

## A CONSTRUÇÃO DE IMAGENS DOS USUÁRIOS NOS PERFIS DO ORKUT: UM OLHAR DISCURSIVO\*

*Agnaldo Almeida de Jesus – Universidade Federal de Sergipe*  
*Nívea Merièlle Costa Silva – Universidade Federal de Sergipe*  
*Paula Ferreira dos Santos – Universidade Federal de Sergipe*

**RESUMO:** O presente trabalho tem como finalidade a análise da construção de imagens de si elaborada nos perfis disponibilizados na internet, mais especificamente no Orkut, um *site* de relacionamento. Para tanto, foram utilizados como embasamento teórico os pressupostos de Mikhail Bakhtin (1997), no que diz respeito aos gêneros do discurso; Luiz Antônio Marcuschi (2002), no que se refere aos gêneros textuais e às novas tecnologias; e dos analistas do discurso Dominique Maingueneau (2008) e Ruth Amossy (2008), ao tratarem da constituição do *ethos* discursivo. Tais postulados foram utilizados a fim de observar que os perfis do gênero Orkut funcionam como uma estratégia para os usuários apresentarem os seus aspectos positivos, cujo intuito é transmitir a impressão desejada aos outros usuários que, por sua vez, possuem a mesma intenção. Para comprovar os fatos citados acima, analisamos quais são os atributos, qualidades e defeitos elencados na constituição do *ethos* discursivo no campo intitulado *Quem sou eu*. Nessa perspectiva, constatamos que o objetivo dos usuários do *site* Orkut é chamar a atenção de outros usuários, tomarem-se mais populares e, conseqüentemente, atrair mais amigos na rede, pois estes se interessam pela vida dos demais. Logo, concordamos que a imagem construída de si valida e legítima o próprio discurso.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Ethos* discursivo. Orkut. Gêneros do discurso.

### INTRODUÇÃO

O trabalho ora proposto objetiva analisar a construção de imagens estabelecida pelos usuários nos seus perfis do site de interação social Orkut. Para tanto, elegemos tal site como um gênero textual novo, apoiando-nos na definição dada por Marchusci (2002) acerca dos gêneros textuais. Assim, temos como objetivo principal o estudo do *ethos*, que pode ser reconhecido em diversos gêneros e diz respeito ao tom de honestidade conferido ao enunciado proferido. Nesse enfoque, pretendemos corroborar a relação entre a constituição do *ethos* neste novo gênero de comunicação virtual, enquanto instância enunciativa, e a constituição da identidade social. Para realizar tal análise, utilizamos os pressupostos teóricos de Mikhail Bakhtin (1997) e Luiz Antônio Marcuschi (2002) e as contribuições sobre *ethos* sob a perspectiva da

\* Acesso ao registro da comunicação em fórum: <<http://www.textolivre.org/forum/viewtopic.php?f=14&t=3824>>.

Análise do Discurso, à luz de Dominique Maingueneau (1998), entre outros. Inicialmente, iremos conceituar os gêneros do discurso e a influência das novas tecnologias nos gêneros textuais.

## **GÊNEROS: NOVAS TECNOLOGIAS**

A comunicação, seja ela verbal, escrita ou por meio de gestos e de expressões fisionômicas, constitui uma particularidade indispensável ao ser humano. Segundo Bakhtin (1997), esses tipos de manifestações são variados, já que estão relacionadas com as diferentes esferas da atividade humana. Sendo assim, esta atividade relaciona-se, em sua totalidade, com a utilização da língua. E, como bem argumenta Bakhtin (1997, p. 297): “A utilização da língua efetua-se em forma de enunciados (orais ou escritos) concretos e únicos”. Dessa forma, as finalidades de cada esfera humana são refletidas no enunciado, sendo que este, por sua vez, é a “unidade real de comunicação verbal” (BAKHTIN, 1997, p. 293).

Ainda para Bakhtin (1997), o homem é um ser sócio-histórico, ou seja, só há estudo da linguagem através da interação humana. Em decorrência disso, ele postula que a análise da linguagem não pode ser consumada separando-a do sujeito. Nessa linha, de acordo com o autor, o estudo da língua acontece no enunciado somente quando há interação entre o eu e o outro, ilustrando que a alternância dos sujeitos ocorre com a transferência da palavra ao outro. Destarte, todo enunciado tem um início e um fim, o que comprova sua totalidade.

Nesse caminho, é através dos gêneros do discurso que o ser humano se comunica, pois as formas típicas de enunciados são introduzidas na consciência humana de forma natural. Dessa forma, assim como os enunciados proferidos pelos homens não são repetíveis, os gêneros do discurso são infinitos e heterogêneos. Logo, é impossível classificá-los, podendo ser apresentados desde a carta, a ordem militar, o conto, o romance até a réplica cotidiana. Contudo, sabemos que os gêneros do discurso são *tipos de enunciados relativamente estáveis* usados socialmente, numa determinada situação real.

Quanto à sua classificação, os gêneros do discurso, segundo Bakhtin (1997), são divididos em primários e secundários. O primeiro está relacionado aos fatos do cotidiano, adquirindo peculiaridades somente quando somados aos secundários. São exemplos de gêneros primários: conversa face a face, linguagem familiar etc. Já o segundo tipo é considerado por ele como mais complexo, como o romance, o teatro e o discurso ideológico. Dessa forma, os gêneros não só organizam a comunicação humana, como também explicitam as marcas da esfera da comunicação, proporcionando uma relativa estabilidade.

Bakhtin (1997) também postula que não há neutralidade nos enunciados, uma vez que, ao escolher o estilo deste, definido por aspectos expressivos, ele está perpassado por ideologias. O autor também defende que as mudanças históricas ocorridas nos estilos da língua são inseparáveis das ocorridas nos gêneros do discurso.

Portanto, é através dos gêneros que a história da sociedade é transmitida à história da língua. A respeito disso, Marcuschi (2002, p. 20) observa que “[...] nos últimos dois séculos foram as novas tecnologias, em especial as ligadas à área da comunicação, que propiciaram o

surgimento de novos gêneros textuais” já que há um intenso uso dessas novas tecnologias, interferindo de forma direta na comunicação humana.

Esse uso marcante, conforme Marcuschi (2002), propicia o surgimento de gêneros novos e bem característicos. Dentre eles está o Orkut, um dos *sites* de relacionamentos mais usados no mundo. Através dele é possível se comunicar instantaneamente, deixar depoimentos, mensagens (*scraps*), dentre outras formas de interação. Diante disso, a seguir contextualizaremos esse gênero.

## ORKUT: TECNOLOGIA E INTERAÇÃO

O Orkut é um *software* social filiado ao Google e que foi criado em janeiro de 2004 pelo engenheiro turco Orkut Büyükkökten, ex-aluno da Universidade de Stanford, com o objetivo principal de ajudar os membros a formar novas amizades e novos relacionamentos. Ao se cadastrar, as pessoas constroem seus perfis, preenchendo informações pessoais como nome, idade, sexo, interesses na rede, escolaridade, entre outras. Após o cadastro, os indivíduos podem postar recados, fotos, listar amigos e formar comunidades, as quais são organizadas em torno de temas, que caracterizam os grupos que possuem algo em comum.

Essa rede social é ampla, altamente conectada e alcançou grande popularidade entre os internautas brasileiros. O Brasil é o país com maior número de membros. Em 2008 possuía mais de 23 milhões de usuários que se declaravam brasileiros. Pode-se inferir, portanto, que o número de usuários justifica a ideia de que há, ao mesmo tempo, no ser humano, um recolhimento social e uma busca da exposição.

Ao analisar os perfis do Orkut, notamos que os usuários buscam apresentar suas características pessoais de forma homogeneizada por estarem preocupados em exibir os seus aspectos positivos, cujo intuito é transmitir a impressão desejada. Para tanto, utilizam fotos que ressaltam a alegria e o contentamento. Mas, como a imagem do Orkut é basicamente verbal, é importante ressaltar que esta é acentuada por palavras de autovalorização.

Com efeito, tal recurso é utilizado com a finalidade de chamar a atenção de outros usuários. Essa estratégia funciona porque, segundo Goffman (2001 *apud* Kelly Christine, 2009, p.11), os indivíduos costumam se interessar pelas informações sobre a vida dos outros pelo fato de que essas informações darão indícios do que cada um espera do outro e se atendem às exigências uns dos outros. Dessa maneira, o Orkut funciona através da interação social, buscando conectar pessoas e proporcionar sua comunicação. Nesse caminho de investigação teórica, a seguir trataremos do *ethos* discursivo.

## **ETHOS DISCURSIVO: O JOGO DE IMAGENS**

Atualmente, muito se tem discutido sobre a noção de *ethos* discursivo, já que sabemos que todo ato de tomar a palavra e utilizá-la em um ato conversacional implica na construção de uma imagem de si. Sendo assim, o estudo do *ethos* origina-se na *Retórica*, de Aristóteles, o qual dizia que, além de sabermos nos expressar perante o público, temos que mostrar confiabilidade e honestidade, pois nosso discurso só será aderido enquanto tal e será instaurador de sentidos se obtivermos a confiança do auditório.

Nessa direção, a imagem que fazemos de nós mesmos revela nossas intenções e preceitos acerca do que estamos nos referindo no discurso. Assim, o *ethos* não constitui um discurso que é dito claramente, mas no que é mostrado no ato da enunciação, como bem observa Maingueneau (2008a, p. 138), o qual traz a noção de *ethos* discursivo para a Análise do Discurso e afirma que: “O que o orador pretende ser, ele o dá a entender e mostra: não diz que é simples ou honesto, mostra-o por sua maneira de se exprimir [...]”. Dessa forma, vemos que alguém, diante de um auditório, pode enumerar diversas qualidades, porém deve transparecer portador de tais qualidades para que seu discurso seja considerado legítimo.

Observamos ainda que o caráter dialógico da língua influencia a construção do *ethos*, pois levamos em consideração fatores como: a imagem que se faz do Outro, a imagem que o Outro faz do Eu, a imagem que o Eu e o Outro fazem do referente. Esse Outro, por seu turno, constrói um *ethos* pré-discursivo, ou seja, antes mesmo que o orador tome a palavra, o outro idealiza uma imagem pré-construída. E essa imagem tanto pode ser desfeita quanto intensificada ao se tomar a palavra, pois sabemos que o *ethos* está fundamentado nas representações valorizadas e desvalorizadas, ou seja, nos estereótipos. E é a partir destes que a enunciação se apoia e se constitui de valor.

Ruth Amossy (2008) e Maingueneau (2008), ao abordarem o conceito de estereótipo, lembram que este é uma representação cultural preexistente, que modela a visão de si, do locutor e de sua plateia. Deste modo, o locutor situa seu discurso de acordo com o público e suas características sociais, étnicas e políticas. Maingueneau (2008, p.65) acrescenta ainda que a incorporação de um *ethos* pelo ouvinte se dá num “*mundo ético*”, ou seja, por “um estereótipo cultural que subsume determinado número de situações estereotípicas associadas a um comportamento”. Logo, temos o mundo ético dos executivos, das celebridades etc.

Nesse caminho, buscamos averiguar a construção de imagens de si mesmo feita pelos usuários do *site* Orkut, já que a imagem construída de si valida e legitima nosso discurso, pois, na medida em que existem a identificação do público e o discurso proferido pelo orador, este terá mais autoridade e autenticidade. Constatamos a seguir, então, quais são os atributos, qualidades e defeitos elencados na constituição do *ethos* discursivo no campo *Quem sou eu*.

## ANÁLISE DOS CORPORA

A partir do que foi mencionado acima, procuramos observar como se dá a construção da imagem nos perfis do *site* Orkut pelos seus usuários. Para tanto, selecionamos os perfis levando em consideração aspectos como: a descrição dos indivíduos que, na sua maioria, revelam o intuito de transmitir aos outros usuários uma imagem positiva de si mesmos, ou seja, a autovalorização; e a circularidade discursiva – a repetição dos mesmos discursos, tornando as descrições dos usuários padronizadas. Nessa perspectiva, a seguir procedemos à transcrição e à análise de alguns perfis:

1. Uma pessoa amiga, simpática, extrovertida, carinhosa e de bem com a vida. (Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=919894269078476969>>. Acesso em: 05/06/2010).

2. Sou amiga, companheira, simpatíssima e adoro ler, me relacionar com pessoas extrovertidas, conversar, viajar... (Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=1226195744576499732>>. Acesso em: 12/06/2010).

3. Sou um cara super bacana... adoro ter amigos e fazer amizades... e detesto mentiras. Torço para o Santos Futebol Clube. Meu nome é Fernando Sorriso. (Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=1738267091199543879>>. Acesso: 05/06/2010).

Como mencionado anteriormente, verificamos em todos os recortes selecionados a construção de uma imagem positiva. De tal modo, esses usuários elencam qualidades estereotipadas, a partir das quais tentam convencer aos demais usuários que são uma pessoa amiga, confiável etc. Diante disso, verificamos que existe a necessidade de verbalizar tais características para a construção da imagem amigável, cujo objetivo é tornar-se uma pessoa popular e, conseqüentemente, obter novos amigos na rede. Além disso, eles também buscam chamar a atenção dos usuários para que seus perfis sejam visitados. Conforme já citado, o objetivo da autovalorização é a confirmação do outro, uma vez que o que importa de fato é o que o outro vai pensar; em decorrência disso, é esse outro que se quer atingir. Nesse sentido, ressaltamos, como argumenta Maingueneau (2008) ao tratar do “*mundo ético*”, que o discurso do orador está dentro das expectativas dos demais usuários, os quais buscam amizades.

Além dos aspectos apontados, é importante ainda se levar em conta a religiosidade, uma vez que esse ponto de vista também é um fator de construção de imagens de si; com efeito, é uma característica a partir da qual selecionamos as amizades (pelo menos virtualmente). Abaixo, analisaremos o caráter religioso encontrado em outras descrições de perfis.

4. Alguém cujo propósito de vida é servir a Deus e ao próximo com alegria. Sou alguém que gosta de viver, viajar, conhecer... (Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=1088447926024260038>>. Acesso: 17/06/2010).

5. amo Jesus Cristo  
amo meu marido

melhor coisa do mundo é ter Jesus No coração... (Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=1576674801541434916>>. Acesso: 05/06/2010).

6. sou discípulo de cristo,servo de cristo,amigo de cristo e filho de cristo!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! (Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=682832505196645294>>. Acesso em: 07/06/2010).

A partir do que foi exposto, percebemos que os usuários falam do lugar de pessoas religiosas para conquistar a confiança dos demais usuários. Como o Orkut é uma fonte privilegiada de informações e exibições, seus participantes disponibilizam informações de si, expondo-se ao julgamento dos demais usuários, que podem classificar tais informações como verdadeiras ou falsas. Já que os usuários podem preencher ou ocultar as informações pessoais, o que implica que aqueles que as preenchem buscam exatamente essa exposição, alguns enfatizam a crença em Deus. Assim, o ethos desses usuários está pautado em sua religião, corroborando a ideologia do bom cristão, da pessoa com boa índole que busca amizades no “meio virtual”, sem deixar de seguir seus princípios.

Dessa forma, podemos afirmar que, quando esses usuários se descrevem como seres religiosos, estão repetindo os discursos “exigidos” pela sociedade. Portanto, quer-se agradar um grupo de participantes da rede que preza por esses valores. Isso porque, se um usuário se declarar ateu, pode correr o risco de ser discriminado, isto é, ser rejeitado por alguns usuários. Uma vez que vivemos em uma sociedade em que a maioria prega o cristianismo, é natural que isso se repita em qualquer meio de comunicação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer do trabalho, propusemo-nos refletir e avaliar qual a pretensão dos usuários do *site* de interação Orkut, enquanto enunciadores e manipuladores de opiniões através do discurso utilizado na sua descrição de perfil. Para tanto, definimos esse *software* como um tipo de gênero do discurso, classificado por Marcuschi, como recente. Assim como o contextualizamos, determinando qual a sua função. Consideramos também a importância de fazer uma apreciação acerca do conceito de *ethos*, com o intuito de compreender a construção de imagens no campo *Quem sou eu*, no processo de interação virtual citado.

Para proceder à análise, selecionamos algumas descrições de perfis do Orkut e verificamos algumas peculiaridades. Primeiro, observamos que os indivíduos geralmente fazem descrições com a intenção de se enaltecerem tentando transmitir uma imagem positiva de si mesmos, tendendo à autovalorização. E, por fim, notamos que há a repetição de características em comum na maioria das definições do *Quem sou eu*, o que implica na padronização dos discursos desses usuários. Nesse enfoque, constatamos que no Orkut a construção de imagens estabelecida pelo enunciador é basicamente a ideia que se faz do locutor e a imagem que ele constrói de si mesmo em seu discurso.

## REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de ethos à análise do discurso. *in*: AMOSSY, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. Trad. Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1997. p. 277 – 358.

DINIZ, Kelly Christine Lisboa. *A construção da imagem de membros adolescentes e/ou jovens do orkut – uma análise discursiva dos perfis*. Rio de Janeiro: Cifefil, 2009. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/xiicnlf/12/01.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2010.

MAINGUENEAU, Dominique. *Cenas da enunciação*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008. p. 55 – 73.

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. *in*: AMOSSY, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Editora Contexto, 2008a.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. *in*: DIONÍSIO, Ângela Paiva; MACHADO, Anna Raquel, BEZERRA, Maria Auxiliadora. *Gêneros Textuais e Ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002. p. 19 – 36.