

**A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE  
MEMBROS ADOLESCENTES E/OU JOVENS DO ORKUT  
– UMA ANÁLISE DISCURSIVA DOS PERFIS**

*Kelly Christine Lisboa Diniz*

[kcldiniz@hotmail.com](mailto:kcldiniz@hotmail.com)

**O papel que um indivíduo desempenha é talhado de acordo com os papéis desempenhados pelos outros presentes. (Goffman, 1996)**

A extensão do ciberespaço, ou seja, do espaço virtual, deu se em função do imprescindível desejo dos indivíduos em sociedade de interagir sem se expor à violência, aos perigos dos grandes centros urbanos e ao desgaste que as relações “reais” muitas vezes significam devido ao seu grau de exigência com relação a tempo dedicado à interação, responsabilidade mútua, bem como outras normas de comportamento. Nesse contexto, surge o *Orkut*, como tantos outros *softwares* sociais, da necessidade de interação virtual.

### O QUE É *ORKUT*?

*Orkut* é um *software* social, como já dito, que foi criado em 19 de janeiro de 2004 pelo engenheiro turco *Orkut Büyükkökten*. Este novo sistema de redes sociais é filiado a *Google* e tem como principal objetivo a formação de novas amizades e novos relacionamentos. Para fazer parte da rede, os participantes constroem um perfil que deve conter desde características básicas, como: nome, idade e sexo, a informações secundárias, como: o que gosta de fazer, que tipo de música prefere, comida preferida, estilo de roupas.

A criação do *Orkut*, segundo Recuero (2007, p. 3), é baseada na teoria dos *Six-Degrees* (seis graus de separação), mediante essa teoria “todo e qualquer indivíduo está conectado a qualquer outra pessoa por uma rede de, no mínimo, cinco intermediários”.

Além do perfil que é delineado logo na primeira página e exposto na rede para qualquer usuário que faça parte do sistema, há

## ANÁLISE DO DISCURSO II

também dentro do Orkut a formação de comunidades que se organizam em torno de temas. Essas comunidades acabam caracterizando grupos de pessoas que pensam da mesma forma ou que possuem alguma característica em comum abordada pelo tema da comunidade.

Outro aspecto relevante desse *software* é o número de usuários que conquistou, de acordo com dados do *Google*, software responsável pelo *Orkut*, até setembro de 2006 o sistema possuía mais de trinta e um milhões (31.727.243) de usuários cadastrados.

Dentro desse quadro, o Brasil aparece como o país com o maior número de membros, superando inclusive os EUA, pois cerca de 62,48% dos usuários do sistema, aproximadamente 18 milhões de usuários, declaram-se brasileiros. Desse número, a grande maioria é formada de jovens entre 18-25 anos, 61,36% – ainda que essa faixa de idade não possa ser provada, uma vez que o sistema não permite idade menor que 18 anos, no entanto pela construção dos perfis nota-se que há usuários de todas as idades, inferiores à 18 anos, que se declaram com 18 por não haver outra alternativa.

### A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM NOS PERFIS DO *ORKUT*

Lévy (2001, p.129) fala do espaço virtual como sendo um objeto, ou seja, a Internet é um lugar comum, um objeto dinâmico, construído e alimentado por aqueles que o utilizam. Dessa forma, na concepção do autor, esse objeto se constrói em eventos sociais, acontecimentos interativos; isto é, numa dinamicidade social.

Aproveitando-se desse pensamento, podemos afirmar que a Internet como fruto dessa dinamicidade, programa seus recursos a fim de se tornar uma janela cada vez mais atrativa para seus usuários. A criação do *Orkut* bem como outros sistemas sociais e o número de usuários que aderem a esses sistemas são provas de que ao mesmo tempo em que há um recolhimento social, há uma constante busca do ser humano de expor-se aos outros.

Analisando os perfis no *Orkut* se percebe que as características pessoais que os membros delineiam de si mesmos são, de certa forma, homogêneas, pois é possível observar que os membros desse sistema estão sempre muito preocupados em se apresentar para

## *Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos*

os outros por meio de aspectos positivos do seu *eu*. Ou seja, os indivíduos estão preocupados em transmitir uma impressão e é na interação, principalmente por meio da expressividade discursiva é que essa necessidade de causar impressão será mais evidente.

Por considerar a imagem como pública, podemos acrescentar que no *Orkut* a imagem é basicamente verbal, uma vez que as fotos estampadas não raras vezes ressaltam momentos de alegria e contentamento pessoal. A linguagem verbal dos perfis são, dessa forma, bem marcada por palavras de autovalorização.

O sistema oferece muitos outros meios de expressão de idealização da imagem, por exemplo, os membros usam com cada vez mais frequência os recursos semióticos presentes cada dia mais implementados, como: fotografia pessoal de apresentação, *smiles* (carinhas retratando seu estado de espírito do dia) com uma frase do dia e aplicativos que simulam abraço, beijo, alegria, tristeza, raiva; álbuns de fotografia, agora, com capacidade para 10.000 (dez mil fotos); bem como outros aplicativos sempre voltados para o que se quer representar naquele momento.

Esses recursos são usados a fim de chamar a atenção dos outros usuários para que leiam e mostrem interesse pela representação que traçam de si. Essa estratégia, de fato, funciona, pois, como Goffman (1996, p. 11) diz, os indivíduos se interessam pelas informações sobre a vida de uns aos outros pelo fato de que essas informações darão indícios do que cada um espera do outro e se atendem às exigências uns dos outros. Se alguém é desconhecido, a aparência vai servir de fonte de informações a respeito do indivíduo analisado. As aparências, segundo o autor, são determinantes do enquadramento dos indivíduos em determinados cenários sociais.

Dessa maneira, os usuários afins se adicionam e interagem por meio de recados deixados no sistema e, quase sempre, de domínio público, quando o usuário não solicita privacidade. Outro meio que recorrem para que haja interação é a página de recados e de fóruns nas comunidades, informando algo novo ou relevante a respeito do assunto abordado ali.

Neste caso, para que haja sempre intercâmbio, devem-se haver também novidades para ser comentadas, por exemplo, a atualiza-

## ANÁLISE DO DISCURSO II

ção do perfil, a inserção de fotos nos álbuns que podem ser criados dentro do sistema, tudo na tentativa de chamar a atenção dos outros usuários.

A pretensão de manter a face positiva é muito grande para que não haja rejeição por parte dos outros membros que não se sentirão atraídos por uma página em que não haja comentários para se ter. Essas atualizações cumprem o propósito de destaque social, uma vez que após cada atualização feita, são enviados lembretes para todos os membros que compartilham a amizades daqueles que realizaram tais atualizações, mantendo-se assim uma reafirmação social entre o grupo.

Para tratar de como todos esses recursos mais a elaboração do discurso constituem não só elementos de preservação como também de elevação da face, precisamos entender a concepção de face para este trabalho.

Face, tecnicamente, significa a imagem pública de uma pessoa. Em uma situação de interação, como é o caso do *Orkut*, há um constante esforço para se empreender uma imagem de amizade, camaradagem, solidariedade para que o grupo a aceite a contento.

A necessidade de construção de uma face positiva, segundo Brown (1987, p. 61), dá-se pelo fato de que a face positiva representa o “ser aceito”, até mesmo querido pelos outros de uma dada comunidade social, o membro do grupo na tentativa de criar uma face positiva, ele também estabelece que suas atitudes sejam condizentes com as dos outros.

Com isso, empreenderemos uma apresentação de análise de alguns perfis do sistema de interação social *Orkut*.

### ANÁLISE DOS PERFIS

Esta pesquisa monitorou cerca de cem perfis de jovens entre 18 e 25 anos na busca por elementos que provassem a presença da criação e elevação da auto-imagem. Foi percebido que o elemento linguístico mais marcante nessas breves descrições do *quem sou eu* no perfil do *Orkut* consiste de sintagmas adjetivos quase sempre formados por intensificadores mais adjetivos. A presença de um lé-

xico de auto-afirmação nos permite concluir que há um grande esforço da parte do interlocutor em se mostrar aceitável nas relações pretendidas naquele ambiente de interação.

Como defende Goffman (1996, p. 9), as pessoas tais quais os atores se apresentam sob máscaras de um personagem que interage de acordo com que os outros personagens esperam dele. No ambiente virtual, atrás dessas máscaras não é possível se definir a “real” conduta do “ator”, visto que não há confissão, nem tampouco análise de gestos e de comportamento nesse ambiente, há apenas a expressão linguística de sua autodefinição.

As análises apontaram que diante da questão *quem sou eu* muitos se omitem, outros se valem de músicas, poemas e frases feitas. O intertexto é um recurso que está bem presente nesse ícone e é bem viável a fim de criar uma imagem popular e facilmente resgatável pelo público que lê o perfil.

Para empreender uma análise do *quem sou eu* do *Orkut*, buscamos pressupostos mais amplos do que o que conceitua a AD francesa apresentado por Maingueneau apud Oliveira (2006) que acredita que a análise do discurso é um termo que designa menos um campo de investigação delimitado do que certo modo de apreensão da linguagem. Por supor que o discurso não pode ser o objeto de uma abordagem puramente linguística.

É imprescindível discriminar quatro pontos fundamentais: Ato de linguagem, o Texto, o Sujeito e as Processo de Produção (contexto e situação).

O primeiro conhecido como Ato de Fala ou Objeto de Fala é, na perspectiva de Austin (apud Pinto, 2006, p.57), a linguagem como atividade construída pelos interlocutores, ou seja, a linguagem é uma ação. Por sua vez, o texto será considerado associado à noção situacionalidade, conhecimento compartilhado, ao mesmo tempo em que leva em conta a relevância discursiva de certas formas de coesão, bem como seu contexto e a situação de produção.

No exemplo que se segue, o nome do perfil é: *Sou muito legal EU SOU + EU!!!!*, ou seja, o lugar reservado para o nome do membro que é ocultado por uma característica pessoal, com isso, apenas os membros que já o conhecem conseguirão identificá-lo.

## ANÁLISE DO DISCURSO II



Na saudação do dia, ou estado que se encontra no dia, mensagem pessoal, este usuário reafirma: *Sou muito legal! Bjs, Para todas as mulheres que entrar no Orkut*, além de apresentar qual o público alvo da sua mensagem: *as mulheres*.

Na descrição do “Quem sou eu”, sintetiza: *Eu sou muito simpático*.

O exemplo apresentado mostra que a face positiva foi construída pelo excesso na linguagem utilizada na apresentação a fim de ser aprovado pelos receptores, que ele supõe que sejam mulheres e que acessarão sua página. Esse exagero é visto primeiro no uso de verbo na 1ª pessoa do singular (Sou), além de estar presente na escolha lexical dos adjetivos: “legal”, “simpático”. O uso de exclamações repetitivas, no espaço virtual, também sugere esse excesso, uma vez que denotam ênfase na entonação do que se quer expressar.

Focalizando na descrição do objeto de maior relevância na nossa análise, o questionamento *quem sou eu é* importante notar que o tópico das frases sempre explicita o que há de mais importante na oração. No exemplo tratado, a preocupação primordial do usuário era a de apresentar-se, de mostrar “quem era”; dessa forma, ele inicia sua investida com o tópico como o sujeito, o *Eu*, o elemento mais relevante do discurso.

De acordo com Benveniste (apud Brandão, 1994, p. 47), o *eu* só se implanta mediante um *tu*, ou seja, o *eu* e o *tu* são protagonistas da enunciação, no entanto, o autor frisa que o *eu* sempre está em posição de vantagem em relação ao *tu*, pois o “ego tem sempre uma posição de transcendência em relação ao *tu*”. Outra característica que demonstra essa transcendência do *eu* é o fato dele ser único na instância discursiva e, portanto, válido apenas na sua unicidade.

Voltando aos outros aspectos da construção da imagem positiva no perfil mostrado, podemos dizer que um recurso analisado como sendo um caminho do mostrar-se aceitável é o uso do intensificador *muito* junto ao sintagma adjetivo *simpático*. O intensificador neste contexto atua não só como um modificador do adjetivo, mas como um objeto de ênfase ao que quer ser apresentado. Isto é, a presença de um reforço na sentença deixa claras as intenções desse adjetivo caracterizador do *eu* – simpático – como ocupando uma posição elevada em relação aos demais, na concepção dele, esse intensificador que o diferencia dos seus pares.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, procuramos assinalar alguns pontos relevantes com relação à construção da face positiva no gênero *orkut*. Em primeiro lugar, enfatizamos os trabalhos de Goffman (1996) e Brown (1987) e outros estudiosos, cujas pesquisas são evidências da preocupação com o estudo da linguagem dentro de uma perspectiva social e funcional, onde o interesse é focalizado principalmente nas intenções comunicativas dos falantes, cuja interpretação está ligada a informações contextuais que influenciam o grau de compreensão mútua.

Em segundo lugar, com a análise do corpus do *quem sou eu* do *orkut*, vimos que as estratégias de construção da imagem do membro do sistema são identificadas ora linguisticamente, por meio de determinadas categorias gramaticais e textuais; ora associados a fatores extralinguísticos.

Partindo da questão de construção da imagem perante a um meio social associada à visão de ciberespaço como objeto dinâmico defendida por Levy, consideramos que no *Orkut* ocorre o que pode-

## ANÁLISE DO DISCURSO II

mos chamar de um legítimo processo de interação social no qual o emissor é receptor e o receptor é emissor, revolucionando assim a sistematização do processo comunicacional e pontuando que para que haja essa interação a imagem dos membros deve responder a contento o que se espera no meio.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Introdução à Análise do Discurso*. 3ª ed. Campinas: UNICAMP, 1994.

BROWN, Penélope; LEVINSON, Stephen. *Polieness. Some universals in language*. Cambridge University Press, 1987.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. 7ª ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

LÉVY, Pierre. *O que é virtual*. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 2001.

MANGUENEAU, Dominique. *Termos-chave da análise do discurso*. Belo Horizonte: UFMG, 2000.

OLIVEIRA, Cleonice Cristiane de. *A sociedade animada em South park*. 2006. Monografia (Bacharel) – Curso de Comunicação Social: Jornalismo, Campus Universitário de Palmas, Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2006.

PINTO, Joana Plaza. Pragmática. **In:** MUSSALIN, Fernanda & Anna Christina BENTES (orgs.). *Introdução à Lingüística: domínios e fronteiras*. Volume 2. São Paulo: Cortez, 2006, p. 50.

RECUERO, Rebeca da Cunha. *O Orkut como formador de novas identidades no ciberespaço*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos, 2007.