



## Notas sobre Marcadores Identitário no Orkut<sup>1</sup>

João Osvaldo Schiavon MATTA<sup>2</sup>  
Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

### RESUMO

Este artigo busca, através de uma pesquisa netnográfica no Orkut, propor um olhar sobre alguns recursos disponíveis para os usuários deste *site*. Com a web 2.0 é possível que os próprios internautas, a partir de alguns parâmetros, produzam o que irão consumir e demarquem assim sua identidade *on-line*.

No Orkut, é possível se construir uma dinâmica presença *online* preenchendo, em qualquer tempo, *grids* com informações pessoais que geram identidades cibernéticas. Estes *grids* preenchidos com diferentes informações podem diferenciar indivíduos e são chamados por nós de marcadores identitários. Estes servem para marcar identidades no ciberespaço do Orkut. A partir destes marcadores, usuários podem construir e expressar suas subjetividades centradas nas dinâmicas deste *site* de relacionamento.

**PALAVRAS-CHAVE:** cibercultura; Orkut; identidade; marcadores identitários; comunidade.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT – Cibercultura e Tecnologias da Comunicação, do Inovcom, evento componente do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo ESPM, email: jmatta@espm.br



## TEXTO DO TRABALHO

*Entre mim e o que em mim  
É o quem eu me suponho  
Corre um rio sem fim.*

*Fernando Pessoa*

## INTRODUÇÃO

Dentre as práticas que ocupam hoje o mundo dos jovens, registrar-se em *sites* de relacionamento e freqüentá-los regularmente tem lugar de destaque. Esta prática tem um importante papel no cotidiano dos jovens, chegando a influenciar seu comportamento. Tal prática envolve o consumo de informações que são compartilhadas em grupo e que podem também ser produzidas pelos próprios usuários destes *sites*. O Orkut é um exemplo deste tipo de espaço. Trata-se de um *site* de relacionamento com grande representatividade entre os brasileiros.

O Orkut é o *site* de relacionamento mais popular entre os latino-americanos (O GLOBO ONLINE, 2007) e, no Brasil, é o mais representativo em termos de número de participantes. Hoje<sup>3</sup> cerca de 54% dos 69 milhões de usuários do Orkut cadastram-se como brasileiros, segundo a comunidade Orkut Statistics que informa esse tipo de dados. Ainda segundo esta mesma fonte, entre seus usuários, 13% tem até 18 anos de idade.

Esse aparente fascínio do jovem internauta brasileiro pelo Orkut fez com que escolhêssemos este *site* de relacionamento para este artigo, mesmo sabendo que existem outros que são também bastante freqüentados: *Friendster* (<http://www.friedster.com>), *MySpace* (<http://www.myspace.com>), *Beltrano* (<http://www.beltrano.com.br>) e *Facebook* (<http://www.facebook.com>), por exemplo. Este último tem sido considerado entre alguns brasileiros como uma alternativa ao Orkut.

É importante ressaltar que os *sites* de relacionamento da internet são previamente parametrizados para serem preenchidos pelos seus usuários. Fazem parte do que vem sendo chamado de web 2.0, que tem seu conteúdo produzido pelos próprios internautas a partir de *grids* pré-estabelecidos. Estes podem ser pensados de forma

---

<sup>3</sup> Acesso em: 8 de fevereiro de 2008.



estratégica e a partir daí delimitados pelos parâmetros do desenvolvedor. No caso do Orkut, o desenvolvedor é a empresa norte-americana *Google*<sup>4</sup> (<http://www.google.com>). Portanto, é importante destacar que estes territórios trazem para seus usuários uma liberdade de produção limitada à parametrização que é dimensionada a partir da tecnologia utilizada pelo desenvolvedor do *site*.

O que descrevemos anteriormente não parece ser o que é veiculado de forma majoritária pela mídia e entendido pelos usuários. Estes acreditam produzir o que consomem dentro do Orkut de forma livre e espontânea. Nossa hipótese é que esta liberdade total de produção não pode ser comprovada nas práticas do Orkut. Além da prévia parametrização, existe uma influência, esta mais transparente ao usuário, de outros veículos de mídia *on-line* e *off-line* que podem ajudar a direcionar o que se produz dentro deste *site* de relacionamento.

Como parte de um sistema midiático, a internet é também palco da circulação de múltiplos conteúdos, entre eles alguns que servem de material para os jovens construírem sua participação no Orkut. Neste texto, iremos nos focar nos diversos espaços existentes neste *site* onde um usuário pode marcar as fronteiras de sua identidade *on-line* deslindando o que é e como pretende ser visto, do que não é e como não pretende ser visto por outros.

A internet é parte de uma revolução tecnológica que, segundo Castells (2005), disponibiliza uma geração de conhecimentos e de dispositivos de comunicação, com a possibilidade de inovação através da realimentação cumulativa, onde os usuários podem se tornar produtores da tecnologia e “artífices de toda a rede” (CASTELLS, 2005, p. 28). Uma revolução que implica não só em novos aparatos técnicos, mas também em suas aplicações sociais. O impacto desta mudança não estaria só no desenvolvimento material das máquinas, mas no fato de indivíduos poderem se apropriar das tecnologias e a partir daí redefinirem-nas, num processo social de inovação a partir da experiência de uso. Esses indivíduos podem atuar como co-criadores e não apenas como usuários passivos. Essa revolução tecnológica a que se refere Manuel Castells é a da informação. Entendemos uma revolução deste tipo à maneira de Thomas Kuhn (2006): trata-se de algo que muda um paradigma e, assim, certas formas de se ver o mundo.

Sabemos que não é a partir desta matriz tecnológica que teve início a utilização de espaços sociais como fonte de produção de sentido. Esta prática vem de antes.

---

<sup>4</sup> Empresa proprietária dos direitos de uso do *site* Orkut.



Entretanto, a internet possibilita que os processos em torno de compartilhamento e troca sejam facilitados e até redefinidos a partir da apropriação que jovens podem realizar no ciberespaço<sup>5</sup>.

Neste artigo, debruçamo-nos sobre a demarcação que jovens realizam no espaço do Orkut para construir suas identidade *on-line*. Nosso objetivo é apoiar a compreensão em torno das motivações juvenis para a construção identitária através de um compartilhamento comunitário de diferentes conteúdos no ciberespaço. Para melhor compreender este processo, realizamos uma observação não participante nas páginas pessoais e de comunidades no Orkut. Neste *site*, páginas pessoais são espaços onde os usuários podem fornecer informações a seu respeito para que outros possam acessá-las. Comunidades são espaços em que se pode discutir um tema em comum. Ambos serão mais detalhados a seguir.

## MARCADORES IDENTITÁRIOS NO ORKUT

No Orkut, um usuário pode se valer de vários níveis de anonimato. Escolhe desde se mostrar apenas através de um simples apelido, que pode ou não identificá-lo diretamente, até revelar muitos dados sobre si e usar fotos pessoais. São várias as possibilidades de se construir um perfil identitário nesse tipo de *site*.

A psicóloga carioca Fernanda Bruno (2005) investiga os novos dispositivos de visibilidade trazidos pelas tecnologias da informação e da comunicação, que, segundo a autora, têm colaborado para as mudanças nas fronteiras entre o público e o privado na contemporaneidade. A pesquisadora revela certa inquietação sobre o que antes se restringia à esfera privada e era distante do olhar público, e, neste caminho, analisa *fotologs* pessoais, *weblogs* e *reality shows* como possibilidades tecnológicas para a exposição pública da vida íntima e do cotidiano de indivíduos comuns. Sem desconsiderar as diferenças técnicas entre o Orkut e os espaços analisados por Fernanda Bruno, consideramos que aquele também se configura como um território de exibição da vida privada. Através dos diversos marcadores identitários disponíveis para os usuários deste *site* – fórum, comunidades, fotos, galeria de amigos, descrição de

---

<sup>5</sup> Ciberespaço é o nome dado a um espaço cibernético. A expressão cibernética, no sentido que utilizamos neste trabalho, foi proposta por Norbert Wiener (1954) e engloba a comunicação entre pessoas, entre pessoas e máquinas, e entre máquinas para a transmissão de mensagens.



personalidade, perfil profissional e pessoal - as fronteiras entre o público e o privado tornam-se nebulosas. Cabe ao usuário modular o grau de nebulosidade delas. Os marcadores identitários presentes nas páginas deste portal comunitário permitem esta modulação na medida em que os internautas preenchem ou não os espaços disponíveis para sua exibição.

Nestes marcadores identitários está presente um constante fluxo na disponibilização de informações que constroem, destroem ou reconstroem os conteúdos compartilhados no Orkut. Trata-se de um trabalho cooperativo e negociado entre os usuários para a construção do que é veiculado. Esta construção, então, é consequência de um processo que é social. Este se dá a partir de informações de fontes também externas ao Orkut, que não é entendido por nós como um fenômeno isolado. É alimentado e alimenta outros meios, participando assim de um sistema midiático mais complexo.

No Orkut, o compartilhamento de conteúdo é também matizado pela sensação de ser visto e observado, de se ter as próprias informações visitadas por outros, tornando público o que é íntimo e privado. Entendemos que o fato do material disponibilizado estar sempre ao alcance de todos funciona como um legitimador do eu. A partir de marcadores identitários disponíveis no *site*, os associados do Orkut podem produzir o material que estará disponível para o consumo dos outros.

Chamamos de marcadores identitários os recursos disponibilizados pelo Orkut para seus associados construírem e escolherem o grau de visibilidade que desejam exibir. Os marcadores colaboraram para a definição do perfil identitário do internauta. Estes são sistemas simbólicos por meio dos quais significados podem ser produzidos e, com isso, posicionar os internautas como sujeitos neste *site* de relacionamento. Significados dão sentido às nossas experiências, àquilo que somos e também àquilo no qual podemos nos tornar. Este nos parece também ser o caso dos internautas que utilizam os marcadores do Orkut como práticas de representação naquele território. Segundo a professora inglesa Kathryn Woodward (2007),

a representação, compreendida, como processo cultural estabelece processos de identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? Os discursos e os sistemas de representação constroem lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar. (WOODWARD, 2000, p. 17)

Estas questões mencionadas pela pesquisadora e que estão relacionadas ao eu presente no Orkut, trazem-nos uma pista da busca simbólica que um internauta faz quando se cadastra no *site* e fornece informações que serão disponibilizadas para o outro na forma de imagens e textos. Os marcadores identitários são, então, representações de lugares construídos a partir dos quais os orkutianos podem se posicionar e podem falar.

Para melhor compreensão do funcionamento dos marcadores identitários do Orkut, utilizaremos como exemplo as páginas referentes à nossa associação a este *site*. A Figura 1 traz a imagem de nossa página de perfil. Nela vemos os diversos elementos que compõem os espaços disponíveis para a identificação do associado. O item A no alto à esquerda mostra a foto do associado com seu nome e, logo abaixo, seus dados pessoais. À direita desta foto, encontramos, mais uma vez, o nome do associado, além de outras informações. Esses itens podem ser declarados ou não. As informações estão divididas pelo próprio Orkut em categorias como sociais, profissionais e pessoais (ver Figura 1). Somadas à foto essas informações retiram o usuário da sua posição de quase-anonimato. Além disto, também podemos observar no item A da Figura 1, à direita, informações adicionais que são alimentadas automaticamente e que revelam quantos recados (ou *scraps*) estão armazenados na área específica para isso, quantos são os amigos do associado que se declaram seus fãs, e quantas fotos e vídeos ele disponibilizou para visualização. Os desenhos de coração, de sorriso e de cubo de gelo representam possibilidades de escolha dos outros usuários para opinarem, respectivamente, sobre ele ser ou não *sexy*<sup>6</sup>, sua confiabilidade e sua simpatia.

O item B da Figura 1 nos mostra as fotos e os apelidos de oito diferentes amigos do associado participantes de sua lista, ordenados cronologicamente: o primeiro à esquerda e acima é o que acessou por último o Orkut. Há um rodízio entre os amigos do associado mostrados em seu perfil; e logo abaixo das fotos, através de um clique, pode ser visualizada a lista completa desses amigos.

### [Ver Figura 1]

Ainda na Figura 1, vemos no item C um exemplo de depoimento, denominação para a declaração pública que determinado amigo do associado pode fazer em relação a

---

<sup>6</sup> Reprodução exata da expressão utilizada pelo Orkut.

este. Estes são, em sua maioria, depoimentos de amizade, declarações de amor e/ou de admiração. Um depoimento deste tipo só é disponibilizado para todos após receber a autorização do dono do perfil: além da disponibilização do perfil e da lista de amigos de um usuário, e da troca de mensagens (*scraps*) entre associados, o ingresso no Orkut permite também a participação em uma ou em mais comunidades. No item D vemos as imagens e os nomes de nove comunidades<sup>7</sup> das quais o associado faz parte. As comunidades são mostradas de forma aleatória; portanto, cada vez que se entra em uma página de perfil, nove diferentes comunidades são mostradas. O usuário poderá ver um perfil diferente do associado a cada visita à página. Quanto mais amigos o associado tiver e a quanto mais comunidades pertencer, maior a possibilidade de variação.

Quem optar em participar destas tem a chance de criar fóruns de discussão e enviar mensagens com informações e opiniões a qualquer usuário, conforme vemos no item G da Figura 2. O item G também mostra a existência de um espaço para a criação de enquetes sobre qualquer assunto, assim como uma área para a divulgação de eventos. Cada participante tem, ainda, um lugar próprio com a miniatura de sua foto, com seu nome, mostrada ao lado das de todos os outros e que permite o acesso à sua página pessoal, conforme ilustra o item F da Figura 2. Trata-se da lista de associados pertencentes a este grupo, disponível para qualquer um que queira consultá-la. É também uma lista ordenada cronologicamente: o primeiro da lista é o último a ter acessado o *site*.

Ainda na Figura 2, podemos ver mais três características da página de uma comunidade. O item I mostra a imagem que será divulgada na página de perfil do participante; o item D traz várias ilustrações de outras comunidades. Estas podem ser mudadas a gosto do proprietário<sup>8</sup> ou serem suprimidas, o que não é comum no Orkut. O item E mostra o nome da comunidade, sua descrição, o idioma em que os membros majoritariamente se manifestam, a categoria à qual pertencem, o nome ou apelido de seu proprietário e criador, o nome dos mediadores, data e local da sua criação. Por fim, o item H, opcional, pode sugerir outras comunidades a ela ligadas.

### [Ver Figura 2]

---

<sup>7</sup> Utilizamos aqui a expressão comunidade por ser exatamente esta a utilizada pelo Orkut. Entretanto, trabalharemos a seguir o conceito de comunidade associado ao de redes sociais que dá a esta expressão maior amplitude conceitual que está sendo utilizada nesta parte do texto.

<sup>8</sup> Toda comunidade do Orkut tem um proprietário que é chamado pelo *site* de dono. Este tem privilégios de parametrização da comunidade tais como: expulsar um participante “indesejado”, mudar as características da comunidade, transferir esta comunidade para outro dono, entre outras coisas.

## O COMPARTILHAR EM COMUNIDADE

Um marcador identitário é, portanto, um caminho para se produzir o material que será compartilhado entre os habitantes do Orkut.

Segundo afirma a pesquisadora Gisela Castro (2005), ao trabalhar o conceito de tribos de ciberouvintes que compartilham música através da internet, o compartilhar no ciberespaço pode ser entendido como “sintoma dos novos modos de produção de subjetividades”. Trata-se de uma cibersubjetividade produzida e compartilhada “através de laços afinitários em torno do lúdico, do imaginário, dos pequenos acontecimentos cotidianos [...]” (CASTRO, 2005, p. 50). Os espaços compartilhados pelos usuários do Orkut, como locais para pequenos e importantes acontecimentos cotidianos, permitem que esses laços sejam potencializados e mantidos. Os marcadores identitários como sistemas simbólicos podem ser os responsáveis pelo estabelecimento de elementos do lúdico e do imaginário aos quais se refere a autora. Entre intersecções e diferenças nas características do conteúdo compartilhado por diversos internautas, podem-se encontrar razões para o estar junto. Além disso, a pesquisadora cita os novos modos de produção de subjetividades. Entendemos os marcadores identitários do Orkut como potenciais modos para este tipo de produção entre os jovens frequentadores daquele ciberespaço. Portanto, não se produz apenas materiais a serem compartilhados entre os orkutianos, este também pode ser um espaço para novas experiências e subjetividades serem produzidas.

Nesse contexto, vemos que os marcadores identitários funcionam como posicionamentos para serem assumidos pelos orkutianos. São posições que estes podem adotar e com as quais podem se identificar, apoiando, assim, a constituição de suas identidades. Com isto, os termos identidade e subjetividade mostram-se intercambiáveis e com uma considerável sobreposição entre eles. Trabalhamos os conceitos subjetividade e identidade como menciona Woodward (2000). Para esta autora,

(...) nós vivemos nossa subjetividade em um contexto social no qual a linguagem e a cultura dão significado à experiência que temos de nós mesmos e no qual nós adotamos uma identidade. Quaisquer que sejam os conjuntos de significados construídos pelos discursos, eles só podem ser eficazes se eles nos recrutam como sujeitos. (WOODWARD, 2000, p. 55)



Subjetividade nos leva à compreensão que podemos ter de nós mesmos, enquanto a identidade nos leva às posições que assumimos e com as quais nos identificamos. Um processo de produção de identidade envolve sentimentos que podem ser abarcados se explorarmos nossa subjetividade. Esta é capaz de nos explicar certas razões pelas quais nós nos vinculamos a identidades específicas. Há tipos de identidades que nos levam a expor nossas próprias vidas a riscos para defendê-las. Identidades nacionais, folclóricas e étnicas são exemplos. Temos acompanhado através da mídia conflitos étnicos que acontecem em regiões como a antiga Iugoslávia, onde “sérvios, croatas e bósnios tentam reafirmar suas identidades, supostamente perdidas, buscando-as no passado [...]”. (WOODWARD, 2000, p. 11). O estudo da luta identitária neste fragmentado território é relatado pela autora como ilustração do conceito de identidade. Este nos vale aqui para dar ênfase ao grande investimento que somos capazes de fazer para defender nossas identidades, mesmo que nesta luta construamos novas.

No Orkut, por exemplo, constatamos a existência de processos de produção de identidade que são fonte para a construção das cibersubjetividades que citamos. Ao mesmo tempo em que são fontes, são também alimentados pelos reflexos dos sentimentos provenientes das experiências subjetivas dos orkutianos.

Ainda segundo Woodward (2000, p. 14), “a identidade é, na verdade, relacional, e a diferença é estabelecida por uma marcação simbólica relativamente a outras identidades”. Portanto, este processo de produção da identidade de um orkutiano também é afetado pelo respectivo processo dos outros. O resultado se dá a partir do estabelecimento de fronteiras simbólicas relativas entre as identidades produzidas. Este processo é ininterrupto e relacional. Dá-se a partir da convivência entre os internautas que habitam o Orkut.

Bauman (2005) nos fala sobre uma necessária convivência entre os conceitos de identidade e de comunidade. Segundo o pensador polonês, uma identidade se estabelece e pode ser expressa caso tenhamos um outro para reconhecê-la, que a legitime da forma como a construímos. Uma comunidade, então, seria um espaço de compartilhamento de identidades a serem assumidas e expressas. O autor narra a dificuldade que teve quando, ao ser informado de que seria homenageado em uma cerimônia na Universidade Charles de Praga, deveria indicar qual o hino nacional a ser tocado em tal evento. Morava na Inglaterra, onde atuava como professor titular em uma universidade, mas nascera na Polônia. Era visto como um estrangeiro pelos ingleses, inclusive pelos seus alunos. Por

outro lado, o governo de sua Polônia natal o havia proibido de trabalhar como professor, retirado sua cidadania e promovido sua expulsão. Diante disto, resolveu acatar a sugestão de sua mulher: seria homenageado ouvindo o hino do continente europeu. Acabou por entender que faria sentido a ele retirar a nacionalidade da sua definição de identidade, nacionalidade tornada inacessível a ele.

Segundo este pensador, identidade é tema de preocupações e controvérsias, é um processo e não um alvo fixo. As comunidades virtuais são também moduladas, variáveis segundo as identidades de seus membros. De acordo com o raciocínio que trabalhamos até então, estas podem ser vistas como um conjunto das subjetividades dos seus participantes que vivem um fluxo contínuo de construção identitária.

A origem da internet está enraizada, entre outras coisas, em seu uso social e nos hábitos interativos desenvolvidos pelos seus usuários. Segundo Castells (2003), as comunidades virtuais são uma das quatro camadas em que foi estruturada a cultura da internet. As outras três seriam a cultura tecnomeritocrática, a cultura *hacker* e a cultura empresarial. A cultura tecnomeritocrática está enraizada na ciência e na academia; a *hacker* é responsável pela maioria das inovações tecnológicas na internet; e a empresarial explora a rede como um território comercial.

Neste momento de nosso texto, direcionamo-nos para a análise da camada formada pelas comunidades virtuais, sendo estas trabalhadas em um sentido mais amplo que o citado anteriormente como parte dos marcadores identitários do Orkut.

O sociólogo canadense Barry Wellman (1999) traça uma arqueologia das pesquisas sociológicas que tratam da questão das comunidades em geral até chegar à sua forma de problematizar as virtuais. O autor parte da visão de comunidades consideradas como suporte de solidariedade para seus membros. Assim, resgata estudos de pesquisadores que consideram questões como vizinhanças solidárias, fronteiras físicas e atividades comuns como premissas para o estabelecimento comunitário. O autor sugere que questões como a globalização, as grandes dimensões das cidades com suas populações com diferentes interesses, as constantes migrações de indivíduos em busca de novas oportunidades de trabalho, e a facilidade de transporte e de comunicação entre longas distâncias tenham impactado também nas motivações em torno da construção de comunidades. Isto trouxe a possibilidade também de entendê-las através de uma ótica diferente da utilizada até então que contemplava idéias como vizinhanças solidárias, fronteiras físicas e atividades comuns como sua cola de constituição.

Apesar do desgaste que a expressão comunidade virtual sofreu nos últimos anos com sua utilização desenfreada pela mídia de massa e também por executivos da área de marketing que a empregam para ilustrar deliberadamente suas falas sobre o ciberespaço, faz sentido, em nosso entendimento, utilizarmos a visão criteriosa de Wellman (1999) sobre as questões que envolvem um olhar diferenciado sobre as comunidades virtuais. O autor sugere olharmos uma comunidade como uma rede social. Esta pode ser uma forma de se entender comunidades, organizações ou sistemas políticos mundiais. Uma rede social torna-se então uma forma de se analisar uma comunidade que, em nosso caso, estamos tratando como virtual<sup>9</sup>.

Nas palavras do autor,

social network analysis has freed the community question from its traditional preoccupation with solidarity and neighborhood. It provides a new way to study community that is based on the community relationships that people actually have rather than on the places where they live or the solidary sentiments they have<sup>10</sup>. (WELLMAN, 1999, p. 17)

Olhar uma comunidade como uma rede social evita termos que assumir que indivíduos participantes precisem interagir apenas motivados por vizinhanças fronteiriças, por graus de parentesco e também por divisões de atividades. Esta visão não é contrária a estas formas de constituição comunitária, apenas tira sua condição de pré-requisito para uma comunidade se estabelecer. São também formas de constituição, mas não as únicas. As redes sociais suportadas por computador, como argumenta Barry Wellman e Gulia em um capítulo do livro *Networks in the global village: life in contemporary communities* organizado por Barry Wellman (1999), são apenas um dos caminhos pelos quais indivíduos estabelecem suas interações. Isto não se dá separado de uma realidade *off-line*. As comunidades virtuais, como um tipo de rede social, formam-se a partir de um processo onde os participantes também trazem consigo suas bagagens identitárias de gênero, suas posições de classe, seus posicionamentos em outros tipos de redes sociais e suas conexões *off-line* com outros indivíduos. Para esses autores, a

---

<sup>9</sup> Poderíamos também utilizar a expressão comunidade cibernética por estarmos estudando as comunidades presentes no ciberespaço. Entretanto, optamos por tratar as comunidades como virtuais respeitando a expressão de Castells (2003), como dissemos, considera as comunidades virtuais como uma das camadas que constituem a internet.

<sup>10</sup> “A análise da rede social livrou a problemática da comunidade de sua tradicional preocupação com a solidariedade e com a vizinhança. Ela oferece uma nova forma de se estudar comunidade que é baseada nas relações comunitárias locais onde vivem ou nos sentimentos solidários que têm” (Tradução livre nossa).

questão gravita em torno do impacto da arquitetura (des)hierarquizada da internet nas relações entre os nós da rede. Sendo assim, é preciso investigar sobre quais os tipos de suporte e de intimidade que se estabelece a partir destas redes sociais e sobre qual o nível de envolvimento que se constitui no mundo *off-line* a partir da participação nestas comunidades suportadas por computador. Estas questões, entre outras, norteiam nossa investigação sobre as fãs e antifãs de Avril Lavigne no Orkut.

Zygmunt Bauman (2005) analisa dois tipos de comunidades: as de vida e destino, e as de idéias e princípios. O primeiro tipo liga a identidade ao local de nascimento. Recebe-se ao nascer e é transferida de pai para filho. Consideram-se aspectos de vizinhança e de parentesco. O segundo tipo, uma identidade estabelecida em torno de idéias e de princípios, está próximo da forma como Barry Wellman (1999) vê as comunidades virtuais como redes sociais. Seus nós (membros) estabelecem um compartilhamento comunitário em torno de diferentes aspectos, como por exemplo, o culto de fãs a uma celebridade como Avril Lavigne. No Orkut, onde se pode construir e expressar identidades atreladas a um mundo de diversidade cultural, esta contemplação comunitária pode ser estudada. Maffesoli (2006) entende este tipo de espaço comunitário, como é o Orkut, como parte de um processo de neotribalização. Segundo este autor, a vida contemporânea apresenta traços de uma busca por um sentimento de pertencer, e as novas tribos seriam os espaços que pontuam esse pertencimento. A tribalização de nossos tempos difere de outras épocas pelas características sociais do momento atual como, por exemplo, a tecnologia, que pode permitir a um indivíduo viver sozinho sem estar isolado através de uma filiação a uma rede social.

Maffesoli (2006) trabalha com o conceito de tribos que, segundo ele, estabelecem e mantêm vínculos afetivos entre seus membros e cuja proximidade é estabelecida a partir de dimensões emocionais. São vínculos criados a partir do compartilhamento de idéias, de sonhos, de desejos e de princípios. Em conferência ministrada na ECA/USP (informação verbal)<sup>11</sup>, ao mencionar o caráter complementar que as comunidades exercem no processo de construção identitária, o professor Muniz Sodré afirmou que “ser é estar socialmente junto”. As comunidades virtuais da internet, presentes de forma significativa na *world wide web*, podem ser vistas como novas formas de ser e de estar junto no espaço e no tempo. É uma das formas que muitos jovens têm encontrado para construir sua identidade a partir do vínculo com outros. As

---

<sup>11</sup> Conferência realizada em 29 de março de 2007 na abertura do semestre do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP.



comunidades virtuais são espaços de compartilhamento do que esses usuários são, do que gostariam de ser, do que acreditam que sejam e de como imaginam ser percebidos. A visão destas comunidades virtuais como redes sociais nos conduzem a este tipo entendimento.

Supomos que os jovens presentes nas comunidades do Orkut encontrem caminhos para construir suas identidades: podem participar de uma ou mais tribos representando diferentes papéis que, em conjunto, montam e desmontam suas identidades, ao mesmo tempo em que as expressam. Conseqüentemente, podem surgir vários perfis como resultado de um nomadismo identitário, que esses jovens podem considerar como forma de expressão e pertencimento comunitário. Um único usuário pode participar de tribos esportivas, sexuais, religiosas e de música ao mesmo tempo: na tribo esportiva, seu perfil atlético entra em ação; na religiosa, toma a frente o perfil religioso. E assim estabelece identidades nômades e fragmentárias, experimentando diferentes modos de ser.

## **A TÍTULO DE CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Partimos de nossas inquietações acerca do público jovem para escrever este artigo. Nossas atuações profissional e acadêmica direcionaram-se, nos últimos tempos, para questões que envolvem o consumo juvenil no ciberespaço. Portanto, este tema é nosso foco como pesquisador e professor.

De forma bastante evidenciada, há a possibilidade do esvaziamento do Orkut como principal referência entre os brasileiros. Diferentes *sites* de relacionamento com novas propostas têm surgido e tendem a ocupar sua posição privilegiada na preferência dos jovens. Entretanto, mesmo que isto venha a ocorrer em um futuro próximo, temos a convicção de que nossas reflexões acerca dos marcadores identitários desta parte do ciberespaço continuarão a fazer sentido, já que este artigo utilizou o Orkut apenas como exemplo deste processo social.

O Orkut nos parece estar pautado por um nexos de efemeridade. Não queremos dizer com isso que este *site* de relacionamento faça parte de um sistema com um grau de efemeridade como o de moda, por exemplo. Como matriz de sentido da contemporaneidade, a cibercultura tem potencial para fazer circular diferentes lógicas. Pensá-la apenas sob um olhar da efemeridade seria um erro de nossa parte. Em nossa



pesquisa procuramos descrever e analisar a cibercultura a partir de diversas óticas. Entretanto, a vasta dimensão de seus limites não elimina a possibilidade da idéia de reciclagem de novidades. É este olhar que temos sobre o Orkut. Surgido como uma grande novidade, este portal de relacionamentos nos parece estar envolvido em um processo de substituição. Outros *sites* de relacionamento, principalmente os que tratam de temas específicos, parecem estar gradualmente desbancando o Orkut na preferência dos jovens.

Seria precipitado de nossa parte pretender deslindar as motivações que poderiam alicerçar esta situação, já que é um processo que percebemos ainda em estado embrionário. Nossa idéia é trazer como questão a substituição de *sites* de relacionamento como o Orkut por outros. Voltados, por exemplo, exclusivamente ao entretenimento e com recursos adaptados à sua proposta, este é o caso do *LastFM*. Esta nossa menção tem por propósito deixar em suspenso uma pulverização nas chamadas redes sociais na internet. O Orkut, assim como outros *sites* de relacionamento genéricos, parece-nos um espaço que se habituou a centralizar milhões de usuários. Vemos uma tendência de mudança destes patamares para milhares quando falamos em redes sociais temáticas. Talvez o número de associados de um *site* como o Orkut não caia, já que não há barreiras para se continuar registrado sem participar. Constatamos em nossos estudos uma migração da utilização regular de *sites* de relacionamento genéricos para outros *sites* temáticos. Apesar de não encontrarmos índices estatísticos que comprovem ou descartem nossa hipótese, o que percebemos é um número cada vez menor de usuários simultaneamente *on-line* no Orkut. Os internautas parecem se encontrar de forma pulverizada em outras redes sociais com propostas específicas, como é o exemplo do *LastFM* que permite seu uso de forma simultânea a outras atividades *on-line*.

Mesmo diante desta mudança, acreditamos que nossa forma de entender os marcadores identitários presentes no Orkut pode ser aplicada para se estudar os comportamentos dos usuários nestes outros *sites* de relacionamento que estão surgindo. O *LastFM*, por exemplo, é um espaço que possibilita que se construa ciberidentidades. A mesma estrutura de construção identitária que percebemos no Orkut nos parece estar presente nestes outros espaços de relacionamento, o que valida a colaboração de nosso estudo para o entendimento de certos processos sociais da cibercultura.

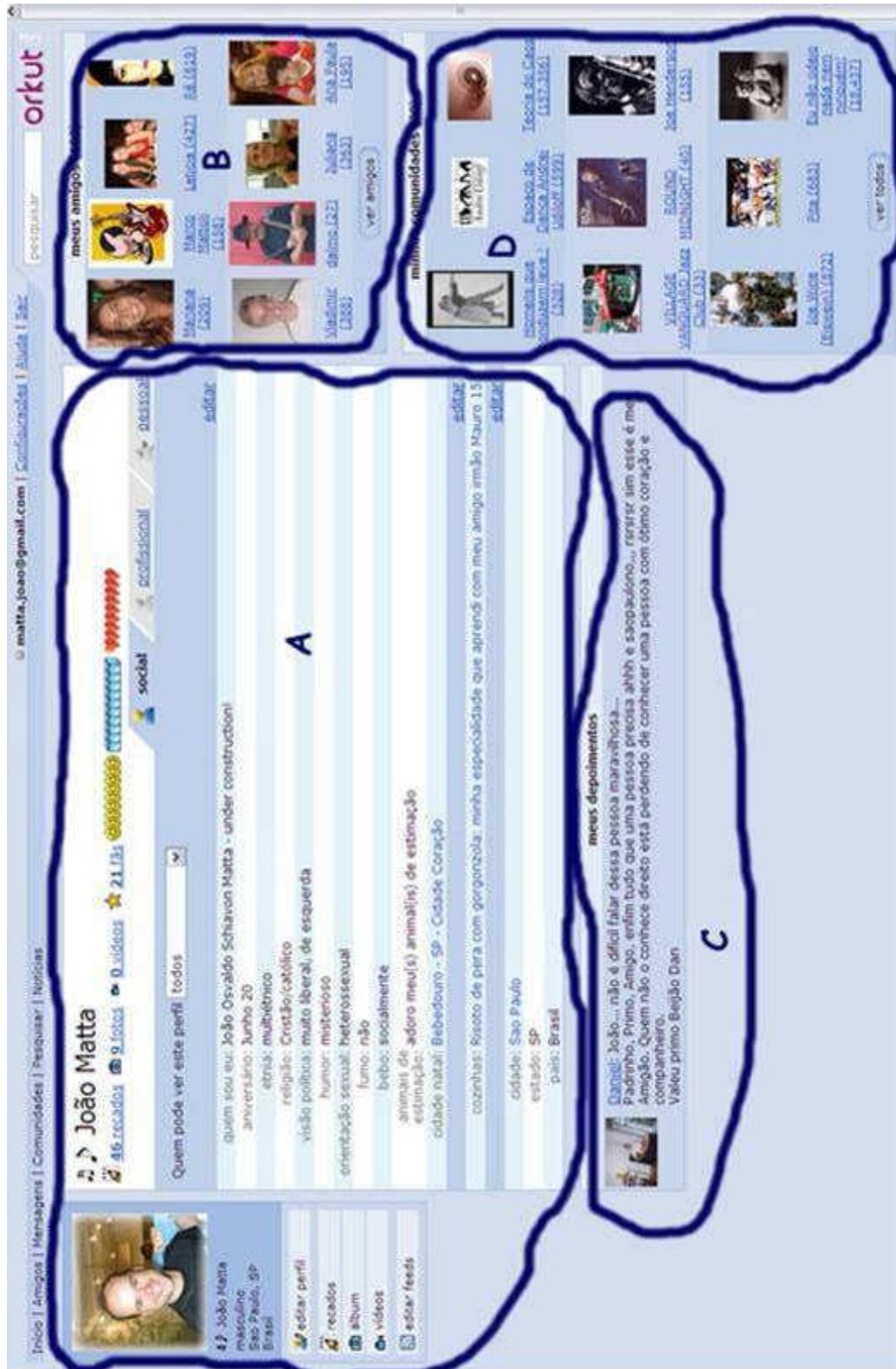


Figura 1 - Página de perfil do pesquisador.

Fonte: <http://www.orkut.com> - gravado em: 02 de agosto de 2007.

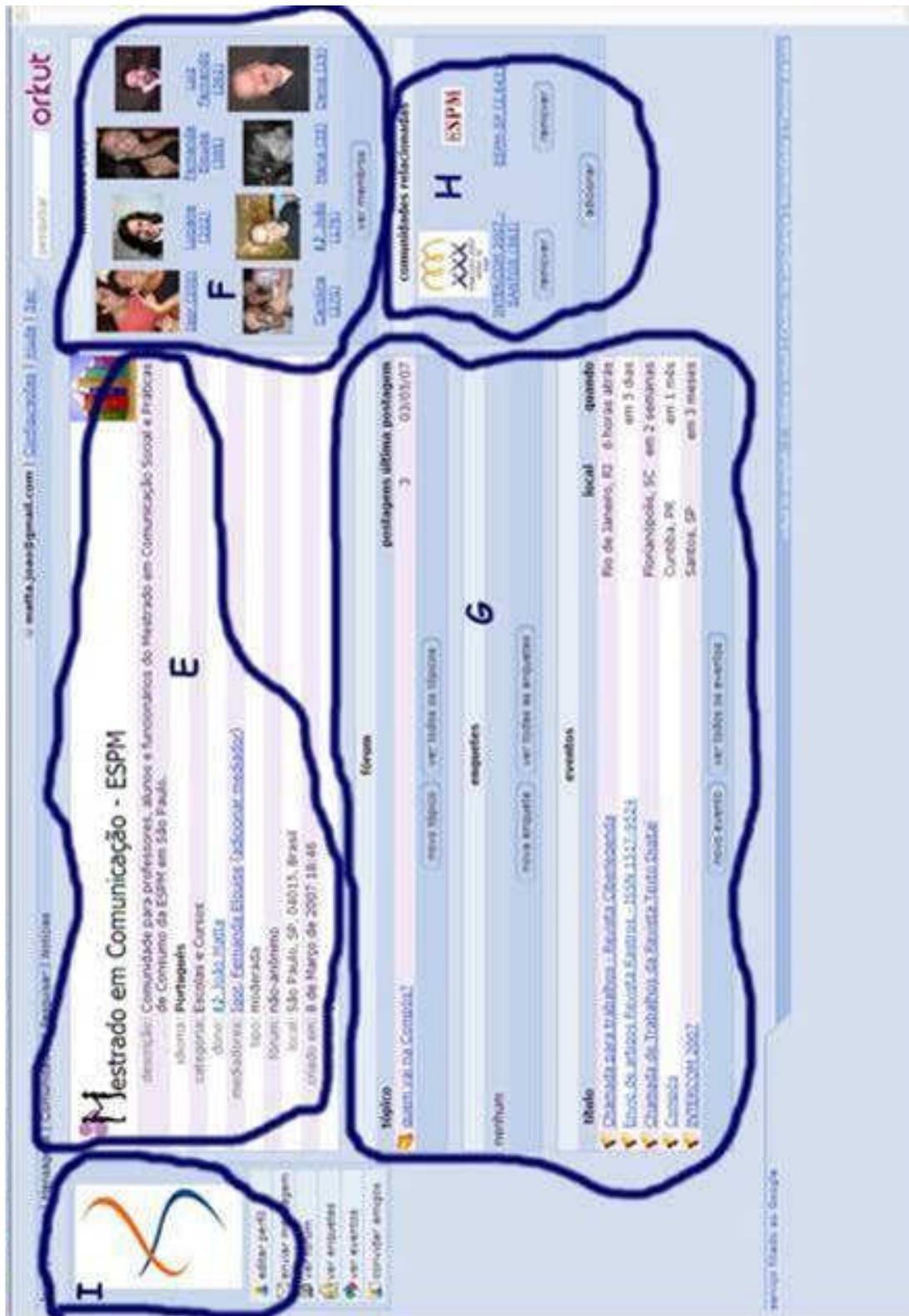


Figura 2 - Página inicial de comunidade que o pesquisador é integrante.  
Fonte: <http://www.orkut.com> - gravado em: 30 de junho de 2007.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2004.

\_\_\_\_\_. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2005.

BRUNO, Fernanda. **Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows**. Revista Contemporânea. Vol. 3, nº2 p 53 – 70, Julho/Dezembro 2005.

CASTELLS, Manuel. **Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2003.

CASTRO, Gisela G. S. **Web Music: produção e consumo de música na cibercultura**. Revista Comunicação, mídia e consumo, São Paulo, SP, v. 1, n. 2, p. 7-19, 2004.

\_\_\_\_\_. **As tribos de ciberouvintes: música e internet**. Revista Logos: comunicação e universidade. Vol. 1, Nº 22. Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social, 2005.

HINE, Christine. **Virtual ethnography**. London: Sage, 2000.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru, SP: Edusc, 2001.

KUHN, Thomas S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo, SP: Perspectiva, 2006.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre, RS: Sulina, 2004.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades pós-modernas**. Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitária, 2006.

TURKLE, Sherry. **Life on the screen: indentity in the age of the internet**. New York, NY: Touchstone, 1997.



WELLMAN, Barry. **Networks in the global village: life in contemporary communities.** Boulder, Colorado: Westview, 1999.

WIENER, Norbert. **Cibernética e Sociedade: o uso humano dos seres humanos.** São Paulo, SP: Cultrix. 1954.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz, Tadeu da. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

### **WEBSITE CONSULTADO**

O GLOBO ONLINE. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2007/08/01/297063433.asp>>. Acesso em: 3 de agosto de 2007.