturá-las em pleno voo, usando seus próprios recursos e ferramentas. A pós-modernidade trouxe condições favoráveis à liquidez, a esse “livre curso” da identidade, configurando sua descentralização nos indivíduos. Assim, a sociedade complexa, globalizada, fez com que o indivíduo assumisse diversos papéis sociais nos diferentes contextos em que se insere. A internet potencializou ainda mais essa liquidez da identidade à medida que trouxe ferramentas para a descentralização identitária, como as redes sociais. Essas redes na internet, como o Orkut, permitem que um sujeito construa uma identidade em poucos minutos e, da mesma forma, possibilita que ele a “apague” – deletando o perfil da rede – em poucos segundos. A todo instante, sua identidade virtual, a *online*, pode ser alterada, reconfigurada, com mais facilidade que a originária, a *offline*, a do mundo real. Isso por não haver o contato face a face. Assim, romper as fronteiras do local, estando às escuras, do outro lado da tela do computador,



desinibe o sujeito na construção de sua identidade – independente da veracidade das informações em que ele irá disponibilizar. Assim, como um gás que se dissipa no ar, a identidade virtual toma inúmeros contornos e se “perde” na rede, podendo ser reconstruída ou apagada a qualquer momento. A configuração de uma rede social, portanto, pluraliza as identidades, sendo um campo de reprodução acentuada das identidades pós-modernas, liquefeitas – a qual nesse caso podemos denominar de identidade virtual.

## REFERÊNCIAS

\_\_\_\_\_. Twitter cresce no Brasil, mas ainda é massacrado por Orkut. Disponível em: <<http://www.adnews.com.br/internet.php?id=88214>>. Acesso em 30 nov 2009.

ANDERSON, Perry. **As origens da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

BAUMAN, Z. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BAUMAN, Z. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

DURKHEIM, Émili. **As regras do método sociológico**. 2º. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

GIOIELLI, Rafael Luis Pompeia. A Identidade Líquida: a experiência identitária na contemporaneidade dinâmica. In: Estado e Comunicação, 2006, Brasília. Anais eletrônicos... Brasília: Intercom, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos%5CR1461-1.pdf>>. Acesso em: 25 setembro 2009.

HALL, Stuart A. **A identidade cultural na pós-modernidade**. DP&A Editora, Rio de Janeiro, 2001.

MARTINO, Luiz C. A Revolução Mediática: a comunicação na era da simulação tecnológica. *Razón y Palabra*, México, v. 50, 2006. Disponível em: <<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n49/bienal/Mesa%202/ARevolu%20E3oMedi%20E1tica.pdf>>. Acesso em: 20 setembro 2009.



MEUCCI, A.; MATUCK, A.. A Criação de Identidades Virtuais através das Linguagens Digitais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005.

NÁDIA, Robéria; RIOS, Patrícia. A Subjetividade Midiática e a Construção de Identidades Culturais nos Séculos XX e XXI. In: Comunicação, Educação e Cultura na Era Digital, 2009, Curitiba. Anais eletrônicos... Curitiba: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2491-1.pdf>>. Acesso em: 26 set 2009.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009a.

RECUERO, Raquel. Corrida pela Identidade Virtual no Facebook. Disponível em: <[http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/corrida\\_pela\\_identidade\\_virtual\\_no\\_facebook.html](http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/corrida_pela_identidade_virtual_no_facebook.html)> Acesso em: 17 outubro 2009b.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais online x Redes sociais offline. Disponível em: <[http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/redes\\_sociais\\_online\\_x\\_redes\\_sociais\\_offline.html](http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/redes_sociais_online_x_redes_sociais_offline.html)>. Acesso em: 17 outubro 2009c.

RECUERO, Raquel. Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. Revista da Famecos, Vol. 1, No 38, 2009d. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/5309/3879>> Acesso em: 8 abril 2009.

RIBAS, Claudia; ZIVIANI, Paula. Redes de informação: novas relações sociais. Revista Eptic online. Vol. X, Nº1 Enero. - Abril. 2008. Disponível em: <<http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/v.%20X,n.%201,2008/ACludiaRibas-PaulaZiviani.pdf>>. Acesso em: 26 set 2009.

SANTANA, Camila Lima S.. Redes Sociais na internet: potencializando interações sociais. In: I Simposio Hipertexto, Educação e Tecnologias, 2006, Recife. Revista do NEHTE, 2006. Disponível em: <[www.hipertextus.net/volume1/ensaio-05-camila.pdf](http://www.hipertextus.net/volume1/ensaio-05-camila.pdf)>. Acesso em: 15 outubro 2009.

SANTOS, Jair Ferreira. **O que é Pós-Moderno?** São Paulo: Brasiliense, 2000.

VARÃO, Rafiza. Anotações de aula. Curso de Teorias da Comunicação II. Graduação em Comunicação Social da Universidade Católica de Brasília, 2009.