



Orkut e juventude: processos identitários nas redes da sociedade da informação¹

Daniel Lamir de Freitas Ferreira²
Faculdade Maurício de Nassau, Recife, PE

Resumo

Este texto tem como objetivo estudar a relação entre a participação dos jovens brasileiros na rede de relacionamentos Orkut e sua relação com os processos identitários multiculturais. O estudo conta com os aportes de Stuart Hall, Renato Ortiz, Scheren-Warren, Beatriz Sarlo e Manuel Castells. Para a pesquisa, também foram utilizados dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) e do próprio Orkut. A interatividade, a ruptura com padrões anteriores espaço-temporais e a possibilidade de sentir-se incluso em uma sociedade global fragmentada e de acessos a bens materiais e simbólicos desnivelados emergem como características do Orkut. O uso desta rede social aguça os sentidos da multiculturalidade e da fluidez da identidade dos jovens.

Palavras-chave

Identidade; Redes sociais; Orkut; Juventude.

Corpo do trabalho

Este texto tem como objetivo estudar a relação entre a participação dos jovens brasileiros na rede de relacionamentos Orkut e sua relação com os processos identitários multiculturais, contribuindo com a discussão sobre identidades e redes sociais na sociedade da informação. A análise conta com os aportes de estudiosos como Stuart Hall; Renato Ortiz; Scheren-Warren; Canclini; e Castells. Para a pesquisa, também foram utilizados dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) e da própria rede social Orkut.

As paisagens sócio-culturais da sociedade da informação refletem a quebra de paradigmas modernos, os quais ambientavam as identidades em uma lógica espaço-temporal. Na atualidade, as identidades têm sido objeto de estudos ora pelo caráter fragmentário que assumem, ora pela emergência de identidades primárias, assim como tornaram-se um campo de disputas ideológicas e sociais. “Em um mundo de fluxos

¹ Trabalho apresentado no IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Estudante de graduação em Jornalismo da Faculdade Maurício de Nassau, Recife, PE.



globais de riqueza, poder e imagens, a busca da identidade, coletiva ou individual, atribuída ou construída, torna-se a fonte básica de significado social”. (CASTELLS, 2009, p. 41)

Um reflexo disto é a contemporaneidade das discussões referentes ao tema:

A opinião dentro da comunidade sociológica está ainda profundamente dividida quanto a esses assuntos. As tendências são demasiadamente recentes e ambíguas. O próprio conceito com o qual estamos lidando, “identidade”, é demasiadamente complexo, muito pouco desenvolvido e muito pouco compreendido na ciência social contemporânea para ser definitivamente posto à prova”. (HALL, 2006, p.08)

Stuart Hall (2006) destaca três concepções de identidade distintas entre si, mas que estão intrinsecamente vinculadas a momentos históricos definidos. Estas estão ligadas aos sujeitos do Iluminismo, sociológico e pós-moderno. As primeiras definições de identidade estão associadas ao Iluminismo. Neste, a identidade possuía um caráter “individualista”. Em tal momento histórico, o sujeito seria dotado, biologicamente, de um núcleo interior de razão, consciência e ação.

Adiante, frente às complexidades do mundo moderno, surge a concepção sociológica de identidade. Na modernidade tardia, o ritmo das transformações das condições humanas ampliou as discussões sobre o sujeito, acelerando uma “crise de identidade”. (HALL, 2006)

No mundo moderno, a principal diferenciação na concepção de identidade iluminista parecia ser a importância da interação entre os sujeitos. Ao contrário do antigo pensamento de auto-suficiência e autonomia da concepção de identidade iluminista, o sujeito sociológico possui uma essência interior que modifica-se através de relações dialógicas. Na concepção sociológica, a identidade é construída na relação do “eu real” com os mundo culturais “exteriores”, tornando ambos mais unificados e predizíveis. (HALL, 2006)

A discussão sobre identidade na modernidade tardia, influenciada sobretudo, pela aceleração do processo conhecido como “globalização”, assume o aspecto de pluralidade. Colocando em xeque as conceituações anteriores, na pós-modernidade há acentuação da pluralização das identidades disponíveis para o sujeito. (HALL, 2006)

As três concepções de identidade possuem características distintas entre si. Contrapondo as defesas teóricas iluministas, a concepção pós-moderna considera inviável a existência de uma identidade única, delimitada e concreta. A consideração



iluminista de identidade puramente biológica é alterada, na pós-modernidade, para a historicidade. A teoria social, por sua vez, considera que na modernidade há um momento em que a própria concepção de identidade torna-se mais variável e problemática. A concepção pós-moderna de identidade surge do colapso na idéia de uma para varias identidades possíveis para um mesmo sujeito. Neste momento, há uma troca dos sujeitos e dos mundos culturais estabilizados da modernidade para um choque das estruturas e tradições no mundo pós-moderno. (HALL, 2006)

Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX. Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a idéia que temos de nós próprios como sujeitos integrados. Esta perda de um “sentido de si” estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito. Esse duplo deslocamento – descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos – constitui uma 'crise de identidade' para o indivíduo. (HALL, 2006, p. 09)

Desta forma, o sujeito pós-moderno está inserido em um processo sem fim de rupturas e fragmentações. No entanto, Stuart Hall salienta que tal pluralidade e crise identitárias podem suscitar novas participações nas estruturas sociais quebrando as acomodações de identidades essencializadas, biologizadas ou com baixa inserção societária. A emancipação das mulheres, a partir do feminismo pode ser citado como um exemplo. Neste, as condições sociais de desigualdades de gênero ganharam destaque em sobreposição ao ideário da submissão feminina como natural ou biológica. (HALL, 2006)

As mídias digitais ocupam papéis de destaque na sociedade da informação. E esta, por sua vez, é elemento articulador das identidades pós-modernas:

As novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade. A comunicação mediada por computadores gera uma gama enorme de comunidades virtuais. Mas a tendência social e política característica da década de 1990 era a construção da ação social e das políticas em torno de identidades primárias – ou atribuídas, enraizadas na história e geografia ou recém construídas, em uma busca ansiosa por significado e espiritualidade. Os primeiros passos históricos das sociedades informacionais parecem caracterizá-las pela preeminência da identidade como seu princípio organizacional. (CASTELLS, 2009, p. 57)

No Brasil, grande parte dos protagonistas imersos na sociedade da informação e suas redes são os jovens. Segundo dados do IBGE, em 2008, no Brasil, o grupo na faixa etária de 15 a 17 anos teve o maior percentual de acessos à internet. De acordo com o Suplemento da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios (Pnad, 2008)³ sobre Acesso à Internet e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal, 62,9 % dos jovens entre 15 e 17 acessaram a internet pelo menos uma vez na vida. A amostragem do Pnad 2008 indica que nas faixas etárias acima de 15 a 17 anos há diminuição do percentual de acessos à internet até a faixa de pessoas com 50 anos ou mais, que corresponde a apenas 11,2% de pessoas que já acessaram a rede mundial de computadores. A idade média das pessoas que não possuem interesse no uso da Internet, independente da questão de acessibilidade, é de 45, 2 anos.

Especificamente, a pesquisa realizada pelo IBGE, em 2008, aponta a comunicação com outras pessoas como o maior motivo de acesso dos sujeitos à rede mundial de computadores. Dos entrevistados, 83,2% afirmaram que a principal finalidade de utilização da internet é a comunicação com outras pessoas. Atualmente, as formas mais acessíveis de comunicação entre internautas são: e-mail, programas de conversação e redes sociais virtuais, como Orkut. Das três opções de comunicação virtual, as redes sociais virtuais são apontadas como as que possuem maior agilidade de informação simultânea entre vários internautas.

Um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital tanto está promovendo da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos. As redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldada por ela. (CASTELLS, 2009, p.40)

A inserção dos jovens na rede mundial de computadores complementa os anseios, comum nesta fase da vida, de socialização com diversas culturas distintas. Na juventude, geralmente, os sujeitos parecem ocupar o máximo de espaços de construção identitária possível. As interfaces das redes sociais virtuais oferecem maior possibilidade de presença dos sujeitos nos diversos ambientes, mesmo que tal ocupação passe do mundo real para o mundo virtual.

³ http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1517, acessado em 29 de abril de 2010, às 20h.



O processo atual de transformação tecnológica expande-se exponencialmente em razão de sua capacidade de criar uma interface entre campos tecnológicos mediante uma linguagem digital comum na qual a informação é gerada, armazenada, recuperada, processada e transmitida. Vivemos em um mundo que, segundo Nicholas Negroponte, se tornou digital. (CASTELLS, 2009, p. 68)

O perfil dos usuários do Orkut⁴, fornecidos pela própria página da rede social, reforça os dados do Pnad 2008 sobre a maior participação de jovens nestes espaços virtuais. No Orkut, 53,48% dos usuários estão entre 18 e 25 anos; 14,99% entre 26 e 30 anos; 6,68% entre 31 e 35 anos; 4,15% entre 36 e 40 anos; 4,14% entre 41 e 50 anos e 3,47% com 50 ou mais anos de idade. Dentre os interesses dos usuários da rede, 44,04 % destaca amizade como fator mais importante; 14,41% consideram namoro como principal interesse; 13,53% opinaram pelo interesse por companheiros para atividades e 13,02% consideram contato profissional como vantagem mais interessante na utilização do Orkut.

A observação do perfil dos usuários de Orkut permite identificar as novas sociabilidades que o mundo das redes virtuais oferece. Estar na rede parece ser sinônimo de inclusão social e de encontros identitários principalmente de quem busca amigos neste espaço. Na atualidade, a preferência dos jovens pelas redes sociais ao e-mail e/ou aos programas de conversação como MSN, Gtalk, pode estar vinculado a quebra do paradigma de espaço e tempo anterior ao da sociedade da informação. Ao postar uma só mensagem no Orkut, todos os amigos, e talvez outros usuários, terão acesso. Beatriz Sarlo pontua, no entanto, que essas novas interações sociais podem ser utilizadas pelo mercado:

Consumidores efetivos ou consumidores imaginários, os jovens encontram no mercado de mercadorias e bens simbólicos um depósito de objetos e discursos *fast* preparados especialmente. A velocidade de circulação e, portanto, a obsolescência acelerada se combinam numa alegoria de juventude” (SARLO, 2000, p. 40-41)

Na realidade virtual, a metáfora de juventude e de inclusão está associada à agilidade com que as trocas simbólicas e interações se processam na dinâmica destas redes. As identidades também são formadas em um campo de constantes negociações. A possibilidade de contato com realidades diversas, com arquétipos culturais distintos, assim como a abertura para auto declarar (e modificar a qualquer momento) sua nacionalidade, orientação sexual e outros dados, reitera a flexibilidade que os processos identitários assumem na pós-modernidade. “A identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos

⁴ Disponível em: <http://www.orkut.com/MembersAll>, acessado em 01 de maio de 2010, às 14h20.



representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 2006, p. 12-13).

O estudo das redes sociais (Social Network Analysis/SNA) foi impulsionado na década de 1970, período de ampliação do processo de globalização e desenvolvimento de tecnologias computacionais. Segundo Scherer-Warren: “esse paradigma de análise de rede parte do pressuposto de que a vida de cada indivíduo depende em grande medida da forma que se encontra ligado a um amplo espectro de conexões sociais dentro de uma estrutura sistêmica” (SCHERER-WARREN, 2007, p. 33)

As redes sociais virtuais, que compõem o nosso objeto de estudo, estão ligadas ao paradigma da sociedade da informação, assim compartilham das características de constantes mudanças e fluidez organizacional. Os grupos humanos plugados em redes sociais se organizam por processos de identificação identitárias. Considerando, como abordamos anteriormente, a fluidez destas identidades, é possível verificar indivíduos que ora participam de comunidades virtuais com perspectivas primárias, vinculadas a grupos nacionais, religiosos, ora de pessoas que sendo brasileiras, por exemplo, se associam a grupos com forte vinculação identitária com outros países, talvez nunca visitados, com outras culturas, distantes muitas vezes das suas realidades cotidianas. Como ressalta Castells:

As novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade. A comunicação mediada por computadores gera uma gama enorme de comunidades virtuais. (...) Os primeiros passos históricos das sociedades informacionais parecem caracterizá-las pela preeminência da identidade como seu princípio organizacional (CASTELLS, 2009, p. 57).

Na disposição de fotografia pessoal no perfil do Orkut, há uma variação entre os usuários que exibem imagens atualizadas de si próprio e os usuários que exibem ícones de outros territórios, outras culturas, revelando a emergência da identidade como forma de organização social. Aparentemente, alguns integrantes da rede virtual buscam a identidade do herói ao postar imagens de artistas famosos, desportistas, personagens de ficção, parentes e animais. A nostalgia parece ascender nova possibilidade temporal de identidade aos usuários que postam fotografias pessoais da infância, por exemplo.

A alteração da identidade virtual dos usuários parece presente nas fotografias pessoais com o uso de programas de edição de imagem, em que, por exemplo, algum indivíduo aparenta maior hipertrofia muscular, como os ditames da indústria cultural apregoam através dos padrões estéticos. Ainda dentre as variadas possibilidades de

construção identitária virtual no Orkut, podemos citar os *fake*, que consiste na criação de um perfil supostamente de uma determinada personalidade pública, ou seja, de uma identidade falsa, mas que garante ao criador do *fake* ser outra pessoa por um tempo determinado. Como Castells (2009) alerta, as redes tanto servem como instrumentos solidarísticos, de emergência de identidades fragmentárias, como para atuação de organizações criminosas. Fazemos essa ressalva, pois nestes casos o limiar entre os pontos anteriormente citados é tênue.

Uma outra característica que se mostrou relevante neste estudo foi a criação e a adoção de ícones identitários internacionalizados. Dois símbolos do mercado internacional, a Coca-Cola e a McDonads possuem centenas de comunidades no Orkut. Uma delas intituladas “Queremos Cola-cola 20 litros”⁵ possui 1.373.068 membros. Na apresentação desta comunidade, a quantidade de seguidores existente é o principal argumento para que mais pessoas se vinculem ao espaço, reiterando a associação destas comunidades com a inclusão social. A página destaca: “MAIS DE 1 MILHÃO de pessoas!!! O q vc tá esperando pra entrar??” (*sic*).

A comunidade “Eu adoro McDonalds⁶”, por sua vez, possui 814.117 seguidores. Na página da comunidade há a descrição: “Sanduíche Batata frita Mclanche feliz Isso Sim que é coisa boa!!!!!!!!!!” (*sic*)

Esses símbolos da mundialização têm a capacidade de criar identidades internacionalizadas. A Coca-Cola e a McDonalds estão presente em quase todo o mundo, e apesar de suas adaptações locais, demarcam identidades e são símbolos familiares em várias culturas. Como destaca Renato Ortiz:

A velocidade das técnicas leva a uma unificação do espaço, fazendo com que os lugares se globalizem. Cada local, não importa onde se encontre, revela o mundo, já que os pontos desta malha abrangente são susceptíveis de intercomunicação. (...) Isso significa que o movimento da mundialização percorrer dois caminhos. O primeiro é a deterritorialização constituindo um tipo de espaço abstrato, racional, deslocalizado. Porém, enquanto pura abstração, o espaço, categoria social por excelência, não pode existir. Para isso ele deve se “localizar”, preenchendo o vazio de sua existência com a presença de objetos mundializados. O mundo, na sua abstração torna-se assim reconhecível. (ORTIZ, 2000, p. 106-107)

⁵ Disponível em: <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=1567308>, acessado em 01 de maio de 2010, às 14h08.

⁶ Disponível em: <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=60981>, acessado em 01 de maio, às 15h50

O uso do Orkut parece aguçar os sentidos da multiculturalidade e da fluidez da identidade dos jovens. A interatividade, a ruptura com padrões anteriores espaço-temporais e a possibilidade de sentir-se incluso em uma sociedade global fragmentada e de acessos a bens materiais e simbólicos desnivelados emergem como características da rede social virtual. A participação em comunidades vinculadas à cultura mundializada parece ser refúgio, o sonho de fazer parte de um conjunto de marcas identitárias que a Coca-Cola e a McDonalds, que foram os exemplos anteriores, simbolizam. No espaço do Orkut, os jovens não são apenas produtores de sentidos, assumindo o lugar de protagonistas das trocas simbólicas, produzindo informações, ainda que seja sobre si mesmo, e difundindo-as, participando de comunidades e fóruns de debates. No entanto, a transitoriedade das identidades juvenis também pode ser utilizada pelo sistema capitalista em uma era difícil de dissociar o consumo do exercício da cidadania.

Referências bibliográficas

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2009. 698p.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000. 238 p.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000. 196 p.

SHERER-WARREN, Ilse. **Redes sociais: trajetórias e fronteiras**. In: DIAS, Leila Christina; SILVEIRA, Rogério Leandro Lima (ORG). **Redes, sociedades e territórios**. 2.ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2007. p. 29 – 50.