

Ana Maria Nicolaci-da-Costa
(organização)

Cabeças Digitais

O cotidiano na era da informação

EDITORA
PUC
RIO


Edições Loyola

©Editora PUC-Rio

Rua Marquês de S. Vicente, 225 – Projeto Comunicar

Praça Alceu Amoroso Lima, casa Agência/Editora

Grávea – Rio de Janeiro – RJ – CEP 22453-900

Telefax: (21)3527-1760/3527-1838

Site: www.puc-rio.br/editorapucrio

E-mail: edpucio@vrc.puc-rio.br

Conselho Editorial

Augusto Sampaio, Cesar Romero Jacob, Danilo Marcondes de Souza Filho,

Fernando Sá, Gisele Cittadino, Reinaldo Calixto de Campos,

Maria Clara Lucchetti Bingemer, Miguel Pereira.

Capa e Projeto Gráfico

Flavia da Matta Design

Revisão de originais

Débora de Castro Barros

©Edições Loyola

Rua 1822, nº 347 – Ipiranga – 04216-000 – São Paulo, SP

Caixa Postal: 42.335 – 04299-970 – São Paulo – SP

Tel: (11)6914-1922

Fax: (11)6163-4275

Site: www.loyola.com.br

Editorial: loyola@loyola.com.br

Vendas: vendas@loyola.com.br

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta obra pode ser reproduzida ou transmitida por quaisquer meios (eletrônico ou mecânico, incluindo fotocópia e gravação) ou arquivada em qualquer sistema ou banco de dados sem permissão escrita da Editora.

ISBN: 85-15-03393-3

©Edições Loyola, São Paulo, Brasil, 2006.

Cabeças digitais: o cotidiano na era da informação / organização: Ana Maria

Nicolaci da Costa. – Rio de Janeiro : Ed. PUC-Rio; São Paulo,

Loyola, 2006.

260 p. : il. ; 21 cm

Inclui referências bibliográficas

1. Internet. 2. Comportamento. 3. Comunicação. 3. Subjetividade.

4. Psicologia. 5. Meios de comunicação. I. Nicolaci-da-Costa, Ana

Matta

CDD: 004

À memória do amigo Fernando Villela

Sumário

- 11 Apresentação
- 19 Internet: uma nova plataforma de vida
Ana Maria Nicolaci-da-Costa
- 41 Rede de pessoas
Jaqueline Pedreira
- 49 O espaço real e o acúmulo que significa:
uma nova gramática para se pensar o uso
jovem da Internet no Brasil
Maria Isabel Mendes de Almeida
Fernanda Eugenio
- 81 Da(s) subjetividade(s) na produção de tecnologia
Clarisse Sieckenius de Souza
- 107 Os jovens e o *Orkut*: considerações sobre a criação de jogos
de linguagem e de identidade em rede
Fernanda Passarelli Hamann
Solange Jobim e Souza
- 131 *True lies*: computadores, Internet e afins na vida cotidiana
Flávia Sollero de Campos

- 145 Solidão e desorientação na prática clínica
Carla Faria Leitão
- 163 “Cabeças digitais”:
um motivo para revisões na prática docente
Rosane de Albuquerque dos S. Abreu
- 181 O jovem no centro da dimensão oculta da Internet
Maria Aparecida Campos Mamede-Neves
- 191 A Internet na escola: desafios para a
formação de professores
Maria Teresa de Assunção Freitas
- 209 Do papel para a tela: o nascimento do “homem digital”
Raphael Sacchi Zaremba
- 229 Nós e a Internet
Márcio Souza Gonçalves
- 255 Sobre os autores

Apresentação

Ana Maria Nicolaci-da-Costa

Os textos que compõem esta coletânea são contribuições independentes de profissionais e pesquisadores de diversas disciplinas – psicologia, educação, sociologia, antropologia, comunicação e informática – e, por isso mesmo, podem ser lidos em qualquer ordem. Na qualidade de organizadora deste volume, no entanto, gostaria de apresentar ao leitor a lógica que preside sua organização seqüencial. E, como seria de se esperar de uma coletânea dedicada à análise de uma realidade que assume a forma de uma teia, na qual tudo potencialmente se conecta a tudo, a lógica adotada é semelhante àquela de um hipertexto, um *link* levando a outro, numa leitura ao mesmo tempo contínua e fragmentada.

O primeiro artigo do livro, **Internet: uma plataforma de vida**, de minha autoria, tem como intenção fornecer ao leitor uma visão genérica da importância que a Internet, ao oferecer um palco alternativo para o desenrolar dos mais diversos aspectos da vida, individual e/ ou social, assumiu no cotidiano de milhões de pessoas ao redor do mundo. De fato, após um primeiro momento em que sua vertiginosa difusão pegou todos de surpresa e gerou muito susto, a Internet penetrou nos mais diversos recantos do tecido social contemporâneo e, ao fazê-lo, além de reações positivas e negativas, gerou novos comportamentos, novas dificuldades, novos desafios e, principalmente do ponto de vista desta coletânea, novas organizações subjetivas. É disso que tratam os diversos trabalhos que compõem este volume.

Os jovens e o *Orkut*: considerações sobre a criação de jogos de linguagem e de identidade em rede

Fernanda Passarelli Hamann

Solange Jobim e Souza

Desde que a Internet se popularizou, a partir da década de 1990, toda uma geração de jovens cresceu imersa num universo de telas e teclas que afetaram não só as formas de comunicação humana, mas também as instituições sociais de forma mais ampla. Neste contexto, vale destacar um fato que merece a atenção especial dos pesquisadores e profissionais do campo da psicologia, principalmente daqueles que investigam o tema da juventude contemporânea, ou seja: a utilização do *website Orkut* entre jovens brasileiros.

Ainda que o *Orkut* tenha sido criado nos Estados Unidos, e tenha toda a sua interface e seus comandos em inglês, o Brasil é de longe o país com maior número de orkutianos no mundo. Em estatísticas datadas de 6/12/04, fornecidas pelo próprio *Orkut*, o Brasil contava com nada menos que 64,91% dos usuários, enquanto que os Estados Unidos, em segundo lugar, contavam com apenas 11,12%. A partir do terceiro lugar, todos os países têm porcentagens de usuários inferiores a 8%.

Vale lembrar, inclusive, que estes números muito provavelmente não expressam a quantidade total de brasileiros cadastrados. É muito comum entre os brasileiros o hábito de mudar o nome de seu país no perfil — seja por acreditar num boato de que isto tornaria seu *Orkut* mais rápido e ágil, seja para fazer piadas. Por isso, não é surpreendente encontrar usuários de países identificados como “Tavalu”, “Pitcairn”, “Tonga” ou “British Indian Ocean Territory”,

comunicando-se no português característico do Rio de Janeiro, de São Paulo, de Porto Alegre... (ARIMA, 2004).

No caso do *Fotolog*, ocorre um fenômeno semelhante: há 314.335 *flogs* brasileiros, contra apenas 64.773 norte-americanos¹. Mas, no *Orkut*, a diferença é ainda mais gritante. Como explicar tanta participação de brasileiros num *website* que conta com 2.900.000 usuários², tendo em vista as condições econômicas de nosso país? É verdade que o Brasil é um país de dimensões continentais, mas também o são os Estados Unidos. Ademais, navegar pelo *Orkut* exige um domínio mínimo de inglês, além de um PC conectado à Internet. Este fato por si só já seria um campo de investigação importante, especialmente para as análises sociológicas do uso das ferramentas de comunicação no Brasil. Contudo, nosso objetivo aqui será outro, igualmente desafiador: desenvolver uma reflexão sobre os jogos de linguagem e as construções identitárias entre jovens brasileiros usuários do *website Orkut*. Pretendemos desenvolver uma análise preliminar sobre as relações socioculturais no espaço da rede, as regras que compõem a gramática interativa deste determinado segmento social e o modo como estes jovens em particular criam novos valores, comportamentos e idéias, tanto no campo individual como no coletivo, tendo como mediação o uso desta ferramenta comunicacional.

O que é o *Orkut*?

Por mais que se tenha lido a respeito em revistas e jornais, é difícil entender o que é *Orkut* sem participar dele. Como pretendemos mostrar, suas regras compõem uma gramática muito particular à comunidade que faz uso dela, provocando estranhamento àqueles que a vêem de fora. Ainda assim, julgamos importante tentar explicar, ao menos descritivamente, em que consiste o *Orkut*.

¹ Fonte: *website* do *Fotolog*: http://www.fotolog.net/browse_countries.html

² Fonte: comunidade *Orkut Statistics* (estatísticas do *Orkut*).

Orkut Buyukkokten, um jovem turco de 29 anos, é o criador do *site* que foi batizado com seu nome. Trata-se de um analista de sistemas do mais poderoso *site* de buscas do mundo, o norte-americano *Google*. Sua criação, o *Orkut.com*, é uma ferramenta que se propõe a estabelecer uma rede de relacionamentos na Internet, permitindo que o internauta acesse, com um simples clique, uma lista de amigos e conhecidos cadastrados, e outra de fóruns virtuais que tratem de temas de seu interesse. www.orkut.com é o endereço eletrônico que o internauta deve digitar em seu navegador para visualizar a primeira página do *site* com a seguinte mensagem:

Orkut é uma comunidade *on-line* que conecta pessoas através de uma rede de amigos confiáveis.

Nosso compromisso é oferecer um lugar de encontro *on-line*, onde as pessoas possam se socializar, realizar novos contatos e encontrar outras pessoas que compartilhem seus interesses.

Entre no *Orkut* para expandir a circunferência de seu círculo social³.

Esta autodefinição fornecida pelo próprio *site* chama a atenção do internauta para duas de suas características fundamentais: 1) ele apresenta como seu objetivo a oferta de um espaço de socialização e comunicação; 2) ele afirma que este espaço será “confiável”, porque constituído por uma rede de amigos “confiáveis”.

Portanto, para uma pessoa entrar no *Orkut*, é preciso que um amigo ou conhecido – que a julgue minimamente “confiável” – lhe envie um *email* com um convite.

Ao receber a mensagem-convite, o internauta pode se cadastrar e iniciar um processo de construção do seu perfil (*profile*) no *Orkut*.

³ “Orkut is an online community that connects people through a network of trusted friends. / We are committed to providing an online meeting place where people can socialize, make new acquaintances and find others who share their interests. / Join Orkut to expand the circumference of your social circle” (Trad. livre).

É através do seu perfil que cada usuário ocupa uma presença virtual no *Orkut*: estarão lá seus dados, sua lista de amigos (com seus respectivos perfis, que poderão ser visitados com um clique em suas fotos ou nomes), os registros de suas trocas de informação com eles etc. Inicialmente, porém, o primeiro passo para se construir um perfil é responder a diversas perguntas de ordem pessoal – nome, *email*, gênero, estado civil, opção sexual, formação política, livro preferido etc. – e escolher uma foto ou imagem que o identifique. Pode-se criar também um álbum de fotos virtual, para expor até doze fotos ou imagens aos curiosos que queiram vê-las.

O usuário deve ainda explicitar seu interesse ao ingressar no *Orkut*: buscar amizades? Flertar? Fazer contatos profissionais? Encontrar pessoas com os mesmos interesses que os seus? – no caso, estas são as únicas alternativas de resposta, ou seja, os objetivos primeiros do *site*.

Um sistema de buscas também é usado para que o internauta encontre as chamadas comunidades (ou *communities*). Elas são agrupamentos dentro da grande comunidade orkutiana, ao redor de temas de interesse compartilhado. Assim como sua lista de amigos, a lista de comunidades das quais um usuário participa fica exposta em seu perfil. Um dos aspectos mais importantes do *Orkut* é, justamente, a possibilidade de qualquer usuário facilmente encontrar, criar, participar ou recomendar fóruns de discussão, para debater qualquer assunto. Distribuídas entre numerosas categorias a quantidade e a variedade de comunidades existentes são espantosas.

Por serem um espaço privilegiado de interlocução, para onde convergem interesses comuns de diversos usuários, as comunidades serão quando necessário citadas aqui para ilustrar e exemplificar idéias. Cada uma possui um título, seguido pelo número de membros entre parênteses e um texto de abertura ou apresentação (às vezes, também, o nome de seu criador).

Enfim, as ferramentas oferecidas são muitas para serem esgotadas aqui. Tampouco é este nosso objetivo. O que nos interessa,

neste momento, é oferecer ao leitor estrangeiro ao *Orkut* uma noção preliminar de como funciona o *site*.

Os jovens e o *Orkut*: um sintoma da cultura contemporânea

As sociedades ocidentais se transformam hoje com uma velocidade vertiginosa. Enquanto muitos adultos apresentam dificuldades para acompanhar tais transformações, sentindo-se alheios a um novo mundo que se lhes impõe, os jovens costumam demonstrar, ao contrário, uma relação bastante íntima com ele. Não raro, mesmo antes de aprender a ler e a escrever, crianças de poucos anos de idade já manipulam PCs em busca de jogos e outros atrativos da *net*. Crescem interagindo com ela e constituindo-se através desta interação.

Tal constatação nos conduz, em um primeiro momento, ao pensamento de Lev Vygotsky (1984), cuja obra propõe a construção social do conhecimento e da subjetividade, enfatizando os aspectos interacionais, a presença dos artefatos da cultura na mediação com o outro e as transformações dos usos da linguagem no contexto histórico de cada época. Em síntese, o autor nos convida a conceber o desenvolvimento humano como multidimensional, contextual e articulado com o impacto da mudança histórica. Desta perspectiva resulta a proposta de que uma reflexão sobre a juventude não pode estar desvinculada de uma reflexão sobre o contexto sócio-histórico no qual esta juventude está inserida. Estudar o jovem, em suas formas particulares de ser e de interagir com o mundo, é uma possível maneira de estudar a história individual reencontrando a expressão de uma singularidade no interior de processos mais amplos da história e da cultura (JOBIM E SOUZA, 1998).

Articuladas a estas considerações de Vygotsky, fundamentais para uma redefinição dos paradigmas que orientam os estudos no âmbito da psicologia do desenvolvimento no mundo atual, consideramos também, nesta pesquisa, as idéias de Stuart Hall (1999)

sobre o conceito de identidades descentradas. Nossa intenção é propor, com estas articulações teóricas, uma reflexão fundamentada, não só sobre as construções identitárias e as interações sociais entre jovens facilitadas pelo *Orkut*, mas ampliar esta discussão para uma análise do momento histórico e social que permitiu a emergência de novas formas de relação entre os jovens, e entre estes e os adultos, oferecendo subsídios para uma compreensão dos conflitos entre gerações relativos a tais mudanças.

Segundo Stuart Hall (1999:8), “as identidades modernas estão sendo ‘descentradas’, isto é, deslocadas ou fragmentadas”, a partir de transformações estruturais que as sociedades modernas vêm sofrendo sobretudo desde a segunda metade do século XX. Estas transformações são, em grande parte, o efeito de uma série de rupturas nos discursos do conhecimento moderno. Entre elas, Hall destaca aquelas que considera as principais: 1) a releitura da obra de Marx por intérpretes que enfatizam uma determinação sócio-histórica sobre as ações humanas; 2) a concepção psicanalítica de sujeito dividido e construído a partir do Outro, introduzida por Freud e desenvolvida por Lacan; 3) o conceito saussuriano de língua enquanto um sistema social e não individual; 4) a genealogia foucaultiana do sujeito moderno submetido ao controle do “poder disciplinar”; e 5) o impacto do feminismo, tanto como uma crítica teórica quanto como um movimento social. (p. 34-46).

De acordo com o autor,

[Estas transformações estão] fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a idéia que temos de nós próprios como sujeitos integrados. Esta perda de um “sentido de si” estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito. Este duplo deslocamento – descentração dos indivíduos

tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos – constitui uma “crise de identidade” (p. 9).

Para explorar mais a fundo esta questão, Hall distingue três concepções diferentes de sujeito, a saber: 1) o sujeito do Iluminismo, baseado numa compreensão do ser humano como “um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo ‘centro’ constituía um núcleo interior”, com o qual o indivíduo nascia e desenvolvia ao longo de sua existência (p. 10-11); 2) o sujeito sociológico, supondo que “este núcleo interior do sujeito não era autônomo e auto-suficiente”, mas formado a partir da interação do sujeito com os valores, sentidos e símbolos de sua cultura (*idem*, p. 11); e 3) o sujeito pós-moderno, que não possui identidade fixa, essencial ou permanente:

A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (...). O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. (...) a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente (p. 13).

À luz desta concepção de sujeito pós-moderno, torna-se compreensível a possibilidade de um mesmo sujeito se apresentar de formas variadas em variadas circunstâncias: diante da mãe, da namorada, do chefe, ou em seu perfil no *Orkut*... É esta a compreensão que julgamos adequada para alimentar nossas reflexões acerca dos jovens orkutianos, já que, como tentaremos demonstrar,

os usuários do *Orkut*, em sua maioria, assimilam e expressam as transformações culturais que caracterizam um momento histórico específico, identificado por alguns autores contemporâneos como pós-modernidade⁴.

Wittgenstein e os jogos de linguagem no *Orkut*

Para analisar os jogos de linguagem no *Orkut* encontramos o segundo momento da obra de Ludwig Wittgenstein (1996), filósofo que – associado ao movimento de questionamento de uma compreensão da linguagem como mera representação da realidade – conferiu à linguagem um caráter de prática social⁵.

De acordo com a chamada visão pragmática ou não-representacional da linguagem, considera-se que representar ou descrever consiste em apenas um dos objetivos ou possibilidades de uso da linguagem. Outros tantos poderiam ser citados, como questionar, afirmar, ordenar, pedir, exclamar, justificar, mentir... e assim por diante. Cada uma destas possibilidades, e os significados conferidos a cada ato de fala específico, estão relacionados ao contexto no qual emergem.

Para Wittgenstein, aprender uma linguagem é ser introduzido numa multiplicidade e diversidade de regras que governam uma comunidade lingüística. Sejam elas implícitas ou explícitas, tais regras constituem as convenções sociais – instituições, atitudes, crenças, valores, intenções, comportamentos etc. – de uma certa forma de vida.

O conjunto destas regras forma uma gramática que é compartilhada entre a comunidade lingüística, ainda que um ou mais membros desta não se julguem capazes de enumerá-las. Esta

⁴ O conceito de pós-modernidade apresenta infinitas controvérsias. Uma discussão deste tema exige um debate cuja especificidade ultrapassa o escopo deste texto. O leitor interessado poderá consultar: Featherstone, 1995; Jameson, 1996.

⁵ Sobre a apropriação das idéias de Wittgenstein para uma análise de narrativas no cotidiano das práticas sociais ver Albuquerque (1998).

gramática seria diferente daquela preconizada pelos gramáticos (a “gramática de superfície”); trata-se, antes, de um conjunto de regras sociais, convencionadas como as regras de um jogo – e, portanto, passíveis de mudanças.

Com o intuito de ilustrar seu conceito de jogos de linguagem, Wittgenstein apóia-se na comparação com um jogo de xadrez: para compreender o que é uma peça, deve-se compreender o jogo em seu conjunto, ou seja, as regras que o definem e o papel da peça no jogo. Analogamente, o significado de uma palavra é seu lugar em um jogo de linguagem. Usar uma oração é como fazer uma jogada de xadrez, seguindo as regras necessárias.

Entre os exemplos de jogos de linguagem citados pelo autor, estão: inventar uma história e ler, representar teatro, cantar uma cantiga de roda, adivinhar enigmas, relatar um acontecimento, fazer uma anedota e contar etc.

Diante da riqueza deste conceito, e da ampla gama de atividades humanas (que envolvem linguagem) que podem ser citados como exemplos, ousamos compreender as práticas protagonizadas por jovens através do *Orkut* como jogos de linguagem. Buscaremos apresentar aqui elementos que tornem evidentes algumas das regras compartilhadas nesta comunidade lingüística específica. Na sua particularidade, elas não se esgotam em si, mas nos falam também, como Vygotsky nos alerta, do contexto sócio-histórico que lhes deu origem.

Caracterizando alguns jogos de linguagem no *Orkut*

Ao discorrer sobre o conceito wittgensteiniano de jogos de linguagem, optamos por compreender alguns atos protagonizados pelos jovens através do *Orkut* a partir deste conceito, uma vez que tais atos de linguagem envolvem uma gramática própria de regras convencionadas. Falar de uma comunidade lingüística orkutiana significa admitir que esta seria uma comunidade que compartilha um conjunto de regras e faz uso delas através das ferramentas oferecidas pelo *site*.

Tratando-se de um *site* que se pretende uma rede social de relacionamentos, e diante da apropriação dele feita especificamente pelos jovens brasileiros, destacamos as seguintes estratégias ou jogos de linguagem:

- 1) Jogos de comunicação – promover a comunicação entre sujeitos;
- 2) Jogos de identificação – facilitar um mecanismo de identificação do sujeito com comunidades específicas e dos membros de cada comunidade entre si;
- 3) Jogos de auto-afirmação – permitir que se provoque uma impressão de popularidade do sujeito falante (ou falado) diante de outros; e
- 4) Jogos de sedução – contribuir para a sedução de amigos ou parceiros em potencial.

Jogos de comunicação

Se um membro do *Orkut* deseja enviar uma mensagem a um ou mais usuários, ele pode fazê-lo de duas formas principais: 1) utilizando a opção *send message*, que envia uma mensagem para um ou mais *friends* selecionados (exatamente como um *email*), para todos os *friends* da lista do usuário, e/ou para os *friends of friends* (uma forma ágil e rápida de atingir um grande número de receptores para a mensagem emitida); ou 2) postando um *scrap* no *scrapbook* de um usuário.

No primeiro caso, a mensagem é lida apenas pelo(s) receptor(es) selecionado(s), isto é, para quem ela foi originalmente remetida. No segundo, a mensagem fica exposta, ao lado de uma fotografia do emissor, no *scrap book* do receptor, que pode ser visto por qualquer pessoa que visite seu perfil. Assim, o *scrapbook* seria uma representação análoga a um mural virtual de bilhetes pessoais, onde ficam expostas e acumuladas mensagens direcionadas para uma pessoa – porém, visíveis por qualquer orkutiano que tenha acesso a seu perfil.

Uma regra interessante e implícita, no caso do *scrap book*, nos ajuda a identificar claramente quais usuários compartilham da gramática orkutiana e quais permanecem alheios a ela, embora cadastrados – talvez por serem novatos e ainda não dominarem todas as regras de comunicação.

Se o usuário Fulano quer mandar um *scrap* para Cicrano, enviará a mensagem ao *scrapbook* de Cicrano. Via *email* – ou outra opção configurada – o *Orkut*, então, avisará a Cicrano que Fulano enviou uma mensagem para seu *scrapbook*. Acostumados com o sistema de *reply de emails* – pelo qual apenas um clique possibilita que a resposta seja escrita acima da mensagem recebida – é muito comum que usuários novatos respondam às mensagens escrevendo dentro de seus próprios *scrapbooks*, logo acima das mensagens recebidas. No entanto, Fulano nunca saberá da resposta de Cicrano se não visitar novamente o *scrapbook* de Cicrano... A comunicação via *scrap* exige que se acesse o perfil do destinatário para deixar ali, “afixada”, a mensagem destinada a ele.

Outra regra implícita do *scrapbook*, também ignorada por muitos usuários novatos, é a não necessidade de assinar as mensagens. Uma vez que a foto do emissor permanece ao lado da mensagem escrita por ele, a assinatura é absolutamente dispensável.

Em alguns casos, quebrar este tipo de regra pode não representar problema algum. Em outros, tal ato pode ser interpretado como uma atitude “impopular”, como se fossem inadequados e mal vistos usuários que não demonstram estar a par da gramática orkutiana.

Nesta dialética entre popularidade e comunicação, destacam-se usuários que demonstram conhecimento e intimidade com uma escrita própria da Internet – que, nos últimos anos, já vem se manifestando em *emails, blogs, flogs* etc.

É comum, nesta escrita, que os internautas se despeçam com “Bjs” e “Abs”, que substituem significantes como “Beijos” e “Abraços”. Usar estes recursos no *scrap book* de um usuário é também

demonstrar-se, publicamente, como parte de uma comunidade lingüística⁶.

Segundo Nicolaci-da-Costa (1998), tais significantes atendem a uma forte tendência da escrita na Internet, que busca a economia de tempo e de teclas digitadas por informação. Esta mesma lógica rege as abreviações, extremamente freqüentes, como “vc” em vez de “você”, “pq” em vez de “por que”, “aki” em vez de “aqui”, e assim por diante⁷.

A autora acredita que a escrita característica da Internet exerce uma influência que transcende o âmbito da comunicação na Rede, atingindo formas mais amplas e gerais de produção de texto. Esta crença nos parece bem fundamentada, na medida em que este tipo de escrita atende a uma exigência prática dos grandes centros urbanos contemporâneos, que é a de realizar muitas coisas no menor tempo possível, ou várias coisas ao mesmo tempo.

Tal exigência, em grande parte, é atingida pelo *Orkut*, ao menos no que diz respeito às possibilidades de se comunicar com várias pessoas num período curto de tempo. Em poucos minutos, o internauta pode enviar um *scrap* para um amigo, acompanhar o último tópico da discussão em uma comunidade, dar sua opinião em outra, conferir suas mensagens fechadas e ainda escrever um *testimonial* para uma “gatinha” de quem é fã – isso sem considerar a hipótese, bastante comum, de que ele use em outras janelas programas de comunicação *on-line*, como o *Messenger* ou o *ICQ*, ao mesmo tempo em que usa o *Orkut*.

⁶ Nicolaci-da-Costa (1998) esclarece o significado de alguns significantes usados por internautas, entre eles os *smileys*, combinações alternativas de elementos gráficos – letras, sinais de pontuação etc. – que criam novos significantes para certos significados.

⁷ Nicolaci-da-Costa discorre também sobre grafias alternativas – como “eh” em vez de “é”, “soh” em vez de “só” etc. – adaptadas a teclados ou programas que ainda não contavam com os acentos da língua portuguesa, o que está se tornando mais raro atualmente.

Jogos de identificação

De acordo com Hall, na contemporaneidade, as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia e nacionalidade já não fornecem ao sujeito a sensação de possuir um núcleo identitário como outrora. Considerar a identidade uma celebração móvel significa compreender que o sujeito tenha diferentes posturas em diferentes âmbitos da vida, e que estas posturas não necessariamente serão unificadas em torno de um “eu” coerente.

Paralelamente, esta descentração do sujeito nos impele a indagar sobre quais seriam as novas paisagens culturais que fornecem ao sujeito elementos para suas construções identitárias. No caso do *Orkut*, esta questão pode ser analisada tendo como referência as comunidades, em toda a sua diversidade e multiplicidade. Como pode ser observado pelo usuário do *Orkut*, há centenas ou milhares de comunidades para cada categoria listada pelo *Orkut* – *Arts & Entertainment* (7.975 communities), *Business* (1.196 communities), *Food, Drink & Wine* (2.456 communities), *Gay, Lesbian & Bi* (415 communities), *Government & Politics* (1.105 communities), *Pets & Animals* (1.019 communities), *Religions & Beliefs* (1.690 communities)... Ao todo, são 28 categorias, sendo que a última é aberta: *Other* (4.472 communities)⁸.

O mais importante é perceber as implicações práticas destes dispositivos. Um admirador de Pablo Picasso, por exemplo, pode digitar “Picasso” no espaço de busca e rapidamente encontrará uma ou mais comunidades criadas para discutir a vida e a obra do pintor catalão. Dentro de uma comunidade sobre Picasso, há milhares de pessoas cadastradas, criando tópicos e enviando *posts* – outras comunidades podem ser menos populares, mas as comunidades sobre artistas famosos costumam ter muitos membros. Além disso, o

⁸ Estes números são reproduzidos aqui para que o leitor se dê conta da pluralidade e da ordem de grandeza do número de comunidades existentes. É provável que, a cada minuto, ele se altere – uma vez que, a cada minuto, novas comunidades são criadas e outras deletadas.

número de membros não expressa o número de pessoas que acessam a comunidade e lêem seu conteúdo: a necessidade de se fazer membro só é exigida no momento em que o usuário quer enviar um *post* para a comunidade, ou seja, participar ativamente da discussão. Entretanto, mesmo quando isto não ocorre, é freqüente o hábito de um orkutiano se cadastrar numa comunidade simplesmente para que ela conste em seu perfil. Isto pode atender a dois objetivos. O primeiro, para que ele tenha à mão um atalho para uma comunidade que visite regularmente – com apenas um clique, ele poderá acompanhar os últimos tópicos de discussões sobre Picasso. O segundo, para que ele mostre aos outros, e a si mesmo, que gostar de Picasso é um traço importante de sua personalidade – um homem culto? De bom gosto? Sensível? Amante das artes visuais?

Este segundo objetivo é o que nos interessa aqui. No *Orkut*, a escolha das comunidades, e o fato de elas se manterem expostas para o usuário e para quem quer que visite seu perfil, pode lhe fornecer elementos de construção identitária.

Assim, se um homem é membro de diversas comunidades eróticas, possivelmente ele pretende transmitir, para si mesmo ou para os outros, uma identidade sexual determinada – “Tarado”? “Potente”? “Garanhão”?

Por outro lado, é possível que um mesmo usuário se faça membro de comunidades totalmente diferentes, ou mesmo contraditórias – uma sobre meditação técnica e outra sobre o clássico do cinema de horror *O massacre da serra elétrica*. Neste caso, torna-se ainda mais gritante a multiplicidade de referenciais que orientam a identidade do sujeito pós-moderno.

Há, ainda, usuários que se cadastram em dezenas de comunidades, como metáforas da descentração à qual nos referimos, ou simplesmente como expressões de uma espécie de exagero, de excesso – ou de “vício”, nos termos de muitos orkutianos:

Viciados em Comunidades *Orkut* (274 members)

Para você que...

- * quando não tem nada para fazer vai procurar comunidades para ingressar...
 - * vive escutando que vc deve ser muito desocupado por ficar procurando comunidades...
 - * Acha uma pessoa conhecida e vai ver suas comunidades, para ver se acha alguma legal...
 - * Fica todo feliz quando ingressa em mais uma comunidade...
 - * Possui mais de 50 comunidades...
 - * Acha super normal ter muitas comunidades...
 - * Não gosta de pessoas com poucas comunidades...
- seja bem vindo ao mundo dos viciados em comunidades!!!
(eh!!! + uma para minha lista!!!)

Aqui, optamos por privilegiar, em citações e exemplos, comunidades que se dedicam a debater sobre algum aspecto do *Orkut*. Desta forma, entramos em contato com discursos que ousamos considerar metalingüísticos, no sentido de que se utilizam jogos de linguagem orkutianos para falar sobre estes mesmos jogos – como bem ilustra a citação acima, ou seja, uma comunidade para falar sobre comunidades.

Cabe citar também comunidades que, paradoxalmente, se reúnem no espaço do *Orkut* para falar sobre seu “ódio” ao *Orkut*. Este paradoxo talvez possa ser explicado, justamente, por uma necessidade do sujeito de pertencimento a um grupo que funcione como um referencial identitário, ao partilhar com ele opiniões, sentimentos, idéias, visões de mundo etc.

Eu odeio *Orkut* (3105 members)

Você entrou sem nem ter idéia do que é isso? Seus amigos ficaram te enchendo o saco para você participar?

Você recebe o convite para entrar, tenta se cadastrar e o servidor não está disponível?

Esse é o *Orkut*, a comunidade da vez.

Você persiste, e tenta novamente se cadastrar e, na última tela do cadastro, o servidor cai...

Quando finalmente você consegue se cadastrar, você não vê graça nenhuma mas inexplicavelmente você não pára de acessar essa porcaria e só volta a trabalhar quando o servidor cai...

O motivo referido como “inexplicável” para que pessoas, inclusive as que dizem odiar o *Orkut*, se mantenham acessando o *site* sempre que possível é freqüentemente referido pelos próprios orkutianos como “vício”: tal como numa compulsão, o sujeito realiza este ritual mesmo sem ter consciência do porquê, sabendo apenas que sente necessidade dele.

Ódio, fúria, irritação, vontade de “chutar o monitor” ou “quebrar o computador” e sentimentos correlatos são apresentados como reações aos erros e à lentidão do sistema. Além de uma dificuldade para suportar frustrações, estes discursos expressam outra característica da cultura contemporânea, ou seja, a lógica da velocidade, do imediatismo, da economia do tempo, do tudo ao mesmo tempo agora, do não perder tempo. Pelo menos neste sentido, sem querer, o *Orkut* se contrapõe a essa lógica: obriga o usuário a esperar.

Jogos de auto-afirmação

O número de amigos que um usuário possui é um primeiro indicativo de sua popularidade. Ele aparece não só no perfil do usuário, como também entre parênteses, abaixo de sua fotografia na lista de cada um de seus amigos. Embora esta regra não seja abertamente declarada, uma pessoa com muitos amigos costuma

ser considerada querida e popular, como demonstram os textos de abertura das comunidades abaixo:

1.000.000 de Amigos do *Orkut* (57 members)

Eu quero ter um milhão de amigos...

Um milhão de amigos do *Orkut*. Essa é a meta a ser alcançada. Faça parte, divulgue, incentive, convide cada um dos seus contatos a fazer parte dessa comunidade.

Libere seus pensamentos aki. Vc é livre pra escrever, mas não se esqueça do respeito e a moral devem ser preservados...

Gerson Shirafuchi de Barros (Pinguimtt)

Tenho poucos amigos no *Orkut* (61 members)

Se você não é um desses ‘força’ que convidam até a tia da vizinha pra entrar na sua lista de ‘amigos’ e aceitam até o vigia da escola que estudou quando tava no jardim 3 pra fazer parte da sua lista de amigos no *Orkut*, só pra convencer todo mundo de que é suuuper social, seja bem-vindo!

Além do número de amigos, o número de *fans* também é um importante indicativo de popularidade. Ele é marcado por uma estrela que funciona como *link* para uma lista de amigos que se dizem “fãs” do usuário, cada qual identificado com sua foto.

Também identificados com fotos, os *testimonials*, por sua vez, são mensagens deixadas por amigos do usuário, dizendo algo positivo a seu respeito – elogios, declarações de amor etc. – que precisam ser aprovadas por ele antes de se tornarem públicas para todos que visitem seu perfil – garantindo-se assim que as mensagens sejam invariavelmente do agrado do usuário.

Declarar-se *fan* de um amigo ou escrever um *testimonial* sobre ele são maneiras de expressar carinho, admiração, amizade etc., de forma explícita. Há, porém, formas implícitas de se expressar sentimentos por um ou outro usuário.

Selecionando-se a opção *friends*, na barra de ferramentas, e depois a opção *Karma*, o usuário pode não só declarar-se *fan* de seus amigos listados – presenteando-os com uma estrela – como também avaliar o quão *trusty* (“confiável”), *cool* (“legal”) e *sexy* é cada um deles. Esta avaliação é feita através de uma graduação de um a três *smileys*, gelos e corações, respectivamente.

No perfil do usuário que é avaliado, consta apenas a informação média da quantidade de *smileys*, gelos e corações que recebe, porém ele não sabe quem o avaliou, nem exatamente como. De uma forma ou de outra, o número de estrelas, *smileys*, gelos e corações são fortes indicadores da popularidade ou impopularidade do usuário que os exhibe em seu perfil – como explicitam estas comunidades:

Eu não sou *sexy* no *orkut*.... (80 members)

Se vc não tem nenhum coraçãozinho no *orkut*... portanto não é considerado *sexy*... junte-se a nós, os não *sexys* do *orkut*....

Impopulares no *Orkut* (247 members)

Se você não tem muitos *testimoniais*... Seu número de fãs é muito, mas muito menor que o de *friends*. E mais: se você vê, dia após dia, a porcentagem de *Trusty*, *Cool* e *Sexy* diminuir...

Seja Bem-Vindo! Nós entendemos você!!

Não é só isso, vamos unir os impopulares e novatos no *Orkut* e botar para quebrar! Vamos aprender a ser *pop*! Encontre amigos bacanas aqui!

PARA SER ADICIONADO OU TROCAR KARMA,
PROCURE O TÓPICO KARMANDO.

Esta última frase, sobre “trocar Karma”, refere-se à seguinte prática: dois (ou mais) amigos entram em acordo de um avaliar o outro como *super trustworthy*, *super cool* e *super sexy* – as classificações máximas que se pode obter em cada quesito – para ambos

aumentarem seus respectivos indicativos e aparentarem ser mais populares diante dos outros usuários que visitarem seus perfis.

O mesmo serve para informações explícitas, como a estrela de *fan* e os *testimonials*. Neste caso, é comum também que haja uma espécie de reciprocidade esperada entre os usuários: se alguém afirma que é seu *fan*, ou escreve um *testimonial* a seu respeito, é de bom tom retribuir o elogio. Entretanto, há internautas que protestam contra esta atitude, apostando que ela depõe contra certas regras de etiqueta que deveriam ser obedecidas no *Orkut*:

Orkutiqueta (1492 members)

Dúvidas sobre comportamento no *Orkut*? Dúvidas ainda não respondidas sobre *Orkut*?

Não relute, poste aqui e esclareça suas dúvidas de como interagir no *Orkut*, nas comunidades, com as pessoas e ser educado(a). (...)

Chega de pedir pra te adicionarem! Chega de criar comunidades inúteis! Chega de mandar convites pra todos os amigos dos amigos. Chega de mandar mensagem (spam) para todos os amigos. Chega de virar fã pra que virem seu.

Chega de entrar em todas as comunidades! Chega de estragar com o serviço... Ou vai ficar muito chato!

Há usuários que vão ainda mais longe: discutem abertamente os artifícios que utilizaram ou utilizam para ganhar popularidade no *Orkut*. Nestas ocasiões, as ferramentas de popularidade oferecidas pelo *site* funcionam como peças estratégicas num jogo de auto-afirmação.

Como ser *cool* no *orkut* (147 members)

Como fazer amigos e influenciar as pessoas no Orkut.

Essa comunidade tem a finalidade de indicar quais elementos não podem faltar no seu profile para você ser considerada uma pessoa *über cool*.

Livros, filmes, músicas, comunidades, pessoas indispensáveis para criar uma imagem ‘bacana’ e contribuir para a ‘pagação’ do *Orkut*.

Ao se inscrever no *site*, o usuário deve afirmar que concorda com suas exigências. Uma delas é a veracidade das informações que ele coloca em seu perfil, de acesso público. Entretanto, como tentamos demonstrar até aqui, parece que esta dicotomia entre verdade e mentira não tende a ser considerada tão importante quando o que está em jogo é uma multiplicidade de possibilidades identitárias.

Há aqueles que chegam a fazer piadas sobre o assunto, no estilo irreverente que tem caracterizado, em geral, a atuação brasileira no *Orkut*. Na comunidade “Eu Menti Meu Perfil no *Orkut*”, os membros fazem chacota de um discurso ressentido de auto-ajuda, postando mensagens do tipo: “Sim, eu menti. Eu disse que era advogado, eu disse que tinha curso de *gourmet*, eu disse que entendia de vinhos, eu disse que fazia *noise* eletrônico, mas tudo isso só para parecer mais interessante a outros olhos.” “Eu menti para entrar no ‘Eu Menti Meu Perfil no *Orkut*’ porque preciso me socializar e fazer amigos. É isso”.

Tais comentários ironizam a prática, muito comum, de se colocar informações no perfil que atendam a expectativas previstas de seus visitantes. O próprio ato de fazer parte de uma comunidade ou de outra consiste, em si, numa informação sobre o usuário. Assim, como comentamos anteriormente, é comum que um usuário entre numa comunidade antes para que os outros o reconheçam como parte dela, em detrimento da intenção de debater o tema ali proposto.

Jogos de sedução

Até aqui, muito já foi dito acerca da preocupação de inúmeros usuários em transmitir uma boa imagem através do *Orkut*. Não raro, esta preocupação é motivada pelo desejo de sedução – isto é, o desejo de conquistar novos amigos ou, quiçá, um parceiro sexual ou par romântico.

Neste sentido, o *Orkut* traz uma novidade criativa, no quesito namoro pela Internet. Trata-se de uma ferramenta chamada *Crush list*, conhecida como “Cupido virtual”. Ter um *crush* por alguém, em inglês, corresponderia ao que chamamos, aqui, de “ter uma queda” por alguém⁹. Portanto, a *Crush list* de um usuário é um espaço onde ele identifica orkutianos por quem ele “tem uma queda”. Este registro é sigiloso e disponível apenas para o próprio usuário. A não ser que ele seja correspondido: no momento em que um internauta insere em sua *Crush list* um nome em cuja *Crush list* ele já esteja registrado, o *Orkut* se encarrega de enviar a ambos uma mensagem do tipo:

Você e Fulano têm uma queda um pelo outro! Respire fundo e considere isso: O *Orkut* desmascarou uma afeição mútua e mostrou as feridas gêmeas das flechadas do Cupido. Nós ajudamos na descoberta desse amor, mas se esses corações estarão ligados, somente o futuro dirá (*apud* FILHO, 2004).

Está clara a intenção do *Orkut* em facilitar encontros amorosos ou sexuais. Na lista de amigos, as informações disponíveis para o usuário que recebem destaque antes de acessar o perfil de cada um deles são: sua foto, seu nome, sua idade, seu país e o estado civil... (a não ser se o próprio usuário optar por ocultar esta informação). Neste último tópico, as opções não se restringem a *single* (solteiro) ou *married* (casado), mas incluem também *committed* (comprometido), *open marriage* e *open relationship*, o que se pode traduzir, respectivamente, como “casamento aberto” e “relacionamento aberto”, isto é, tipos de compromisso em que é acordada a não necessidade de se respeitar a exigência moral da monogamia.

No entanto, os jogos orkutianos de sedução não se restringem

⁹ Inclusive no aspecto coloquial do termo, que caracteriza o tipo de linguagem usada na interface do *Orkut*.

a este campo de relacionamentos. Como vimos, declarar-se fã de alguém, ou escrever-lhe um *testimonial* ou um *scrap* carinhoso, podem ser formas de seduzir amigos – sejam eles antigos amigos, novos amigos ou amigos que o usuário mal conhece, mas gostaria de conhecer melhor.

Considerações finais

Os jogos orkutianos aqui abordados são apenas algumas das várias possibilidades de usos da linguagem oferecidas pelo *site*. Destacamos aqui, por um lado, as regras explícitas oferecidas pelo *Orkut* e, por outro, as regras que são criadas pelos usuários, não previstas pelo próprio funcionamento do *site*. A tensão que se estabelece entre as regras previstas e as criadas pelos usuários nos dá algumas pistas para caracterizar os jogos de linguagem possíveis neste contexto específico de comunicação. Além disto, aponta para questões relativas aos modos de produção da subjetividade a partir das mediações propiciadas pelo uso da Internet no mundo atual.

Os jogos de linguagem aqui destacados, embora tenham sido abordados separadamente, estão evidentemente relacionados entre si. Há, por exemplo, uma relação íntima entre o jogo identitário que o usuário protagoniza e as informações que ele comunica aos demais usuários. Portanto, os jogos de comunicação, identificação, auto-afirmação e sedução surgem, muitas vezes, no discurso dos usuários de forma simultânea, mesmo que em alguns momentos um deles fique em destaque, alternando-se com outras possibilidades de jogos de linguagem menos evidentes.

O tamanho sucesso de ferramentas virtuais que permitem aos jovens realizar estes – e outros – jogos de linguagem, se não evidencia sua dificuldade de realizá-los no seu cotidiano fora da Rede, ao menos aponta para sua necessidade de realizá-los, de uma forma ou de outra. Entretanto, convém nos questionarmos se tal necessidade – de comunicação, de identificação, de auto-afirmação, de sedução – é privilégio dos jovens ou, ao contrário, comum a seres humanos

de diferentes faixas etárias.

Preferimos acreditar na segunda hipótese, levando em consideração a idéia baseada em Vygotsky de que os jovens contemporâneos expressam não só necessidades, mas também sentimentos, crenças, desejos, tendências, idéias (etc.) mais amplas, relativas ao momento histórico e social que vivenciam.

Assim sendo, cabe a pergunta: como esses jovens orkutianos expressam características mais gerais do nosso tempo e espaço?

Uma tentativa de resposta a esta pergunta implica uma suposição anterior de que as motivações para os atos destes jovens transcendem o espaço da Internet, sobretudo quando se trata de regras implícitas da gramática orkutiana. Como foi apresentado anteriormente, as regras explícitas do *Orkut* são claras e definem as condições de uso, as instruções, as informações contidas na ferramenta de “ajuda” (*help*), que procuram, via de regra, tirar dúvidas previstas e esperadas. Entretanto, há também as regras mais obscuras, não-ditas, possivelmente não previstas ou esperadas pelo criador do *site*. São estas que merecem uma atenção especial, pois se apresentam como revelações no campo da linguagem de aspectos relativos à dinâmica das relações sociais e das transformações dos sujeitos na era da comunicação eletrônica. Procuramos demonstrar como estas regras são construídas na prática, no uso que se faz das próprias ferramentas de comunicação, uma vez que estas são oferecidas a partir de um suporte qualquer. Destacamos, assim, a capacidade dos usuários de inventar sempre novas narrativas e identidades com o intuito de transgredir, superar e recriar os limites impostos pelo sistema de regras oferecido.

Portanto, analisar e compreender a dinâmica dos processos de criação espontâneos das narrativas dos jovens na Internet é também criar estratégias metodológicas para conhecer os modos de subjetivação e produção de identidades fluidas comuns à contemporaneidade. Esta abordagem se apresenta como um importante desafio para o campo da Psicologia do Desenvolvimento que, cada vez

mais, precisa produzir novos instrumentos de análise para dar conta das diversas formas de sociabilidade que se configuram na cultura contemporânea, especialmente entre as crianças e os jovens.

Referências Bibliográficas

- ALBUQUERQUE, E. D. P. Linguagem e produção de conhecimento: uma chave de leitura para as relações intersubjetivas no contexto escolar. 1998. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica) – Departamento de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ.
- ARIMA, K. Brasileiro “cordial” alvoroça rede americana. *O Estado de S. Paulo*. Disponível em: www.estadao.com.br/suplementos/info/info025.htm, acesso em 12 jul. 2004.
- FEATHERSTONE, M. *Cultura do consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FILHO, G. Quem é? O que ele fez? E o que eu tenho a ver com isso? *Cinestese*. Disponível em: www.cinestese.unisinos.br/?menu=outrasmidiasver&codigo34&nome_usuario=Gilson+Filho, acesso em 7 out. 2004.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- JAMESON, F. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1996.
- JOBIM E SOUZA, S. A psicologia do desenvolvimento e as contribuições de Lev Vygotsky. In: FREITAS, M. T. A. (org.) *Vygotsky: um século depois*. Juiz de Fora: EDUFJF, 1998.
- NICOLACI-DA-COSTA, A. M. *Na malha da rede: os impactos íntimos da Internet*. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- VYGOTSKY, L. S. *A formação social da mente*. São Paulo: Martins Fontes, 1984.
- WITTGENSTEIN, L. *Investigações filosóficas*. Petrópolis: Vozes, 1996.