

Internet e Identidade: um estudo sobre o website Orkut*

Alan Mocellim

Índice

1 Orkut – o que é?	3
2 Quem sou eu?	4
3 Amizades e Depoimentos: a afirmação social das identidades	6
4 Comunidades Estéticas	7
5 Localidade, Passado e Presente	9
6 Fakes	9
7 Identidade e Controle da Intimidade	11
8 Considerações Finais	12
9 Referências Bibliográficas	13

Resumo

O Orkut é uma rede social na Internet que tem se tornado bastante popular entre usuários brasileiros, chegando a ter milhões de usuários. Este artigo tem como tema central a construção de identidades, individuais e sociais, por usuários brasileiros do website Orkut. Assim como as formas de sociabilidade que, no Orkut, servem de base para essa construção de uma identidade virtual.

*Este artigo resulta de um trabalho de conclusão de curso em Ciências Sociais e serve de base para pesquisa de mestrado no programa de pós-graduação em Sociologia Política na Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail do autor: a.mocellim@gmail.com

Palavras-Chave: Identidade; Internet; Orkut; Comunidades Virtuais; Cibercultura.

Abstract

Orkut is a web-based social network very popular among brazilian users, attaining millions of members. The main subject of this article is the construction of individual and social identities by brazilian users of the Orkut website. As well the sociability forms that serve as a base for this construction of a virtual identity.

Key-Words: Identity; Internet; Orkut; Virtual Communities; Cyberculture.

Desde a última década temos assistido a ascensão e a popularização do computador, assim como da Internet mais especificamente, como meio de comunicação. Cada vez mais pessoas lidam cotidianamente com a Internet, realizando negócios, conhecendo pessoas, adquirindo conhecimentos, marcando compromissos, consumindo bens. Não é algo novo que um meio de comunicação traga com ele mudanças, mas a Internet cria um espaço de interação diferente dos anteriores, um espaço *desterritorializado*, uma comunicação em tempo quase que instantâ-

neo, e que permite a interação de grande número de pessoas a grandes distâncias umas das outras. Lévy (1996) nos diz que uma das grandes características do processo de *virtualização* que ocorre em diversos campos (seja no corpo, na linguagem ou na economia) é o de *desterritorializar* o presente, de trazer uma unidade de tempo sem uma unidade de lugar. O virtual em sua visão seria o “deixar em aberto”, uma abertura para a possibilidade, para a contingência ao invés da solução das questões.

É nesse espaço, e nesse presente *desterritorializado*, que vem surgindo novas formas de sociabilidade. Estas estão começando a ter cada vez mais destaque tanto na sociologia, como na antropologia e na teoria da comunicação. Entre os novos temas podemos mencionar desde os Blogs (diários digitais acessíveis *online*) aos Chats (salas de bate papo), passando pelos diversos movimentos sociais que emergem na rede. Um desses novos espaços virtuais (tendo em vista que não são materiais, nem territoriais, mas apenas *online*) de sociabilidade, que tem ganhado dia a dia mais adeptos, especialmente no Brasil, é o Orkut¹.

O tema central deste artigo é uma análise de como os usuários constroem suas identidades, sociais e individuais, no Orkut, se utilizando dos diversos recursos que ele possibilita para este fim. Parte-se fundamentalmente de duas hipóteses: a primeira é que mesmo pessoas muito diversas entre si, e com gostos diferentes, acabam por adotar certas práticas muito parecidas na hora de construir seu perfil, ou seja, a idéia de

¹ Seu nome é originado no projetista chefe, Orkut Büyükkökten, engenheiro turco funcionário do Google.

que existem regularidades muito difundidas acerca da forma como os usuários interagem e constroem uma identidade no site. Um autor central, cujo trabalho pode fornecer luz a essa hipótese é Goffman (2004) que, embora tenha teorizado sobre a relação entre a representação de um eu e o respeito às normas e costumes sociais, tratando de identidades construídas num contato real cotidiano, pode fornecer importantes *insights* sobre como as pessoas tendem a representar um eu nas mais diversas situações em que se encontram expostos publicamente, como é o caso do Orkut. A segunda hipótese orientadora é a de que os usuários que se utilizam mais frequentemente do site, buscando através dele fazer novas amizades, reformulam suas identidades no site mais frequentemente. Essa hipótese se assenta nas idéias de Giddens (2002) – para quem, em condições de modernidade, toda identidade é construída num processo de constante reflexividade – e Bauman (2005) – para quem as identidades, em nosso mundo modernolíquido, tornam-se cada vez mais passageiras, submetidas a um ideal que prega a mudança como o maior dos valores, e a estabilidade como um mal imperdoável.

A pesquisa, realizada entre agosto de 2006 e fevereiro de 2007, foi composta de três fases. A primeira consistiu na observação cotidiana dos mais diversos perfis de usuários, buscando regularidades entre os perfis observados. A segunda consistiu na observação da forma como os usuários interagem entre si através de recados, testemunhos e de sua participação nas comunidades do site. A terceira consistiu em entrevista feita com 16 usuários, homens e mulheres de 15 a 30 anos, de modo a verificar como os usuários expunham discursivamente alguns dos

aspectos já observados anteriormente como sendo recorrentes. Como usuário do site por mais de 2 anos, tive um profundo contato com as mais diversas formas de interação social ocorridas no site, e pude observar um grande número de perfis de usuários e comunidades a cada dia, assim como observar as diversas mudanças ocorridas nas “normas” de conduta social dos usuários do Orkut ao longo do tempo. Esse trabalho deve, portanto, ser tomado como fruto de um intenso e prolongado contato com o objeto de pesquisa em questão.

1 Orkut – o que é?

O Orkut é uma *social network* (também conhecida como *community websites*, e frequentemente traduzidos como rede sociais ou redes de relacionamentos) na Internet filiada à empresa Google Inc. O Orkut foi criado por Orkut Buyukkokten, engenheiro turco atualmente residente nos Estados Unidos, doutor em ciência da computação pela Universidade de Stanford - em janeiro de 2004 com o objetivo de ajudar seus membros a criar novas amizades e manter relacionamentos². Seu endereço *online* é www.orkut.com, porém o acesso ao site é restrito a membros convidados por atuais usuários do site ou de outros serviços Google³. Cada usuário pode:

1. construir um perfil, incluindo idade, estilos musicais favoritos, filmes, opinião política, opção sexual, etc.
2. possuir um álbum de fotos.
3. ter um *scrapbook* (livro de recados) e enviar/receber mensagens.
4. fazer parte e/ou criar comunidades temáticas onde são (ou não) promovidos debates, levantadas questões, trocadas informações e conhecer outras pessoas com interesses equivalentes.

Segundo Coscarelli (2007, online), já nos 5 primeiros meses o site contava com 2 milhões de usuários cadastrados. Em março de 2007, já contava com cerca de 40 milhões. Sendo 60% dos usuários cadastrados de nacionalidade brasileira⁴. É difícil compreender os motivos de tamanho sucesso, principalmente no Brasil, onde o uso da Internet pela população em geral, é algo ainda muito recente. Coscarelli (2007, online) se questiona sobre os motivos de tamanho sucesso:

“Mas o que diferencia o Orkut de outras comunidades virtuais para justificar tamanho sucesso? Simples: ele possibilita ao usuário criar uma página personalizada na qual exibe fotografias e dados pessoais, ou seja, ele dá uma “cara” ao participante, dando um charmoso ar de intimidade à comunidade. Outro diferencial é que ele permite que você navegue pela rede de relacionamento de seus

² Fontes e mais informações:
<https://www.orkut.com/About.aspx?page=keep>,
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut>,
http://www.universia.com.br/html/materia/materia_eeab.html

³ Google Inc. é o nome de uma empresa do ramo da Internet, situada no Vale do Silício, EUA. Ela criou e mantém o maior site de busca da internet, o Google Search, e é responsável por diversos outros serviços oferecidos na Internet. Famosa tam-

bém por sua estratégia de incorporação de novas e promissoras empresas do ramo. Mais informações em: <http://www.google.com.br/intl/pt-BR/about.html> e <http://www.google.com.br/intl/pt-BR/about.html>

⁴ Mais informações: <http://www.orkut.com/MembersAll.aspx> (dados demográficos do Orkut acessível apenas para usuários cadastrados).

amigos ou conhecidos, uma forma um pouco mais palpável de comprovar a famosa teoria de *six degrees* (que defende que com seis relacionamentos você pode ter acesso a qualquer pessoa no mundo) ou aquela piada de *que todo mundo conhece alguém que conhece alguém que conhece o Kevin Bacon.*”

O Orkut dispõe de um sistema que permite o usuário, partindo de sua página principal, acessar perfis de amigos, e daí de amigos de amigos. Permite ao usuário verificar suas comunidades a todo tempo e, clicando nelas, navegar por comunidades semelhantes, e assim por diante. Assim:

“A partir de sua área pessoal, o usuário pode realizar algumas ações básicas, como identificar outros usuários que são seus amigos (e que passam a constar como *friends* em sua página). Os amigos de um indivíduo cadastrado formam a sua rede, e assim um usuário pode ligar-se a milhares de pessoas através de threads (ou teias), ou seja, cadeias que envolvem amigos de amigos e assim por diante.” (FONTANELLA & PRYTHON, 2004)

O sucesso do Orkut é tamanho que cada vez mais são criados sites que seguem a mesma fórmula do Orkut, com *layouts* bastante parecidos, e um sistema de rede muito parecido que liga amigos e comunidades. Entre os “clones” podemos listar o Gazzag, o Universe, o Hi5, o Beltrano, o LinkedID (site que tem como idéia principal o estabelecimento de vínculos profissionais) e até o Sexkut (site especializado em relacionamentos sexuais, onde os convites devem ser enviados a pessoas com quem já se tenha se relacionado sexualmente).

A interação social no ambiente do Orkut se orienta através de perfis individuais, que

se combinam formando uma rede social de amigos e comunidades, em que, acessando um perfil de uma pessoa, se pode ter acesso a outros perfis e outras comunidades a ela relacionadas. As identidades construídas no ambiente virtual do Orkut são fundamentais para a orientação das interações sociais que nele decorrem. É importante aqui notar o caráter diferencial dessas identidades, construídas em um mundo “virtual”, visando interações que se orientam sem o contato direto, “frente-à-frente”.

2 Quem sou eu?

Ao visualizar o perfil de algum usuário, nos deparamos com seu nome, sua foto, e com a pergunta: “quem sou eu?”. O primeiro campo que pode ser preenchido pelos usuários do site é uma resposta a essa pergunta. Costuma ser preenchido com alguma forma de apresentação do usuário, como uma descrição geral, como uma forma de mostrar como se sente no momento. Nesta parte, muitos formam desenhos, colocam letras de músicas ou poemas. De fato, ali onde a pergunta “quem sou eu?” é feita, podemos buscar uma primeira resposta a questão: “como são construídas as identidades por meio do Orkut?”.

Um primeiro aspecto referente a esse “quem sou eu”, e que é muito facilmente notado ao se observar os usuários do Orkut, é que ele é constantemente reformulado. Isso não significa, necessariamente, que grande parte dos usuários do Orkut esteja o tempo todo passando por uma constante reformulação de si e das coisas que se identificam; mas, sim, que reformulam a forma como falam de si de acordo como se sentem em diferentes momentos, frente a novas experi-

ências. Trata-se de uma espécie maleável de identidade, “identidade instantânea” ou até de identidade líquida, como poderia dizer Bauman (2001), e que pode ser expressa através de diversos recursos comunicativos, visando diferentes “platéias”, mais amplas ou mais restritas (usando-se poemas ou outros recursos que só poderão ter significado para aqueles “entendidos”).

Goffman (2004) nos indica que os indivíduos tendem a se apresentar sob uma luz favorável nas situações em que se envolvem. Sempre buscam manter um relativo controle de sua expressividade. Para ele, duas formas de expressividade são significativas: as afirmações verbais – as quais os indivíduos podem dispor de amplo controle – e as expressões emitidas por meios de gestos e ações – na qual demonstram aparentemente pouco interesse de controle e por isso tendem a ser consideradas mais espontâneas, e formas válidas de se confirmar a veracidade do que é afirmado verbalmente. No Orkut não contamos com gestos e ações como forma de confirmar o que é escrito. Tudo que poderia ser considerado um gesto ocorre por meio da escrita que, aliás, é um campo específico de criatividade em termos de abreviaturas, novos significados de palavras convencionais, e criação de novas palavras. Isto dá ao usuário um grande controle sobre o que deseja mostrar aos outros.

Os usuários que buscam, ativamente, novas amizades no Orkut demonstram uma maior preocupação com a forma como é feita sua descrição, ao passo que, os usuários que se utilizam do Orkut para manter contato apenas com amigos conhecidos *offline*, conhecidos pessoalmente, vêem essa descrição como secundária; visto que, os amigos com quem mantêm contato já os conhecem

pessoalmente e podem tirar suas próprias conclusões pelas impressões que tiveram *offline*. Além disso, os usuários que têm maior preocupação em fazer amizades pelo Orkut costumam revisar seus perfis, alterando-os frequentemente. Neste processo de se avaliar, de pensar sobre si, de reformular o discurso sobre si, temos uma amostra de como a *reflexividade* permeia novas formas de comunicação (GIDDENS, 2002) do “eu” na modernidade tardia. O discurso sobre si, os objetivos, os estilos de vida e, portanto, também, a identidade das pessoas acabam sendo reformuladas de acordo com novos fatos, eventos, experiências ou conhecimentos adquiridos; acaba por refletir as experiências mais recentes da pessoa em questão.

Porém, ao mesmo tempo em que existem usuários que se preocupam em elaborar um perfil de acordo com o que sentem, ou reformulá-lo de acordo com o momento de sua vida, existem outros que não se importam tanto, ou/e se importam demais a ponto de deixarem seus perfis sem nada escrito para que não seja cometido nenhum engano, ou para aumentar sua privacidade. Isto pode ser parte de uma transição de alguém que recorria ao estilo mencionado acima e que atualmente prefere fechar as portas para a identificação de sua identidade

No Orkut existe um código ético que valoriza uma a exposição de uma identidade “verdadeira”. Os usuários manifestam discursivamente uma valorização de se apresentar como “verdadeiros”, buscando se avaliar e expor características que façam sentido não só *online*, mas que sejam coerentes com seus interesses cotidianos gerais. É como se houvesse uma divisão entre bons e maus, para alguns. Os bons seriam considerados os usuários que falariam a “verdade”, seja esta qual

for. Efetivamente, quem poderia julgar objetivamente que é verdade ou que é mentira? Algo que mais uma vez chama atenção: essa ênfase na autenticidade de sua descrição é ainda maior nos usuários que dizem buscar estabelecer novas amizades por meio do Orkut. O perfil “verdadeiro” se identificaria com “confiança”, “honestidade”, e valores equivalentes que garantiriam essas novas relações. Mas estes que assumem falar a “verdade”, como podem identificar quem não faz isto? Esta é uma questão em aberto. Devemos sempre nos perguntar sobre o “estar falando a verdade”, isto é, nem sempre o usuário é honesto quando diz falar a sua verdade.

3 Amizades e Depoimentos: a afirmação social das identidades

O Orkut parece evidenciar uma idéia de identidade muito mais complexa que outras formas de comunicação mediada por computador, como os Blogs, por exemplo. Os Blogs são construídos pelo possuidor, e eles têm grande controle do que mostrar ou não. Em grande parte o Orkut também funciona dessa forma, o usuário tem grande controle sobre tudo que faz e sobre muitas das impressões que deseja transmitir, sob uma ressalva: ele possui amigos, e não pode ter controle sobre as ações deles. Os amigos podem também editar seus perfis como quiserem, e deixar recados quando desejarem.

Um fato é importante ser lembrado: sempre que acessamos o perfil de alguém, podemos visualizar também seus amigos, assim como as comunidades das quais participa. Sua identidade passa a ser definida não

só a partir do que ele diz de si, mas a partir dos amigos que tem, e da forma como se relaciona com eles.

É verdade que todo usuário do Orkut pode deletar os recados que recebe; e da mesma forma todo depoimento dado por um amigo precisa ser aprovado pelo usuário, porém é inegável que o Orkut possibilita no perfil dos usuários uma intervenção dos amigos, e faz com que o perfil seja visto como um todo.

Meucci e Matuck (2005) indicam a importância da alteridade e da definição dada pelos outros na Internet. Segundo eles “a definição, direta ou indireta, dado pelo outro é tão importante quanto o processo de auto-definição. É o relato do outro que legitima, deslegitima, ou acrescenta qualidades ao perfil do sujeito.” No Orkut encontramos essa definição dada pelo outros se manifestando através da rede de amigos do usuário, dos recados enviados e dos depoimentos.

Os depoimentos são relatos dados por amigos que são anexados ao perfil (normalmente costumam ser escritos por pessoas que se conhecem pessoalmente). Eles podem servir como uma forma de se comprovar a veracidade da auto-descrição do usuário em questão. Os depoimentos podem assim enfatizar características, exibir novas características ou, por outro lado, mostrar algo completamente diverso do exibido pelo usuário. São anexados ao perfil do usuário, mostram quem são seus amigos mais próximos e o que pensam sobre ele, exibem novas características do usuário, e demonstram a veracidade das informações exibidas pelos usuários atuando assim como uma validação da identidade do usuário a que se refere. Porém, não devemos deixar de lembrar: todo depoimento para ser exibido deve ser aceito pelo usuário, o que garante um relativo con-

trole do que se deseja transmitir. Ao contrário, os recados e as atitudes ou imagem de amigos são fonte de constante contingência, são a parte “fora de controle” de uma identidade no site, podem a qualquer momento trair uma determinada impressão que se deseja transmitir, e por isso exigem uma atenção constante.

4 Comunidades Estéticas

Todo usuário do Orkut pode se associar a diversas “comunidades” que existem dentro do site. Essas comunidades são grupos de interesse em que são levantados (ou não) debates sobre os temas a que se referem. Cada comunidade tem um fórum onde são propostos tópicos de debate. E todo usuário membro da comunidade pode fazer um comentário a respeito desse tópico. A maioria das comunidades é aberta, no sentido de permitir a entrada de quem quer que deseje participar. Existem também comunidades que necessitam de aceitação do dono da comunidade para que o usuário participe dela.

Dentre as comunidades mais populares do Orkut estão: *Eu Odeio Acordar Cedo*⁵, *Eu amo Chocolate*,⁶ *Eu amo a minha Mãe!*⁷, *Eu amo fim de semana*⁸. Todas essas quatro comunidades estão entre as mais populares do site, passando, em número, dois milhões de membros. É importante notar, porém, que apesar do número de usuários nas comuni-

⁵ <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=68685>

⁶ <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=42078>

⁷ <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=176183>

⁸ <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=823066>

dades, e de seus temas de discussão, quase não existem discussões nessas comunidades. São pouquíssimos os tópicos criados, e se contabilizarmos todos os comentários feitos até hoje podemos dizer que nem metade dos membros dessas comunidades fez sequer um comentário.

Cogitando onde estaria a interação entre os usuários do Orkut, Recuero (2004) se pergunta se a interação estaria nas comunidades, e chega à seguinte conclusão:

“Não parece ser o caso. A comunidade “Como ou Não Como” raramente tem mais do que 50 comentários por tópico, com um pico máximo de 620 mensagens. Levando-se em conta que possui cerca de 3 mil membros, não parece haver muita interação. Poder-se-ia argumentar que esta interação estaria dispersa entre os vários tópicos. No entanto não parece ser o caso. (...) Existem poucos momentos de diálogo e troca entre os membros das comunidades. Ou seja, a quantidade de interação não proporcional ao tamanho da comunidade.”

Até mesmo as maiores comunidades de Filosofia⁹, de Sociologia¹⁰ e de Literatura¹¹ do site, comunidades a qual poderíamos pensar, a princípio, que seriam destinadas à discussão, ou mesmo mais propícias a estas, são bastante inativas. A maioria dos tópicos não tem sequer uma dezena de comentários, e somente os tópicos mais polêmicos conseguem ultrapassar cem comentários. A maioria das

⁹<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=38942>

¹⁰<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=63818>

¹¹<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=72880>

comunidades sobre músicos ou grupos musicais e cinema também não apresentam um contexto diferente.

Tudo isso nos indica que as comunidades orkutianas dificilmente poderiam ser consideradas o principal veículo de interação entre os membros do Orkut. E isso também leva a pensar que dificilmente poderiam ser consideradas comunidades, em seu sentido sociológico. Se concordarmos com Tonnies (1988) – para quem as comunidades propiciavam um entendimento partilhado entre todos seus integrantes, sua principal motivação era afetiva, e era regulamentada principalmente pelos costumes – ou se pensarmos como Weber (1987; 1992) – para quem as comunidades fundam-se por ligações emocionais, afetivas ou tradicionais – dificilmente poderíamos dizer que as comunidades orkutianas são de fato comunidades. Isso porque a idéia de comunidade sobre a qual versavam esses autores era a de uma comunidade ética – uma comunidade onde os membros eram ligados por responsabilidades mútuas, partilhando visões de mundo e objetivos comuns.

Em grande parte das comunidades orkutianas, apesar de evocarem o compartilhamento de visões de mundo e interesses comuns, não há significativas responsabilidades mútuas. Além disto, não há significativa troca de idéias dentro das comunidades. A interação é bastante reduzida entre seus membros. Pode-se assim pensar que elas, ao invés de locais de discussão e de reunião em torno de objetivos e responsabilidades comuns, são formas de demonstrar os interesses dos usuários que delas participam. Os usuários confirmam essa idéia, admitindo realmente que não buscam participar de discussões, e que elas servem apenas como confirmação de seus gostos, hábitos,

desejos. Seriam então grandes comunidades narcisistas?

Bauman (2003) sugere que na modernidade líquida tem emergido um novo tipo de comunidade em substituição às comunidades de conteúdo ético, essas são chamadas por ele de comunidades estéticas. As comunidades estéticas são comunidades voláteis, passageiras, destinadas a um ou alguns poucos aspectos, são comunidades voltadas a interesses específicos. Normalmente são formadas em torno de eventos ou espetáculos, e raramente se fundem em interesses de grupo, servem apenas para demonstrar um interesse individual a respeito de algo. São comunidades flexíveis, para as identidades flexíveis do mundo moderno-líquido. São comunidades que não trazem consigo compromissos de longo prazo; *cloakroom communities* que são vestidas para expressar algo, porém como roupas, podem ser penduradas no cabide, ou esquecidas, quando se deseja.

As comunidades orkutianas, pensadas a partir dessa distinção entre comunidades éticas e estéticas, dificilmente, em sua maioria, poderiam ser encaradas como comunidades éticas. Ao contrário, se enquadram muito fortemente na descrição de uma comunidade estética. Demonstrem uma identificação dos usuários com interesses mais ou menos fluídos, não criando um vínculo de responsabilidade, mas servindo como modo de demonstrar esses pequenos interesses. Podem ser, em determinadas situações, formas de ajuda mútua, como no caso de usuários que buscam trocar informações por meio das comunidades, mas não geram obrigações de longo prazo, geram o que Bauman chama de “vínculos sem conseqüências” (2003, p.67-68) – laços breves que não vinculam verdadeiramente.

5 Localidade, Passado e Presente

Apesar de grande parte, possivelmente a maioria, das comunidades orkutianas serem comunidades estéticas – em que há relativamente pouca participação dos membros através de tópicos de comunidades, servindo apenas para uma identificação através de interesses – podemos perceber que existem comunidades com maior participação. Em geral essas são comunidades ligadas aos vínculos locais, cotidianos, que os usuários estabelecem *offline*.

Além dos vínculos cotidianos locais, podemos ver que os usuários também se interessam em buscar através do Orkut “recuperar o passado”. Muitos usuários afirmaram que o Orkut possibilitou que encontrassem pessoas – amigos de trabalho, de escola, vizinhos, parentes – com quem não tinham contato há muito tempo, e que pudessem assim, aos poucos, ir retomando laços que se perderam com o tempo.

Giddens (2002) destaca que as identidades são construídas apropriando-se de um passado para construir um futuro. As narrativas acerca do passado são reformuladas tendo em vista o que se pretende num futuro próximo. Através de laços que há tempo haviam sido perdidos, e que agora são refeitos com o Orkut – seja através de novos contatos com velhos conhecidos do passado, ou da participação em comunidades sobre lugares comuns freqüentados, escolas em que se estudou, lugares em que morou, situações passadas que viveu – as identidades são reformuladas dando um novo sentido ao passado: utilizam-se do passado para construir o futuro. Através de amigos reencontrados após anos, ou comunidades sobre lugares e situações comuns, se constrói, seletivamente,

uma narrativa do “eu” – sobre como cheguei até aqui, sobre o que vivi até agora para me tornar o que me tornei.

Eisenberg e Lyra (2006) destacam essa como uma das principais características do Orkut. Segundo eles, o Orkut “no caso brasileiro, significa uma sociabilidade simultaneamente vigorosa, porque intensa e cotidiana, e saudosa, porque ligada a lembranças de um passado comum que reforça tradições compartilhadas por uma comunidade ancorada no real” (p. 34-35).

Vemos assim que, além das comunidades estéticas, nas quais não costumam se estabelecer vínculos, há comunidades *ancoradas no real* (como oposto ao virtual), nas quais os vínculos cotidianos externos ao Orkut são enfatizados e reforçados. Comunidades estas que servem, para além de construir uma identidade sobre interesses comuns, para exibir uma identidade com base em redes de amizades e práticas sociais cotidianas estabelecidas na vida *offline*. Vemos também, que existe uma busca do passado, e que o passado é assim também reorientado através dos vínculos estabelecidos, agora novamente, com antigos contatos. Os vínculos do passado são reencontrados, a narrativa do passado é reconstruída por meio deles, e possibilitam a formulação de uma identidade a partir do passado, mas voltada para práticas presentes e futuras.

6 Fakes

Os usuários do Orkut costumam se referir a um perfil como *Fake* nas situações em que as informações dos perfis são falsas. Mas não apenas algumas informações e, sim, quando o perfil se refere a uma pessoa que não a do

usuário¹². Alguém não pode ser considerado *fake* de si mesmo; nos casos em que as pessoas expõem fatos, ou características, que não correspondem com ela na realidade, os usuários costumam dizer que a pessoa está criando outra identidade, criando um personagem, sendo falso, exagerando. Porém, *fake* serve para os casos em que realmente busca-se ser outra pessoa, afirmando ser outro, e não sendo o mesmo, apenas se descrevendo ou agindo de uma maneira diferente do esperado pelas pessoas que o conhecem pessoalmente. Aqui encontramos elementos do que pode ser identificado como Código ético do Orkut.

Podemos classificar os *Fakes* em quatro tipos:

a) Os *fakes* obviamente falsos, no caso personagens que obviamente não existem e que, devido a certas características consideradas pelos usuários bizarras, satíricas, estranhas, ou excêntricas, são facilmente percebidos como *fakes*. Normalmente deixam transparecer intencionalmente que são falsos.

¹² A descrição dada pela Wikipédia pode ser complementar aqui:

“**Fake** é algo falso, fantasioso, em que o indivíduo usurpa a identidade de outrém, fazendo-se passar e desrespeitando o direito do mesmo. Geralmente Fakes são encontrados no Orkut ou também no MSN. Fakes são pessoas que se passam por um personagem, objeto, atores ou qualquer coisa. São como a própria pessoa. Tem uma vida, emprego, família, atividades normais. Fake pode ser de boa fé em alguns casos em que, por exemplo, cria-se um perfil de um personagem de uma série (considerando esse personagem um ser fictício, sem nenhum contato com a realidade), ou o perfil de um ser inanimado ou inexistente. Serviços como MSN e ORKUT condenam fakes de pessoas que se passam por outras sem autorização (a grande maioria), e a criação de personagens fictícios, estando sujeitos ao fechamento de suas contas”. Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Fake>

b) Os *fakes* que buscam copiar personagens ou alguma pessoa real. Nesse caso podemos encontrar personagens de programas de TV (filmes, novelas, seriados, etc.), personagens de desenhos animados, atores e músicos famosos, entre outros. Nesses casos, apesar de normalmente tido como óbvio que trata de um perfil falso, existe um grande número deles que “incorpora” o personagem que veste, e responde por ele. Outros tentam realmente convencer de que são quem se propõe ser, ou deixam claro que são *fakes*.

c) Os *fakes* espíões: são contas de usuários criadas com o fim único de investigar os perfis de outros usuários sem serem percebidos. Normalmente, caso utilizem nomes, tendem a se utilizar de nomes bizarros, e ter o perfil bastante vazio. Nomes como “Eu fuzei mesmo”, “Agente Secreto”, “Olho que tudo vê”, ou mesmo outros nomes que não tenham muito sentido, ou mesmo a ausência de qualquer informação no perfil, podem indicar que seja um perfil espião. Essa prática se tornou muito popular como solução para poder navegar com privacidade pelo Orkut.

d) Os *fakes* que se propõem como pessoas verdadeiras. Adotam nomes, adicionam amigos, colocam fotos, entram em comunidades, enviam recados, como se fossem essa pessoa. Normalmente é uma pessoa “nova”, no sentido de não ser uma cópia de alguém existente, copiando no máximo fotografias de alguém. Esses *fakes* exibem uma maior preocupação com as informações dos perfis, pois tentam passar por meio delas um grau de verdade – buscam por meio do que escrevem e postam no perfil ser reconhecidos como reais.

Os *fakes* obviamente falsos (feitos com o propósito de ser descobertos como *fakes*) costumam ser interpretados como satíricos,

apenas ridicularizando certas situações ou estilos de vida. Não parecem interagir com tanta frequência com outros usuários. Os *fakes* que copiam pessoas ou personagens, mesmo que tentem realmente passar uma impressão de realidade, não demonstram uma grande interação cotidiana por meio desses personagens, e dificilmente sustentam por muito tempo que realmente o são. Os espíões são usados de maneira bastante pragmática, já que não é possível observar perfis sem “ser pego”, então se faz um perfil apenas para isso. Já os *fakes* que propõem ser uma pessoa real, uma nova pessoa que não o usuário por trás dele, estes demonstram um alto grau de interação, costumam entrar em comunidades, fazer muitos amigos, e agir como se realmente fossem quem se propõem ser.

Nesse sentido, o *fake* pode ser uma espécie de laboratório de relacionamentos criado pelos próprios usuários, que propositalmente querem ver reações a seus perfis. Podemos dizer que esse tipo de *fake*, no qual se dá uma criação de personagem permite que os usuários expressem opiniões livremente. Opiniões as quais poderiam ter consequências mais graves para sua vida cotidiana caso fossem exibidas por meio de seu perfil “normal”.

Os *fakes* se aproximam muito da “falsa representação” descrita por Goffman (2004), onde alguém finge ser alguém que não se é, e cujo maior perigo é a possibilidade de ser desmascarado, e sofrer os embaraços sociais de ter sido descoberto fazendo coisas que não deveria estar fazendo, ou dizendo coisas não esperadas no meio social que convive. Porém a idéia de falsa representação não dá conta de tudo envolvido aqui. Falsa representação leva a pensar que o que está sendo exibido, a representação que está sendo ob-

servada, seja falsa. Ela não é falsa – e Goffman ressalta isso, no que trata de relações face a face. Pode ser tomada como falsa, na medida em que trata da interpretação de alguém que não existe realmente, ou da ocupação de posições sociais as quais não deveriam estar ocupando; mas é verdadeira na medida em que tudo o que é dito ou feito vem de uma pessoa, e representa o que uma pessoa pensa, faz, ou é.

Os *fakes* podem ser entendidos também como uma faceta da fragmentação das identidades, fragmentação esta tão comentada como sendo um dos principais aspectos atualmente das identidades (BAUMAN, 2005; GIDDENS, 2002; HALL, 1998; BRAGAGLIA, 2005) – fragmentação propiciada pela diversificação dos contextos de interação contemporâneos.

7 Identidade e Controle da Intimidade

Uma importante ferramenta para a construção de uma identidade no Orkut é o controle da intimidade. E isto tem a ver novamente com o aspecto central já mencionado, do total controle sobre o tipo de informação dos usuários sobre o que desejam expor em seus perfis. Podem deixar de escrever o que acreditam não ser conveniente, ou deixar de preencher campos cuja resposta não desejariam dar, ou que não acreditam ser interessante que outras pessoas soubessem.

Outra forma de controle da intimidade como forma de construção de uma identidade é a possibilidade de apagar recados. Os recados podem ser enviados por qualquer usuário, e podem ser visualizados por qualquer um que visite o perfil do usuário que

recebeu tal recado. E por isso é motivo de grande preocupação. Um recado com conteúdo que não deveria ser exposto pode levar ao surgimento de conflitos – pode causar discussões, influenciar o fim de namoros, brigas entre amigos. Assim, os recados são checados, e qualquer recado que ameace uma dada representação, que ameace o que o usuário deseja transmitir, ameace a visão que os outros têm dele, tende a ser apagado. Aqui também, a informação é selecionada, o que é íntimo ou não é controlado, e através dessa seleção torna-se possível manter uma impressão próxima a que se deseja emitir, essa seleção torna-se uma forma necessária de manter uma identidade.

Podemos observar que o controle da intimidade – como forma de construção de uma identidade – se refere diretamente ao controle da informação do que acontece no mundo real. Nesse sentido podemos perceber que o mesmo tipo de preocupação manifestada pelos usuários Orkut foi percebida por Goffman (2004). A representação de um papel depende desse controle. Um papel só pode ser sustentado diante de uma platéia através do controle das informações que se deseja transmitir.

Assim, a escolha do que preencher ou não, que tipo de informação divulgar ou não no perfil, exhibe o mesmo tipo de preocupação com a fachada pessoal expresso por Goffman (2004). A fachada pessoal é o que há de mais íntimo na representação de um ator, tão íntimo que se refere às características que são diretamente identificadas como o próprio ator. A fachada pessoal inclui traços raciais, altura, aparência, atitudes, expressões faciais e gestos corporais. Ela pode ser dividida entre aparência e maneiras. A aparência funciona para revelar o status social do ator.

A aparência nos informa, por exemplo, sobre que posição um ator exerce socialmente e que atividade está desempenhando no momento. Já a maneira visa informar sobre que papel o ator busca desempenhar numa dada interação. A construção de uma fachada é algo pensado, e que exige reflexão a respeito de que tipo de impressão se deseja causar. Busca-se eliminar o que não condiz com o papel que se busca representar, e enfatizar (criando muitas vezes a idealização de algumas características) o que favorece essa representação.

Difícilmente a intimidade de alguém é revelada por meio do Orkut. Grande parte do que é revelado só é revelado com a ação ativa do usuário, através da construção de seu perfil. No perfil se escolhe o que é mostrado, e só é mostrado o que é importante para a manutenção de uma identidade. Porém, não podemos deixar de notar que através de recados indesejados uma representação (Goffman, 2004) pode ser desacreditada. Se de alguma forma a intimidade é exposta no Orkut, ela o é por meio de recados que fogem ao controle do usuário, de informações sobre si emitidas por outros. E esses recados só se tornam perigosos para a manutenção de uma identidade na medida em que possam contradizer uma representação alimentada por um determinado usuário.

8 Considerações Finais

O Orkut hoje é quase uma cidade digital. Conta com milhões de usuários, milhões de perfis, e as identidades formadas em tal contexto são as mais variadas possíveis. No entanto, a construção de uma identidade no site costuma seguir alguns “padrões” recorrentes entre os usuários. Muitos desses padrões po-

demos dizer realmente que são específicos do Orkut, outros nem tanto assim. A popularização da Internet tem feito com que ambientes como o Orkut não sejam lugares tão fechados a grupos com interesses específicos como o eram os primeiros usuários de Chats, ou de IRC. O Orkut aqui traz uma mudança fundamental, se o compararmos com os grupos com interesses bem específicos, como eram os primeiros usuários de Chats. O Orkut nos leva a pensar em como, cada vez mais, a sociabilidade na Internet se torna parecida com o que se dá na sociedade que nos circunda – com a possibilidade de reunir pessoas diversas, com interesses conflitantes, num lugar comum, onde todos têm de lidar, para bem ou para mal, com todos.

A construção da identidade é central na dinâmica do Orkut.. Todo o mecanismo do Orkut gira em torno de perfis de usuários conectados, preenchidos com interesses, participando de comunidades, ligados a amigos. A descrição de si é uma das mais importantes formas de se compor um perfil, e assim uma identidade. Pelo que foi observado, a descrição de si, a resposta à questão “quem sou eu?” é construída reflexivamente (GIDDENS, 2002), fluidamente, com base nas últimas experiências do indivíduo e continua sendo objeto de possíveis e infinitas reformulações. Da mesma forma, as fotos também costumam ser alvo desse mesmo tipo de reformulação, sendo mudadas conforme as últimas experiências do indivíduo. No entanto, não podemos deixar de enunciar que esse tipo de mudança, de reformulação da identidade com base nas experiências recentes, costuma ser mais freqüente e mais importante para os usuários que buscam estabelecer novas amizades por meio do Orkut. Esses costumam alterar seus perfis com bas-

tante freqüência. E, quanto mais importante é o uso do Orkut, e quanto mais amigos se têm, maior parece a necessidade de se mudar um perfil frequentemente. Muitas vezes podem mesmo chegar a ter perfis para os quais a metáfora da fluidez (BAUMAN, 2001; 2005) é perfeitamente adequada.

9 Referências Bibliográficas

- BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: J. Zahar Editor, 2003.
- BAUMAN, Zygmunt. *Identidade: entrevista à Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: J. Zahar Editor, 2005.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade e Ambivalência*. 1.ed. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed., 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. 1.ed. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed., 2001.
- BRAGAGLIA, Na Paula. A sociedade das imagens e seus modelos de subjetividade. *Semiosfera*, Rio de Janeiro, v. 8, n. Outubro, 2005.
- CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet*. 1.ed. Rio de Janeiro: J. Zahar ed., 2004.
- COSCARELLI, Crislaine. O fenômeno Orkut. *Universia Brasil*. Disponível em: <http://www.universiabrasil.net/materia.jsp?materia=4401> Acesso em 06/01/2007.
- EISENBERG, José; LYRA, Diogo. A invasão brasileira do Orkut. IN: *Ciência Hoje*. Vol.38 n.226. p.30-35. 2006.

- GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. 2.ed. São Paulo: UNESP, 1991.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2002.
- GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. 12.ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 6.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.
- LEVY, Pierre. *O que é o virtual?*. 1.ed. São Paulo: Editora 34, 1996.
- MEUCCI, Arthur; MATUCK, Artur. A criação de identidades virtuais através das linguagens digitais. *Comunicação Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 2, n. 4, 2005.
- MOCELLIM, Alan. Internet e Identidade: um estudo sobre o website Orkut. Trabalho de conclusão de curso de Ciências Sociais. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. 2007.
- RECUERO, Raquel. Teoria das Redes e Redes Sociais na Internet: Considerações sobre o Orkut, os Weblogs e os Fotologs. In: *XXVII Intercom, 2004*, Porto Alegre. Anais do XXVII Intercom, 2004.
- SIBILIA, Paula. Do homo psico-lógico ao homo tecno-lógico: a crise da interioridade. *Semiosfera*, Rio de Janeiro, v. Ano 3, n. Nº 7, 2004
- TONNIES, Ferdinand. *Community & Society*. New Jersey: Transaction Books, 1988.
- WEBER, Max. *Conceitos Básicos de Sociologia*. Editora Moraes. São Paulo, 1987.
- WEBER, Max. *Metodologia das Ciências Sociais*. Parte 2. Editora Cortez. São Paulo, 1992.