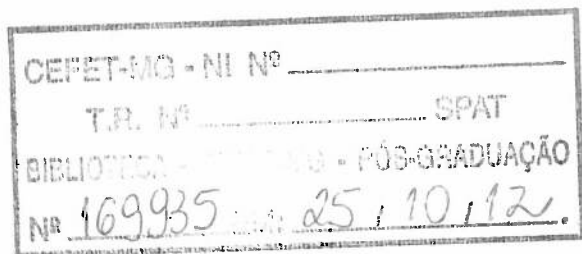


**CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS
GERAIS**

Mestrado em Estudos de Linguagens



T
401.41
S676c
2011

Juliana Cristina Souza Soares

**A CONSTRUÇÃO DO *ETHOS* NO ORKUT: um estudo
sobre as estratégias discursivas**

CEFET - MG Biblioteca BPG
Código 47509 Classificação 401.41 S676c
Título A construção do ethos no Orkut
169935
169935



Belo Horizonte

2011



Juliana Cristina Souza Soares

**A CONSTRUÇÃO DO *ETHOS* NO ORKUT: um estudo
sobre as estratégias discursivas**

Dissertação apresentada ao Mestrado em Estudos de Linguagens, do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – CEFET-MG, como requisito parcial para obtenção de título de Mestre.

Orientadora: Ana Maria Nápoles Villela

Co-orientadora: Giani David-Silva

Belo Horizonte

2011

S676c Soares, Juliana Cristina Souza
A construção do ethos no Orkut: um estudo sobre as estratégias discursivas / Juliana Cristina Souza Soares. – 2011.
135 f. : il., fotos.

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Estudos de Linguagens, do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu.
Orientadora: Ana Maria Nápoles Villela.
Coorientadora: Giani David-Silva.
Dissertação (mestrado) – Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais.

1. Análise do discurso – Teses. 2. Identidade social – Teses.
3. Orkut (Rede social on-line) – Linguagem – Teses. 4. Semiologia – Teses. 5. Usuários da Internet – Linguagem – Teses. I. Villela, Ana Maria Nápoles. II. David-Silva, Giani. III. Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. IV. Título.

CDD 401.41



CEFET-MG

CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE LINGUAGENS

Juliana Cristina Souza Soares

A construção do *ethos* no Orkut: um estudo sobre as estratégias discursivas

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais em 12 de dezembro de 2011, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Estudos de Linguagens, aprovada pela Banca Examinadora constituída pelos professores:

Prof^a. Ana Maria Nápoles Villela, Dr^a. - Orientadora
Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais

Prof^a. Giani David Silva, Dr^a. - Coorientadora
Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais

Prof^a. Lilian Aparecida Arão, Dr^a.
Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais

Prof^a. Wiliane Viriato Rolim, Dr^a.
Secretaria de Educação da Prefeitura de Belo Horizonte

Dedico este trabalho aos meus pais, Fernando e
Vânia, pelo exemplo e incentivo ao longo da
minha vida. Ao meu irmão Bruno, paciente
e amigo sempre. Ao meu companheiro
Sidney por estar sempre tão presente.

Agradecimentos

Agradeço às pessoas que, de alguma forma, contribuíram para a concretização deste trabalho. Todas foram muito importantes para esta etapa de minha formação acadêmica.

Acima de tudo, agradeço a Deus, por ter me permitido trilhar este caminho e por ter colocado pessoas tão especiais ao meu lado dando-me força nesse processo que também teve momentos difíceis.

À prof^a. Dra. Ana Maria Nápoles Villela, por acreditar em minha pesquisa e por contribuir com meu crescimento como pesquisadora. Foi uma ótima experiência da qual levarei ensinamentos ao longo da vida.

À Prof.^a Giani, pela co-orientação, por me ouvir nos momentos de desabafo e por compartilhar de maneira admirável seu conhecimento. Obrigada pelos encontros tão esclarecedores, por sua simplicidade e carinho.

À Prof.^a Adriana dos Reis Silva, pelos encontros e pela relevante colaboração no desenvolvimento do trabalho.

Aos meus colegas de mestrado, com os quais compartilhei alegrias, angústias, dúvidas e esclarecimentos.

À grande amiga Sindier Antônia Alves, por ter passado tanto tempo ao meu lado, dando conselhos e fazendo as tão divertidas “terapias”. Não tenha dúvidas de que este processo se tornou menos árduo com a sua companhia.

Aos Professores Drs. Heitor Garcia de Carvalho, Jerônimo Coura Sobrinho, Wagner Moreira, Rogério Silva, João Batista e Vicente Parreiras (mais uma vez) pelos ensinamentos compartilhados. A vocês, minha admiração.

À Prof.a Dra. Ana Elisa Ribeiro, pelo profissionalismo, carinho e confiança. Foi uma grande experiência conhecer pessoa com tamanho conhecimento e coração.

À coordenadora do Mestrado, profª. Dra. Olga Valeska Soares Coelho pela seriedade e empenho quanto aos interesses desse programa. À secretária do Posling, Sandra Aquino por seu desempenho, dedicação e paciência.

À profª. Dra. Maria Ângela Paulino, por acompanhar de alguma forma a minha trajetória desde a faculdade.

Aos meus amigos, Josy, Denise, Bruno Lisboa por torcerem por mim e por compreenderem minha ausência nos eventos sociais.

À CAPES, por ter contribuído de maneira relevante para a realização deste trabalho.

A identidade é aquela que une a pessoa aos companheiros
humanos: há algum elemento em todos os homens, e ter
contato com este algo comum, é ter contato
com o seu verdadeiro eu.

Rorty

Resumo

Neste estudo, propusemo-nos a estudar “jogo comunicativo” do sítio Orkut à luz da Teoria Semiolinguística do Discurso. Assim sendo, procuramos analisar o sentido observando as operações discursivas das entidades subjetivas de um contrato comunicativo a partir de uma situação bem determinada. Em se tratando do corpus selecionado, isso significa que avaliamos as estratégias discursivas utilizadas pelo sujeito enunciador/dono do perfil para influenciar e persuadir o sujeito receptor/membro de comunidade do ciberespaço a interagir com ele. Nossa análise consta de um estudo de caso em que foram analisados dezessete perfis de uma comunidade denominada “Sou viciado (a) em Orkut”, a análise se dividiu em dois momentos, a saber: i) uma análise macroestrutural de todo o *corpus* observando os componentes da construção enunciativa e os imaginários suscitados; ii) um análise mais detalhada de seis perfis, considerados representativos, com base na análise i), observando as estratégias discursivas utilizadas para a construção dos seus *ethé*. Ao avaliarmos os dados, verificamos uma predominância de apresentações positivas do eu. Para construir as identidades, além de textos escritos, são utilizados recursos multimodais como fotografias, imagens criadas a partir de sinais gráficos, músicas em áudio, vídeos, entre outros. No entanto, a construção no sítio segue alguns padrões recorrentes entre os usuários. Ao longo da investigação, constatamos que a construção do *ethos* possui seus limites quando se trata de imaginário social. O campo analisado está destinado à individualização, entretanto constatamos que no nosso *corpus*, os sujeitos mostraram-se mais interessados em mostrar-se parte integrante do grupo do que caracterizar-se como um sujeito único.

Palavras-chave: *ethos*; estratégias discursivas; discurso; imaginário sócio-discursivo.

Résumé

Résumé

Dans cette étude, nous étudions le «jeu communicatif» du site *Orkut* à la lumière de la théorie sémiolinguistique du discours. Pour cela, nous avons cherché à analyser le sens en observant les opérations discursives subjectives des entités d'un contrat d'une situation de communication particulière. Dans ce point de vue, nous avons sélectionné un corpus où nous évaluons les stratégies discursives employées par l'énonciateur sujet / propriétaire du profil afin d'influencer et persuader le récepteur sujet / membre de la communauté du cyberspace à interagir avec lui. Notre analyse s'insère dans l'axe d'une étude de cas qui a analysé dix-sept profils d'une communauté appelée «je suis accro (a) au Orkut », l'analyse menée au cours de ce travail a consisté de deux étapes, à savoir: i) une analyse macro-structurale de l'ensemble du *corpus* en observant les composantes de la construction énonciatives et les l'imaginaires soulevés ; ii) une analyse plus détaillée de six profils, vu comme représentatif à partir de l'analyse, i) en observant les stratégies discursives utilisées pour construire leur *ethé*. Suite à l'analyse des données, nous avons donc vérifié une prédominance des présentations positives du je. Pour construire des identités, au-delà des textes écrits, des ressources multimodales ont été utilisées tels que des photographies, des images créées à partir de signaux graphiques, des chansons, des vidéos parmi d'autres. Cependant, la construction sur le site suit certains schémas récurrents entre les utilisateurs. Tout au long de l'enquête, nous avons constaté que la construction de l'*ethos* a ses limites quand il s'agit d'imaginaire social. Le champ analysé a pour but l'individualisation, cependant nous constatons que dans notre corpus, les sujets ont mis en évidence le désir d'être reconnu comme participant d'un du groupe au lieu d'être caractérisé comme un sujet unique.

Mots-clés: *ethos*, les stratégies du discours, le discours, l'imaginaire sociodiscursif.

Conteúdo

CAPÍTULO 1.....	12
1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS.....	13
1.1 Da motivação da pesquisa.....	13
1.2 Do contexto da pesquisa: interligando alguns nós	17
1.2.1 Ciberespaço	17
1.2.2 Web 2.0	19
1.2.3 Redes Sociais.....	20
1.2.4 Redes Sociais na Internet	22
1.2.5 A rede social Orkut	23
1.3 Do Orkut como objeto de estudo.....	28
1.4 Da escolha e delimitação do corpus	31
1.5 Da organização do trabalho.....	32
CAPÍTULO 2.....	34
2 CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS	35
2. 1 Da inserção do sujeito no discurso.....	35
2.2 Ethos: da retórica Aristotélica à Análise do Discurso.....	37
2.2.1 <i>Ethos</i> , Logos e Pathos	37
2.2.2 A pragmática - Ruth Amossy	40
2.2.3 <i>Ethos</i> na Análise do Discurso – contribuições de Maingueneau.....	43
2.3 A construção da imagem de si para Charaudeau.....	46
CAPÍTULO 3.....	50
3 REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO	51
3.1 A noção de discurso	51
3.2- A Teoria Semi linguística	51
3.2.1 O Ato de Linguagem.....	54
3.3 Como dizer?	62
3.3.1 Os modos de organização do discurso	63
3.3.2 A noção de estratégia	65
3. 4 Metodologia Semi linguística.....	66
3.5 O estudo de caso.....	67
3.6 O contexto da pesquisa.....	67
3.7 Procedimentos de coleta.....	68

3.8 Procedimentos de análise	70
<i>CAPÍTULO 4</i>	73
<i>4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS</i>	74
4.1 A construção do ethos no Orkut	79
4.1.1 Sujeito produto	80
4.1.2 Sujeito superior	84
4.1.3 Sujeito sedutor	92
4.1.4 Sujeito engajado	95
4.1.5 Sujeito contraditório	99
4.1.6 Sujeito rebelde	103
<i>CAPÍTULO 5</i>	107
<i>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</i>	108
5.1 Sugestões para pesquisas futuras	109
5.2 Finalizando	110
REFERÊNCIAS	113
ANEXOS	117
Anexo 1 - Perfil 1	118
Anexo 2 - Perfil 2	119
Anexo 3 - Perfil 3	120
Anexo 4 - Perfil 4	121
Anexo 5 - Perfil 5	122
Anexo 6 - Perfil 6	123
Anexo 7 - Perfil 7	124
Anexo 8 - Perfil 8	125
Anexo 9 - Perfil 9	126
Anexo 10 - Perfil 10	127
Anexo 11 - Perfil 11	128
Anexo 12 - Perfil 12	129
Anexo 13 - Perfil 13	130
Anexo 14 - Perfil 14	131
Anexo 15 - Perfil 15	132
Anexo 16 - Perfil 16	133
Anexo 17 - Perfil 17	134

LISTA DE ABREVIATURAS

AD – Análise do Discurso

CEFET-MG – Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais

CMC – Comunicação mediada pelo computador

EUc – Sujeito comunicante

EUe – Enunciador

TUi – Sujeito interpretante

TUd – Destinatário

MOD – Modo de organização do Discurso

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1: Ranking Alexa	25
Quadro 2: Situação de comunicação do campo “quem sou eu”	56
Quadro 3: Componentes da construção enunciativa	71
Quadro 4: Construção verbal do <i>ethos</i> e Imaginários suscitados	72
Quadro 5: Ato de linguagem – circuito interno – Dizer : Perfil 1.....	79
Quadro 6: Ato de linguagem – circuito interno – Dizer : Perfil 2	86
Quadro 7: Ato de linguagem – circuito interno – Dizer : Perfil 3	90
Quadro 8: Ato de linguagem – circuito interno – Dizer : Perfil 4	94
Quadro 9: Ato de linguagem – circuito interno – Dizer : Perfil 7	98
Quadro 10: Ato de linguagem – circuito interno – Dizer : Perfil 9	101

ÍNDICE DE IMAGENS

Imagem 1 – Campo “quem sou eu” com organização descritiva.....	09
Imagem 2 – Campo “quem sou eu” com elementos multimodais.....	09
Imagem 3 – Página inicial de um perfil do Orkut.....	20
Imagem 4 – Página de edição do perfil do Orkut.....	21
Imagem 5 – Página de edição da nova versão do Orkut.....	22
Imagem 6 – Descrição do Orkut.....	54
Imagem 7 – Página inicial da comunidade “Sou viciado(a) em Orkut”.....	67

CAPÍTULO 1

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

1.1 Da motivação da pesquisa

A escolha do tema desta pesquisa – as estratégias discursivas de construção da imagem de si, ou seja, do *ethos*, no Orkut - foi motivada pela observação dos perfis inseridos nesse sítio.

O objetivo inicial do criador do sítio de relacionamentos Orkut, engenheiro turco Orkut Buyukkoten, era manter-se conectado ao seu grupo de amigos. Entretanto um usuário convidava outro, que convidava outros, até tornar-se uma das redes sociais com maior número de usuário, especialmente brasileiros.

Com o surgimento da chamada *Web 2.0*, que potencializou e facilitou a criação das redes sociais, houve um aumento significativo na participação dos usuários na Internet, que passa a ser um espaço importante de expressão do “eu”.

Como no ciberespaço não há interação face a face e nem contato pessoal entre os usuários da rede, as pessoas são “julgadas” por suas palavras. São as palavras ditas pelos donos dos perfis que vão permitir aos outros construírem as identidades a serem compartilhadas nesse espaço.

Usuária desde 2005, um ano após a criação do sítio, chamava-me atenção a forma como os amigos passaram, com o tempo, a preencher a descrição de si mesmo no campo “quem sou eu”, pois, cada vez mais, surgiam novos textos e novas formas de expressão, já que é possível ao usuário alterar seu texto quando desejar.

No início, no perfil dos amigos da rede, era mais comum encontrarmos textos com organização descritiva, iniciados com a forma verbal “sou” seguida de adjetivos e outras informações pessoais como gostos e interesses, conforme imagem 1. A princípio, o meu texto também seguia essa estrutura comum, mas, com o passar do tempo, busquei novos recursos e outros modos de organização para adequar o meu perfil aos demais dessa rede social.

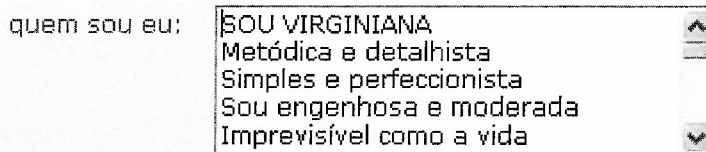


Imagem 1 - Campo “quem sou eu” com organização descritiva

Atualmente é possível encontrarmos textos com diversos recursos semióticos para o preenchimento do mesmo campo, como podemos verificar na figura 2.

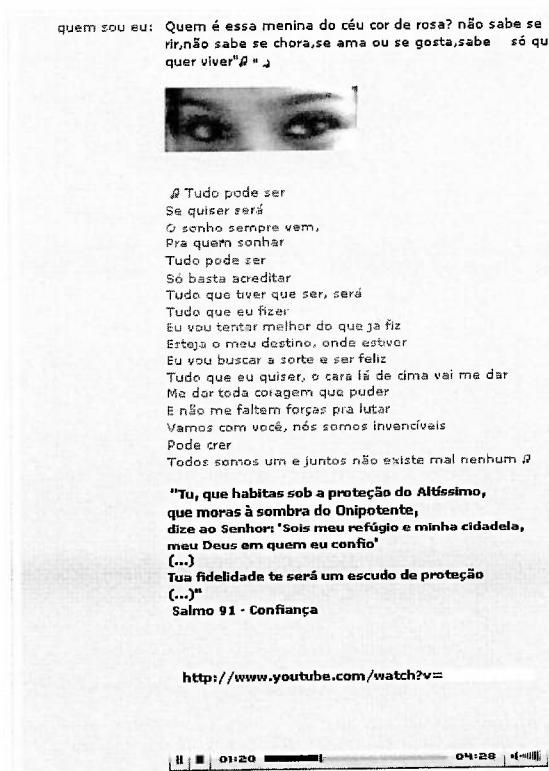


Imagem 2 - Campo “quem sou eu” com elementos multimodais

Observamos, nesse perfil, a utilização de letras de música, indicadas pela nota musical, de fotografia, de trechos bíblicos, de links que remetem o leitor/internauta a outro *link* além de música em áudio¹.

Esses recursos tornavam-se cada vez mais comuns e, com o passar do tempo e dos usos, as formas de preenchimento foram seguindo novos padrões. À medida que isso ocorria, aumentava o meu interesse em pesquisar e entender o funcionamento desses textos.

Alguns estudos desenvolvidos durante o período da graduação em Letras, tais como a Teoria da Enunciação proposta por Benveniste, segundo a qual o “eu” se constitui diante de um “tu”, e a concepção de *ethos* discutida por Amossy, referente às imagens construídas pelo “eu” em seu discurso, incitaram, ainda mais, esse interesse em pesquisar os processos que influenciavam a construção daqueles textos presentes no campo “quem sou eu”.

¹ Ao entrar na página inicial do perfil é possível ouvir música ao clicar na barra de áudio localizada na parte inferior do campo “quem sou eu”

A partir desses estudos, busquei entender melhor como se dá o funcionamento do discurso e como ele interfere na construção da imagem de si. A constituição do *ethos* no Orkut passou, então, a ser o objeto de investigação desta pesquisa.

Num primeiro momento, propus-me comparar as possíveis alterações na maneira de se construir o *ethos* dentro e fora do ciberespaço, por meio de atividades com alunos do CEFET-MG. Assim a pesquisa foi sendo amadurecida e tomando outros contornos ao longo de seu desenvolvimento.

O objetivo dessa proposta inicial era analisar as estratégias utilizadas pelos alunos para construírem suas imagens fora e dentro do ciberespaço, mas logo pude constatar que haveria alteração já que a situação de comunicação e o suporte eram diferentes e os alunos, certamente, iriam adaptar seus textos a esse novo contexto. O foco, portanto deixou de ser a comparação da imagem dentro e fora do ciberespaço e passou a ser as estratégias utilizadas para constituição do *ethos* no sítio do Orkut, observando-as sob o ponto de vista discursivo. Assim sendo, interessa-nos saber quais mecanismos e estratégias discursivas os usuários do Orkut têm utilizado para a construção do *ethos* no campo “quem sou eu”.

Atualmente, todo discurso é visto como fruto de uma prática, de uma ação do sujeito sobre o mundo. Para Charaudeau (2009), essas práticas propõem uma interação na qual o sentido do discurso depende das circunstâncias da enunciação. Os indivíduos, ao tomarem a palavra, constituem-se como sujeitos e, a partir daí, utilizam-se de diversas estratégias para construírem seus discursos.

Para o autor é necessário considerar a existência de um sujeito que “se constrói através de sua identidade discursiva, que, no entanto, nada seria sem uma identidade social a partir da qual se define”. (2009: 309)

A identidade social é, pois, algo que está pré-contruído; ela é anterior ao discurso, está impregnada de traços psicossociológicos. Entretanto o autor admite que essa identidade pode ser reconstruída ou mascarada. A identidade discursiva é construída no momento do discurso, no momento em que o sujeito toma a palavra e assume a posição de “Estou aqui para falar na posição de”. Sendo assim, esse sujeito lançará mão de diversos recursos para tornar seu discurso aceito por seus interlocutores.

Embora Charaudeau considere que o sujeito se constrói por meio de uma identidade discursiva, que, no entanto, nada seria sem uma identidade social, optamos, nesta pesquisa, por focalizar apenas a construção discursiva. Analisaremos a construção da imagem dos sujeitos mediante observação de seus textos. Teremos, portanto, ao nosso alcance, o *ethos* mostrado. Enquanto analistas, não temos como prever o que precedeu a produção do texto, nem é esse nosso objetivo.

Partimos, então, do que Charaudeau (2008) chama de *possíveis interpretativos* nos quais elaboramos pontos de vista possíveis com base em constantes e variáveis observadas em nosso *corpus*.

Fundamentando-nos nessa vertente, pressupomos, neste trabalho, que existem regularidades no uso das estratégias, seguindo padrões empregados no sítio, e que essas regularidades ocorrem como forma de adequação ou de aceitação do texto ao meio, a fim de construir uma identidade coletiva dentro dessa comunidade discursiva.

Nesses termos, partimos da hipótese de que as estratégias discursivas utilizadas por vários sujeitos no Orkut vão interferir na forma como os demais usuários dessa mesma comunidade se constituem, fazendo com que haja certa tendência, ou regularidade.

Assim sendo, algumas indagações balizam o estudo aqui apresentado, a saber:

- De que estratégias se utilizam os usuários do Orkut para a construção de seus *ethé*?
- Quais procedimentos se mostram mais evidentes e recorrentes no processo de constituição da imagem de si no Orkut?
- Quais fatores interferem no processo de construção do *ethos* no meio analisado?

Para respondê-las, baseamo-nos, especialmente, na teoria Semiolinguística, procurando observar as estratégias discursivas utilizadas pelos sujeitos inseridos na rede de relacionamentos Orkut, para a construção da imagem de si.

Para Machado e Santos (2006, s/p) a Teoria Semiolinguística trata da subjetividade no discurso como “encenação de atores sociais na dependência de variáveis de um contexto”, o que justifica a adoção dessa teoria para sustentar a análise do *corpus* selecionado para esta pesquisa.

1.2 Do contexto da pesquisa: interligando alguns nós

Nessa seção, serão abordados os principais conceitos relativos ao nosso objeto de estudo, buscando situar o Orkut no contexto do ciberespaço.

1.2.1 Ciberespaço

O termo ciberespaço foi criado por Willian Gibson, na década de 80, e citado em seu livro de ficção científica chamado *Neuromance*. Nesse livro, o termo é utilizado para designar o universo das redes digitais nas tramas humanas. Pierre Lévy (1999, p.92), retomando o conceito e trazendo-o para a realidade atual, define o ciberespaço como sendo “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”.

Embora o termo esteja associado à Internet, seu significado vai além: o ciberespaço pode estar presente também nas relações do homem com outras tecnologias como celular, pagers, entre outras redes telemáticas. O próprio termo é anterior ao advento da Internet propriamente dita.

Ainda para Lévy, o ciberespaço é

o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LÉVY, 1999:17).

Segundo o autor, o termo ciberespaço criado por Gibson transformou a geografia móvel da informação em algo sensível. Assim sendo, todos os sistemas de comunicação eletrônica que transmitem informações digitais estão inseridos no ciberespaço. O aspecto digital a que se refere Lévy condicionaria “o caráter plástico, fluido, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo e, resumindo, virtual da informação”(1999,p.92). Ainda que o termo ciberespaço abarque diversos campos, nosso interesse, nesta pesquisa, limita-se ao ciberespaço proporcionado pela Internet. É importante ressaltar que, embora utilizados comumente como sinônimos, existe uma diferença entre Internet e ciberespaço. Para Lévy (1999), as tecnologias digitais surgiram como infraestrutura do ciberespaço, portanto a Internet é tida como parte dessas tecnologias digitais. Resumindo, o ciberespaço é o ambiente e a Internet é a infraestrutura.

De acordo com Ramal (2002), o termo ciberespaço está relacionado à estrutura virtual transacional de comunicação interativa. Para a autora, no ciberespaço há a existência de “atores da comunicação conectados a uma rede, dividindo um mesmo hipertexto, numa relação totalmente nova com os conceitos de contexto, de espaço e de tempo das mensagens.” (RAMAL, 2002:81).

Esses atores da comunicação a que se refere a autora é que são o foco da nossa pesquisa. Buscamos saber como eles se relacionam consigo mesmos em função das suas relações com os outros. Interessa-nos saber, portanto, como se configura o comportamento desses atores nesse espaço específico, o do ciberespaço, o qual, como afirma Ramal, possui novas configurações de conceitos tão importantes para a configuração do discurso.

Ainda segundo Ramal, no ciberespaço, nos deparamos com o *hipertexto* que nos possibilita uma “nova forma de escrita e de comunicação da sociedade informático-mediática” e é também “uma espécie de metáfora que vale para outras dimensões da realidade” (2000:24). Esse ambiente fornece diversas possibilidades ao sujeito que o utiliza, sendo que suas limitações irão depender, dentre outras coisas, das configurações dos programas utilizados, criados pelos *designers*.

Segundo Monteiro

Com a criação da World Wide *Web* (teia de alcance mundial), por Tim Berners-lee, no começo da década de 90, acompanhada pelo hipertexto operacional, a noção de ciberespaço emerge, pois se torna o espaço amplamente utilizado de virtualização, deslocamentos, desterritorialização e comunicação, tornando-se também espaço de criação de uma nova cultura: a cibercultura. Nesse sentido, a *Web* é o principal “lugar” do ciberespaço, seu principal edifício, podendo tomá-la como o centro de todas as possibilidades de interfaces. (MONTEIRO, 2007, p.17) [Grifos da autora]

É nesse espaço desterritorializado, lugar de comunicação, representação e interação que encontramos usuários interligados fisicamente, distantes ou não. As redes sociais são um exemplo claro dessa interligação de usuários no ciberespaço. A segunda geração da *Web* a chamada *Web 2.0* potencializou essa forma interação.

Antes de entendermos melhor o funcionamento dessas redes sociais, faz-se necessário compreender o que é a *Web 2.0* e suas implicações nas relações entre os usuários.

1.2.2 Web 2.0

A *Web 2.0* é considerada a segunda geração de serviços na rede. O termo foi utilizado pela primeira vez por Tim O'Reilly, em outubro de 2004. O objetivo dessa geração é ampliar as formas de produção e de compartilhamento de informações via *web*. Segundo O'Reilly (2005) a *Web 2.0* é “um conjunto de princípios e práticas que interligam um verdadeiro sistema solar de sítios que demonstram alguns ou todos esses princípios e que estão a distâncias variadas do centro” (O'REILLY, 2005: s/p).

Um dos princípios fundamentais dessa segunda geração é considerar a *web* como uma plataforma, possibilitando aos seus usuários exercerem funções online que antes só eram efetuadas mediante *softwares* instalados no computador.

Em artigo publicado com o objetivo de esclarecer o que é a *Web 2.0*, O'Reilly pontua sete principais recursos essenciais a essa geração:

- Serviços e não *software* empacotado, com “escalabilidade” de custo eficiente
- Controle sobre fontes de dados únicas e difíceis de serem criadas e que ficam mais ricas quanto mais as pessoas utilizarem
- Confiança nos usuários como co-desenvolvedores
- Agregação de inteligência coletiva
- Estimular a cauda longa através de auto-serviço para o cliente
- *Software* para mais de um dispositivo
- Interfaces de usuário, modelos de desenvolvimento e modelos de negócios leves (O'REILLY, 2005: s/p)

Nesta pesquisa, interessa-nos, em especial, os aspectos interacional e participativo dos usuários na *Web 2.0*. Vale ressaltar que não estamos afirmando que antes da *Web 2.0* não havia interação e participação dos usuários com o meio; se assim o fizéssemos, estaríamos desconsiderando que já havia interfaces colaborativas e participativas anteriormente, tais como e-mail, listas, fóruns de discussão e blogs, que faziam parte da *web* em seus primórdios.

Para O'Reilly (2005), a grande diferença entre as duas gerações está na organização cronológica. Uma nova tecnologia implementada com a *Web 2.0* tornou a rede mais viva,

incrementável. Assim blogs estáticos há mais de dez anos tornam-se mais dinâmicos já que os usuários podem receber notificações das atualizações e clicar em links que os remetam a outras páginas. O que houve foi um amadurecimento no potencial colaborativo e participativo da Internet.

A partir de um dispositivo chamado de *permalink*² ou *link* permanente, os *posts* passaram a ter endereço permanente, sendo possível aos internautas chegarem diretamente até eles por intermédio de outros internautas ou por meio de pesquisas no Google. Dessa facilidade e ampliação dos *posts* iniciaram-se as possibilidades de discussões, os chats emergiram e as relações de amizade na *web* foram se formando e estreitando.

Desse modo, em relação às redes sociais, que aqui nos interessam, consideramos que a *Web* 2.0 as potencializaram. Contudo é necessário lembrar que as redes sociais, enquanto espaços de expressão do “eu”, são anteriores à Internet.

1.2.3 Redes Sociais

O conceito de redes sociais surge na Sociologia e na Antropologia Social e é utilizado para designar um conjunto complexo de relações entre membros de um sistema social. Não se trata, porém, de um conceito novo, pois o estudo da sociedade, a partir do conceito de rede, atravessa todo século XX. Até então, o estudo era baseado nas partes isoladamente.

Mudanças foram sentidas em diversas áreas do conhecimento que assistiram ao aparecimento da física quântica, na década de 20, da matemática não-linear, na década de 60 dentre outras áreas como biologia, educação e comunicação, essas mudanças tiveram base na abordagem sistêmica. A utilização da metáfora de redes sociais tem sua base na concepção de rede de estudiosos da matemática e da física.

O estudo de redes foi iniciado principalmente por matemáticos, especialmente por Leonard Euler, que criou o primeiro teorema da *teoria dos grafos* cuja representação partia de um conjunto de nós conectados por arestas que, por sua vez, formavam redes.

A partir de uma diversão folclórica em que habitantes da cidade prussiana de Königsberg, que tinha sete pontes, tentavam resolver o desafio de atravessar a cidade cruzando cada ponte uma

² O *permanlink* surgiu em 2000 e transformou o perfil dos blogs. Com ele cada publicação passou a possuir uma localização permanente - uma URL - permitindo assim que as publicações pudessem ser referenciadas em outros blogs.

apenas uma vez, Ëuler demonstrou a inexistência da referida rota. Para comprovar, conectou as quatro partes terrestres da cidade (os nós) com as sete pontes (arestas) demonstrando a impossibilidade de se atravessar a cidade passando apenas por uma das pontes, ou seja, sem repetir um caminho.

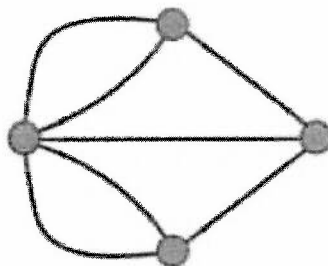


Figura 1 – representação da cidade de Königsberg

O grafo de Ëuler mostrou que não era possível executar o desafio proposto pelos habitantes da cidade de Königsberg, cada ponto representa uma parte da cidade e, as conexões entre elas, as pontes. Para que a façanha tivesse sucesso seria necessário que uma mesma parte tivesse duas pontes.

Segundo Recuero (2009:20), um grafo é a representação de uma rede em que nós e arestas se conectam. A autora considera que essa representação de rede pode ser utilizada como metáfora para diversos outros sistemas. Acredita também que o teorema de Ëuler tenha influenciado os cientistas sociais, pois, a partir dele, surgiram estudos que passaram a perceber os grupos de indivíduos conectados como rede social.

Com o advento da Internet, as ferramentas de comunicação mediada pelo computador (CMC) incrementaram as possibilidades de socialização. Para Recuero, essas ferramentas

proporcionaram, assim, que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através de rastros. (2009:24)

Essas redes sociais na Internet possuem características próprias como veremos a seguir.

1.2.4 Redes Sociais na Internet

As redes sociais são compostas por pessoas ou organizações conectadas que podem operar em diferentes níveis como redes comunitárias, redes profissionais e redes de relacionamentos. Têm a função de manter as pessoas conectadas, compartilhando informações, conhecimentos e interesses.

Conforme discussão sobre *Web 2.0*, o foco na participação dos usuários da Internet acarreta mudanças fundamentais na sociedade em razão da possibilidade de expressão e socialização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador (CMC). Tais Relações tomaram proporções em grande escala e é nesse cenário que surgem as redes sociais na Internet; a partir delas é possível observar o surgimento de novas práticas de comunicação.

Segundo Recuero (2010) foi a partir de 1997, com o sítio Six Degrees e sua posterior popularização em Friendster, que se passou a utilizar a denominação “rede social” na Internet.

Os sítios de redes sociais são caracterizados por uma exposição da rede de conexão de um usuário. A partir daí é possível observar a quais amigos o usuário está conectado e quais são suas características formadas por textos que têm a função de representar a identidade desse usuário.

Para pesquisadores como Castells (1999) e Recuero (2010), esses sítios não substituem nem criam novas redes, eles reforçam padrões e complexificam relações já existentes. É muito comum ter entre a rede de usuários conectados pessoas que se utilizam dos sítios para manter contato com amigos, distantes ou não geograficamente, reencontrar pessoas, além, claro, de manter relações sociais e de criar novas.

Recuero ressalta que é preciso levar em consideração que as redes sociais são espaços de “expressão do eu” e que são construídas através da comunicação. Para a autora

são unicamente as trocas entre os indivíduos que vão estabelecer as conexões que depois serão mantidas pelo sistema. Como espaços sociais, as redes ultrapassam o objetivo da ferramenta. Elas vão além daquilo que foi pensado como possível. Assim, essas tecnologias têm seus significados reconstruídos pelos grupos sociais, que fornecem, através de suas práticas, sentidos diferentes para cada ferramenta. (RECUERO, 2010:s/p)

Sendo assim, as redes sociais podem ser utilizadas para manter contatos, criar amizades, fazer novos contatos, ou podem ser utilizadas como “crachás”, com intenções muitas vezes ligadas à condição de status cujo objetivo principal é o de demonstrar filiações, gostos, poderes, protestos, sendo utilizadas até mesmo como espaço de manifestações preconceituosas e criminosas³.

Por outro lado, nas redes sociais podem surgir revoluções políticas e sociais devido ao seu poder de alcance. Exemplo desse uso positivo das redes sociais foi a chamada Primavera Árabe, uma onda de manifestações e protestos ocorridos em 2011 no Oriente Médio e no Norte da África. Os protestos se constituíram de resistência civil, em campanhas sustentadas e organizadas essencialmente em sítios de redes sociais como o Facebook, como forma de sensibilizar a comunidade mundial contra os regimes ditatoriais e autoritários.

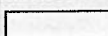
Entre os sítios de redes sociais existentes, os mais populares no Brasil são Orkut, Twitter e Facebook. Diante do nosso objetivo de investigar o *ethos*, ou seja a imagem de si criada pelo enunciador em seu discurso, elegemos o sítio Orkut por conter nele um campo específico denominado “quem sou eu” cuja finalidade primeira é a de permitir ao usuário sua auto-descrição. Faz-se necessário portanto compreender as estruturas e características do sítio.

1.2.5 A rede social Orkut

A rede social Orkut é composta, atualmente, por mais de 60 milhões de perfis, sendo quase cinquenta por cento deles de brasileiros, conforme mostra *ranking* do sítio Alexa⁴.

³ Existem comunidades de cunho preconceituoso e criminoso como as comunidades “ Eu odeio o nordeste” <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=53464364>, “ Somos do crime” <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=107997376> e Adolph Hitler: morte aos judeus, <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=114728030>.

⁴ Disponível em : <http://www.alexa.com> Acesso em: 12 de Maio de 2010

Ranking de usuários por países			
Demografia do Orkut em 13 de abril de 2010			
	Brasil		48.0%
	Índia		39.2%
	Estados Unidos		2.2%
	Japão		2.1%
	Paquistão		1.0%
	Outros		5.3%

Quadro 1 – ranking Alexa

Os usuários que participam dessa rede podem criar um perfil que é dividido em três partes: (i) social, no qual se pode falar um pouco de si: gostos, livros preferidos, músicas filmes etc.; (ii) profissional, em que se seleciona uma ocupação e informações sobre sua formação acadêmica; e (iii) pessoal, no qual o usuário apresenta suas informações físicas e tipos de relacionamentos de seu interesse.

O social é o primeiro que pode ser visualizado ao visitar o perfil do usuário, nele há um campo denominado “quem sou eu” no qual o usuário pode utilizar-se de textos verbais e não verbais para a construção da imagem com a qual ele quer ser visto por aqueles que o visitem. Dessa forma o perfil pode ser considerado o cartão de visitas do usuário no Orkut.

Nesse campo, chama-nos atenção a maneira como os enunciados são construídos. É possível encontrar, por exemplo, letras de músicas, poemas, *links*, imagens e fotos no lugar de textos descritivos que responderiam de maneira direta à pergunta “quem sou eu”.

No *Orkut*, é possível utilizar diversas possibilidades de configurações e mecanismos de linguagem que permitem que os textos produzidos pelos usuários tenham um caráter multimodal com a utilização de imagens, *emoticons*, sons, fotos além da própria escrita.

Ao visitar a página de um usuário, visualizamos o perfil conforme a imagem a seguir:

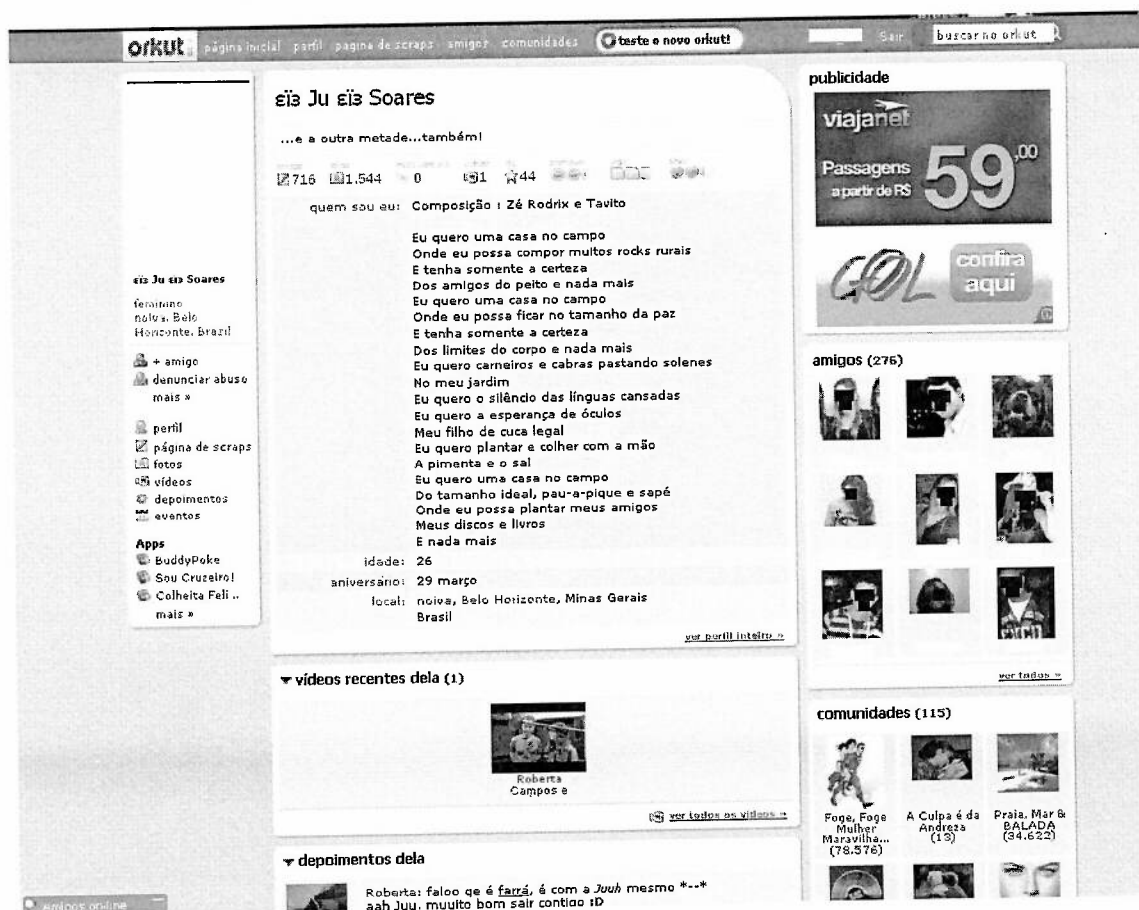


Imagem 3 – página inicial de um perfil

Conforme mostra a imagem, na página inicial de um perfil é possível visualizar a auto-descrição do usuário, além de algumas informações como idade, data de nascimento, cidade e estado de nascimento. Além dessas informações, pode-se identificar a quais amigos o usuário encontra-se conectado e a quais comunidades está inserido.

Todos esses campos, incluindo o “quem sou eu”, podem ser alterados pelo usuário dono do perfil a qualquer momento, conforme imagem a seguir:

Editar perfil

Início > Meu perfil > Editar perfil

[geral](#)
[social](#)
[contato](#)
[profissional](#)
[pessoal](#)

filhos:

etnia:

religião:

visão política:

humor:

orientação sexual:

estilo:

fuma:

bebe:

animais de estimação:

mora:

cidade natal:

página web:

quem sou eu:

paixões:

esportes:

atividades:

livros:

música:

todos

alterar foto
 remover foto
eu Ju éia Soares
 invisível

Feminino
 solteira, Belo Horizonte, Brasil

perfil
 página de scraps
 fotos
 vídeos
 depoimentos
 eventos
 promova

Apps

BuddyPoke
 Sou Cruzeiro!
 Colheita Feli..
 mais >

adicionar apps

listas
 mensagens
 atualizações
 configurações
 spam

Amigos on line

Imagem 4 – página de edição do perfil

Em outubro de 2009, foi lançada uma versão do Orkut com *layout* reformulado. Nessa nova versão, ao visualizar a página inicial do perfil um usuário o campo “quem sou eu” passou a ser visualizado como “Sobre...” seguido do nome do usuário. Contudo, conforme imagem 5, ao editar o perfil, o usuário continua preenchendo um campo com a denominação inicial, sendo possível ao usuário, até o momento, o trânsito entre as duas versões.



Imagem 5 – página de edição da nova versão

Inicialmente, apenas era possível criar um perfil caso recebesse um convite de um usuário que já pertencia à rede de relacionamentos. Mais tarde, assim como ocorre atualmente, basta possuir uma conta de e-mail para criar um perfil.

A criação de novos vínculos de amizade faz parte da intenção de muitos usuários do sítio, ainda que esses vínculos permaneçam somente no ambiente. Para persuadir ou seduzir novos amigos, o usuário dispõe de vários recursos em seu perfil, mas, no campo “quem sou eu”, o sujeito tem a possibilidade de se apresentar de forma mais direta, com textos de sua livre escolha.

As redes de relacionamentos são formas claras dessa conexão entre pessoas. Nelas, pessoas de diversos lugares e culturas encontram-se ligadas, cada uma com seu perfil, assim como ocorre no Orkut, por exemplo.

Esse perfil é uma espécie de cartão de visitas dos usuários, que contém características como idade, sexo, cidade em que mora, gostos pessoais, e é claro, sua autodescrição. O Orkut é um

espaço de interação e de formação de grupos. Há possibilidade de interação síncrona se o usuário estiver *online*, mas a maior parte das interações acontece de forma assíncrona nas páginas de recados, nos álbuns e nas comunidades.

1.3 Do Orkut como objeto de estudo

Em pesquisa recente sobre Redes Sociais na Internet, Recuero (2009) afirma que esse novo espaço de expressão proporcionou, aos atores nela inseridos, construírem-se como seres virtuais para comunicarem e interagirem com outros atores.

O crescimento exorbitante da participação no ciberespaço e da sua apropriação como espaço de expressão do “eu” tem chamado a atenção de diversos pesquisadores que buscam entender como as redes sociais surgem na Internet, como são compostas, como se dão os processos de interação dentro delas e como se constituem os atores nela inseridos.

Atualmente é possível encontrar estudos do *ethos* em diversas áreas do conhecimento tais como na Sociologia, Antropologia, Psicologia, Linguística e Análise do Discurso. Para Maingueneau (2008), o interesse pelo tema deve-se ao crescente domínio das mídias audiovisuais, cujo centro deslocou-se das doutrinas e dos aparelhos para a apresentação de si.

O ciberespaço, esse espaço ampliado de expressão do eu, trouxe benefícios aos processos de interação e comunicação para a sociedade. Recuero (2008) lembra que, por meio de ferramentas presentes em *blogs* e redes sociais como *Twitter*, pessoas mobilizaram-se e criaram campanhas para auxílio a famílias vítimas de uma das maiores catástrofes naturais ocorridas em 2008 em Santa Catarina.

Em contrapartida, outra autora com o mesmo sobrenome, Recuero (2007 b), ao analisar a construção de identidades sociais no Orkut de indivíduos pertencentes a grupos a favor da Anorexia e da Bulimia, mostra-nos que esse espaço pode trazer implicações negativas. Nessas comunidades, esses distúrbios alimentares são incitados e tidos como um “estilo de vida” a ser seguido. Assim a facilidade de compartilhamento de informações e de identidades proporciona aos membros das comunidades, que as defendem, uma identificação e uma aceitação, ainda que com conotações negativas.

A problematização dos estudos citados gira em torno da construção das identidades e suas implicações sociais.

Nobre e Lima-Neto (2009) focalizam mais precisamente os recados digitais ou *scraps* do Orkut e mostram como eles são influenciados pelo discurso publicitário. Utilizando aparato teórico da Análise Crítica do Discurso, proposto por Fairclough, a partir da análise empírica de alguns *scraps* demonstram a constituição eminentemente híbrida do *corpus* ao trazer o discurso publicitário camuflado em estilos e padrões genéricos que se materializam nessa forma de interação, vista, por eles, como reflexo da tendência à comodificação discursiva propiciada pelo Orkut.

Fundamentada na Linguística Textual e na concepção de gêneros discursivos de Bakhtin, especialmente no que diz respeito à transmutação dos gêneros, Abreu (2010) também se ocupa do gênero digital *scrap*, presente no site de relacionamentos Orkut. A autora compara exemplos de *scraps* que comportam em seu texto uma escrita particular, a escrita digital, caracterizada por abreviações, palavras cifradas, considerando o aspecto fonológico, com recados ou bilhetes que apresentam o papel como suporte. Conclui que parece haver não apenas uma transmutação do gênero bilhete ou do recado para o ambiente digital, como a migração da escrita digital para bilhetes e recados utilizados por jovens usuários da Internet fora do ciberespaço, como atividades escolares, seja no espaço reservado para rascunho ou até mesmo em espaços em branco.

Também fundamentado na Linguística Textual, Bezerra (2010) discute a percepção de professores de língua portuguesa sobre as práticas de leitura e escrita desenvolvidas por seus alunos no ambiente digital, particularmente no Orkut. Os resultados mostram que muitos professores têm pouca intimidade com as tecnologias digitais, além de alimentarem uma expressiva rejeição ao uso de sites "não-educativos" como o Orkut.

Esses dois estudos apontam para uma potencial conexão entre interesses escolares e possibilidades pedagógicas de uso do Orkut.

Silva (2009) analisa as estratégias e recursos utilizados na representação de si no Orkut. Baseando-se em Maingueneau (2005), analisa 10 páginas pessoais de Orkut, e observa que o sujeito apresenta a imagem de si por meio da autodescrição, mas também por meio de outros

recursos, como fotos, relação dos amigos, recados postados, comunidades das quais o sujeito participa e os depoimentos a seu respeito. Divide esses elementos em recursos de autodefinição e de alo-definição. Conclui que a construção da imagem de si na rede de relacionamento depende não só do discurso do sujeito, mas também da sua relação com o Outro, que contribuirá para confirmar ou negar a imagem pretendida pelo usuário.

Novaes (2010) também se ocupa da construção do *ethos* no Orkut. Num primeiro momento, justifica o Orkut como gênero, considerando a sua funcionalidade e intencionalidade e diz que, nesse ambiente virtual as intenções são diversas, pois o objetivo não é só fazer amigos, mas também construir uma rede de relacionamentos afetivos e profissionais. Para avaliar os mecanismos e argumentos com que são construídas as imagens no espaço discursivo digital, apoia-se em Amossy (2005) e Maingueneau (2005). O trabalho de Novaes ilustra as concepções desses autores, pois, considerando as escolhas linguísticas de três perfis, a autora conclui que, implícita ou explicitamente, “os autores dos perfis constroem uma imagem na intenção de serem admirados, amados e seguidos, conseguindo o maior número de admiradores possível nesse ambiente” (NOVAES,2010:18)

A autora buscou também comparar a construção do *ethos* dos sujeitos de sua pesquisa fora e dentro do ciberespaço para investigar se a imagem de fora confirmava-se dentro do sítio Orkut e concluiu que a construção do *ethos*, no ambiente virtual, se dá de maneira semelhante à de outros ambientes discursivos.

Em pesquisa na área das Ciências Sociais, Mocellim (2007) com base nos estudos de Goffman, investiga a construção de identidades, individuais e sociais, de usuários brasileiros no sítio Orkut. Para tanto, o autor parte de duas hipóteses: i- pessoas diversas acabam por adotar certas práticas parecidas ao construírem seus perfis, dando assim a idéia de que existem regularidades na forma de construção de identidade no sítio; ii- usuários frequentes do sítio têm o hábito de reformular suas identidades.

Mocellim (2007) considera que a construção da identidade a partir da descrição de si em resposta à questão “quem sou eu” ocorre de maneira reflexiva e fluida e é baseada nas últimas experiências do indivíduo.

Também investigando a construção de identidades no Orkut, Nogueira (2005) acredita que o sítio potencializa novas formas de sociabilização cujas relações são efetuadas a partir de uma

simples inserção do indivíduo na rede, estabelecendo vínculos fundados em interesses comuns. Para a autora “mais do que nunca, com os novos critérios de sociabilização do ser humano, os sentimentos de ‘fazer parte do todo’ e estar ‘diante dos olhos do outro’ se firmam” (NOGUEIRA,2005:5). Entretanto esse pertencimento ao todo se encontra dissociado do território geográfico, mas relaciona-se com a comunidade. Ainda conforme a autora, nesse sítio surgem novas formas de subjetivação entre as quais os sujeitos envolvidos escolhem a personalidade que deseja transmitir aos demais, a identidade criada é postulada com base nos grupos em que se está inserido.

Nogueira (2005) conclui que, na construção do “eu virtual”, o sujeito constrói seu perfil com base no outro, na visão do próximo e no desejo de sentir-se igual a ele.

Nosso estudo também parte do interesse em investigar a construção de identidades no Orkut. O que nos diferencia dos demais aqui apresentados é que nosso foco está em como essas identidades são construídas a partir dos recursos discursivos. Buscamos quais as estratégias de que os usuários lançam mão para construir suas imagens e quais são os fatores que influenciam essas escolhas.

Trataremos, então, da construção do *ethos* de usuários do Orkut sob o ponto de vista discursivo, com base na Teoria Semiolinguística. Nesse sentido, contribuimos com estudos de Análise do Discurso de textos presentes no ciberespaço, em especial aqueles em que se propõe compreender o gênero perfil.

Embora se trate de uma pesquisa em sítio de relacionamento específico, os instrumentos de análise, aqui utilizados, podem ser transpostos às análises de outras redes sociais que também se configurem como espaço de expressão do eu.

1.4 Da escolha e delimitação do corpus

Uma vez que o estudo proposto toma como premissa que os sujeitos do discurso organizam seus enunciados de forma a encenar suas intenções para produzir efeitos nos seus interlocutores, consciente ou inconscientemente, o centro da nossa discussão recai no âmbito da manobra desses sujeitos.

A encenação encontra-se no campo do imprevisível. O enunciador é o dono de seus atos discursivos, entretanto o enunciatário pode não perceber suas intenções da forma desejada. Para evitar que isso aconteça, os enunciadores utilizam diversos mecanismos no momento da produção de seus atos de linguagem. O mesmo ocorre com a construção da imagem de si em que o enunciador visa uma imagem desejada, entretanto cabe ao enunciatário conceber o *ethos* de acordo com o que foi mostrado no discurso. Cabe ao enunciador organizar seu texto de forma a eliminar as interpretações que não correspondam à interpretação desejada.

Por essa razão elegi, para a composição do *corpus* desta pesquisa, perfis do Orkut em recorte, já que um perfil é dividido em partes, como veremos em tópico destinado à caracterização do sítio. Interessa-nos o campo denominado “quem sou eu”, um espaço destinado aos donos dos perfis para suas caracterizações. Trata-se de um espaço em que o usuário pode editar quando quiser, inserindo textos, links e, atualmente, com a nova versão Beta⁵, fotografias e até músicas em áudio, como pudemos observar na figura 2.

Logo após o início deste estudo, a empresa Google, que detém os direitos sobre o sítio, anunciou uma alteração no *layout* e nas suas configurações, o que me trouxe preocupação já que, na visualização do perfil, por parte dos outros usuários, o campo passou a ser denominado “Sobre” e, em seguida, aparecia o nome do usuário. Entretanto, quando se edita o perfil, esse campo continua a aparecer, para o usuário, com o nome de “quem sou eu”.

Por tratar-se de uma rede social com grande número de perfis, foi necessário um recorte feito mediante coleta aleatória, que será descrita no capítulo dedicado aos procedimentos metodológicos.

1.5 Da organização do trabalho

Além deste primeiro capítulo introdutório, esta dissertação será apresentada em outros quatro capítulos. O segundo capítulo trata das considerações teóricas e encontra-se subdividido em três itens. O primeiro item trata da inserção do sujeito no discurso desde o seu surgimento nos estudos linguísticos. No segundo item, é traçado um panorama da noção de *ethos* que vai desde a concepção aristotélica até a visão maigueana, passando pelas contribuições da pragmática de Ruth Amossy, que busca unir várias disciplinas para observar a noção de *ethos*.

⁵ Versão Beta é a versão de um produto ou software que ainda se encontra em fase de desenvolvimento e testes.

Na perspectiva da autora o *ethos* não deve ser compreendido como *status* social do sujeito empírico e, sim, aliado pela visão dos pragmáticos e dos sociólogos que, segundo Amossy (2005), não são excludentes.

Quanto à visão de Maingueneau (2005) o *ethos* precisa ser considerado como constitutivo da cena da enunciação. A concepção maingueneana de *ethos* possui proximidades com a concepção aristotélica, entretanto ultrapassa o aspecto meramente persuasivo do conceito ligando-o a uma cena da enunciação cujos sujeitos passam inclusive pelo processo de estereotipagem do qual Amossy faz referência.

Por fim, no terceiro item, discorreremos sobre a construção da imagem de si, ou seja do *ethos*, sob o ponto de vista de Charaudeau, fundador da Teoria Semiociológica da qual lançamos mão em nossa análise, nessa teoria interessa-nos especialmente as noções de contrato e encenação discursiva.

No terceiro capítulo, denominado Referencial Teórico-Metodológico, apresentamos, de forma detalhada, a Teoria Semiociológica e sua metodologia apropriada, além de esclarecer os métodos de coleta e de análise que nos orientaram neste trabalho.

No quarto capítulo procedemos à análise dos dados. Em um primeiro momento, analisamos os perfis que compõem nosso *corpus* observando os componentes da construção enunciativa e os imaginários sócio-discursivos. Em um segundo momento, apresentamos e discutimos as estratégias discursivas observadas nos atos de linguagem presentes nos perfis selecionados.

No último capítulo, retomamos os questionamentos que orientaram essa pesquisa e refletimos sobre as implicações dos imaginários sócio-discursivos na encenação dos sujeitos dentro do Orkut, repensando até que ponto essa via de mão dupla interfere no discurso.

CAPÍTULO 2

2 CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS

Neste estudo, propomo-nos a estudar o “jogo comunicativo” do sítio Orkut à luz da Teoria Semiolinguística do Discurso. Assim sendo, devemos observar as operações discursivas das entidades subjetivas de um contrato comunicativo a partir de uma situação bem determinada. Em se tratando do corpus selecionado, isso significa que iremos avaliar as estratégias discursivas utilizadas pelo sujeito enunciador/dono do perfil para influenciar e persuadir o sujeito receptor/membro de comunidade do ciberespaço a interagir com ele.

Para tanto, neste capítulo (i) tratamos da inserção do sujeito nos estudos linguísticos; (ii) focalizamos os estudos sobre *ethos*, começando por Eggs (2005), que faz uma releitura da obra aristotélica; (iii) abordamos a concepção de Amossy (2005), que busca fazer uma interseção entre Retórica, Pragmática e Sociologia dos Campos e (iv) retomamos as discussões do analista do discurso Maingueneau, que amplia os estudos de *ethos* inserindo-o à enunciação.

Por fim, chegamos à teoria Semiolinguística de Charaudeau que nos traz conceitos e concepções que nos auxiliam a observar as estratégias utilizadas para a construção do *ethos* de um grupo de usuários do sítio Orkut.

2.1 Da inserção do sujeito no discurso

A noção do sujeito é uma das grandes questões da linguística contemporânea e teve seu início de fato a partir dos anos 1970, embora Saussure não o tenha negado em seus estudos, mas o deixado de lado, já que seu foco encontrava-se na língua e não na fala.

Para Ferdinand de Saussure (1970), considerado o pai da linguística moderna, o signo é o elemento fundamental da comunicação: signo = significante (Se) + significado (So). O significante é a parte perceptível, mais “materializada” do signo (representada por sons, na língua falada, ou por letras, língua escrita). O significado é a parte “escondida”, imaterializada (representada pelo conceito transmitido pelos sons ou pelas letras). Com reunião desses dois elementos, chega-se ao signo mediado por outro elemento - a significação - relação que se estabelece no interior de um signo. Essa formulação de Saussure é fundamental para a

produção de sentido. Ao estabelecer as duas faces dos signos, o linguista genebrino, considerava – pela relação significante/significado – as relações que os signos têm entre si, no sistema que é a língua.

Não se tratava de uma relação com as coisas fora do sistema, pois o corte saussuriano havia excluído o exterior. Por essa razão, a conceituação proposta por ele tem sido criticada por excluir da língua a coisa significada: o mundo, a história, o sujeito e as relações entre eles. Mas é esse esquema da comunicação linguística que, repensado, redefinido ou modificado em algumas partes, constitui a base de diferentes teorias atuais da enunciação e da semântica argumentativa.

A partir dos anos 60, alguns linguistas procuraram incluir esses aspectos em seu objeto de estudo. Entre eles destaca-se o linguista francês Émile Benveniste que deslocou o domínio do objeto instituído da linguística do sistema para o discurso (enunciação). Esse deslocamento promoveu a entrada decisiva do sujeito e da subjetividade no tratamento da significação.

Em artigo datado de 1969, "Semiologia da língua", Benveniste (1989:65-66) avança as considerações acerca do estudo do signo propostas por Saussure, ao postular uma diferenciação entre o semiológico e o semântico - chave da distinção entre o linguístico e o discursivo.

A enunciação não é somente a fala, ou simplesmente o texto do enunciado, mas o '*ato*' de produção, de mobilização da língua pelo locutor, na *conversão individual da língua em discurso*. Em suma, o '*sentido*' de uma frase somente poderá ser determinado pelo contexto de situação.

Como se vê, o centro da atribuição da referência, para Benveniste, é o *sujeito locutor*, que enuncia seu discurso por índices particulares, chamados *índices de ostensão*, que nascem *na e pela enunciação*. Embora considere que muitas vezes, *o eu locutor é o único a falar*; Benveniste (1989: 87-88) ressalta que *o eu ouvinte permanece entretanto presente; sua presença é necessária e suficiente para tornar significante a enunciação do eu locutor*. De onde se pode concluir que o autor considera o '*outro*' também como *protagonista* da enunciação.

Outros estudiosos dedicaram-se ao estudo da subjetividade na linguagem, como Bakhtin, Bally, Jakobson, mas as contribuições de Benveniste são consideradas decisivas para o

desenvolvimento da Teoria da Enunciação, que postula ser impossível dissociar certos elementos linguísticos da atividade dos falantes. A língua deixa de ser vista como uma abstração e passa a ser analisada como uma entidade em funcionamento, marcada pela subjetividade.

Assim é a partir da Teoria da Enunciação proposta por Benveniste (1989) que o sujeito retoma, de fato, seu lugar nos estudos de linguagens. Seguindo nessa esteira, estudiosos como Amossy (2005), Maingueneau (2008) e Charaudeau (2001, 2002, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009) têm voltado sua atenção para a questão do sujeito.

2.2 *Ethos: da retórica Aristotélica à Análise do Discurso*

Tratar da concepção de *ethos* implica retornar à teoria de Aristóteles, que considerava esse conceito fundamental para o exercício da persuasão. Dessa forma, para analisarmos a construção do *ethos* no *corpus* selecionado, faz-se necessário percorrer um caminho de leituras e releituras desse conceito desde a Retórica Grega da Antiguidade até os estudos atuais, que nos orientam nesse trabalho.

2.2.1 *Ethos, Logos e Pathos*

Em sua Retórica, Aristóteles considera três qualidades que inspiram confiança e garantem o convencimento do auditório: a *phrónesis* (razão/razoável), *eúnoia* (benevolência/solidário) e a *areté* (virtude/honesto/sincero). A primeira estaria ligada ao *logos*, a segunda ao *pathos* e a terceira ao *ethos*.

O *logos*, pertencente ao domínio do argumento, diz respeito ao envolvimento e ao convencimento do interlocutor; o *pathos*, pertencente ao domínio das paixões, corresponde ao envolvimento e ao convencimento do interlocutor e, por fim, o *ethos*, referente ao domínio dos costumes, relaciona-se ao aspecto ético e moral que o enunciador inscreve em seu discurso.

Essas três espécies de provas usadas pelo orador para influenciar o auditório garantem a persuasão do ato discursivo. Segundo Aristóteles:

Obtém-se a persuasão por efeito do caráter moral, quando o discurso procede de maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de confiança. As pessoas de bem inspiram confiança mais eficazmente e mais rapidamente em todos os assuntos, de um modo geral; mas nas questões em que não há possibilidade de obter certeza e que se prestam a dúvida, essa confiança reveste particular importância. (ARISTÓTELES, 2005:42-43)

O caráter do orador a que se refere Aristóteles corresponde ao seu *ethos*, não sendo ele independente de sua fala. Sendo assim, ainda que o orador seja alguém reconhecido por seu caráter e honestidade, *a priori*, é preciso que sua fala assim o confirme. Entretanto, ainda que o orador não seja considerado socialmente como alguém de bom prestígio, ele pode, por meio de seu discurso, convencer o auditório do contrário.

De acordo com Eggs (2005:29), os estudos de Aristóteles distanciam-se daqueles desenvolvidos em sua época que não acreditavam que o *ethos* contribuía para a persuasão. Na interpretação de Eggs, (2005:29), “o orador que mostra em seu discurso um *caráter honesto* parecerá mais digno de crédito aos olhos de seu auditório”.

Para Aristóteles e para toda a Antiguidade, “os *temas* e o *estilo* escolhidos devem ser apropriados (...) ao *ethos* do orador (...), ao seu *Habitus*, ou – para empregar um termo da sociologia interacionista – ao seu *tipo social*.” (EGGS, 2005:29-30)

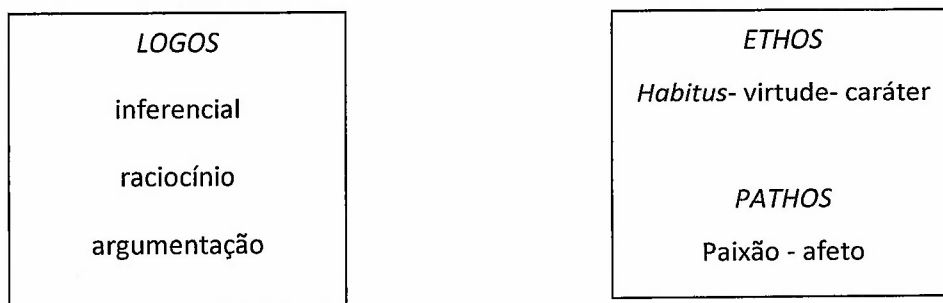
Ainda para Eggs (2005), na Retórica aristotélica dois campos semânticos opostos ligados a essa noção de *ethos* suscitam contradições: um fundado na moral, que engloba atitudes e virtudes como *honestidade*, *benevolência* ou *equidade*; outro mais “objetivo” no qual se adéquam *hábitos*, *modos* e *costumes* ou *caráter*. Não se trata de duas concepções excludentes, mas constitutivas das duas faces necessárias a qualquer atividade argumentativa.

Essa ambiguidade semântica deve-se ao fato de, em alguns momentos de sua Retórica, Aristóteles não utilizar explicitamente o termo *ethos*, o que possibilita, como afirma Eggs (2005) dar-lhe ora um sentido ligado à moral, ora um sentido mais objetivo.

Continuando com Eggs, embora o *ethos* pareça significar moralidade ideal, com a intenção de argumentar de forma honesta e sincera, é preciso ver que essa moralidade não nasce de uma atitude interior, mas é produzida “pelas escolhas competentes, deliberadas e apropriadas” e acrescenta ainda, “o *ethos* como prova retórica é, portanto, *procedural*” (2005:40).

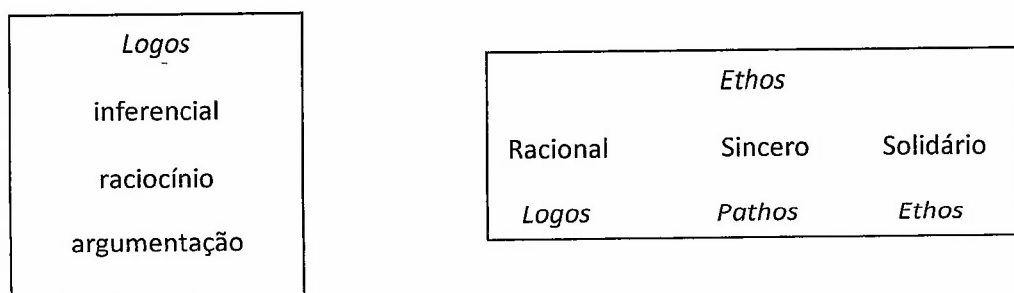
A partir daí, o autor conclui que não se pode construir um *ethos* moral sem que, ao mesmo tempo, sejam realizados o *ethos* neutro, objetivo e estratégico. É necessário que se argumente de maneira estratégica para se atingir uma sobriedade moral do discurso.

Eggs (2005) propõe demonstrar como ocorre essa noção de *ethos* no sentido procedural. Em um momento de sua análise, o autor atribui as razões *phrónesis*, *areté* e *eunóia*, respectivamente ao *logos*, *ethos* e *pathos*, assim como é feito na retórica aristotélica. Entretanto, em sua Retórica, Aristóteles opõe essas três razões também às demonstrações que pertencem ao *logos*. Eggs busca, então, mostrar que o desdobramento que ele propõe é também pertinente. Para ele, o *ethos* também engloba essas três razões. Na concepção de Aristóteles, assim haveria dois blocos de convicções conforme ilustração a seguir:



Ethos e *pathos* estão situados no mesmo bloco, já que, segundo o autor, eles estão sempre ligados a uma situação específica e aos indivíduos concretos nela implicados. Por sua vez, o *logos*, independentemente da situação de comunicação concreta, convence em *si mesmo* e *por si mesmo*. Eggs (2005) afirma que o peso das três provas apresentadas é relativo já que depende do tipo de texto. Ao reelaborar o quadro das provas de Aristóteles, o autor ressalta que é um equívoco afirmar que o ouvinte se deixa convencer unicamente pelo *pathos*, da mesma forma que seria inadequado excluir todo o *pathos* do orador. O ouvinte, portanto, conclui o autor, deixa-se convencer pelas três provas.

A partir dessas considerações, Eggs (2005:41) propõe uma forma de visualizar a articulação dessas três qualidades:



Como se pode concluir desses quadros, o orador deve demonstrar não somente a solidariedade, a *eunóia*, como também a *phrónesis*, o *logos* prático, considerado por Eggs como indispensável já que somente o *logos* inferencial não é garantia suficiente para que se tenha uma deliberação do bem e do mal.

Segundo Aristóteles (traduzido por Eggs, 2005:37)

Os oradores inspiram confiança (a) se seus argumentos e conselhos são sábios, *razoáveis* e *conscientes*, (b) se são *sinceros*, *honestos* e *equânimes* e (c) se mostram *solidariedade*, *obsequiedade* e *amabilidade* para com seus ouvintes. (ARISTÓTELES, RET. II 1378^a6)

Assim, o *ethos* aristotélico não pode ser compreendido isoladamente do *pathos* e do *logos*, mas pode-se dizer que, das três provas engendradas pelo discurso, “o *ethos* constitui praticamente a mais importante”. (EGGS, 2005:30)

Essa foi uma entre tantas releituras e reformulações do conceito de *ethos* proposto por Aristóteles, tratada em detalhe nesta seção em razão de concordarmos com Eggs (2005) e com Aristóteles quanto à pertinência de se considerar que todo *ethos* se constitui de uma “condensação específica” destas três dimensões: *phrónesis*, *areté*, *eúnoia*.

Vale considerar também, para efeito de análise, a leitura feita por Amossy (2005) que se pauta pelo entrelaçamento do conceito de *ethos* com a retórica, a pragmática e a sociologia dos campos e que será tratada no item seguinte.

2.2.2 A pragmática - Ruth Amossy

Para Amossy (2005: 120) “a idéia de que a eficácia da palavra (...) ligada à autoridade do orador atravessa disciplinas (...) não acontece sem suscitar vivas polêmicas”. E propõe, portanto, uma reflexão baseada em alguns questionamentos como: “O poder da palavra,

fundado na autoridade do orador, é consubstancial à troca verbal? O *ethos* deve ser considerado uma construção puramente languageira ou uma posição institucional?”

Segundo Bourdieu (1982) *apud* Amossy (2005), a eficácia da palavra não está em sua “substância propriamente linguística”:

Na realidade, o poder das palavras deriva da adequação entre função social do locutor e seu discurso: o discurso não pode ter autoridade se não for pronunciado pela pessoa legitimada a pronunciá-lo em uma situação legítima, portanto, diante dos receptores legítimos. (AMOSSY, 2005:120)

Nessa perspectiva, a noção de *ethos* tem lugar determinante, “mas nada mais tem de construção discursiva”, pois consiste na autoridade exterior do locutor. Em outras palavras, a eficácia da palavra não está ligada ao que ela enuncia, mas sim naquele que a enuncia, o locutor precisa estar habilitado para exercer a palavra.

Sob o ponto de vista da pragmática contemporânea, Amossy (2005) ressalta que essa disciplina concentra-se na eficácia da palavra, no interior da troca verbal, deixando de lado os rituais sociais exteriores à prática languageira.

Segundo a autora, é Oswald Ducrot quem faz uma distinção clara entre o locutor responsável pelo enunciado, designado por ele como (L) e o autor empírico, o ser do mundo (λ). Sendo assim, na visão dos pragmáticos, adeptos da linha aristotélica, o *ethos* constrói-se na interação verbal e é puramente discursivo, diferentemente da visão dos sociólogos que o inserem em uma troca simbólica, carregada de questões sociais e outros mecanismos exteriores ao discurso.

Entretanto, para Amossy, a concepção de *ethos* na visão dos pragmáticos e dos sociólogos não deve ser considerada excludente e, sim, complementar. Apoiada no quadro da Nova Retórica proposto por Perelman, Amossy reforça a idéia de unir argumentação às aplicações sociológicas. Nessa perspectiva, há um conjunto formado pela imagem do orador e sua função social, num discurso orientado para um auditório específico, ou seja, o discurso deve ser ajustado a uma determinada situação comunicativa em função de um público específico, e assim a imagem é construída.

Na perspectiva de Perelman, o auditório tem relevância para o processo argumentativo e, como consequência, tem-se adequação a crenças compartilhadas. Amossy fala de uma *doxa* – opinião comum – sobre a qual o orador, mediante um trabalho, faz com que seu interlocutor compartilhe de seus pontos de vista. A *doxa*, para a autora, é determinante para a construção do *ethos*, entretanto esse *ethos* a que se refere é o *ethos* a que Maingueneau (2005) denomina de *ethos pré-discursivo*.

Todavia é preciso desprender-se um pouco do pensamento perelmaniano que afirma que o auditório é sempre uma construção do orador, a interação entre ambos efetua-se mediante a imagem que um faz do outro. O orador constrói a sua própria imagem em função da imagem que ele faz de seu auditório e das representações que ele acredita serem as do público.

Ao considerar que as imagens prévias e discursivas do orador estão inseridas em uma determinada *doxa*, na qual os saberes compartilhados e as representações estão incluídos, Amossy acredita ser necessária uma intervenção na noção de estereotipagem, já que ela tem papel essencial no estabelecimento do *ethos*.

Para a autora, a estereotipagem “é a operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado” (AMOSSY 2005:125). Sob uma perspectiva argumentativa, a estereotipagem exerce função essencial de designar os saberes e crenças compartilhados por um grupo, ou seja, a *doxa*, na qual ele se situa.

Assim sendo, tanto a construção do auditório quanto a construção da imagem de si perpassam pelo processo de estereotipagem. O orador “adapta sua apresentação de si aos esquemas coletivos que ele crê interiorizados e valorizados por seu público-alvo.” (AMOSSY, 2005:126).

Ao considerar que a concepção de *ethos* dos pragmáticos e dos sociólogos é complementar e não excludente, Amossy afirma que:

... a análise retórica que examina o *ethos* como construção discursiva em um quadro interacional se articula, ao mesmo tempo, com a pragmática e com a reflexão sociológica. A primeira permite-lhe trabalhar a materialidade do discurso e analisar a construção do *ethos* em termos de enunciação e de gênero do discurso. A segunda permiti-lhe não somente destacar a dimensão social do *ethos* discursivo, mas também sua relação com posições institucionais exteriores. (2005:137)

O que a autora nos traz é uma tentativa de articular as dimensões institucional e pragmática do *ethos* que, segundo ela, não têm recebido valor suficiente nos estudos sobre o tema. Sua proposta é de integrar imagem discursiva e *status* institucional considerando, portanto, a posição assumida implicitamente pelo locutor empírico, sua imagem preexistente (seu *ethos*-prévio) e o *ethos* construído no discurso.

Em suma, esse estudo na interseção da retórica, da pragmática e da sociologia dos campos comprovou que “a construção discursiva, o imaginário social e a autoridade institucional contribuem, portanto para estabelecer o *ethos* e a troca verbal da qual ele é parte integrante”. (AMOSSY, 2005:137)

A seguir, trataremos do conceito de *ethos* na perspectiva da Análise do Discurso (AD), a partir da releitura feita por Maingueneau (2008), fundamental para o desenvolvimento da análise do *corpus* desta pesquisa pelo fato de esse pesquisador estender o estudo das imagens criadas pelos enunciadores a todo e qualquer discurso, oral ou escrito. Já o conceito de imaginário social será abordado quando tratarmos da concepção de Charaudeau a respeito do tema.

2.2.3 *Ethos* na Análise do Discurso – contribuições de Maingueneau

Maingueneau (2008) traz uma grande contribuição para os estudos sobre a noção de *ethos*, ao concebê-lo como constituinte da cena de enunciação. Conforme o autor, o *ethos* “teve de esperar os anos 1980 para ocupar um lugar na reflexão sobre discurso” e, atualmente, suscita muito interesse devido ao domínio das mídias audiovisuais em que “o centro de interesse deslocou-se das doutrinas e dos aparelhos que lhes estavam ligados para a apresentação de si, para o ‘look’”. (MAINGUENEAU, 2008:55-56).

Maingueneau problematiza algumas questões referentes à concepção aristotélica de *ethos*. Para esse autor, o *ethos* está crucialmente ligado ao ato de enunciação, mas não se pode ignorar a imagem que lhe é atribuída pelo auditório antes mesmo que ele enuncie. Sendo assim, considera necessário estabelecer-se uma distinção entre *ethos discursivo* e *ethos pré-discursivo*. O *ethos* pré-discursivo corresponde à imagem que o público constrói do

enunciador antes mesmo que ele fale, é o que Amossy (2005) denomina de *ethos* prévio. Já o *ethos* discursivo corresponde à imagem que se constrói do orador a partir do seu discurso.

Apontando algumas dificuldades em relação à noção de *ethos*, o autor afirma que há algo grave quando se diz que o *ethos* é um efeito do discurso:

supõe-se que podemos delimitar o que decorre do discurso; mas isso é muito mais evidente para um texto escrito do que para uma situação de interação oral. Há sempre elementos contingentes em um ato de comunicação, em relação aos quais é difícil dizer se fazem ou não parte do discurso, mas que influenciam a construção do *ethos* pelo destinatário (MAINGUENEAU, 2008:16).

Em um texto escrito, é possível delimitar o que emerge do discurso já que, na maioria das vezes, não temos contato com os elementos extralinguísticos, ou com os elementos que integraram o locutor no ato da enunciação como vestimenta, gestos e feições. Há que se fazer também uma distinção entre o que é visado pelo locutor e o que é produzido pelo destinatário.

Para Maingueneau (2008), a noção de *ethos* diferencia-se a cada vertente de estudos. Mesmo em Aristóteles, o *ethos* é visto de maneira diferente nas obras Política e Retórica. Apesar das discordâncias do autor em relação à concepção aristotélica, existem pontos de convergência entre os dois estudiosos. Segundo o próprio Maingueneau, é possível concordar com a Retórica Aristotélica nos seguintes pontos:

- i- trata-se de uma noção *discursiva*
- ii- faz parte de um processo *interativo* de influência sobre o outro
- iii- é uma noção fundamentalmente híbrida

Na perspectiva de Maingueneau, o *ethos* pode ser refletido sobre o mecanismo de adesão dos sujeitos envolvidos a um determinado posicionamento e não apenas como um aspecto de persuasão argumentativo. O *ethos* está ligado a uma cena de enunciação em que se é possível articular “corpo e discurso em uma dimensão diferente da oposição empírica entre oral e escrito” (MAINGUENEAU, 2008:64).

O texto escrito, ainda que se negue, tem uma “voz” na qual podemos associar a um corpo de enunciador denominado pelo autor de “fiador” que atesta o que é dito pelo tom que dá ao seu discurso. Maingueneau trabalha com uma concepção encarnada do *ethos* que abarca, não

somente a dimensão verbal discursiva, como também questões físicas, psíquicas e sociais do enunciador. Em função do seu modo de dizer, a esse “fiador” atribui-se um “caráter” não ligado a um saber extradiscursivo, mas atribuído pelo leitor, e uma corporalidade associada a uma “compleição física e a uma forma de vestir” (MAINGUENEAU, 2008:65).

O autor assume que a projeção do *ethos* do enunciador pode fracassar, já que a pretendida pode não ser a construída pelo destinatário. Além do mais, mesmo que se tente apagar o enunciador, é possível caracterizar o *ethos* do “fiador”.

Maingueneau (2008:70) vincula a concepção de *ethos* às cenas da enunciação que seriam (i) a cena englobante, ligada aos tipos de discurso (publicitário, jornalístico, etc.); (ii) a cena genérica, concernente aos gêneros do discurso (carta, artigo, bula etc.) e, (iii) a cenografia, referente à situação de fala, aquilo que “a enunciação instaura progressivamente como seu próprio dispositivo de fala”.

Sob o ponto de vista proposto por Maingueneau (2008), a noção de *ethos* não se encontra ligada apenas a uma questão de persuasão que suscita a adesão do outro. É possível associar a esse conceito à noção de competência na qual se figura o fiador que confere uma identidade de acordo com o contexto em que pretende legitimar-se. É necessário, portanto, uma adequação do conteúdo ao seu contexto.

Vale ressaltar que o *ethos*, na perspectiva de Maingueneau, não permite que o enunciador escolha deliberadamente o papel que será desempenhado em função do efeito pretendido sobre o auditório, mas que os efeitos são impostos em função do posicionamento em um campo discursivo. Dessa forma, o enunciador ocupa um lugar na enunciação e está sujeito às coerções desse posicionamento.

A partir das releituras apresentadas, podemos traçar um panorama do conceito de *ethos* ao longo dos tempos. Na retórica, deparamo-nos com um *ethos* individual e individualizador de um orador em situação oratória específica. Na pragmática, a noção encontra-se ligada à enunciação na qual a fala é vista como uma ação de influência sobre o outro. Amossy (2005), com sua contribuição, insere o *ethos* em uma perspectiva de troca simbólica, o que já o coloca, de certa maneira, interno ao discurso.

Sem desconsiderar as dimensões do *ethos* acima explicitadas, nesta pesquisa nossas análises estarão fundamentadas na teoria Semiolinguística. Mais adiante, serão expostos os princípios dessa teoria que nortearão nosso trabalho. Nesse momento nos ateremos à noção de construção da imagem de si conforme o semiolinguista Charaudeau.

2.3 A construção da imagem de si para Charaudeau

Segundo Charaudeau (2006), *ethos* e *pathos* fazem parte de “demonstrações psicológicas” que não correspondem ao estado psicológico real do orador ou do auditório. Mas, para esse autor, é particularmente importante considerar a existência de um sujeito que se constrói através de uma identidade discursiva, sem deixar de considerar que essa identidade está estritamente relacionada a sua identidade social.

A constituição de uma identidade ocorre quando o sujeito toma consciência de si mesmo. Partindo de uma concepção filosófica, o autor, afirma que, para que haja uma tomada de consciência de si mesmo, é necessário que o sujeito perceba sua diferença em relação ao outro, ou seja, somente quando se percebe que se é diferente do outro é que se constrói uma consciência identitária. E é a partir dessa percepção que se instala o *princípio da alteridade*.

Retomando Benveniste, Charaudeau afirma que é a partir do reconhecimento do outro e do processo de percepção das diferenças que se pode perceber o eu, “não há *eu* sem *tu*, nem *tu* sem *eu*, o *tu* constitui o *eu*.” (CHARAUDEAU, 2009:310)

Assim, Charaudeau distingue, em seus estudos, dois tipos de identidade do sujeito: a social e a discursiva. A identidade social é pré-construída e está relacionada às práticas sociais. Em parte, ela é determinada pela situação de comunicação, entretanto pode ser reconstruída, mascarada ou deslocada no e pelo discurso.

Por sua vez, a identidade discursiva é construída pelo sujeito falante que se coloca na posição de responder a “estou aqui para falar como?”. Essa resposta, no entanto, deve levar em consideração as condições de credibilidade e captação a que se refere Charaudeau. Para construir uma imagem de sinceridade, as afirmações do sujeito precisam ter valor de verdade, pois é necessário que ele defenda uma imagem de si (um *ethos*) que pareça ser de sinceridade.

De acordo com esse autor, para garantir a condição de credibilidade, o locutor pode assumir, estrategicamente, diferentes atitudes discursivas: a neutralidade, o distanciamento e o engajamento.

A neutralidade leva o sujeito a tentar apagar qualquer avaliação pessoal em seu discurso; o distanciamento leva o sujeito a analisar os fatos de forma fria e controlada e, por fim, o engajamento, ao contrário da neutralidade, leva o sujeito a assumir o seu posicionamento.

Na condição de captação, em determinadas interações, o sujeito falante nem sempre está em posição de autoridade em relação a seu interlocutor, é necessário, portanto, assegurar que o parceiro perceba sua intenção comunicativa e que partilhe de suas idéias. Trata-se aqui da intenção de persuadir ou seduzir. Nesse caso, o sujeito, segundo Charaudeau, também pode escolher diferentes atitudes discursivas: uma atitude polêmica, uma atitude de sedução ou uma atitude de dramatização.

Na atitude polêmica o sujeito tenta “destruir o adversário” por meio de questionamentos de idéias; na sedução, o falante propõe ao interlocutor um papel de beneficiário e, por fim, na dramatização há o uso de analogias, comparações e metáforas com o objetivo de despertar emoções.

O modelo de análise de identidades proposto por Charaudeau (2009) é definido com base em competências e estratégias discursivas. Para o autor, há três tipos de competências: a comunicacional (ou situacional) responsável por fazer reconhecer a estrutura e as restrições da situação de comunicação; a competência semântica, que é a capacidade de organização dos saberes; e, por fim, a competência discursiva, que corresponde às possíveis organizações do discurso (enunciativa, narrativa, descritiva e argumentativa).

As estratégias discursivas consistem em escolher

entre os modos de organização do discurso e os modos de construção textual, em relação com os diferentes saberes de conhecimento e de crenças de que dispõe, os procedimentos que melhor correspondam a seu próprio projeto de fala, à influência que pretende exercer sobre o interlocutor e às condições que ele deve satisfazer. (CHARAUDEAU, 2009: 322)

As estratégias discursivas são agrupadas pelo autor em três espaços: (i) da legitimação, que surge a partir da necessidade de reforçar a posição do sujeito; (ii) da credibilidade, que implica fazer com que o interlocutor reconheça o sujeito como “digno de fé”; (iii) da

captação, que é fazer com que o interlocutor tenha adesão ao que é proferido pelo sujeito locutor.

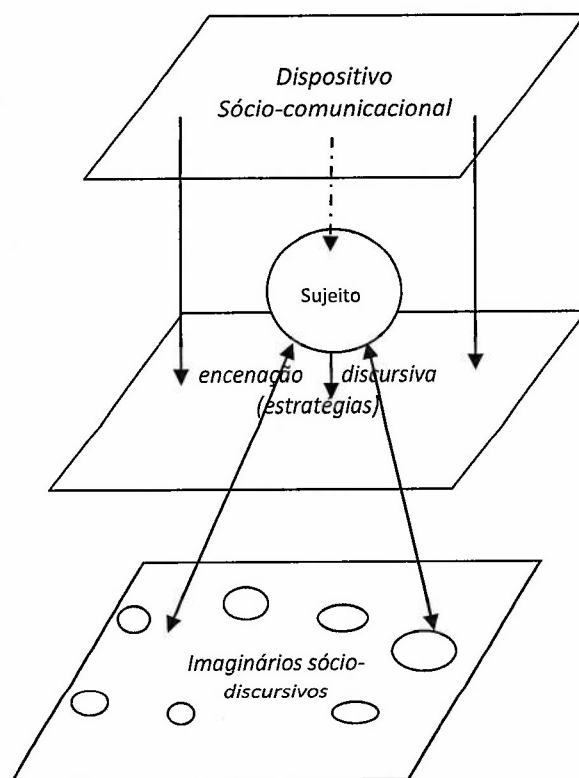
Os diferentes saberes de conhecimento e de crenças de que o locutor dispõe são gerados por meio da mecânica das representações sociais. Os saberes de conhecimento buscam estabelecer uma verdade sobre os fenômenos do mundo, estando essa verdade existente fora da subjetividade do sujeito. Já os saberes de crença, são provenientes de avaliações e julgamentos sobre fenômenos, eventos e pessoas, seus pensamentos e comportamentos; esse saber deriva do olhar do sujeito, portanto de sua subjetividade.

Charaudeau (2007) trabalha com a concepção de imaginários sócio-discursivos. Para o autor a imaginação é um modo de concepção do mundo que nasce das representações sociais que transformam a realidade em real significante. Dessa forma, trata-se de um processo de simbolização afetivo-racional, baseado na intersubjetividade humana, que é depositado na memória coletiva.

Ainda conforme o autor, o imaginário pode ser considerado social na medida em que a simbolização representacional ocorre em um domínio de prática social determinado a tornar coerente a relação entre a ordem social e as condutas, consolidando os laços sociais com o auxílio dos aparelhos de controle que são as instituições.

Por fim, o imaginário é considerado, por Charaudeau (2007), como sócio-discursivo na medida em que se assume a hipótese de que o sintoma de um imaginário é a palavra. Assim, os imaginários são produzidos pelos discursos que circulam nos grupos sociais, organizando-se em sistemas de pensamentos coerentes, que criam valores cuja finalidade é justificar a ação social.

Com base nessas concepções, Charaudeau (2009:323) propõe um esquema piramidal do funcionamento da comunicação linguageira:



Como se pode observar nesse esquema de Charaudeau, o imaginário sócio-discursivo e o campo no qual o sujeito se insere encontram-se implicados em uma relação cuja via é de mão dupla. O princípio da alteridade indica-nos que a consciência identitária se dá mediante a percepção de que se é diferente do outro. Entretanto é necessário também que o sujeito se identifique como parte de um todo. Cabe aqui uma pergunta que será retomada em momento oportuno: até que ponto a construção do *ethos* implica a individualização e até que ponto é resultado de um processo de socialização?

CAPÍTULO 3

3 REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

Neste capítulo, será feito levantamento de conceitos da Teoria Semiociuística, proposta por Charaudeau, que servirão de embasamento para procedermos à análise do *corpus*.

3.1 A noção de discurso

Antes de iniciarmos nossa análise, faz-se necessário apresentarmos algumas considerações sobre o conceito de discurso, no qual se insere a noção de estratégia, que norteia o foco de nossa pesquisa.

Nesse sentido, o discurso não está relacionado aqui à expressão puramente verbal da linguagem, pois, como afirma Charaudeau, ele “ultrapassa os códigos de manifestação linguageira na medida em que é o lugar da encenação da significação...” (CHARAUDEAU, 2001:25).

Não se deve confundir, ainda conforme o autor, discurso com texto. Texto é o objeto da materialização da encenação e um texto pode estar atravessado de diversos discursos.

O conceito de discurso, neste trabalho, partilha, portanto, dos dois sentidos que lhes são atribuídos por Charaudeau (2001):

- (1) relaciona-se à encenação do ato de linguagem, que, por sua vez, pressupõe dois circuitos: um externo, que corresponde ao fazer psicossocial, e um interno, que corresponde ao lugar do dizer, sendo reservado a esse domínio o uso do termo discurso;
- (2) relaciona-se a saberes partilhados por um dado grupo social, representa a maneira pela qual as práticas sociais são mostradas em um contexto sócio-cultural, portanto pode ser chamado de discurso social ou imaginário social.

3.2- A Teoria Semiociuística

Para definir o termo Semiociuística Charaudeau o decompõe em:

Semio-, de “semiosis”, evocando o fato de que a construção do sentido e sua configuração se fazem através de uma relação forma-sentido (em diferentes sistemas semiológicos), sob a responsabilidade de um sujeito intencional, com um projeto de

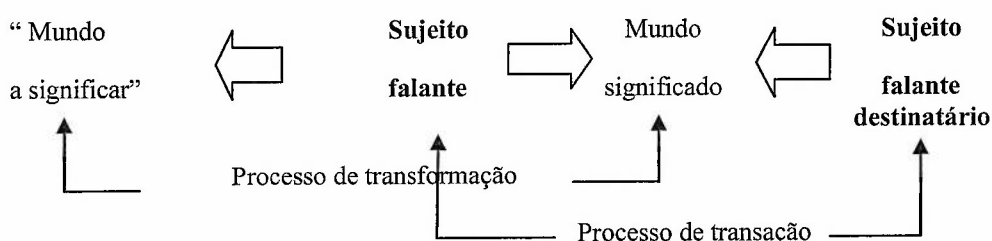
influência social, num determinado quadro de ação ; *linguística* para destacar que a matéria principal da forma em questão - a das línguas naturais. Estas, por sua dupla articulação, pela particularidade combinatória de suas unidades (sintagmatico-paradigmática em vários níveis : palavra, frase, texto), impõem um procedimento de semiotização do mundo diferente das outras linguagens. (CHARAUDEAU, 2005:12)

Charaudeau considera o ato de linguagem como um encontro dialético entre o processo de produção e o processo de interpretação em um espaço físico e psicossocial de um sujeito que é psico-socio-linguageiro. Com o desenvolvimento dessa teoria, o autor propõe tratar o fenômeno da linguagem sob o ponto de vista externo (lógica das ações e influência social) e interno (construção de sentido e construção do texto), entretanto salienta que a articulação se dá sob uma perspectiva linguística, no seu sentido mais amplo.

Para Machado (2001), a Semiologia não é uma teoria “pura”, mas formada por uma amálgama de várias idéias, tal como ocorre em várias teorias. Trata-se de uma teoria resultante de pesquisas em etnometodologia, antropologia, sociologia e que não despreza as aquisições da pragmática e do dialogismo de Bakhtin.

O processo de semiotização do mundo a que se refere Charaudeau é duplo, passando primeiro por transformação e depois por transação. No processo de transformação, parte-se de um “mundo a significar” para um “mundo significado”, após a ação de um sujeito falante. No processo de transação, o “mundo significado” passa a ser objeto de troca entre sujeito falante e sujeito destinatário.

Charaudeau (2005:12) sintetiza esses processos conforme esquema a seguir:



No processo de transformação, há quatro tipos de operações definidas pelo autor: (i) a identificação, na qual os seres do mundo são transformados em “identidades nominais”; (ii) a qualificação, em que os seres do mundo são transformados em “identidades descritivas”; (iii)

a ação, na qual os seres do mundo são transformados em “identidades narrativas”; (iv) a causação, em que a sucessão de fatos do mundo é transformada em “relações de causalidade”.

O processo de transação é realizado conforme quatro princípios também definidos por Charaudeau, a saber:

- O princípio da alteridade, considerado fundamental no aspecto contratual do ato de comunicação em que dois parceiros se reconhecem como semelhantes e diferentes; semelhantes porque, para que a troca se realize, devem possuir saberes compartilhados e finalidades comunicativas comuns, diferentes porque possuem papéis particulares na troca.
- O princípio da pertinência exige que os atos de linguagem sejam apropriados ao contexto e à finalidade, confirmando, assim, o aspecto contratual da troca linguageira.
- O princípio de influência passa pelo pressuposto de que todo sujeito inserido em um ato de linguagem tem a intenção de atingir seu receptor, seja com a intenção de fazê-lo agir, seja com o objetivo de atingi-lo emocionalmente. Para Charaudeau (2005:14), “a finalidade intencional de todo ato de linguagem se acha, pois inscrita no dispositivo sócio-lingueiro.”
- O princípio de regulação está ligado ao de influência, é preciso haver uma regulação do jogo de influências. Sendo assim os sujeitos do ato de linguagem recorrem às estratégias que asseguram uma intercompreensão. Para o autor, esse “*espaço de estratégia*” está inscrito, igualmente, no dispositivo sócio-lingueiro

Segundo Charaudeau os processos de transformação e de transação por ele descritos constituem processos diferentes, embora solidários. Considera que há uma relação de dependência entre o processo de transformação e o processo de transação já que as operações do processo de transformação não se fazem livremente; elas são controladas pelo processo de transação que confere uma orientação comunicativa.

Essa descrição do duplo processo de semiotização corresponde ao postulado de *intencionalidade*, proposto por Charaudeau, e que, segundo o próprio autor, trata-se do fundamento do ato de linguagem. Para Charaudeau um ato de linguagem

Pressupõe uma *intencionalidade* – a dos sujeitos falantes, parceiros de uma troca. Em decorrência, esse ato depende da identidade dos parceiros, *visa uma influencia* e é portador de *uma proposição sobre o mundo*. Além disso, realiza-se num tempo e num espaço determinados, o que é comumente chamado de *situação*. (CHARAUDEAU, 2005:5)

Sendo assim o autor conclui que os princípios de alteridade e pertinência comportam o espaço das restrições, responsável pelas condições mínimas de validade do ato de linguagem; já os princípios de influência e regulação comportam o espaço das estratégias, que corresponde às escolhas e à disposição dos sujeitos da *mise-en-scène* do ato de linguagem.

3.2.1 O Ato de Linguagem

Charaudeau compreende o ato de linguagem como sendo originário de uma troca concreta que depende da intencionalidade e que é organizada tanto pelo espaço das restrições quanto pelo espaço das estratégias. Considera ainda que existe uma interdependência entre espaço interno e espaço externo que pode ser estruturado em três níveis: (i) o situacional, que dá conta dos dados do espaço externo ao ato de linguagem; (ii) o comunicacional, que determinam as maneiras de falar; (iii) o discursivo que é o lugar de intervenção do sujeito enunciator.

Para Machado (2001:49), em acordo com Charaudeau, o ato de linguagem “é comandado pelas circunstâncias sociais do discurso e sua construção leva em conta o explícito e o implícito da linguagem; ele é um dispositivo, dentro do qual se encontra o sujeito-falante escrevendo ou falando, guiado por um sujeito-comunicante.”

Nesse dispositivo há quatro sujeitos comunicacionais, dois situacionais, externos ao ato e dois discursivos, internos ao ato de linguagem. Os sujeitos externos são parceiros da troca languageira com identidade (psicológica e social) e encontram-se ligados por um contrato de comunicação. Os internos são criados no e pelo discurso. Trata-se de sujeitos com identidades discursivas projetadas pelo sujeito comunicante.

A relação contratual é o que rege as expectativas dos sujeitos do ato de linguagem. O ato de linguagem, segundo Charaudeau, é um fenômeno que combina o dizer e o fazer. No espaço do fazer, temos a instância situacional na qual se encontram os parceiros da troca, os seres sociais. No espaço do dizer, deparamo-nos com a instância discursiva que se autodefine pela encenação cujos protagonistas são os seres da fala.

Para o autor, o ato de linguagem pode ser considerado como uma interação de intencionalidades, o que indica que a encenação do dizer depende das estratégias discursivas. Ainda quanto ao ato de linguagem, afirma que se trata de um “produto da ação de seres psicossociais que são testemunhas, mais ou menos conscientes, das práticas sociais e das representações imaginárias da comunidade às quais pertencem.” (2001:29)

Na interação linguageira, temos dois parceiros EUc e TUi que se encontram na instância situacional e que estão “implicados no jogo que lhe é proposto por uma relação contratual.” (CHARAUDEAU 2001:30) Essa relação contratual, segundo o autor, estrutura-se em três níveis:

- comunicacional, concebido como o quadro físico da situação interacional: os parceiros estão presentes? Eles se vêem? São únicos ou múltiplos? [...]
- psicossocial, concebido em termos de estatutos que os parceiros são suscetíveis de reconhecer um no outro: idade, sexo, categoria sócio-profissional, posição hierárquica, [...]
- intencional, concebido como um conhecimento a priori que cada um dos parceiros possui (ou constrói para si mesmo) sobre o outro, de forma imaginária, fazendo apelo a saberes supostamente partilhados [...] (CHARAUDEAU 2001:31)

EUc organiza seu discurso e o encena em função dos componentes citados. Ele o faz de acordo com o que constrói do sujeito interpretante e com o que percebe do ritual linguageiro no qual se encontra envolvido. TUi, por sua vez, é o parceiro do processo de interpretação, ele o faz em função dos mesmos componentes citados.

O contrato de comunicação é constituído por um conjunto de restrições que caracterizam as práticas sociolinguageiras; essas restrições resultam das circunstâncias de discurso do ato de linguagem. Sendo assim, Charaudeau (2008:60) ressalta que as estratégias discursivas devem ser estudadas em função do contrato.

O ato de linguagem segundo Charaudeau (2001) é um fenômeno que combina os âmbitos do dizer e do fazer, para o autor eles estabelecem uma relação de dupla realidade em que ambos compõem o ato, sendo, portanto, indissociáveis.

Dentro desse quadro, encontram-se os parceiros e protagonistas de linguagem que se relacionam de forma contratual. Essa relação, conforme afirma Charaudeau, depende de componentes comunicacionais, psicossociais e intencionais.

Os parceiros do ato de linguagem, aqueles que compõem o espaço do *fazer*, serão representados, de acordo com o autor, como EUc, sujeito comunicante, ser social; e TUi, sujeito interpretante, também ser social.

Já os protagonistas da enunciação, seres de fala, internos ao ato de linguagem, serão representados por EUe, sujeito enunciador, imagem do enunciador construída por EUc; e TUD, sujeito destinatário projetado como sendo ideal.

A partir do quadro proposto, trataremos a seguir os âmbitos do *fazer* e do *dizer* que compõem o nosso *corpus*.

3.2.1.1 O circuito do fazer

No espaço do *fazer*, encontram-se os parceiros que agem fora da enunciação. Eles são os seres sociais responsáveis por criar o discurso ou por interpretá-lo e correspondem, segundo Charaudeau (2008), a uma representação da situação de comunicação.

Os atos de linguagem, os quais nos propomos analisar, encontram-se dispostos em uma rede social na Internet, que, sendo um canal midiático, proporciona uma propagação de informações e potencializa as formas de interação entre pessoas.

As redes sociais na Internet, conforme mostrado no item 1.2.4, enquanto prática de linguagem, representam uma forma concreta da grande potencialidade de interação nesse meio. O Orkut, espaço do qual coletamos nosso *corpus*, encontra-se figurado no campo das redes de relacionamentos.

No sítio, há o *link* “Sobre o Orkut”⁶ que remete a uma caracterização dessa comunidade. Ao clicar nesse *link*, somos levados à página correspondente a imagem 6:

⁶ Disponível em: <http://www.orkut.com>

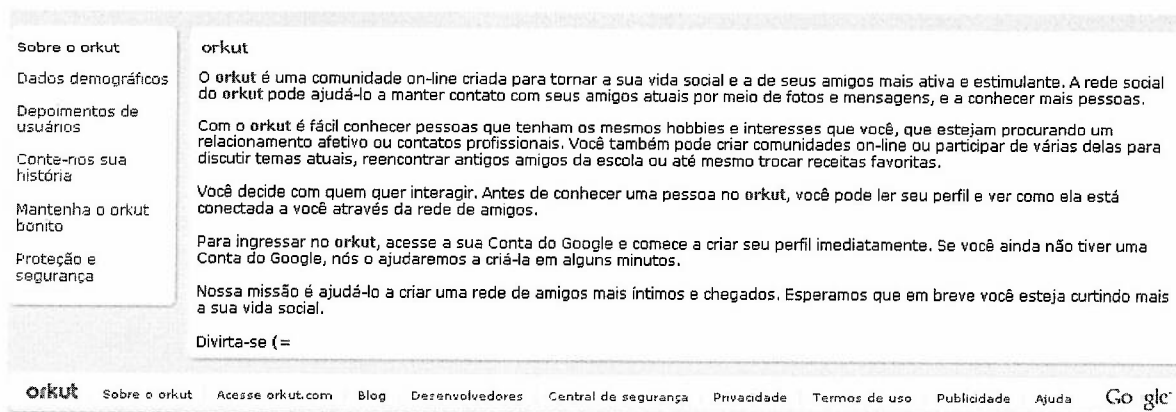


Imagem 6 – descrição do Orkut

A partir dessa descrição, pode-se traçar, com base na noção Semiolinguística, o circuito do *fazer*, da instância situacional na qual se encontram os parceiros.

O locutor-emissor encontra-se inserido em um ambiente virtual, ora denominado de ciberespaço, e pertence a um mecanismo que lhe permite, e que tem por princípio fundamental, manter-se conectado a outras pessoas, que é a rede social.

Os parceiros da interação linguageira, conforme afirma Charaudeau (2001:30), estão “implicados no jogo que lhe é proposto por uma relação contratual.”

Esse contrato pressupõe um acordo de representações de práticas sociais. Dessa forma os usuários do Orkut compreendem o espaço “quem sou eu” e o concebem dentro de um espaço maior, que é o das redes sociais, como um espaço de representação do eu. Por sua vez, o sujeito comunicante, que o preenche, supõe que o seu interlocutor, que também já elaborou o próprio perfil, compreenderá o seu texto e lhe dará o sentido pretendido.

No espaço de troca do Orkut, os parceiros encontram-se distantes fisicamente, ou seja, a interação não acontece face a face, o que não significa que eles não possuam contato fora do ambiente do ciberespaço, como se pode perceber na passagem “o Orkut pode ajudá-lo a manter contato com seus amigos atuais...”. Entretanto, ainda que a interação aconteça com parceiros que se conheçam fisicamente, ela só ocorre à distância.

É muito comum que os interlocutores, conectados à rede de amigos, já mantenham relações fora do ambiente do Orkut, mas, como propõe o sítio, o espaço pode ser utilizado para se criarem novos vínculos.

No caso do Orkut, os parceiros necessariamente fazem parte da rede, ou seja, tanto EUC quanto TUI são usuários do Orkut, já que o *software* não permite sequer a visualização dos perfis caso não se tenha uma conta. Sendo assim, desde que seja usuário do Orkut, qualquer pessoa pode ter acesso às páginas iniciais dos perfis, já que, por uma questão de privacidade, o usuário pode bloquear o acesso a outras partes do perfil, como página de recados, álbuns e vídeos adicionados.

Conforme tratado no item 1.2.5, o Orkut é um canal de transmissão estritamente gráfico em que os parceiros são múltiplos; a delimitação ocorre por parte do *software*. Na totalidade do sítio, há espaços para inserção de textos escritos, imagens, fotografias, áudios e vídeos, mas a transmissão ocorre de forma indireta, por meio de mídias.

Quanto ao campo analisado, nos primeiros anos de uso do sítio, era possível adicionar somente textos escritos, entretanto, ainda que houvesse essa limitação, os usuários formavam desenhos com elementos gráficos como pontos, travessões entre outros. Atualmente, é possível inserir outros códigos semióticos como imagens, fotografias além de músicas em áudio.

Não há uma relação de hierarquia entre os perfis, não há um perfil que possua mais poderes ou possibilidades, é possível a qualquer usuário participar do sítio dentro do que é lhe permitido fazer.

Quanto às características identitárias dos parceiros, é difícil delimitá-las já que o sítio é aberto e qualquer indivíduo pode criar uma conta. Por se tratar de uma rede de relacionamentos, cuja intenção é manter as pessoas conectadas, é possível encontrar usuários com características muito diferentes: homens e mulheres de várias classes sociais, profissões e raças, jovens ou idosos.

Os parceiros não precisam necessariamente manter relações fora do Orkut para se interagirem, alguns usuários, por diversas questões, como por segurança, por exemplo, não adicionam outros usuários que já não conheçam fora do ciberespaço; já outros, utilizam o próprio sítio para conhecer novas pessoas e criar novos vínculos de amizade que podem tanto permanecer apenas no sítio como podem se estender a contatos fora.

É possível no Orkut manter uma troca dialogal em alguns espaços, entretanto, no campo objeto desta análise, essa troca não é permitida, portanto, nesse caso, temos uma situação

monologal. Em termos de papéis a serem assumidos pelos parceiros, espera-se que os usuários utilizem o Orkut para conectarem-se a outras pessoas a partir da criação de um perfil que contenha suas características e gostos entre outras informações.

Assim, EUc constrói seu perfil – aquele que será sua porta de entrada – lançando mão de certas estratégias, ou seja, ocupando o lugar de internauta projetando-se em função de um TUi que também ocupa o lugar de internauta. O componente psicossocial dos parceiros lhes confere um estatuto de donos de perfis, e eles preenchem o campo indicado para isso conforme parâmetros criados a partir dos usos recorrentes de outros usuários.

O comunicante EUc, por meio de uma inter-relação entre *fazer* e *dizer*, constrói uma imagem de um enunciador EUe. Essa construção se dá pelo preenchimento do campo “quem sou eu” utilizando-se dos recursos que se encontram disponíveis no *software*. Em suma, sujeito comunicante internauta e sujeito interpretante também internauta compõem o circuito externo à fala em uma situação de comunicação cuja finalidade é a de se apresentar.

3.2.1.2 O circuito do dizer

É no espaço do *dizer* que ocorre a encenação discursiva. É nele que se instaura o *ethos* discursivo idealizado pelo sujeito comunicante e percebido pelo sujeito interpretante. Segundo Charaudeau “estes seres de fala assumem diferentes faces de acordo com os *papéis* que lhes são atribuídos pelos parceiros do ato de linguagem em função da relação contratual” (CHARAUDEAU, 2001:32)

Nesse nível do *dizer*, projetam-se o EUe e o TUd, denominados, aqui, de sujeitos virtuais, é nesse âmbito que se encontram os donos dos perfis os quais compõem nosso *corpus*. Esses parceiros de fala assumem diferentes papéis no ato de linguagem em função de uma relação contratual.

Para Charaudeau (2008:56) a noção de contrato “pressupõe que os indivíduos pertencentes a um mesmo corpo de práticas sociais estejam suscetíveis de chegar a um acordo sobre as representações linguageiras dessas práticas sociais”, EUc supõe que TUi possui uma competência linguageira de reconhecimento semelhante à sua.

No campo “quem sou eu”, espaço do qual faremos análise partindo do âmbito do *dizer*, temos uma situação de comunicação monologal escrita, em que EUc, EUe e TUd encontram-se na mesma instância de fala, enquanto TUi encontra-se numa instância posterior. Em outras

palavras, a identificação dos interlocutores interpretantes não é direta, já que há uma gama de possíveis sujeitos interpretantes dentro do conjunto de usuários do Orkut.

É nesse âmbito do *dizer*, que podemos encontrar o que Charaudeau (2008:75) denomina de *mise-em-scène* ou encenação. Nesse sentido, o ato de linguagem é uma representação comandada pelos sujeitos do *fazer*. Os sujeitos do *fazer*, em função de uma situação de comunicação e de um contrato criam ou emprestam uma imagem aos sujeitos do *dizer*.

No campo “quem sou eu” – nosso foco de análise – não há possibilidade de interação imediata, pois sua finalidade é somente de apresentar o sujeito dono do perfil. É como se, nesse espaço, o usuário deixasse o seguinte recado: é assim que eu quero ser visto.

Assim, conforme considera Charaudeau “o ato de linguagem, do ponto de vista de sua produção, pode ser considerado como uma expedição e uma aventura” (2008:56) e, para que essa expedição seja bem sucedida o enunciador faz uso de contratos e estratégias.

Isso implica que, para que a comunicação seja bem sucedida, os atores da linguagem inseridos no Orkut precisam reconhecer as possibilidades propostas pelo contrato de comunicação selado e assim seus discursos são aceitos. Além disso, faz-se necessário saber quais são as restrições discursivas impostas pelo contrato. É o contrato de comunicação que permite aos usuários do Orkut reconhecerem-se um ao outro a partir de suas identidades, finalidades e propósitos.

A finalidade, no caso do Orkut, é determinada pelo próprio objetivo do campo, que é destinado a uma apresentação de si mesmo, mas as intenções podem ser diversas. Há aqueles que querem fazer mais amigos e há aqueles que querem apenas mostrar a visão de si mesmo aos que já são seus amigos fora do ambiente do ciberespaço. Nesse caso, deixam claro, no campo, que somente adicionam pessoas conhecidas.

Para que sejam pertinentes, os atos de linguagem precisam estar apropriados ao contexto e à finalidade de apresentação do sujeito no campo. Qualquer que seja a configuração verbal, o modo de organização ou os gêneros utilizados, o interlocutor será levado a tentar construir uma imagem do locutor.

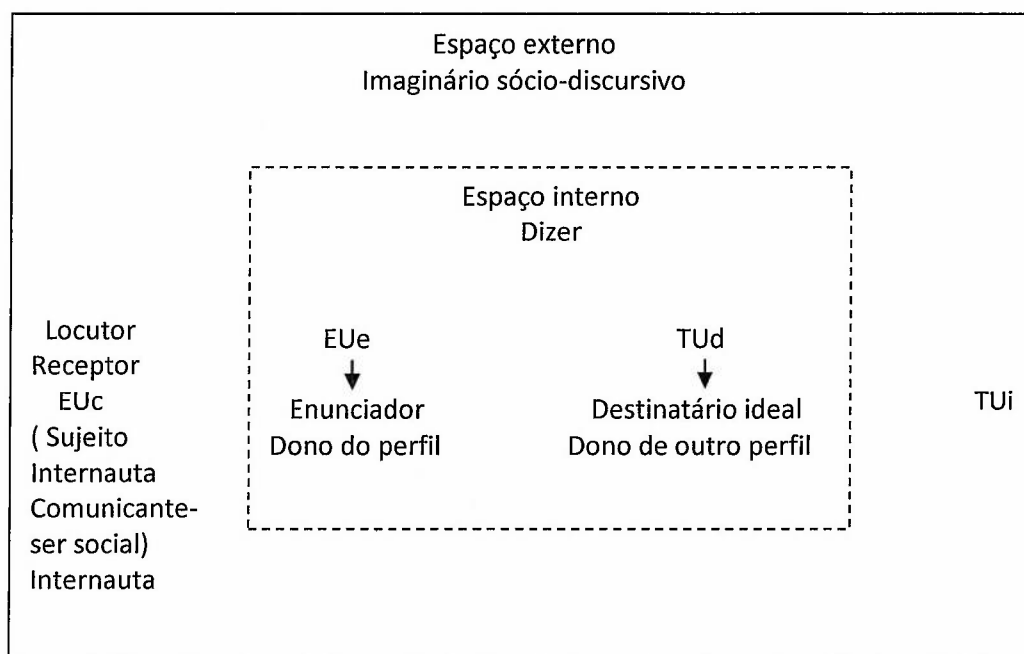
O que irá diferenciar é o que o locutor pretende com essa apresentação de si. Agradar? Desagradar? Protestar?

Para atingir o efeito de discurso pretendido, EUc cria uma imagem de um sujeito, que é um ser de fala, EUe que pode ocultar, em diversos graus, a imagem do locutor real. Nesse espaço do *dizer*, aqui representado pelo campo “quem sou eu”, EUc, por meio de sua apresentação estratégica, projeta uma representação em função dos possíveis destinatários.

Por se tratar de uma diversidade muito grande de destinatários possíveis, os textos presentes no campo poderiam ser criados de forma a atingir um maior número de destinatários, entretanto, em função das intenções dos sujeitos comunicantes, vemos que, em alguns perfis, há uma delimitação desses destinatários. Alguns utilizam o espaço para se direcionarem a destinatários femininos ou masculinos.

Tendo apresentado os elementos que envolvem a situação de comunicação do campo “quem sou eu” do perfil do Orkut, apresentamos, a seguir, um quadro baseado no apresentado por Charaudeau para melhor visualização.

SITUAÇÃO DE COMUNICAÇÃO
Campo “quem sou eu”
Finalidade de se apresentar



Quadro 2 – Situação de comunicação do campo “quem sou eu”

A relação entre T_{Ud} e T_{Ui} na situação de comunicação na qual se inscreve o campo “quem sou eu”, que possui um contrato de não-troca, não ocorre de forma direta, o interlocutor encontra-se em uma instância posterior. Dessa forma, o locutor não pode perceber imediatamente as reações de T_{Ui}, resta-lhe imaginá-las. Por outro lado, E_{Uc} pode organizar o que vai dizer da maneira como quiser, já que não há intervenção direta do seu interlocutor, fato que lhe poderia acarretar replanejamentos de fala.

Na comunicação midiática, segundo Charaudeau, temos os quatro sujeitos, mas duas instâncias: a instância de produção e a instância de recepção. Buscamos, neste trabalho, compreendendo o ciberespaço como um espaço midiático, observar as estratégias na instância da produção.

Vale relembrar que, no campo analisado, o contrato não permite troca, portanto, temos uma situação monologal (ou monolocutiva). Para Charaudeau (2008:72), na situação monologal, há particularidades como a ordem das palavras dita progressivamente; a construção contínua e hierarquizada; a sucessão de termos contínuos cujo sentido encontra-se também hierarquizado além de uma explicitação necessária, em casos de canal de transmissão gráfico, assim como a entonação e a mímica, em casos de canal oral.

A partir dessas considerações, podemos agora verificar como se apresentam as construções enunciativas no campo “quem sou eu” dos perfis selecionados do nosso *corpus*.

3.3 Como dizer?

O sujeito falante que procura agir em relação a outro sujeito, o seu interlocutor, projeta-se no interior do discurso. Segundo Charaudeau o ato de comunicação é representado por um dispositivo “cujo centro é ocupado pelo sujeito falante (o locutor, ao falar ou escrever), em relação com outro parceiro (o interlocutor)” (CHARAUDEAU, 2008:67)

A comunicação não é tão simples quanto parece. Ao comunicar-se, o sujeito utiliza componentes do dispositivo da comunicação em função dos efeitos de sentido que pretende produzir no outro. A partir desses componentes, insere-se o *ethos* que se pretende construir.

A situação de comunicação constitui um espaço de troca entre o sujeito falante (locutor) e o sujeito ouvinte (interlocutor), nela ocorre um enquadre físico e mental dos parceiros da troca

linguageira, os quais são determinados por uma identidade psicológica e social; ambos, locutor e interlocutor, encontram-se ligados por um contrato de comunicação.

O contrato de comunicação resulta das características próprias à situação de comunicação e das características discursivas recorrentes. Uma vez contextualizados os dados da situação, determina-se como serão os comportamentos, os modos de dizer, os papéis languageiros dos parceiros e as formas verbais empregadas. Para Charaudeau há três espaços de comportamentos languageiros: 1 – espaço de locução, no qual o sujeito falante impõe-se enquanto tal e identifica o seu interlocutor; 2 – espaço de relação, no qual o sujeito falante ao construir sua própria identidade e a do interlocutor estabelece relação de força ou de aliança, de exclusão ou de inclusão, de agressão ou de convivência com o interlocutor; 3 – espaço de tematização, onde é tratado ou organizado o domínio do saber e o tema da troca, o sujeito escolhe um modo de intervenção e um modo de organização discursivo (CHARAUDEAU,2007:71).

3.3.1 Os modos de organização do discurso

Inserido no interior do discurso encontra-se o sujeito falante que age em relação a outro sujeito, o seu interlocutor. Segundo Charaudeau (2008:67), o ato de comunicação é representado por um dispositivo cujos componentes são a situação de comunicação, os Modos de Organização do Discurso (MOD), a língua e o texto.

Os MODs possuem um princípio de organização que são próprios de cada um e que utilizam certas categorias da língua ordenadas em função das finalidades comunicativas: descrever, narrar e argumentar. Charaudeau (p.74) reconhece quatro Modos de organização do discurso: *enunciativo, narrativo, descritivo e argumentativo*.

Cada um desses Modos, segundo o autor, possui uma função base e um princípio de organização, sendo a primeira correspondente à finalidade discursiva do projeto de fala do locutor.

O Modo de organização enunciativo possui função importante na organização do discurso, pois tem a função de dar conta do posicionamento do locutor em relação ao interlocutor, a ele

próprio e aos outros que compõem a realidade exterior. Esse Modo, portanto influencia na encenação dos outros Modos de organização.

Charaudeau (2008) distingue três comportamentos enunciativos que estabelecem diferentes relações entre o locutor e o interlocutor: i- alocutivo- pelo qual se estabelece uma relação de influência do locutor com seu interlocutor; ii- elocutivo, que apresenta o posicionamento do locutor em relação a si mesmo e ao que diz; iii- delocutivo, que se utiliza de formas de apagamento⁷ do ponto de vista do locutor, por meio da retomada da fala de um terceiro não implicado no ato de linguagem.

Na função (i), o locutor se apresenta no mesmo momento em que solicita uma ação do interlocutor (exemplo: “Você pegue suas coisas e vá.”). Qualquer que seja a identidade psicossocial ou o comportamento do interlocutor, a este é implicada uma reação, seja de resposta e/ou reação. Esse comportamento objetiva levar o sujeito-interpretante a se identificar com o sujeito destinatário ideal, ao se tornar ator do fazer, solicitado ou ordenado do locutor, tornar-se-á beneficiário. Esse comportamento pode apresentar uma relação de influência de superioridade do locutor em relação a seu interlocutor expressa nas modalidades: interpelação, injunção, autorização, aviso, julgamento, sugestão e proposta ou uma relação de inferioridade por meio das modalidades de interrogação e pedido.

Na função (ii), o interlocutor não se encontra implicado na locução, trata-se de uma revelação do ponto de vista interno do sujeito falante. Suas modalidades são a constatação, o saber/ignorância, a opinião, a apreciação, a obrigação, a possibilidade, o querer, a promessa, a aceitação/recusa, o acordo/desacordo, a declaração e a proclamação.

Por fim, na função (iii) o locutor e o interlocutor são apagados do ato de enunciação, tendo como resultado uma enunciação “aparentemente objetiva (no sentido de ‘desvinculada da subjetividade do locutor’)” (CHARAUDEAU, 2008:83). A asserção e o discurso reportado são as modalidades dessa função.

Conforme afirma Charaudeau (2008), o locutor é mais ou menos consciente das restrições e das margens de manobra da situação de comunicação e com isso ele utiliza-se das categorias da língua que, ordenadas em MOD, vão produzir sentido ao texto. Para o autor, falar é,

⁷ O próprio autor admite que se trata de um jogo, já que há uma tentativa de se apagar do discurso não demonstrando assim o seu ponto de vista, entretanto é sabido que não se pode desaparecer por completo do ato de enunciação.

portanto, uma questão de estratégia na qual se organiza o discurso em função da identidade própria do sujeito, da imagem que se tem do interlocutor e do que já foi dito e das finalidades.

Ao se comunicarem, como já mencionado anteriormente, os sujeitos da situação de comunicação atribuem-se uma identidade propriamente linguageira ou discursiva que pode não ser a mesma identidade psicossocial. Embora o próprio autor admita que as identidades psicossociais e discursivas se confundam na instância da fala, é necessário distingui-las quando se estuda o ato de comunicação.

Segundo Charaudeau o texto “é a *manifestação material* (verbal e semiológica: oral/ gráfica, gestual, icônica etc.) da encenação de um ato de comunicação, numa situação dada, para servir ao projeto de fala de um determinado locutor”. Os textos apresentam constantes mais ou menos estáveis que permitem classificá-los em gêneros textuais e que podem abarcar mais de um MOD.

Há determinados gêneros que possuem Modos de discurso dominantes como é o caso dos gêneros de informação que possuem os Modos descritivo e narrativo como dominantes em suas composições.

Enfim, os MODs correspondem aos princípios de organização da matéria linguística e se configuram em função da finalidade comunicativa do sujeito. É por meio desses modos que, em uma situação de troca, podem-se recuperar os traços do jogo comunicativo.

3.3.2 A noção de estratégia

A concepção da noção de estratégia repousa

na hipótese de que o sujeito comunicante (EUc) concebe, organiza e encena suas intenções de forma a produzir determinados *efeitos* – de persuasão ou de sedução – sobre o sujeito interpretante (TUi), para levá-lo a se identificar – de modo consciente ou não – com o sujeito destinatário ideal (TUD) construído por (Euc). (CHARAUDEAU, 2008:56)

Na situação de comunicação do Orkut, os contratos são estabelecidos também pela relação sujeito/software, ou seja, o que é possível e o que não é possível de se inserir são delimitados pelas configurações do sítio. Há que se considerar também as restrições estabelecidas pelos próprios usuários.

Segundo Charaudeau, os sujeitos do discurso dispõem de certa margem de manobra que lhes permite fazer escolhas possíveis para a *mise-en-scène* desejada. Por essa razão, como veremos, é comum, nesse espaço do sítio, encontrarmos textos com outras estruturas que não apenas as descritivas - que deveriam ser utilizadas para preencher o campo cujo objetivo é apresentar as características do sujeito enunciador.

3. 4 Metodologia Semioliúística

A análise do discurso, para Charaudeau (2005) é empírico-dedutiva, ou seja, o analista parte do material empírico - a linguagem - e a partir de sua configuração busca compreendê-la por meio de observações de compatibilidades e incompatibilidades das possíveis combinações. E assim o faz baseado nas categorias conceituais que correspondem ao seu recorte.

Em resumo, Charaudeau (2005) afirma que o objetivo da teoria Semioliúística é

destacar as características dos *comportamentos* languageiros (o “como dizer”) em função das *condições* psicossociais que os restringem segundo os tipos de situações de troca (os “contratos”). É uma dupla perspectiva, em relação de reciprocidade: que condições propiciam quais comportamentos languageiros possíveis, e quais comportamentos efetivos são propiciados por quais condições. É preciso, então, buscar os meios de estudar tais condições e tais comportamentos. (CHARAUDEAU, 2005:17)

Sendo assim, para desenvolvimento desta pesquisa, foi selecionado um conjunto de perfis buscando, por meio da análise, verificar como eles se relacionam com a totalidade do Orkut. Para alcançar esse objetivo, será adotado o procedimento metodológico denominado estudo de caso, que será explicitado na seção seguinte.

3.5 O estudo de caso

Segundo Severino (2007) o método de estudo de caso analisa uma situação particular considerada representativa de um conjunto de casos análogos, ou seja, o pesquisador seleciona uma unidade de um grupo, seja de objetos, fenômenos ou pessoas e verifica como essa unidade se relaciona com o todo.

Já para Yin (2001), esse método representa uma investigação empírica e compreende um método abrangente, pode se apresentar tanto em estudos de caso único quanto múltiplos, em abordagens qualitativas e quantitativas de pesquisa.

Quanto à coleta de dados, o estudo de caso pode ser naturalista e/ou longitudinal de dados. De acordo com Johnson (1992), são naturalistas quando se tratam de procedimentos de coleta de dados em meio natural e, longitudinais, quando realizado em período longo.

Esse estudo enquadra-se nas características de estudo de caso naturalista já que se trata de um estudo feito em sítio de relacionamento “natural”, não houve uma formação de grupo para a finalidade desta pesquisa, os dados foram coletados no sítio da forma como eles se apresentavam.

Quanto à natureza e estudo dos dados, trata-se de uma análise qualitativa e descritiva já que o objetivo principal deste estudo é analisar as estratégias discursivas utilizadas pelos usuários de uma comunidade do sítio de relacionamentos Orkut para a construção do *ethos*.

3.6 O contexto da pesquisa

Esta pesquisa foi realizada no contexto das redes sociais presentes no ciberespaço e os dados foram coletados no sítio de relacionamentos Orkut. Não houve, portanto, nenhum contato da pesquisadora com os sujeitos donos dos perfis.

A coleta ocorreu em um único dia, já que era necessário que os perfis fossem selecionados de acordo com a disposição em que se encontravam no sítio em determinado momento.

O contexto das redes sociais apresenta um grupo extenso e heterogêneo de sujeitos, não sendo possível delimitar de forma precisa um perfil. Contudo, pode-se dizer, com base no recorte que nos foi necessário fazer, que o perfil dos sujeitos que compõem nosso *corpus* são de usuários brasileiros que se consideram assíduos na rede Orkut.

3.7 Procedimentos de coleta

Para o desenvolvimento desta pesquisa, foram investigados 17 perfis de usuários de uma comunidade do Orkut denominada “Viciados em Orkut”. A coleta de dados foi realizada no mês de junho de 2010. Para este estudo de caso utilizou-se levantamento documental e, como já dito, a coleta dos dados foi feita no sítio, sem contato direto com os sujeitos da pesquisa.

Em um primeiro momento, foi realizada a escolha da comunidade da qual seriam retirados os perfis. A escolha dessa comunidade se deu pelo fato de seus usuários declararem-se assíduos na rede social, portanto seria possível, naquele ambiente, encontrar, com mais facilidade, pessoas com um conhecimento maior do funcionamento desse *software* e das possibilidades que ele proporciona.

De acordo com a própria descrição da comunidade selecionada, podemos perceber que ela se destina a usuários denominados “Orkuteiros”, termo utilizado para aqueles que acessam o sítio frequentemente:

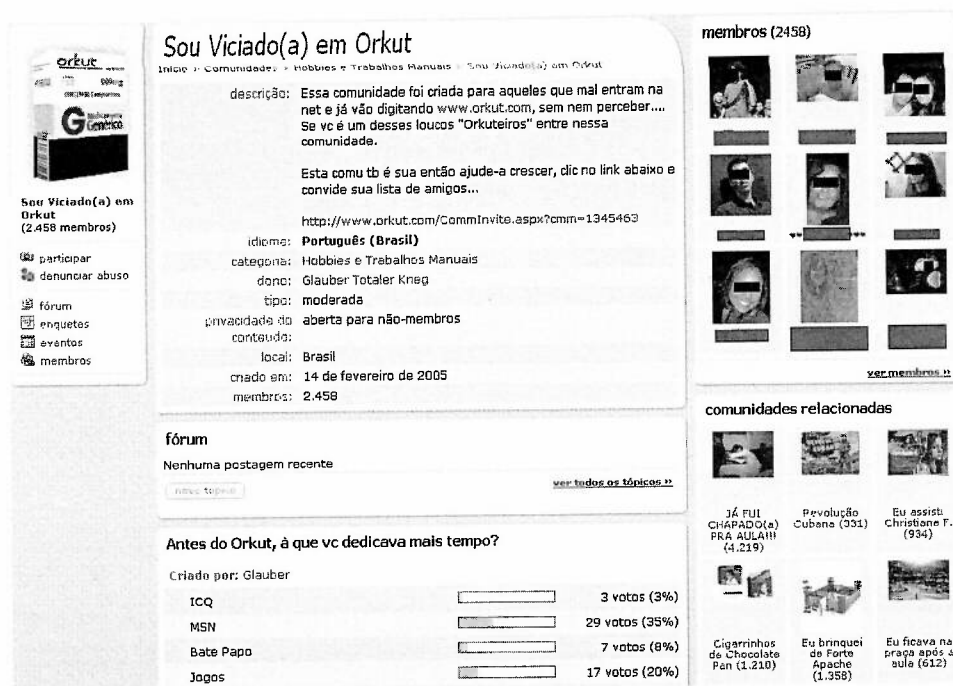


Imagem 7 – página inicial da comunidade Sou viciado(a) em Orkut

A pesquisa foi estruturada com as seguintes etapas:

- Levantamento de referências sobre o tema
- Definição da comunidade
- Definição da metodologia para coleta de dados
- Coleta de dados
- Categorização dos dados
- Investigação e discussão dos dados
- Considerações finais

O sítio de relacionamentos no qual coletamos os dados possui mais de 40 milhões de usuários que se encontram organizados em redes de amigos e em comunidades. Para atingir um grupo mais representativo, selecionamos uma comunidade e, dentro dela, elegemos o *corpus* objeto de nossa análise.

A quantidade de perfis na comunidade selecionada, em torno de 2500 usuários, era muito extensa para a composição de um *corpus* que atendesse o objetivo deste trabalho dentro da nossa disponibilidade de tempo. Daí a necessidade de se investigar apenas uma parte dessa população.

Assim sendo, selecionamos uma amostragem de forma aleatória sistemática de maneira que, a cada página com quinze perfis, foi retirado o primeiro perfil para a composição do *corpus*. Os subgrupos, representados por cada página com 15 perfis, obedeciam à organização do próprio

sítio: os perfis são mostrados por ordem de acesso, ou seja, o primeiro da primeira página foi acessado mais recentemente, e o último teve o acesso mais remoto do sítio.

Feito esse procedimento, do montante total de membros da comunidade em coleta inicial, foram obtidos cento e setenta perfis, número ainda muito elevado para atender o objetivo desta pesquisa de apresentar uma análise qualitativa mais detalhada de “Orkuteiros”.

Por essa razão, fez-se necessária uma nova seleção aleatória para chegar a dez por cento desse montante, número considerado representativo para uma análise qualitativa que nos permitisse observar a constituição do *ethos* no campo “quem sou eu”. Assim o *corpus* final é constituído de dezessete perfis, apresentado, em anexo, numerados na ordem crescente em que foram coletados.

Como ocorrem atualizações a todo o momento no sítio, a coleta foi feita em um dia, caso contrário corríamos o risco de um perfil aparecer na primeira posição da mesma página em dias diferentes. Ficou previamente estabelecido que, caso fosse selecionado um perfil em que não houvesse o preenchimento do campo “quem sou eu”, esse seria substituído pelo seguinte.

Explicitada a constituição do *corpus*, passamos aos procedimentos de análise.

3.8 Procedimentos de análise

Charaudeau (2005) ressalta a importância da instrumentação de análise estar de acordo com as hipóteses metodológicas gerais da pesquisa. Considera ainda que não é útil proceder a análises de *corpus* ou de textos que se limitam a catalogar apenas características retóricas, lexicais e enunciativas, por exemplo. É preciso dizer algo sobre a significância psicossocial do objeto.

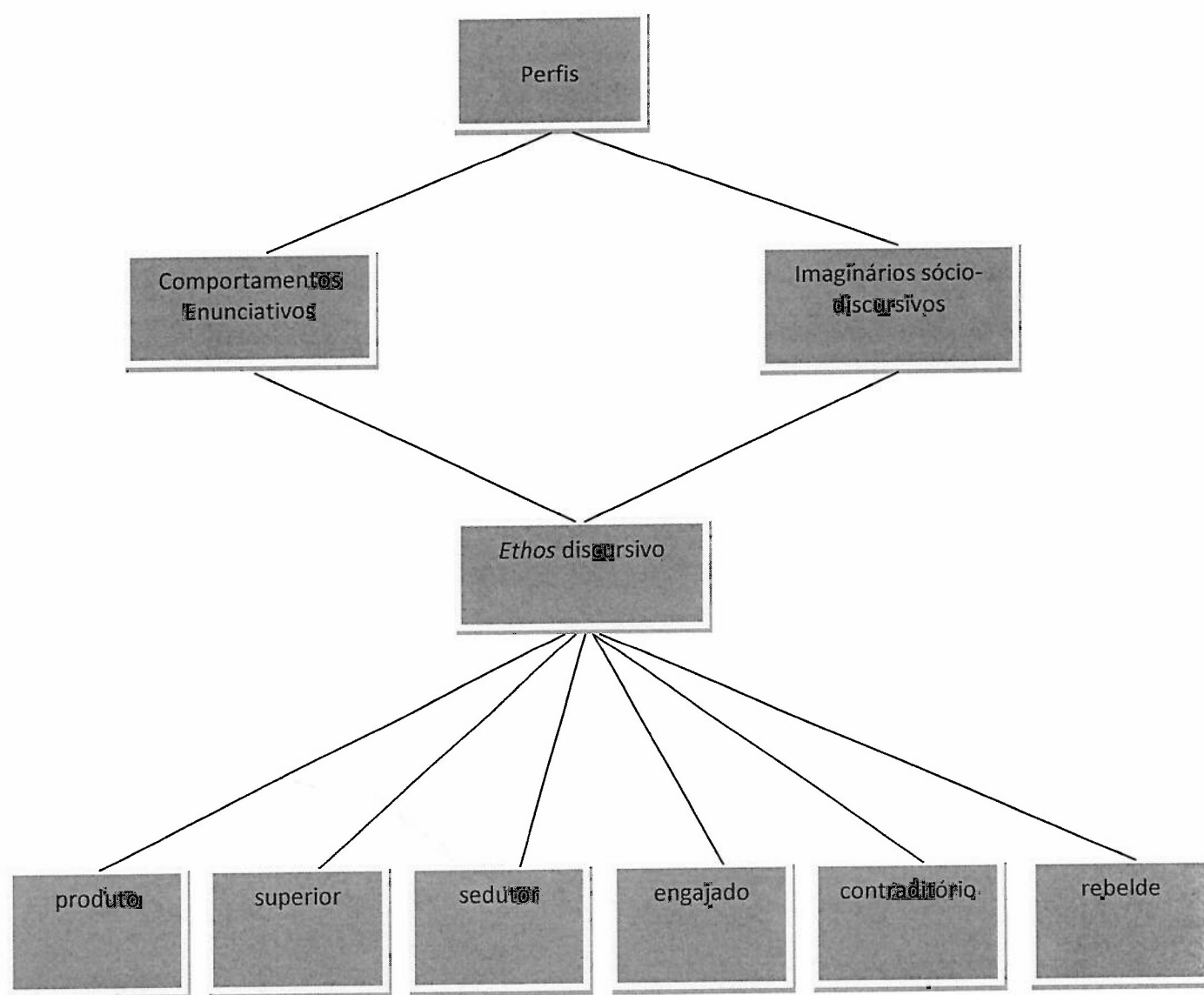
Dessa forma, o autor, elenca três hipóteses metodológicas dentre as quais destacamos a segunda, na qual nossa pesquisa se encaixa:

- ✓ Todo sujeito linguageiro, para engajar-se num ato de linguagem (seja ele monológico ou dialógico) deve resolver o problema de saber *como ocupar o espaço de fala*. Ele deve pois, de uma maneira ou de outra, *legitimar* e/ou *justificar* sua “tomada da palavra”, sua fala.
- ✓ Todo sujeito linguageiro deve, ao mesmo tempo, *posicionar-se com relação aos outros* (quer se trate do parceiro real do ato de linguagem ou de diversos destinatários visados). Ele deverá, pois, usar de estratégias discursivas para criar relações de *aliança* ou de *oposição* com relação a seu(s) destinatário(s).

- ✓ Todo sujeito linguageiro deve, concomitantemente, situar-se com relação à *enunciação de sua proposição sobre o mundo*. Ele deverá, pois, organizar e problematizar sua enunciação de maneira adequada. (CHARAUDEAU, 2005:23)

Ao posicionar-se com relação ao outro, o sujeito elabora o seu *ethos*, ou seja, a sua imagem de si. Por se tratar de interação distante fisicamente e de um contrato que não permite a troca, no caso do campo analisado, a construção dessa imagem passa pela projeção dos destinatários visados.

Para chegar à construção desse *ethos*, nossa análise estruturou-se conforme fluxograma a seguir.



A nomenclatura dada aos sujeitos nesse fluxograma é específica para os casos estudados neste trabalho, não se podendo afirmar, portanto, que os perfis do Orkut, em geral, se moldem de acordo com essas especificações. Para este trabalho, utilizamos essas tipologias com base no *ethos* mostrado nos perfis.

Os tipos de textos utilizados para a composição do perfil também foram analisados, bem como os recursos gráficos, formatação e utilização de outros recursos semióticos.

Passamos, então, a identificar como se dá a projeção dos interlocutores ideais, já que a construção do *ethos* passa por essa projeção do outro. A partir dessa projeção, analisamos as estratégias utilizadas pelos donos dos perfis para a construção de seus *ethé* discursivos, aos quais denominamos sujeito com imagem de produto a ser consumido, sujeito cujas estratégias representam uma imagem de um sujeito superior, sujeito sedutor, sujeito engajado, sujeito sincero e sujeito defensivo.

Neste capítulo, apresentamos os procedimentos de coleta, de pesquisa e de análise.

A seguir, propomos analisar o *corpus* selecionado, situando inicialmente o sujeito no ambiente do ciberespaço em que se encontra o sítio Orkut, para em seguida analisar como se dá a construção do *ethos* nessa rede social, especialmente quanto ao uso das estratégias discursivas.

CAPÍTULO 4

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

A análise foi dividida em dois momentos. Num primeiro momento, observamos os componentes da construção enunciativa e, em seguida, os imaginários sócio-discursivos suscitados pelos dezessete perfis.

Num segundo momento, elegemos oito perfis considerados prototípicos e nucleares para uma análise mais aprofundada dos procedimentos de construção discursiva do *ethos* no Orkut.

Todos os perfis possuem uma construção positiva do *ethos*, todos buscam estratégias de autoelogio e, ainda que, em alguns momentos, os usuários apresentem seus defeitos, o fazem com a intenção de captação. Vale ressaltar que estamos diante da construção de uma imagem em um ambiente virtual, o que permite o uso criativo de diferentes estratégias sem se correr o risco de expor a face “verdadeira”, uma vez que não há necessidade de se comprovar o que se diz, estamos diante da construção da identidade de avatares.

Essa construção de um *ethos* positivo, imprescindível para a captação - considerada neste trabalho estratégia constitutiva do gênero - é um traço típico que foi observado nos perfis.

Partimos então para a primeira etapa da análise macroestrutural, identificando e classificando os comportamentos enunciativos para observar como os locutores se relacionam com seus interlocutores e como eles se posicionam em relação a si mesmos. Seguem, no quadro abaixo, exemplos, retirados dos perfis, da realização linguística desses componentes:

Perfil	Componentes da construção enunciativa		
	Alocutivo	Elocutivo	Delocutivo
1	"Dê muito amor e carinho...Manuseie com atenção!..!"		"O Ministério da saúde adverte: Ryclav é droga, causa dependência"
2	"vc anda? ..."	"...Eu desfilo."	
3	"antes de qualquer coisa <u>olhe</u> minha fotografia"		
4		"gente muito fina, de bem com a vida, tranquilo..."	
5	"vamos com você, nós somos invencíveis", "tu que habita...dize ao senhor", "tua fidelidade te será um escudo"	"eu vou tentar melhor do que já fiz"	
6		"sou eu ali do lado...apenas uma garota, com a alegria de uma criança..."	
7	"sei lá, olha nas minhas comunidades que você vai me conhecer melhor"	"eu sou: maluco, megalomaniaco, modesto, simples, excêntrico..."	
8	"menina que te encanta", "que te fascina", "que te enlouquece"		"ela vive com a cabeça na lua, com a música no ouvido e coração na boca"
9	"não fale mal de mim, pois vc não sabe de onde eu vim..."	"eu queria ser um baseado, para ser enrolado pelos seus dedos..."	
10	"aquela que você nunca vai entender"	(sou) "aquela que fica vermelha a toa, aquela que vive sorrindo"	
11		(sou) "exageradamente preguiçosa, insuportavelmente sincera"	"ela quer ser feliz, quer tudo na hora, não consegue falar devagar"
12	"quem me conhece sabe..."	"quem sou eu...Defeitos, nossa!! Muitos...Exigente...Sou sistemática sim..."	
13		"sou quarentona, sou infantil, sou dengosa"	
14	"você já sentiu como se estivesse desmoroando?... Não,	"mas eu não vou ficar bem", "tudo haver comigo"	

	você não sabe como é viver”		
15	“...que você sonhou!”	“eu sou o modelinho...”	“os olhinhos deela são quee neeem de Priincesaa”
16	“não tente entender, não tente rotular, não tente definir”	“aquela que ri de qualquer bobagem, que se assusta com tudo...”	
17	“bonita...vcs é q sabem”	“se for para me arrepender...que seja das coisas que eu não fiz dos sentimentos que eu escondi...”	

Quadro 3

Podemos concluir que há uma predominância do modo alocutivo, o que pode ser explicado pelo objetivo principal do perfil – captar a adesão do outro. Em outras palavras, o usuário age de forma a influenciar o interlocutor a querer ser seu amigo.

A utilização do modo elocutivo representa uma demonstração sobre a maneira como o sujeito se vê, é sua opinião sobre si, o interlocutor não está diretamente implicado, de forma explicitamente verbal, a participar dessa construção de imagem, ele não é chamado ao discurso.

O caráter relativo da tentativa de apagamento do locutor no comportamento delocutivo é confirmada no caso dos perfis analisados, a enunciação aparentemente objetiva não mascara a intenção primeira dos textos que é a autodescrição elogiosa com intuito de captar o interlocutor, sendo assim a aparente distância e impessoalidade torna-se mais uma estratégia de sedução, de captação.

Observados os procedimentos da construção enunciativa, passamos à segunda parte da análise, fazendo um levantamento dos imaginários suscitados pelos usuários dos perfis analisados. Estamos considerando, seguindo Charaudeau que a maneira como o sujeito se coloca em seu discurso está diretamente ligada aos imaginários que o rodeiam, uma vez que “o sujeito falante não tem outra realidade além da permitida pelas representações que circulam em dado grupo social e que são configuradas como imaginários sócio-discursivos”. (CHARAUDEAU, 2006:117)

Apresentamos, a seguir, construções verbais extraídas dos dezessete perfis e os respectivos imaginários suscitados.

Perfil	Construção verbal do <i>ethos</i>	Imaginários suscitados
1	“Somente para pacientes do sexo feminino”, “Testado e aprovado pela: Mulheres”	Sensualidade
2	“Vc eh bonita? Eu sou lindah...”, “Vc quer? Eu tenho...”, “Vc sonha? Eu realizo...”	Beleza, competência
3	“antes de qualquer coisa olhe minha fotografia... viaje pelos seus pensamentos da forma q achar melhor...”	Sensualidade
4	“alegre, sorridente, sem stress”, “os políticos do BRASIL estão acabando com milhares de brasileiros...”, “amizade pura, decente, honesta e sincera”	Felicidade, sinceridade, engajamento social
5	“o sonho sempre vem, pra quem sonhar”, “tu, que habitas sob a proteção do Altíssimo, que moras à sombra do Onipotente...”	Aspiração, crença religiosa
6	“apenas uma garota, com a alegria de uma criança..”, “abençoada por Deus e bonita por Natureza”	Alegria, crença religiosa, beleza
7	“maluco, megalomaniaco, modesto...”, “inteligente”, “competente”, “as vezes eu sonho em salvar o mundo, as vezes sonho em dominá-lo”	Sinceridade, inteligência, competência, aspiração
8	“ela sorri bonito e deixa os outros querendo saber o segredo que a faz feliz”, “aquela que agradece a Deus”, “menina que te fascina, menina que te enlouquece”	Alegria, crença religiosa, sensualidade
9	“eu queria ser um baseado, para ser enrolado pelos seus dedos...”	Rebeldia
10	“aquela que vive sorrindo”, “aquela que sonha”	Alegria, aspiração
11	“insuportavelmente sincera”, “ela... quer ser feliz”, “É uma garota que Ama..Deus”	Sinceridade, alegria, crença religiosa
12	“alegre, sorridente”, “amo meu Senhor Jesus Cristo”, “gosto de aproveitar minha vida, mas sempre com moderação”,	Alegria, crença religiosa, responsabilidade
13	“sou sonhadora”, “sou apaixonada por Deus”, “gosto de rir”, “gosto de ler”, “gosto de fazer amor”	Aspiração, crença religiosa, alegria, inteligência, sensualidade
14	“...”estar à beira de entrar em um colapso e ninguém está lá para te salvar...”	Melancolia, carência
15	“os olhiinhos deela são qee neeim de priceesaa”, “quando eella paassa concertezaa tii faciina”, “beleza nacional”	Simpatia, beleza, sensualidade
16	“para outros, a simpatia em forma viva”, “aquela que ri de qualquer bobagem”,	Simpatia, alegria
17	“nasci para ser feliz”, “amiga...sim”, “legal...sim”	Alegria, simpatia

Quadro 4

Com base no quadro de análise acima, é possível perceber que os imaginários relacionados à alegria, à sensualidade e à crença religiosa são suscitados com frequência em nosso *corpus*. Com a finalidade de atrair novos amigos e de se encaixar em um tipo de perfil interessante dentro dos parâmetros de um sítio de redes sociais, os usuários, estrategicamente, suscitam imaginários que de certa maneira são compartilhados por vários grupos sociais, o que pode

fazer com que o usuário agrade a um número maior de pessoas. Suscitar imaginários que sejam bastante pessoais ou que sejam partilhados por grupos menores pode representar fator limitador para a estratégia de captação.

Os perfis 9 e 14 (anexos 9 e 14 respectivamente) apresentam composições em termos de imaginários suscitados, diferenciados em relação aos outros. No perfil 9, a locutora contesta uma possível concepção estereotipada em relação à imagem a ser atribuída a ela, parece querer dizer que o espaço do campo “quem sou eu” não pode proporcionar elementos suficientes para se chegar à sua identidade de fato, apesar de o seu texto e sua fotografia, inseridos no campo, mostrarem elementos dos quais relacionamos à sua identidade discursiva.

No perfil 14 a captação é feita mediante efeito de patemização buscando despertar, ao construir um *ethos* carente, triste e melancólico, a compaixão do interlocutor. Ao despertar compaixão, o interlocutor pode querer aderir-se ao locutor para, de alguma maneira, tentar suprir sua carência, a adesão também pode ocorrer devido a uma identificação.

De acordo com Charaudeau (2007), o imaginário não é verdadeiro nem falso. É uma proposta de visão de mundo baseada em saberes que constroem sistemas de pensamento, que podem se excluir ou sobrepor-se uns aos outros. Por essa razão, não cabe ao analista avaliar se esse ou aquele imaginário é falso; seu papel é ver como aparecem os imaginários, em que situação comunicacional estão inseridos e que visão de mundo eles refletem.

É possível, nessa fase da análise, responder a questão levantada no item 2.3 : até que ponto a construção do *ethos* implica a individualização e até que ponto é resultado de um processo de socialização?

Charaudeau (2007) reconhece que uma das questões mais difíceis é determinar o nível generalidade ou de profundidade em que se situam os imaginários, uma vez que aqui se entrecruzam dois parâmetros: o contexto e a consciência coletiva. Remetendo à constituição da comunidade virtual do Orkut, a análise dos dados leva-nos a pensar que a construção do *ethos* é determinada pelo imaginário sócio-discursivo. Para construir o *ethos* o usuário, inserido em determinado contexto, busca mostrar suas características para tentar comprovar que se trata de um ser único. Entretanto as pessoas estão inseridas em grupos sociais que compartilham imaginários criados pela consciência coletiva. Assim sendo, os imaginários, ao mesmo tempo influenciam e limitam o processo de individualização nesse ambiente virtual.

Iniciamos agora uma análise verticalizada na qual analisaremos a situação de comunicação em que o Orkut encontra-se implicado. Iniciamos nossa análise buscando observar o espaço do fazer em que se encontram os parceiros fora da enunciação para, por fim, o que nos interessa de fato, chegar ao espaço do dizer em que se encontram os seres da fala. Situados os circuitos do ato de linguagem, analisamos os seis perfis com base nas estratégias e construções discursivas utilizadas.

4.1 A construção do *ethos* no Orkut

Conforme informado anteriormente, nossa análise sustenta-se nos pressupostos da Teoria Semiolinguística que compreende o discurso como fruto de uma relação entre forma e sentido; trata-se, portanto, de um jogo comunicativo. O sentido é dado por meio de operações discursivas reguladas por um contrato comunicativo efetuado por sujeitos influenciados socialmente. Assim sendo buscamos observar como se dá a constituição do *ethos* no ciberespaço, onde se desenvolve a situação comunicativa objeto deste estudo.

Todo domínio de comunicação pressupõe, entre os parceiros de linguagem, algumas condições que vão definir a troca comunicativa, tais como a visada, a imagem dos parceiros (*ethos*) e o propósito comunicativo. A elas acrescentam-se as restrições discursivas que indicam um conjunto de comportamentos possíveis ao sujeito, dentre os quais ele irá escolher o que melhor satisfaz às condições de seu texto. (CHARAUDEAU, 2004)

Nesse ato de “escolher”, o sujeito organiza estrategicamente seu discurso para produzir os efeitos desejados em seu interlocutor. É nesse campo de manobras que nos ateremos.

Sendo assim nosso objetivo, neste capítulo, é analisar as estratégias discursivas utilizadas pelos sujeitos usuários do sítio de relacionamentos Orkut para preencher o campo “quem sou eu”.

Ao observar os perfis que compõem nosso *corpus* de análise, propomos uma tipologia de sujeitos com base na imagem passada pelo perfil. Dessa forma teremos sujeitos denominados por nós de “Sujeito produto”, “Sujeito Superior”, “ Sujeito sedutor”, “Sujeito engajado”, “Sujeito contraditório” e “Sujeito rebelde”. Passamos, então, às análises desses perfis com base nas estratégias utilizadas para a construção da imagem de si propostas.

4.1.1 Sujeito produto

Conforme mencionado anteriormente, nem sempre encontramos textos descritivos no campo “quem sou eu”. O perfil 1, por exemplo, apresenta características de um texto presente no gênero bula de remédio.

A esse recurso Charaudeau chama de efeito de gênero, pois o usuário lança mão de alguns procedimentos de discurso de outro gênero, produzindo assim, um efeito de semelhança.

quem sou eu: Produto 100% Brasileiro
Nome: Rydav
Fabricado em: Barroso..
Data de Fabricação: 08/09/91
Validade : Tempo Indeterminado.
Uso do Produto ?; Somente para pacientes do sexo feminino..
Instruções de Uso : Dê muito amor e carinho ... Manuseie com atenção !..
Mantenha Longe : PessOas FALSAS, etc...
Se ao Uso do Produto: não obtiver resultado esperado, Leia novamente as Instruções.
O Uso em Excesso desse Produto;Pode Causar Dependencia Química, Física e Psicológico.
Não jogar fora [reciclavel] @
Edição Única e Exclusiva.
Testado e aprovado pela: Mulheres
O ministério da saúde adverte :
Rydav é droga, causa dependência.

(Perfil 1)

Considerando os quatro primeiros tópicos, temos informações descritivas e identificatórias do usuário dono do perfil e já é possível perceber que o enunciador se vê como “um produto” e sabemos que os produtos existem para serem consumidos.

O EUc produz uma imagem de um EUE masculino que utiliza o espaço para seduzir suas interlocutoras ideais (TUd). A partir daí, surge o jogo comunicativo que contém as instruções de uso. Em termos de procedimentos de composição, a descrição, no texto, foi usada com a intenção de seduzir o interlocutor.

A estratégia de captação é utilizada para fazer com que o interlocutor dê sua adesão ao que diz o locutor. O interlocutor precisa reconhecer-se como “consumidor”, aderindo à encenação

proposta. Após identificar-se como tal, ele precisa identificar o “produto” como sendo consumível, sob seu ponto de vista. Portanto é necessário que ele se identifique com a descrição que restringe o uso somente para pacientes do sexo feminino.

No contrato de comunicação do gênero que o enunciador pega emprestado, há uma preocupação com a autenticidade do conteúdo: espera-se que, em uma bula de remédio, haja informações essenciais ao usuário do produto tais como prazo de validade, instruções de uso e verificação da qualidade do produto pelo órgão responsável.

A bula de remédio pressupõe um contrato em que, de um lado, encontra-se a figura de um fabricante que dispõe informações técnicas sobre o remédio receitado pelo médico e que, portanto, não precisa ser captado ou seduzido a utilizá-lo; do outro lado, encontram-se os pacientes interessados nas informações técnicas daquele produto que ora necessitam adquirir e esperam que vá curá-los.

O que ocorre no perfil em questão é um jogo comunicativo em que se lança mão da estrutura do gênero bula de remédio, entretanto utilizando-se de outro contrato comunicativo que não se encontra baseado na preocupação de dar efeito de veracidade ao discurso. O objetivo do enunciador aqui é o de seduzir, provocando o riso. É por meio do humor que ele desconstrói o efeito de real característico do gênero bula. Os valores dados às informações do gênero passam a apresentar-se de forma invertida - dizer que determinado remédio pode causar dependência, no contrato da bula, é visto como algo negativo; já no discurso do perfil não, pois tornar-se “dependente do produto” é mais um argumento para a sedução. O texto é escrito estrategicamente em terceira pessoa, de acordo com o gênero que o EUE pega emprestado, com o objetivo de fazer esse discurso parecer imparcial. A intenção é mostrar ao leitor que as informações ali fornecidas foram constatadas por outra pessoa e que, portanto, não se referem à imagem do enunciador sobre si mesmo, o que poderia ser visto como uma atitude pretensiosa.

Todavia, sabe-se que não há como o discurso ser visto pelo leitor, nesse espaço, como imparcial, por se tratar de um campo destinado à autodescrição.

Para Charaudeau, EUE é apenas uma máscara de discurso usada por EUC que, “consciente desse estado de fato, pode jogar, com finalidades estratégicas, tanto o jogo da transparência entre EUE e EUC quanto o da ocultação de EUC por EUE” (2008:49), no caso desse perfil em questão temos um jogo de tentativa de ocultação.

A noção de estratégia de Charaudeau parte da hipótese de que o EUC organiza e encena suas intenções de forma a produzir efeitos no TUI. Ao assumir uma postura de um produto a ser consumido, determinando inclusive as instruções de uso, tem-se, no perfil 1, um efeito de sedução em que o EUE leva o TUI a desejar o “produto” e, diante de seus benefícios, “utilizá-lo”.

Sendo assim, é dada a outrem, no caso a uma entidade representada pelo Ministério da Saúde, que já possui legitimidade e credibilidade instituídas na sociedade, a responsabilidade de classificar o sujeito. Ao atribuir a responsabilidade da sua descrição a um órgão competente, o sujeito pretende dar a seu discurso um caráter incontestável, entretanto o leitor, consciente de que se trata de uma simulação do gênero bula, não atribui à figura do interlocutor a mesma função que lhe seria dada no contrato de uma efetiva bula de remédio. Por essa razão, apelar para o Ministério da Saúde corrobora com o tom jocoso que o usuário quer dar ao seu perfil e auxilia na produção do riso.

É importante ressaltar que a encenação intencional pode ser mal entendida por TUI. O desejo por “consumir” o produto pode dar lugar a uma avaliação de um EUE prepotente, ou de alguém que considere as pessoas realmente como produtos a serem consumidos. É possível, ainda que se crie a imagem de um EUE machista, que percebe as mulheres apenas como “produtos a serem consumidos” e que não as considera como pessoas dotadas de sentimentos e emoções.

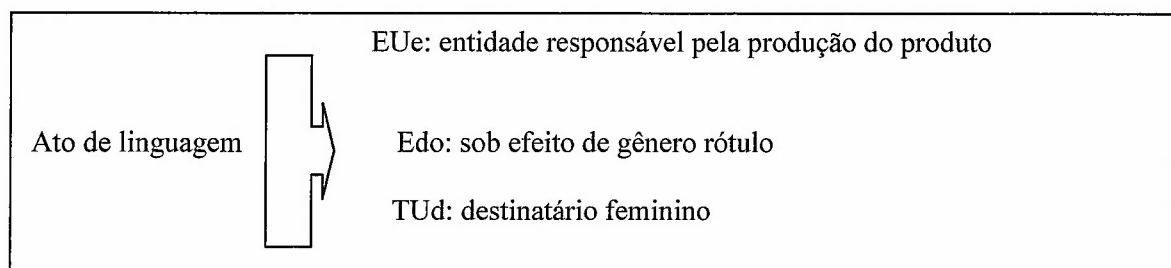
A imagem de si pretendida pelo locutor (*ethos* visado) e a imagem construída pelo leitor a partir do que é dito (*ethos* mostrado) nem sempre se correspondem. No caso do campo “quem sou”, como já dito, temos uma situação de comunicação monologal, os parceiros da troca não se encontram presentes fisicamente e nem em tempo síncrono e não há uma resposta imediata ao texto inserido ali. Sendo assim, cabe ao locutor imaginar e tentar direcionar a reação do interlocutor. No caso do perfil em questão, essa manipulação pode ser percebida claramente

na passagem “Se ao Uso do Produto: não obtiver resultado esperado, leia novamente as Instruções.”

Há um deslocamento no momento em que temos a expressão “Não jogar fora [reciclável]®”, não associamos medicamento a produtos recicláveis. Ao dizer que se trata de “Edição única e exclusiva” temos o indicativo de que não se está diante de um “produto” comum, que pode ser facilmente encontrado no mercado, aquele que o “consumir” terá optado por um produto autêntico e único, o que configura uma estratégia de sedução.

EUE coloca-se como um produto, entretanto acredita que TUD seja um destinatário capaz de reconhecer que se trata de uma encenação, de uma estratégia e TUD é considerado como capaz de perceber o jogo metafórico.

Com base no quadro desdobrado dos lugares enunciativos feito por Silva (2009), propomos o quadro a seguir, representando o ato de linguagem do perfil 1.



Quadro 5: Ato de linguagem – circuito interno – Dizer : Perfil 1

Nesse ato de linguagem, EUE é representado por uma entidade que produz o produto Ryclav. Esse recurso dá um efeito de um enunciador especialista. A metáfora desse ato de linguagem pode ser representada conforme esquema a seguir:

- EUE constrói uma imagem de EUC produto
- EUC sabe (pensa) que não é um produto
- EUC cria a imagem de um TUD consumidor (Sabe que TUi é ≠ TUD)
- EUC pretende que TUi se identifique com TUD, mas que TUi saiba que EUC não é um produto

4.1.2 Sujeito superior

Alguns recursos em relação à disposição dos textos e configurações gráficas como estilo de fonte (negrito, itálico, caixa alta etc.) e cores também precisam ser observados quando se analisam os textos no Orkut. Em alguns momentos, são recursos que aparentam não possuir uma lógica ou função importante para a construção de sentido do texto, como o caso da imagem inicial do perfil 2. É uma imagem típica de perfis femininos, com corações e outros elementos que dão um ar de decoração e um toque delicado ao campo.

Em relação às cores das letras nesse perfil, elas não acontecem ao acaso. Ao observarmos à qual TUD a locutora direciona seu texto, percebemos que há uma mudança que coincide com a alteração na cor da letra e com o espaço dado.



ME ADD Q VC VAI SABE

+++++
++++

~* Vc anda? Eu desfilo..
~* Vc arraza? Eu detono..
~* Vc procura? Eu jah tenho..
~* Vc eh legal? Eu sou Demais..
~* Vc ama? Sou Amada..
~* Vc eh nova? Eu sou exclusiva..
~* Vc quer? Eu tenho..
~* Vc sonha? Eu realizo..
~* Vc pede? Eu exijo..
~* Vc causa? Eu arraso..

~*Sou Chata? Entao nao embaga...
~*Sou Metida? Inveja eh Triste...
~*Sou Feia? Tem quem queira...
~*Sou bonita? Tenho espelho...
~*Me ama? Ainda Bem...
~*Me Odeia? Passe a Rezar...
~*Sou Ridicula? Ja si olhê nu espelho?...
~*Sou Educada? Depende so de vc...
~*Sem Educacao? Você Mereceu...
~*Sou Loka? Sempre...
~*Sou Santa? Nem tanto... =]

O texto inicia-se com uma configuração descritiva em resposta ao “quem sou eu”. Para tanto, são utilizados os adjetivos “legal”, “compreensiva” e “amiga”. Em seguida, a locutora utiliza um recurso, muito comum aos usuários do Orkut: a inserção de links que remetem a outras

páginas, que podem trazer mais informações em relação ao usuário, ou não. No caso desse perfil, o link remete-nos a uma apresentação em *slides* com fotos e música da usuária do perfil, o mesmo ocorre no perfil 5 (anexo 5).

Nesse perfil, é possível perceber que a descrição é feita a partir de uma comparação entre o sujeito locutor e o possível sujeito interlocutor e que locutora se coloca em posição de superioridade quando diz, por exemplo, “Vc anda? Eu desfilo..” e “ Vc eh legal? Eu sou Demais..”.

Nesse primeiro momento, o interlocutor encontra-se em posição de questionado, EUe pergunta, pressupõe uma resposta positiva de TUD e a rebate.

A locutora cria, de certa maneira, uma cena em que são determinados papéis - ora o interlocutor é o questionador, ora é o questionado. Trata-se de uma estratégia de dramatização em que a locutora coloca em prática uma atividade discursiva feita de analogias e comparações. Segundo Charaudeau e Maingueneau, esse tipo de estratégia apóia-se “mais em crenças do que em conhecimentos para forçar o outro a experimentar certas emoções” (CHARAUDEAU;MAINGUENEAU, 2008:93). Nesse sentido, tem-se a intenção de atingir o outro por meio da emoção, conseguindo assim sua adesão.

A locutora não se coloca em posição de quem quer convencer o leitor de suas qualidades, o que não indica que não haja estratégia captação. Ela se auto afirma e faz comparações com seus interlocutores ideais. No primeiro momento, representado pelo texto em letras na cor rosa, temos um direcionamento a um TUD feminino que, apesar de apresentar qualidades, ainda assim continua sendo alguém inferior a EUe, ou seja a locutora encontra-se sempre em posição de superioridade em relação a seus interlocutores.

É possível perceber, pela construção linguística, que o texto é direcionado a interlocutores femininos: “Você eh nova? Eu sou exclusiva...”. Entretanto, ao observarmos as demais comparações sob o ponto de vista de uma percepção social constituída, podemos inferir que as demais comparações também se encontram direcionadas a leitoras. Trata-se de comparações comumente feitas dentro do universo feminino, como “Você anda? Eu desfilo..”. O leitor precisa inferir uma resposta positiva e compartilhar de que desfilas é melhor do que andar.

EUE possui algo em semelhança com TUD, são ambas do sexo feminino, TUD possui características ligadas a um sujeito do seu gênero, mas EUE atribui a si qualidades que a faz ser diferente e melhor.

Há uma visada de demonstração em que EUE busca estabelecer em que aspectos ela é melhor. Trata-se de uma atitude assertiva, em que o interlocutor precisa fazer inferências e compartilhar dos mesmos valores que estão de acordo com o imaginário social, logo, precisa concordar que desfilas é melhor que andar; que detonar é melhor que arrasar e assim sucessivamente. Esse tipo de procedimento discursivo é muito utilizado em modos de organização argumentativo.

Dessa forma, se para alguns leitores o discurso pode ter um tom de prepotência e não estabelecer uma relação de captação, para outros, com base em tantos pontos positivos apresentados por EUE, pode sim haver a captação. No segundo momento, representado pela cor verde das letras, não é possível fazer identificar-se o gênero do interlocutor ideal. Nessas passagens, não há um procedimento de comparação, EUE se antecipa em relação a possíveis avaliações negativas de seus interlocutores e as rebate, como ocorre em “Sou Metida? Inveja eh triste”.

Nesse momento há uma inversão, EUE, até então em posição de questionador, passa a ser o questionado. O TUD é, portanto, aquele que surge como quem está em posição de avaliador, e EUE busca mostrar-se despreocupada e desinteressada com suas opiniões, o que reforça, de certa maneira, a posição de superioridade em que se coloca a locutora.

Na última parte do texto, em cor laranja, é possível perceber, a partir da configuração linguística, que o TUD é masculino, pelas passagens “Dei um fora? Seja Brasileiro, não desista nuk...”.

Novamente o recurso de EUE é o de se antecipar a possíveis julgamentos de TUD. Em determinados momentos, o EUE chega a ser contraditório: a passagem “Fui Difícil? Vaza...” contradiz a passagem citada acima. Sendo assim o TUD masculino não sabe se “desiste” ou tenta novamente uma relação com a enunciadora.

Os questionamentos e afirmações feitas por EUE passam-nos uma idéia de que os possíveis TUDs sejam pessoas com as quais ela mantém contato fora do ciberespaço. A todo o momento há uma simulação de um possível conhecimento/reconhecimento preexistente entre os

interlocutores. Para cada questionamento há uma suposição de que o interlocutor conheça a locutora. Trata-se de uma estratégia de construção do *ethos*. Apesar de o campo ser destinado a uma apresentação de si para que outros usuários que queiram fazer parte de sua rede de amigos sintam-se atraídos (ou não) pela descrição apresentada, a locutora desse perfil inverte esse papel e diz que é fácil gostar dela. O desafio está em convencê-la a gostar de quem está ali lendo seu texto.

A estratégia de construção do *ethos* presente nesse perfil passa pela intenção de construir uma imagem de um enunciador autêntico, seguro, detentor de opinião própria. No entanto, ao se colocar em posição de superioridade em relação ao seu destinatário, pode fatalmente ser produzida uma idéia de sujeito prepotente e, conseqüentemente, causar efeito contrário no interlocutor, fazendo com que ele não queira fazer parte do grupo de amigos.

Não há como prever o sentido a ser dado pelo interlocutor ao discurso, por esse motivo Maingueneau (2005) distingue *ethos* dito, ou visado, de *ethos* mostrado. O visado é o pretendido pelo locutor e o mostrado é o que é percebido pelo interlocutor. Para o autor

o *ethos* efetivo, aquele que, pelo discurso, os co-enunciadores, em sua diversidade, construirão, resulta assim da interação entre diversas instâncias, cujo peso varia segundo os discursos. A distinção entre *ethos* dito e *ethos* mostrado inscreve-se nos extremos de uma linha contínua, já que é impossível definir uma fronteira clara entre o “dito” sugerido e o “mostrado” não explícito. (MAINGUENEAU, 2005:82)

É necessário pensar em que medida o ato comunicacional da enunciativa corrobora para a representação e manutenção do *ethos* que foi desejado para essa cena enunciativa.

Na Teoria da Subjetividade, Benveniste afirma que a linguagem

só é possível porque cada locutor se coloca como sujeito, remetendo a si mesmo como *eu* em seu discurso. Dessa forma, *eu* estabelece uma outra pessoa, aquela que completamente exterior a mim, torna-se meu eco ao qual eu digo *tu* e que me diz *tu* (BENVENISTE, 1989:261-2)

O TU a quem se dirige é projetado pelo próprio EU, e, no caso do perfil 2, fica clara essa projeção. A locutora delimita seus possíveis interlocutores e é a partir disso que ela vai construindo sua própria identidade. É em função da formação da identidade dos TUs e de suas possíveis opiniões que ela se constrói. A locutora tenta se cercar de toda forma e busca manipular o interlocutor de maneira a reduzir a quantidade de suas possíveis conclusões.

Trata-se de estratégia de captação, em que EUE provoca TUD com o intuito de prendê-lo em seu discurso ainda que seja pela indignação.

Ao construir seu discurso por meio de questionamentos e comparações ela se antecipa, de acordo com o que ela espera de seus possíveis leitores, mediante estereótipos, que as informações que serão dadas são as que os interlocutores procuram.

Essa projeção dos interlocutores leva-nos a pensar em como se dá essa idealização, já que, nesse perfil, temos interlocutores bem delimitados. O primeiro alvo são as meninas que se encontram ali com olhar avaliador, baseado em uma “rivalidade” ou “concorrência” oriunda de uma sociedade que dá valor a quem é mais bonita e a quem se comporta melhor, conforme o imaginário social. Essa percepção passa pela noção de estereotipagem de Amossy (2005) que faz parte de uma concepção cultural cristalizada: meninas da mesma idade e da mesma sociedade tendem a avaliar umas as outras com o objetivo de se tornarem destaques, de serem melhores.

Se os interlocutores forem masculinos, eles estarão ali com interesses de relacionamento afetivo; o olhar do interlocutor nesse caso é um olhar de desejo. Sendo assim, informações sobre dificuldade, ou não, de se ter relacionamento além da forma como a locutora lida com o outro são informações consideradas importantes de serem ditas.

O TUD, sujeito destinatário, pertence, segundo Charaudeau (2008:47) ao ato produzido pelo EUE. Já TUI, sujeito interpretante, é responsável pelo processo de interpretação que escapa aos domínios do EU. Ao ler o perfil 2, o TUI pode ou não se identificar com o TUD entretanto, é um risco que a locutora assume já que, conforme vimos anteriormente, na situação de comunicação do Orkut, temos interlocutores múltiplos.

A imagem do interlocutor projetada pelo enunciador nem sempre corresponde à mesma imagem do interpretante. Sendo assim, a aposta feita pode fracassar e, com isso, a tentativa de construir uma determinada imagem do Eu também. Portanto é preciso considerar que há restrições que são impostas pelas circunstâncias do discurso.

Nesse sentido, Charaudeau (2008) afirma que

não há relação de transparência entre EUE e EUC. EUE é somente uma representação linguageira parcial de EUC. Entre EUE e EUC há a relação de englobado e englobante do primeiro para o segundo, e diremos que a mesma representação ocorre do ponto de vista do ato de interpretação: EUE é apenas *uma máscara de discurso* usada por EUC. É por isso que EUC, consciente desse estado de fato, pode jogar, com finalidades estratégicas, tanto o jogo da transparência entre EUE e EUC quanto da ocultação de EUC por EUE. (CHARAUDEAU, 2008:49) [Grifos do autor]

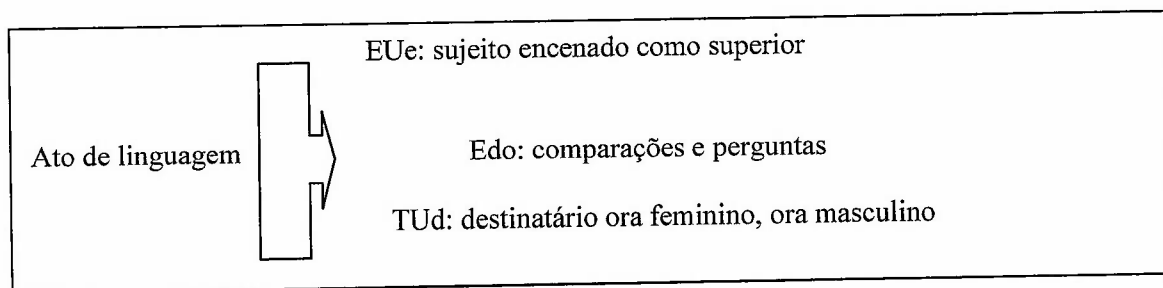
Os efeitos de persuasão ou de sedução almejados pelo sujeito comunicante, mediante a construção de um sujeito do discurso - o Eu enunciador - possuem a função de tentar fazer com que o sujeito interpretante (TUi) se identifique, de forma consciente ou não, com o sujeito destinatário (TUD). Para Charaudeau e Maingueneau (2008), EUC pode utilizar-se, para chegar ao seu objetivo, de contratos de reconhecimento ou de outros procedimentos que oscilariam entre dois pólos: primeiro pela fabricação de uma *imagem de real* que representaria um lugar de verdade e, portanto, teria força de lei; segundo por uma *imagem de ficção* em um lugar de identificação do sujeito com o outro.

No perfil 2, o comportamento assumido pela locutora sobre o interlocutor passa por uma construção alocutiva em que o sujeito se enuncia em posição de superioridade, na qual se atribui ao interlocutor a função de responder mentalmente às questões que lhe são colocadas “Vc eh nova?” pergunta a locutora, “Sim” responde a locutora ideal, e então a locutora afirma “Eu sou exclusiva”. Esse tipo de estruturação de discurso pode ser interpretado como uma estratégia de provocação em que o interlocutor é convidado a participar da construção de identidade da locutora. Há uma clara intenção de reação ao discurso proferido, ainda que ela ocorra no espaço mental, já que os parceiros não se encontram presentes fisicamente no momento da troca.

Esse tipo de comportamento alocutivo é comum nos perfis do Orkut, quando o interlocutor é incitado a ter uma determinada reação, seja ela de resposta ao discurso, seja de direcionamento do caminho a ser percorrido na construção do sentido. Há, portanto, nesses casos, uma relação de influência.

Esse procedimento pode ser visto também no perfil 3, em que EUE cria uma sequência de ações a seres feitas por TUi, passando ao interlocutor a responsabilidade da construção da imagem da dona do perfil.

Segue o quadro desdobrado do ato de linguagem do perfil 2:



Quadro 6: Ato de linguagem – circuito interno – Dizer : Perfil 2

O uso das comparações e perguntas corrobora o *ethos* de sujeito superior pretendido pela dona do perfil e os aspectos comparados ganham destaque e importância. Na realidade, o que a locutora faz é uma comparação por dessemelhança, ou seja, ela busca, por meio desse recurso, mostrar-se diferente do outro.

Para Charaudeau (2009), é somente ao perceber o outro como diferente que o sujeito constrói sua consciência identitária. A consciência de si mesmo existe na proporção da consciência que se tem do outro. Trata-se do princípio da alteridade, tão importante para a construção do *ethos*.

Como se pode observar, nesse perfil há dois tipos de procedimentos enunciativos: no primeiro o EUe é questionador, pressupõe a resposta afirmativa do TUd e reafirma a sua posição e o seu *ethos*. No segundo, o EUe é questionado, pressupõe a pergunta e retruca qualquer conotação negativa possível. A *mise-en-scène* desse perfil pode ser sintetizada e ilustrada conforme esquema a seguir:

Procedimento 1

- EUe pergunta *p*
- TUd responde *q*
- EUe considera que a resposta dada por TUd seja a por ele visada e responde em função de sua previsão
- EUc quer fazer com que TUi se identifique com TUd que para EUe é inferior

Procedimento 2

- TUd afirma p
- EUe retoma p por meio de perguntas q
- TUd confirma p
- EUe se rebate p e se coloca em posição de superioridade em relação à TUi
- EUe constrói a imagem de um TUd masculino
- EUe quer que TUd reaja respondendo à q
- EUc se coloca em posição de superioridade em relação à TUi

4.1.3 Sujeito sedutor

quem sou eu: antes de qualquer coisa olhe minha fotografia que já está aí. agora imagine como vc acha q eu seria. viaje pelos seus pensamentos da forma q achar melhor, depois do passeio volte a sua vida real sem mais imaginações, já chegou parabéns, eu sou exatamente assim como vc acabou de imaginar.

(Perfil 3)

Pelo modo utilizado para preencher esse campo, EUc sabe que cabe à TUd a função de interpretar, mas, estrategicamente, coloca-se como quem não tem aparente intenção de interferir na construção de sentido do outro e confere ao seu interlocutor relativa autonomia, como podemos perceber na passagem “imagine como vc acha q eu seria. viaje pelos seus pensamento da forma que achar melhor”.

A relação entre locutor e interlocutor é construída mediante um comportamento alocutivo em que o locutor propõe, em seu enunciado, uma ação ao interlocutor que possui o poder de realizar. O interlocutor é orientado a percorrer um percurso mental da maneira que desejar, partindo da fotografia da locutora e dessa forma ele será beneficiado.

Dar ao interlocutor a responsabilidade, ou conferir-lhe autoridade para a construção da imagem do locutor, pode ser visto como uma estratégia de captação. Para isso, nesse perfil, o sujeito assume uma atitude discursiva de sedução, levando o interlocutor a percorrer caminhos do seu imaginário.

Em termos de procedimentos linguísticos utilizados por EUe, no perfil em questão, pode-se dizer que são caracterizados por uma relação de força em relação ao interlocutor. Apesar de o interlocutor possuir liberdade para construir a imagem da locutora, o percurso mental a ser seguido tem uma sequência determinada pela locutora, como é possível perceber nas passagens: “antes de qualquer coisa olhe”, “agora imagine”, “viaje” e “depois do passeio volte”.

Esse procedimento é chamado por Charaudeau (2008) de injunção: o locutor, em posição de superioridade e munido de autoridade, estabelece, por meio de seu enunciado, uma ação a ser realizada e cabe ao interlocutor, considerado competente, realizar a ação.

Ao utilizar uma estratégia de aparente reconhecimento de liberdade por parte do interlocutor em construir a sua imagem, a enunciativa assume o risco de revelar um desinteresse ou despreocupação com a opinião de seus interlocutores, assumindo assim uma postura de “não me importo, podem pensar o que quiser de mim”.

Assim como ocorre no perfil 3, há referência à fotografia, presente no perfil, situada ao lado esquerdo do campo “quem sou eu”. Esse recurso é bastante utilizado por usuários do Orkut. É possível, e comum, que os usuários insiram fotografias nesse campo, entretanto alguns usuários, ainda que não tenham fotografia no campo “quem sou eu”, sugerem aos interlocutores que olhem a fotografia presente na página principal, que fica ao lado esquerdo. A fotografia é tida como parte integrante na construção da imagem do dono do perfil. Esse recurso utilizado no perfil 3, aparece também nos perfis 2,5,6,9 e 10 (anexos 2,5,6,9 e 10 respectivamente).

Para Charaudeau, “procedimentos de *construção objetiva do mundo* consistem em construir uma *visão de verdade* sobre o mundo, *qualificando* os seres com a ajuda de traços que possam ser verificados por qualquer outro sujeito além do sujeito falante” (2008:120). A fotografia pode, aparentemente, contribuir para uma construção objetiva do objeto, se vista como fornecimento de informações do tipo cor dos olhos, cabelos e tom de pele, entre outras características físicas, ou como nos casos de fotografias jornalísticas que buscam mostrar fatos acontecidos.

Entretanto parece-nos pertinente dizer que ela pode ser também considerada pelo ponto de vista da construção subjetiva, já que o ângulo, a apresentação, as escolhas de roupas e os acessórios podem representar uma intervenção do locutor. No caso do Orkut, a fotografia está

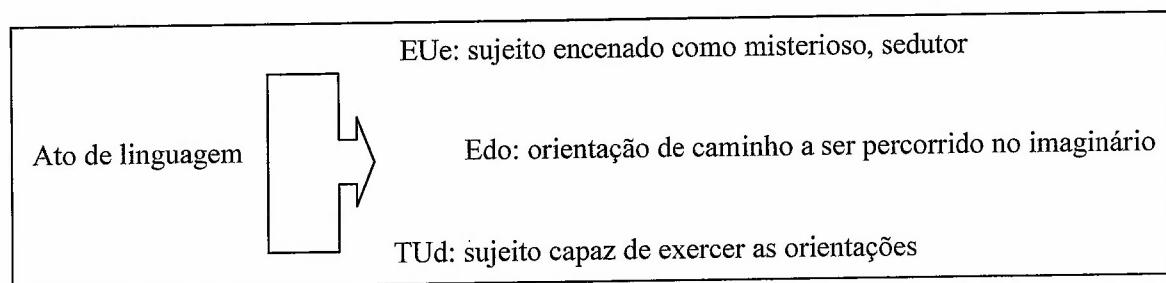
relacionada à construção subjetiva, uma vez que elas representam o corpo do usuário no ambiente online, sendo assim a forma mais concreta de auto-representação. As imagens dos perfis podem ser percebidas como uma identidade implícita.

No trecho “olhe minha fotografia que já está aí” há uma referência por parte da locutora à fotografia do seu perfil. O interlocutor é levado a observar a imagem física antes de seguir na leitura do texto escrito, dessa forma poderá atrelar a fotografia ao texto.

Na fotografia, temos uma mulher loira utilizando acessórios como colar, óculos escuros e boina; ela encontra-se vestida com blusa preta com decote. A fotografia passou por tratamento de imagem em que foram adicionadas estrelas ao redor da dona do perfil que se encontra ligeiramente de lado e sorrindo sutilmente.

A locutora reconhece que a construção da sua imagem será feita pelo interlocutor e tenta interferir nesse procedimento. Nesse sentido, lidar com os imaginários é uma forma de seduzir, principalmente quando se deixa o interlocutor livre para imaginar da forma como quiser.

Nesse perfil, o interlocutor ideal é o leitor masculino cuja leitura passará pelo imaginário de mulher loira e vaidosa representado na fotografia. Tem-se a idéia de uma mulher sedutora. Há uma conotação sexual no discurso, pois EUE permite que TUD, projetado como masculino, viaje pelos seus pensamento seduzido pela imagem da mulher bonita e atraente estampada na fotografia. Ao dizer ao interlocutor que ele pode viajar pelos seus pensamentos da forma que achar melhor, a locutora retira os limites que possam ser impostos pelo imaginário familiar e pudico da sociedade em relação à mulher e que passam pela noção de respeito. Dessa forma deixa o interlocutor livre para imaginar tudo que quiser, sem esses limites.



Quadro 7: Ato de linguagem – circuito interno – Dizer : Perfil 3

Ilustramos a seguir o esquema do ato de linguagem do perfil 3:

- EUE não diz nada sobre si

- EUc sabe sobre si e poderia, talvez, ser mais objetivo na sua descrição para TUd, mas determina que TUd imagine
- TUi está livre para construir a imagem que desejar

4.1.4 Sujeito engajado

O espaço do campo “quem sou eu” pode ser preenchido da forma como desejar o dono do perfil, pois sua finalidade é conter uma apresentação de si, mas há usuários que o utilizam também para expressar pensamentos sobre diversas questões, não deixando de construir uma imagem de si, mas fazendo-o por um outro caminho, por meio de outras estratégias.

quem sou eu: Gente muito fina, de bem com a vida, tranquilo, alegre, sorridente, sem estresse, abençoado, bom amigo, filho e profissional (por acaso, professor de Historia).
Desejo ter um milhao de amigos, sera que consigo ?
Sejam todos bem vindos, a uma amizade pura, decente, honesta e sincera.
Anote ai o meu msn :

PARTICIPEM DE MINHA COMUNIDADE / VEJA NA MINHA LISTA DE COMUNIDADES

EU NÃO SOU UM MACACO MELHORADO.

Quero dizer tambem que os usuarios de drogas sao uns trouxas que dao boa vida aos traficantes !!!

E mais: os politicos do BRASIL estao acabando com milhares de brasileiros que todos os dias morrem nos hospitais publicos, esta vergonhera de descaso e mau atendimento.

(Perfil 4)

Considerando-se o primeiro parágrafo, o locutor utiliza elementos descritivos que destacam as suas qualidades. A estratégia inicial é de apresentação positiva da personalidade, que é bastante adjetivada: “tranquilo”, “alegre”, “sorridente”, “bom amigo”, “bom filho” e “bom profissional”.

Trata-se de um texto com modo de organização descritiva, cujo componente inicial é o de qualificar. Por meio dos adjetivos utilizados, o EUe busca diferenciar-se e singularizar-se. Os procedimentos de construção se dão de forma subjetiva mediante a expressão de opiniões pessoais do EUe.

Após a sequência descritiva essencialmente criada por características positivas, o locutor dirige-se aos seus interlocutores explicitando um desejo: “ter um milhão de amigos, será que consigo?”. Ao dizer “sejam todos bem vindos” EUe antecipa-se e mostra-se aberto e receptivo a qualquer interlocutor, mas, ao dizer “a uma amizade pura, decente, honesta e sincera”, ele os delimita, não são quaisquer TUDs que serão bem-vindos, serão somente aqueles que se identificarem com os adjetivos amigos puros, decentes, honestos e sinceros.

A frase “por acaso, professor de história” traz à tona outra imagem do sujeito, a sua suposta identidade social: professor, e todas as representações sociais inerentes a essa identidade.

Apesar de ser um sítio de relacionamentos em que um dos interesses é o de ampliar a rede de amigos, conectando-se a várias pessoas e fazendo novas amizades, é muito comum que os usuários esclareçam, no campo “quem sou eu”, como também ocorre no perfil 12 (anexo 12), que só adicionam amigos e pessoas conhecidas. Entretanto há usuários que se mostram abertos a novas relações. Nesse caso, é muito comum que se insiram nesse campo informações de contato como endereço de e-mail ou endereço de MSN (utilizado para interações síncronas via Web).

O fornecimento dessas informações pode ocorrer como forma de acrescentar possibilidades de conhecimento, já que o espaço destinado para apresentação de si no Orkut pode ser considerado como insuficiente para que o outro chegue a uma conclusão quanto à identidade do usuário.

Conforme informado no item 1.2.5, as “comunidades” compõem o perfil do usuário, pois eles associam-se àquelas com as quais mais se identificam. Essas comunidades são denominadas de acordo com áreas de interesse, posicionamento político, *hobbies*, gostos pessoais, opiniões a respeito determinados assuntos. Muitas vezes, essas comunidades apresentam idiossincrasias e, nelas, os usuários podem participar de fóruns de discussão. A maioria, contudo, não participa efetivamente das comunidades, elas são usadas mais como uma forma

de identificação já que os usuários que visitam o perfil visualizam comunidades às quais o sujeito está conectado.

Alguns usuários fazem referência, no campo “quem sou eu”, às suas comunidades, algumas criadas por eles mesmos outras não. Sendo assim, elas passam a ser, na verdade, uma informação a mais que contribuiria para a caracterização de si, portanto, para os usuários, as comunidades de que participam dizem muito a respeito de sua personalidade.

No caso do perfil 4, o EUe faz referência à comunidade “Eu não sou um macaco melhorado” de que ele é dono. Trata-se uma comunidade de cunho religioso que critica a Teoria da Evolução, que, segundo ele, iria contra os preceitos religiosos que afirmam que os seres humanos são fruto da criação divina.

Entretanto, para se chegar a essa discussão, TUi precisa ir até a lista de comunidades do usuários e ver suas especificações. Caso contrário, várias outras significações podem ser dadas ao título mencionado. Pode-se também associar o nome da comunidade a uma questão racial, ligando-a à fotografia do usuário negro que protesta contra preconceitos baseados em analogias feitas entre negros e macacos.

A imagem de um sujeito engajado politicamente e preocupado com questões sociais surge logo após a referência à comunidade. Nesse ponto, poder-se-ia dizer que temos a voz do sujeito professor de História, entretanto as escolhas linguísticas parecem contrariar a identidade social de um profissional dessa área. Não se espera de um professor referir-se a pessoas como “trouxas”. Ao contrário, conforme o imaginário que o cerca, espera-se que sejam utilizadas palavras mais adequadas à figura de um professor.

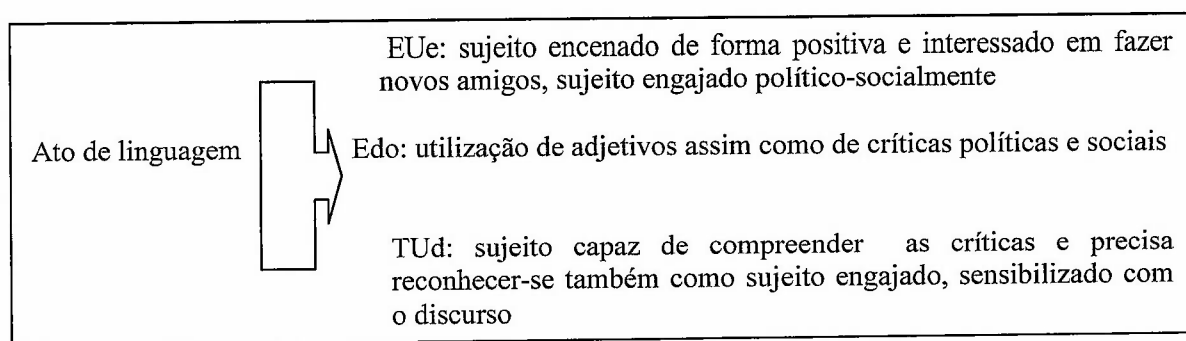
Assim, por um lado há uma intenção de estabelecer um *ethos* de professor, de sujeito engajado, entretanto determinadas escolhas linguísticas não corroboram com essa imagem. Esse jogo remete-nos à questão de *ethos* dito e *ethos* mostrado a que se refere Maingueneau. O sujeito visa mostrar-se de uma forma positiva, baseado no que acredita ser positivo no imaginário social, mas corre o risco de não conseguir demonstrar isso.

Em outro momento, o locutor aproveita o espaço para mais um protesto, dessa vez em relação às questões políticas. O descaso por parte dos políticos em relação à saúde do Brasil é o foco

do protesto. Embora não apresente uma organização descritiva, ou com aparente função de apresentação do eu, esses protestos surgem como tentativa de reforçar a imagem construída, uma imagem de um sujeito engajado e preocupado com questões sociais.

No perfil 7, apresentado a seguir, há também referência às comunidades de que o usuário é dono. O nome da comunidade é de escolha do próprio dono, que é chamado de moderador, por ser ele o responsável em inserir os temas dos fóruns e aceitar ou não os interessados em ingressar nela. Nesse perfil, há uma referência clara à função da comunidade na composição da identidade do enunciador: “olha lá nas minhas comunidades que você vai me conhecer melhor”.

Dessa forma podemos ilustrar o ato de linguagem desse perfil conforme o quadro a seguir:



Quadro 8: Ato de linguagem – circuito interno – Dizer : Perfil 4

Podemos ilustrar o ato de linguagem do perfil 4 conforme esquema abaixo:

- EUE constrói imagem positiva de EUC
- EUE diz *p* constrói uma imagem de TUD favorável a TUi. (Ele sabe que TUi= TUD)
- EUC quer, pela identificação de TUi com TUD, que TUi lhe seja favorável

4.1.5 Sujeito contraditório

Para Bourdieu (1982) *apud* Amossy (2005), a eficácia da palavra não está em sua “substância propriamente linguística” e sim na adequação entre a função social do locutor e seu discurso, não é o que a palavra enuncia, a eficácia depende daquele que a enuncia e do poder que lhe é investido.

No perfil 7, o locutor usa uma série de palavras sem estabelecer uma ligação lógica entre elas. Na verdade há uma tentativa de neutralização, já que as palavras que podem carregar sentidos negativos encontram equilíbrio com as palavras que podem carregar sentidos positivos.

O *ethos* mostrado apresenta-se de forma contraditória, o sujeito revela-se confuso, complicado, o que não implica vê-lo de forma negativa. Pode-se imaginar que ele está tentando retratar a complexidade humana, desconstruindo a dicotomia: “ou se é bom ou se é mau”, “ou se é sensível ou insensível”, pois o homem pode pensar e agir de várias maneiras, dependendo das circunstâncias que o cerca.

quem sou eu: Eu sou:
maluco, megalomaniaco, modesto, simples, excentrico,
esquizofrênico, um cara normal, destaque, mais um na
multidão, ciumento, tranquilo, afobado, chato, legal,
amistoso, nervoso, temperamental, cabeça fria, gosto de dar
risadas, sério pra caramba, chorão, sensível,
insensível, romantico de plantão, realista até falar que chega,
poeta, cético, competente, lerdo, incompetente, inteligente,
míope, fléxivel, cabeça dura, teimoso, cabeça aberta,
conservador, progressista, questionador, tímido, falo mais
que a boca, previsível, imprevisível, caseiro, butequero,
projeto de poeta, projeto de geógrafo, as vezes eu sonho em
salvar o mundo, as vezes sonho em dominá-lo... sei lá, olha
nas minhas comunidades que você vai me conhecer melhor.

Sou moderador, join!

Eu amo meus irmãos
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=270188>

Antes safada...do que Tapada
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1138100>

P.C.S.D
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=18302329>

Estiloso desde criancinha
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=41029329>

(Perfil 7)

Nem todos os possíveis interlocutores do perfil possuem informações prévias a respeito do locutor. Sendo assim, em alguns casos, não há a formação de uma imagem anterior ao discurso, portanto o *ethos* prévio ou pré-discursivo como denomina Maingueneau (2008) pode não influenciar na construção da imagem do dono do perfil.

Conforme Amossy (2005), no momento de tomar a palavra, o locutor, apoiado na *doxa*, faz uma idéia de seu interlocutor e da forma como ela será recebida; avalia o impacto de seu discurso e aprimora-o para confirmar sua imagem, reelaborá-la ou transformá-la conforme for sua intenção.

A autoafirmação está presente nos perfis do Orkut já que existe uma intenção de seduzir e buscar adesão. Nesse perfil, composto essencialmente por adjetivos, a estratégia baseia-se em estabelecer um contraste entre características que, aparentemente, não seriam possíveis de serem encontradas em um único sujeito, já que, de alguma forma, uma anularia a outra como “ciumento” e “tranquilo”; “competente” e “incompetente”. Estamos, então, diante de um jogo de construção e desconstrução da imagem.

O discurso utilizado pelo locutor passa pela imagem de interlocutores aos quais ele deseja atingir. Conforme foi visto no item 2.2.2, Amossy afirma que a construção do auditório passa, necessariamente, por um processo de estereotipagem. O locutor adapta a apresentação de si aos esquemas que ele acredita serem compartilhados e valorizados pelo seu público alvo.

Reconhecer suas qualidades e defeitos pode indicar um sujeito íntegro e verdadeiro. Assim sendo o locutor, com base na imagem idealizada de seus interlocutores, acredita que esse tipo de postura será valorizado.

O fato de o locutor mostrar-se um sujeito cindido entre o bem e o mal passa a imagem de um enunciador contraditório que, não preocupado com a autoafirmação, deixa transparecer seus conflitos. Com esse comportamento, ele se arrisca a não conseguir captação daqueles que o considerarem complicado demais ou a garantir a adesão daqueles que o considerarem sincero demais. De qualquer maneira a instabilidade revelada lhe trará admiradores.

Em termos de construção, o texto organiza-se de forma descritiva com um forte componente da qualificação subjetiva já que se trata de uma descrição baseada na visão que o próprio locutor tem de si.

Quanto à encenação descritiva, ela ocorre, conforme afirma Charaudeau (2008), de maneira a produzir certos efeitos. No caso do perfil 7, temos a busca por um efeito de saber que procede de uma série de qualificações antagônicas sobre si que o EUe utiliza para fazer TUD saber, já que ele as desconhece, buscando com seu discurso um efeito de veracidade.

A expressão “um cara normal” reforça a imagem de um sujeito que não possui apenas qualidades, como ocorre em muitos perfis. Trata-se, portanto, de uma pessoa comum como todas as outras, que possui defeitos e qualidades, que tem momentos felizes, momentos tristes, momentos de seriedade e momentos de descontração.

Como já foi dito, os textos apresentados no campo “quem sou eu” não são fixos, os usuários pode alterá-lo quando desejar, e isso ocorre com frequência, o que leva a suscitar questionamentos como “será que a identidade de uma pessoa muda tão constantemente?”. Para Mocellim (2007) essas alterações do campo “quem sou eu” indicam certa fluidez de identidade que pode estar relacionada às últimas experiências do indivíduo ou ao seu estado de espírito naquele momento.

Ao expor qualidades e defeitos, estados positivos e negativos, o dono do perfil 7 pode neutralizar essas oscilações: qualquer que seja o momento pelo qual esteja passando, sua identidade estará ali representada.

Como já mencionado, os usuários do Orkut criam ou participam de comunidades com o objetivo de promover encontros virtuais com pessoas que possuem estilo de vida ou pensamentos semelhantes aos seus. Para Nogueira (2005), na maioria dos casos, essas semelhanças são superficiais e os internautas inserem-se nas comunidades apenas por sentirem necessidade de fazer parte de uma rede que lhes confira um *status*, mas que não estabelece qualquer relação comunicacional.

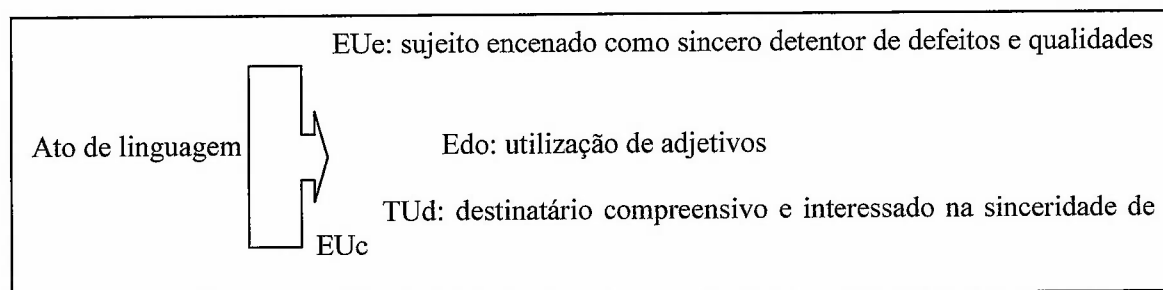
As comunidades às quais EUe faz referência no perfil 7, são criadas pelo próprio enunciador e seus títulos também trazem representações do locutor. Em “Eu amo meus irmãos” há um construção de imagem de um EUe que valoriza a família e que não vê problemas em declarar publicamente os sentimentos afetivos que envolvem essa relação. Essa comunidade reforça algumas das qualidades descritas pelo locutor, como, por exemplo, “sensível” e “um cara normal”.

A comunidade com título “Antes safada...do que tapada” traz informações relacionadas a possíveis comportamentos femininos. Em termos de comportamentos socialmente considerados adequados às mulheres, ser “safada” estaria em desacordo, seria considerado um defeito ou um problema, entretanto o título da comunidade sugere que esse tipo de comportamento seja exaltado, considerado melhor do que ser “tapada”.

A palavra “tapada” tem significado no dicionário Michaelis⁸ de antônimo de meretriz, entretanto, nesse contexto, pode-se entender que uma mulher “tapada” seja aquela que possui comportamento sério, pudico.

Nesse momento, surge uma visão masculina, emerge uma identidade de um homem com comportamentos e gostos inadequados, que vão contra as características “sensível”, “romântico”, “conservador”, mas que reforçam outras como “insensível”, “sério pra caramba”, por exemplo.

Já o nome da comunidade “Estiloso desde criancinha” revela a imagem de um eu preocupado com questões de aparência, um sujeito vaidoso, que possui estilo diferente, sendo, portanto, um “destaque”, como afirma o próprio EUE, mas essa postura não condiz com o adjetivo “modesto”, já que se descrever como “estiloso” faz parte de uma autoavaliação positiva.



Quadro 9: Ato de linguagem – circuito interno – Dizer : Perfil 7

Podemos ilustrar o ato de linguagem do perfil 7 conforme esquema abaixo:

- EUE diz *p* e *não-p*
- EUC sabe que TUi talvez possa não gostar de *não-p*

⁸ Dicionário online disponível em : <http://michaelis.uol.com.br> Acesso em: 05 outubro de 2010

- EUc quer que TUi se identifique com TUd e que tenha adesão a *p* e *não-p* (busca identificação)

4.1.6 Sujeito rebelde



(Perfil 9)

Nesse texto, cuja organização é descritiva, é necessário que o TUd crie a imagem do locutor, já que a função do campo é a de apresentar-se e, para fazê-lo, a locutora lança mão de um texto que afirma ser de autoria do cantor Bob Marley. Ao preencher o campo “quem sou eu?” inicia-o com “eu queria ser um baseado”, o que deixa transparecer um EUE insatisfeito com sua própria imagem.

A locutora usa também a montagem da fotografia que reforça o conteúdo do texto. Há uma imagem de caveira utilizada para identificação de produtos como venenos, dentre outras substâncias perigosas. Essa imagem pode estar relacionada ao termo “baseado”, sinônimo de droga.

A construção enunciativa se dá mediante um comportamento ora elocutivo, quando ela traz o texto do outro, ora alocutivo, no momento em que ela se dirige ao seu TUD dizendo para ele não construir uma imagem prévia da locutora sem antes conhecê-la. A locutora questiona, então, a força do estereótipo. EUE mostra-se em situação de desilusão amorosa, como é possível perceber pela passagem “porque amar e não ser amado, é como fumar um baseado e não ficar chapado”. A comparação entre amar e fumar representa uma forma de aproximação a sensação causada por esses dois atos, já que, para quem é usuário de drogas, fumar e não ter efeito causa uma decepção, um descontentamento. O mesmo ocorre com quem ama e não recebe em troca manifestações de amor.

Há uma imagem de um EUE que não se sente envergonhado em falar de sentimentos, entretanto a forma que utiliza para falar dos próprios sentimentos, ao estabelecer um paralelo com a sensação causada pela utilização de substância ilícita, remete-nos à imagem de um sujeito despreocupado com um comportamento considerado socialmente adequado.

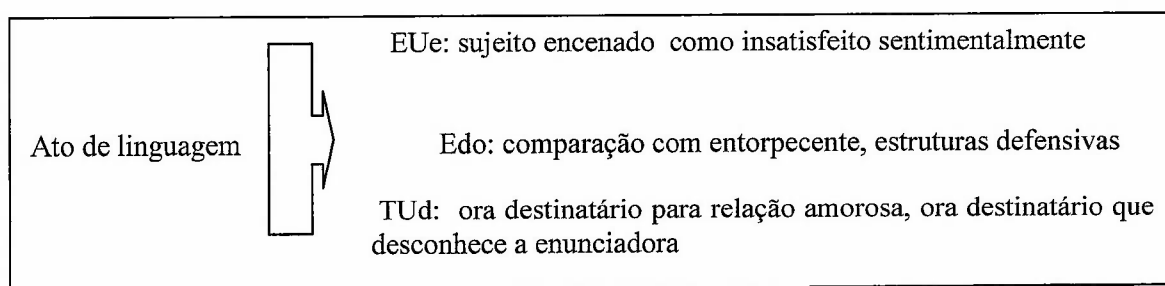
Considerando-se tratar-se de uma adolescente, como se pode perceber pela fotografia apresentada, pode-se, mediante o discurso apresentado, criar uma imagem de uma EUC usuária de drogas, já que ela descreve a sensação causada pelo seu uso como algo prazeroso e positivo.

Esse tipo de estratégia pode levar TUI a criar uma imagem de rebeldia, uma vez que, no imaginário coletivo, a fase da adolescência costuma vir marcada por conflitos de identidade e atitudes até subversivas, seja para acompanhar os colegas da mesma idade, para chamar atenção ou por tantos outros motivos.

Entretanto, ao final do perfil, EUE apresenta-se preocupada com um pré-julgamento de seus TUDs. Inicialmente EUE passa a imagem de um sujeito despreocupado com possíveis julgamentos em relação ao seu comportamento, mas ao dizer “não fale mal de mim, pois vc não sabe de onde eu vim, para onde vou...” EUE tenta limitar a possibilidade de construção de sua imagem por parte de seus interlocutores.

Por meio de um comportamento alocutivo, EUE se coloca em posição de superioridade e busca estabelecer uma relação de influência com seu interlocutor. O Eue encontra-se discursivamente em posição mais favorável, ela é conhecedora de si e tem credibilidade para falar, portanto ao seu interlocutor cabe executar a ação imposta por ela. A essa categoria de procedimento linguístico, Charaudeau (2008) dá o nome de injunção.

No trecho “*Um conselho: Me conheça primeiro*”, ocorre uma estrutura modalizada de aconselhamento, entretanto o interlocutor continua em posição de dever exercer a ação de não criar imagens de EUc antes de conhecê-la. Ainda que o trecho esteja denominado como “um conselho” não são indicadas pistas pela locutora de como fazer para conhecê-la primeiro. Não há referências, no texto, se o conhecimento se dará por meio de contato fora do ambiente do ciberespaço, se dentro do ciberespaço, ou se dentro do próprio sítio haverá informações que levarão a esse conhecimento.



Quadro 10: Ato de linguagem – circuito interno – Dizer : Perfil 9

Podemos ilustrar o ato de linguagem do perfil 9 conforme esquema abaixo:

- EUE diz que queria ser *p*
- EUC sabe que é *não-p*
- EUC faz com que TUi se identifique com TUd que sabe que EUC é *não-p*
- EUE diz *q* TUi não pode dizer nada

Como vimos no capítulo 3, Considerações Teóricas, na retórica clássica, o termo *ethos* significa o poder de projeção de uma imagem de locutor calcada nas representações de sabedoria e de capacidade argumentativa e persuasiva deste sobre o auditório. Em suma, o *ethos* significa a imagem de si que o orador projeta em seu discurso para torná-lo mais eficiente. Nos estudos contemporâneos voltados para a argumentação, o vocábulo *ethos* assume novo sentido: o de demonstrar não somente o lugar de onde fala esse sujeito, mas a(s) imagem(ens) de locutor e interlocutor apreendidas pelos procedimentos linguísticos agenciados no discurso.

As contribuições da pragmática, da AD, da Teoria Semiolingüística estenderam do escopo do *ethos*, fornecendo subsídios para que ele possa ser analisado nas mais diversas situações interação. Assim, valendo-me de todas essas possibilidades, foi possível verificar como ele é constituído na rede social Orkut.

CAPÍTULO 5

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, buscamos analisar a construção da identidade no Orkut, considerando as estratégias discursivas utilizadas para a construção do *ethos*. Partimos do princípio da alteridade, que determina que os parceiros de um ato de comunicação sejam reconhecidos como semelhantes, ao mesmo tempo que diferentes. A semelhança ocorre pois, para que a troca se efetue, é necessário que haja saberes compartilhados, além de motivações comuns. Quanto à diferença, entende-se que o outro só é percebido e identificado por dissemelhança, cada um possui um papel particular no ato de linguagem - há o sujeito que produz e o sujeito que recebe o ato.

Dessa forma, como afirma Charaudeau (2005), cada um dos parceiros está engajado num processo recíproco, mas não simétrico, de reconhecimento do outro. Há, portanto, um jogo de projeções em que o produtor se coloca e se constitui em função de um receptor idealizado visando à sedução, à aceitação e também à diferenciação.

Nosso objetivo principal, ao propormos esta pesquisa, foi analisar como o sujeito produtor constitui sua identidade discursiva, observando as estratégias utilizadas para construir o *ethos*.

Para alcançar o objetivo principal proposto, ou seja, compreender as estratégias utilizadas pelos sujeitos usuários do sítio Orkut para construir suas identidades discursivas, optamos pelo instrumento de coleta aleatória na qual foram selecionados inicialmente 170 perfis, após segunda coleta aleatória, 17 perfis e, por fim, após análise uma primeira análise, selecionamos os 6 perfis que compuseram nosso *corpus* final.

Considerando a natureza processual do objeto de estudo, optamos por uma metodologia que nos permitisse visualizar os aspectos envolvidos na construção enunciativa dos perfis, dos imaginários neles suscitados além dos *ethé* construídos. Em razão disso, nossa análise obedeceu ao seguinte percurso: i) um quadro de análise dos componentes da construção enunciativa, a fim de observar e compreender a posição do sujeito em relação aos seus interlocutores, consigo mesmo e com terceiros; ii) paralelamente à i), um quadro dos imaginários sócio-discursivos suscitados nos perfis com o objetivo de identificar quais

valores⁹ e visões do mundo são compartilhados pelos usuários; iii) verticalmente à i) e ii) uma análise detalhada da construção discursiva de seis perfis, considerados, com base nos quadros anteriores, prototípicos e nucleares, com o objetivo de verificar, nos enunciados, as estratégias utilizadas para a construção do *ethos*.

5.1 Sugestões para pesquisas futuras

Ao longo desta pesquisa, surgiram muitas outras questões que podem vir a ser tópicos de pesquisas futuras. Esperamos com este trabalho e com os questionamentos suscitados nele, contribuir para as discussões sobre as formas de interação e de construção de identidades no ambiente do ciberespaço, especialmente nas redes sociais, tão utilizadas e difundidas.

Como possíveis pesquisas futuras, sugerimos comparar as descrições feitas no campo “quem sou eu” com as comunidades das quais os usuários fazem parte. Conforme observamos no nosso *corpus*, para os usuários, os títulos das comunidades reafirmam e corroboram com a identidade que se pretende construir, entretanto percebemos que, em muitos casos, ocorre o contrário.

Por se tratar de um espaço que extrapola os limites geográficos, já que une pessoas de diversas localidades (cidades, estados, países, etc.), seria interessante pensar em como esses usuários, de culturas e territórios físicos diferentes, tornam-se integrantes de um mesmo grupo de prática sociais e compartilham dos mesmos imaginários sócio-discursivos.

Neste trabalho, analisamos a identidade do sujeito com base na análise de seu discurso; poderia, no entanto, ser também verificada a identidade social do sujeito, observando-se como ela é recriada no discurso.

Enfim, trata-se de um *corpus* que pode ser analisado sob diversas perspectivas. Por questões de tempo e necessidade de delimitação tivemos que fazer um recorte, porém, em trabalhos futuros, buscaremos observar os questionamentos que aqui emergiram.

⁹ Não objetivamos, aqui, tratar de valores sob uma perspectiva de certo ou errado, mas de identificar os valores compartilhados pelo grupo.

5.2 Finalizando....

Ao avaliarmos os dados, verificamos uma predominância de apresentações positivas do EU, o que se justifica pela estratégia de captação que norteia os perfis. Dessa forma o sujeito busca garantir que, por meio da sedução (tocando o outro pela emoção, pela afetividade), o interlocutor queira fazer parte da sua rede de amigos.

Para construir as identidades, além de textos escritos, são utilizados recursos multimodais como fotografias, imagens criadas a partir de sinais gráficos, músicas em áudio, vídeos, entre outros. No entanto a construção no sítio segue alguns padrões recorrentes entre os usuários.

A relação de influência do locutor sobre o interlocutor possui função importante na construção dos perfis, apesar de o contrato comunicativo do campo “quem sou eu” não permitir uma troca dialogal, comumente os interlocutores são chamados a “participar” do discurso seja por meio do uso do pronome pessoal “você”, seja pelo uso de verbos imperativos como “olhe” e “fale”, por exemplo.

Pode-se atribuir a existência de valores e visões de mundo comuns a um maior número de pessoas nos perfis, ao fato de se tratar de uma situação em que não há uma possibilidade de troca, uma vez que os parceiros não se encontram presentes fisicamente no momento do ato de linguagem. Dessa forma o locutor não consegue perceber se o que está sendo dito está agradando ou desagradando seu interlocutor, não é possível perceber imediatamente as relações do interlocutor.

Não se trata de perfis idênticos, ou construídos de uma mesma maneira, há uma variedade de recursos linguísticos utilizados, apesar de encontrarmos textos prontos como músicas e poemas. Há que se considerar também que, em cada perfil, há uma composição verbal diferenciada, todavia, ao analisarmos o *ethos*, a partir dos imaginários suscitados, as identidades construídas mostram-se parecidas.

A estratégia de captação mostrou-se constitutiva do gênero, mesmo nos casos em que havia uma aparente despreocupação com a imagem a ser criada ou com a opinião do interlocutor. Ao observamos a totalidade do campo “quem sou eu”, percebemos uma intenção em agradar e mostrar-se parte integrante do contexto do Orkut.

A descrição de si é uma das formas de se compor o perfil e, assim, a identidade. A constituição da identidade do sujeito passa pelo jogo de projeções entre locutor e interlocutor. Baseado nas intenções e finalidades, o locutor pode utilizar-se de estratégias visando à sedução, à aceitação e também a uma diferenciação.

Construir uma identidade faz parte de uma dinâmica central do sítio de relacionamentos Orkut - tudo gira em torno dos perfis de usuários. A descrição de si é uma importante ferramenta para a composição do perfil. A maioria dos usuários parte do procedimento de autoelogio, em alguns casos os atributos físicos são predominantes, já, em outros, a construção se dá por meio de elementos da personalidade do sujeito.

O campo “quem sou eu” é um espaço destinado à individualização. É nesse local que o sujeito tem a chance de se mostrar diferente do outro tomando, assim, consciência da sua identidade, entretanto, ao nos deparamos com os mesmos imaginários sócio-discursivos suscitados nos perfis analisados, é possível concluir que, nesse espaço, há uma preocupação maior com a semelhança do que com a dissemelhança. É mais importante mostrar-se parte integrante do grupo de práticas sociais do Orkut do que se mostrar único.

Ter um número grande de amigos confere certo *status* nas redes sociais. No Orkut, alguns usuários chegam a ter mais de um perfil, já que o *software* permite um número máximo de 999 amigos adicionados para cada usuário. Assim sendo, para conseguir continuar adicionando pessoas, cria-se mais um perfil. Dessa forma, agradar para captar é fundamental.

Ao longo da investigação, constatamos que a construção do *ethos* possui seus limites quando se trata de imaginário social. Conforme vimos, para Charaudeau (2008) o sujeito só possui a realidade permitida pelas representações que circulam em um dado grupo social. Ainda conforme o autor, o sujeito comunicante, no nível das estratégias, pode construir uma imagem discursiva que lhe seja própria já no nível do contrato comunicativo. Por suas instruções, pode construir uma identidade discursiva convencional.

Como podemos observar, a identidade discursiva constrói-se com base na tomada da palavra, na organização enunciativa do discurso e na manipulação dos imaginários sócio discursivos. Quanto à identidade social, constatamos que, no nosso *corpus*, ela se encontra dissolvida, o que predomina é a identidade discursiva que é construída, reconstruída, mascarada ou deslocada pelo sujeito falante.

Ter conhecimento do sujeito comunicante (o sujeito social real) não possui caráter essencial nesse ambiente; o que importa é a identidade virtual que emerge no discurso presente no perfil. Não se busca verificar se a identidade discursiva corresponde à identidade social do sujeito, dessa forma o sujeito se encontra na condição de poder se mostrar da forma como quiser.

O sujeito, em seu discurso, tem a possibilidade de falar em conformidade ou não com as instruções do contrato de comunicação e fazer valer a sua especificidade identitária. Entretanto não se render às instruções do contrato e não se deixar conduzir pelos imaginários sócio-discursivos, nesse espaço, fatalmente compromete a condição de captação, implicando talvez um número menor de amigos.

Diante de tais constatações, acreditamos que a construção do *ethos* discursivo é fruto de um processo relativo e restringido pelas representações sociais, pelos valores compartilhados pelo senso comum, pela coletividade e pelas restrições do quadro sócio-comunicativo. No Orkut, as condutas foram se ajustando através do tempo e hoje é possível perceber regularidades comportamentais e, conseqüentemente, discursivas

Vale retomar aqui o paradoxo da construção da identidade, como já assinalado por Charaudeau. Para a tomada da consciência identitária, o sujeito, ao mesmo tempo rejeita o outro e aceita-o como semelhante a fim de eliminar a diferença. Com isso, assume o risco de que, ao rejeitar o outro, o eu não disponha mais da diferença, ou, ao torná-lo semelhante, perca essa consciência que só é concebida na diferenciação. A partir da análise do *corpus*, foi possível perceber que há certa perda da consciência identitária entre os usuários. Por mais que se utilizem recursos linguísticos diferentes, ou que se lance mão de diversos recursos multimodais, vimos há uma grande semelhança entre as identidades construídas. Tal constatação nos leva a concluir que o importante é agradar o máximo de pessoas possível e, assim, constituir uma grande rede de muitos “amigos”.

REFERÊNCIAS

ABREU, Verena Santos (2010). As práticas de escrita digital em *scraps* do Orkut: apenas a transmutação dos gêneros bilhetes e recados? In: Linguagem, tecnologia e educação. RIBEIRO, Ana Elisa et al. (Orgs.). São Paulo: Petrópolis. 2010.p.191-2003

AMOSSY, Ruth. Da noção retórica do *ethos* à análise do discurso. In: AMOSSY, R. *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005

_____. O *ethos* na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: AMOSSY, R. (Org.) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005

ARAÚJO, Júlio César; NETO, Vicente de Lima. Gêneros digitais em emergência: uma proposta de análise do *scrap* do Orkut. In: Revista do Gelve. V.11, n.2. Pauí, 2009.

ARISTÓTELES. *Arte Retórica e Arte Poética*. Trad. de Antônio Pinto de Carvalho. Edições de Ouro. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1959.

BARBISAN, Leci Borges; GOUVÊA, Lúcia Helena M; et al. Perspectiva discursivo-enunciativas de abordagem do texto. In: BENTES, Anna Christina; LEITE, Marli Quadros (Orgs.). *Linguística de texto e análise da conversação: panorama das pesquisas no Brasil*. São Paulo: Cortez, 2010.

BENVENISTE, Émile. *Problemas de Linguística Geral II*. (Tradução Eduardo Guimarães) 3ª ed. - Campinas, S.P.: Pontes, 1989 (vol. II). 294 p.

BENVENISTE, Émile. *Problemas de Linguística Geral I*. (Tradução Maria da Glória Novak e Maria Luiza Neri) Campinas, S.P.: Pontes, 1991 (vol. I). 387 p.

BEZERRA, Benedito Gomes . Ler e escrever no Orkut: práticas discursivas dos alunos na visão dos professores. In: Linguagem, tecnologia e educação. RIBEIRO, Ana Elisa. et al. (Orgs.). São Paulo: Petrópolis. 2010. p.177-190

CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, H. et al. *Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso – FALE/UFGM, 2001, p.23-38.

_____. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, Ida Lucia; MELLO, Renato (Orgs.). *Gêneros reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte, Nad/Fale –UFGM, 2004.

_____. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso In : PAULIUKONIS, M. A. L. e GAVAZZI, S. (Orgs.) *Da língua ao discurso : reflexões para o ensino*. Rio de Janeiro : Lucerna, 2005, p. 11-27, 2005

- _____. *Discurso Político*. São Paulo: Contexto, 2006.
- _____. *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto, 2007.
- _____. Les stereotypes, c'est bien, les imaginaires, c'est mieux. In: BOYER, Henri (Org). *Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mise en scène*. Paris: L'Harmattan, p.49-63, 2007.
- _____. MAINGUENEAU, Dominique. Dicionário de análise do discurso. São Paulo: Contexto, 2008.
- _____. *Linguagem e Discurso: modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2008.
- _____. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional. In : PIETROLUONGO, Márcia. (Org.) *O trabalho da tradução*. Rio de Janeiro : Contra Capa, 2009, p. 309-326
- EGGS, Ekkehard. *Ethos* aristotélico, convicção e pragmática moderna. In: *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005
- HEINE, Palmira Bahia. Considerações sobre a cena enunciativa: a construção do *ethos* nos blogs. In: Revista Linguagem e Discurso. Ano 8, n.1. p.149-174, jan. 2008.
- JOHNSON, Donna M. *Approches to research in Second Language Learning*. New York, Longman, 1992.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- _____. *O que é o virtual?* São Paulo: Ed. 34, 1996. 160 p.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Cenas da enunciação*. Tradução Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva; Néelson P. da Costa e Sírío Possenti. 1. ed. Curitiba: Criar Edições, 2006
- _____. *Ethos*, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (Org.) *Imagens de si no discurso*. São Paulo: Contexto, 2005.
- _____. A propósito do *ethos*. In: MOTTA, A. R; SALGADO, L. (orgs.) In: *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008.
- MACHADO, Ida Lúcia; SANTOS, João Bosco Cabral dos.
<http://www.mel.ileel.ufu.br/silel2006/caderno/gt/coordenadores/IdaLucia.htm>
- MOCELLIM, Alan. Internet e identidade: um estudo sobre o website Orkut. In: Em Tese Revista v.3 n.2 (2) janeiro-julho/2007 , p.100-121 Disponível em:

<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/13477>
março de 2011.

Acesso em: 20 de

MONTEIRO, Silvana Drumond. O ciberespaço: o termo, a definição e o conceito. In: DataGramZero – Revista de Ciência da Informação, v.8, n.3, 2007.

NOBRE, Kennedy Cabral; LIMA-NETO, Vicente de. Comodificação discursiva em *scraps* do *Orkut*. In: Anais Hipertexto. Pernambuco, 2009. Disponível em:

<http://www.ufpe.br/nehte/hipertexto2009/anais/b-f/Comodificacao-em-scraps-do-Orkut.pdf>

NOGUEIRA, Caroline Santos. *Orkut* e as Comunidades Virtuais – Identidades Solúveis no Ciberespaço. In: VI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Norte, 2005. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/norte2007/resumos/R0405-1.pdf>. Acesso em: 10/04/2010.

NOVAES, Márcia Guabiraba Moreira Oliveira. Imagens de si no *Orkut*: a construção do *ethos*. In: Anais eletrônicos do 3º Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação: redes sociais e aprendizagem, 2010. Disponível em: <http://www.ufpe.br/nehte/simposio/anais/Anais-Hipertexto-2010/Marcia-Guabiraba-Moreira-Oliveira-Novaes.pdf>

O'REILLY, Tim. *O que é web 2.0: padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software*. Disponível em: <http://flaudizio.com.br/files/o-que-e-web-20.pdf>
Acesso em: 3 de novembro de 2010

PRIMO, Alex . O aspecto relacional das interações na Web 2.0. E-Compós (Brasília), v. 9, p. 1-21, 2007.

PROCÓPIO, Mariana Ramalho. Os imaginários sócio-discursivos sobre o homem do campo difundidos pelos quadrinhos de Chico Bento. Revista Investigações (UFPE.), v. 22, p. 181-203, 2009.

RAMAL, Educação na cibercultura: hipertextualidade, leitura, escrita e aprendizagem. Porto Alegre: Artmed, 2002.

RECUERO, Raquel. Teoria das redes e redes sociais na Internet: considerações sobre o Orkut, os weblogs e os fotologs. In: Intercom – XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Porto Alegre, 2004.

_____. Comunidades Virtuais em Redes Sociais na Internet: uma proposta de estudo. Ecompos, Internet, v.4, n. Dez 2005, 2005.

_____. Redes Sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.191p.

_____. Cinco pontos sobre redes sociais na Internet. Disponível em:
<http://www.jornalistasdaweb.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudo=3964>
Acesso em : 10 de outubro de 2010

RECUERO, Rebeca da Cunha. O Orkut como formador de novas identidades no ciberespaço. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0796-1.pdf>
Acesso em: 5 de maio de 2010.

SILVA, Adriana dos Reis. A construção da personagem afro-descendente na telenovela brasileira sob uma perspectiva discursiva. Dissertação de Mestrado, PUC/Minas. Belo Horizonte, 2009.

SILVA, Angela Valéria Alves da. A construção da imagem de si no Orkut. In: Anais do III Encontro Nacional sobre o Hipertexto. Belo Horizonte, (2009). Disponível em:
http://www.ufpe.br/nehete/hipertexto2009/anais/a/a_construcao_de_imagens.pdf Acesso em:
7 de outubro de 2011.

Yin R. Estudo de caso: planejamento e métodos. 2a ed. Porto Alegre: Bookman; 2001.

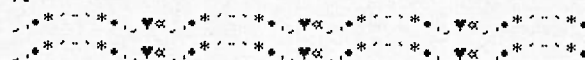
ANEXOS

Anexo 1 - Perfil 1

quem sou eu: Produto 100% Brasileiro
Nome: Ryclav
Fabricado em: Barroso..
Data de Fabricação: 08/09/91
Validade : Tempo Indeterminado.
Uso do Produto ?: Somente para pacientes do sexo feminino..
Instruções de Uso : Dê muito amor e carinho ... Manuseie com atenção !..
Mantenha Longe : PessOas FALSAS, etc...
Se ao Uso do Produto: não obtiver resultado esperado, Leia novamente as Instruções.
O Uso em Excesso desse Produto:Pode Causar Dependência Química, Física e Psicológico.
Não jogar fora [reciclável] ®
Edição Única e Exclusiva.
Testado e aprovado pela: Mulheres
O ministério da saúde adverte :
Ryclav é droga, causa dependência.

Anexo 2 - Perfil 2

quem sou eu: .J



uma menina legal,compreensiva;amiga e bem familia adoro
orkut , << Entre aqui e veja meu slideshow
http://meu.powerscrap.com.br/www.tamiris_montanher@ig.com.br

ME ADD Q VC VAI SABE

++++
++++

MSN: TAMIMIRES@HOTMAIL.COM~* Vc eh bonita? Eu sou
lindah..

~* Vc anda? Eu desfilo..

~* Vc arraza? Eu detono..

~* Vc procura? Eu jah tenho..

~* Vc eh legal? Eu sou Demais..

~* Vc ama? Sou Amada..

~* Vc eh nova? Eu sou exclusiva..

~* Vc quer? Eu tenho..

~* Vc sonha? Eu realizo..

~* Vc pede? Eu exijo..

~* Vc causa? Eu arraso..

~*Sou Chata? Entao nao embaga...

~*Sou Metida? Inveja eh Triste...

~*Sou Feia? Tem quem queira...

~*Sou bonita? Tenho espelho...

~*Me ama? Ainda Bem...

~*Me Odeia? Passe a Rezar...

~*Sou Ridicula? Ja si olhô nu espelho?...

~*Sou Educada? Depende so de vc...

~*Sem Educaçao? Você Mereceu...

~*Sou Loka? Sempre...

~*Sou Santa? Nem tanto... =]

~*Fui Facil? Fiquei a fim...

~*Fui Difil? Vaza...

~*Tenho juizo? Convertezaa...

~*Humilde? Sempre...

~*Modestia? Um Charme...

~*Pega nu pé? Sorte Sua...

~*Quer um Fara? Seja Brasileiro,nao disista nunk...

~*Sou Amiga? Muito...

~*Eu amo? Demais...

~*Gostar De Mim? Facilimu...

~*Gostar de vc? Convença-me...

~*Me decepcionou? Ja era...

~*Tô stressada? Sai de perto...

~*Me critica? Faça melhor...

Anexo 3 -Perfil 3

quem sou eu: antes de qualquer coisa olhe minha fotografia que já está aí. agora imagine como vc acha q eu seria. viaje pelos seus pensamentos da forma q achar melhor, depois do passeio volte a sua vida real sem mais imaginações, já chegou parabéns, eu sou exatamente assim como vc acabou de imaginar.

Anexo 4 - Perfil 4

quem sou eu: Gente muito fina, de bem com a vida, tranquilo, alegre, sorridente, sem estresse, abençoado, bom amigo, filho e profissional (por acaso, professor de Historia).
Desejo ter um milhao de amigos, sera que consigo ?
Sejam todos bem vindos, a uma amizade pura, decente, honesta e sincera.
Anote ai o meu msn :

PARTICIPEM DE MINHA COMUNIDADE / VEJA NA MINHA LISTA DE COMUNIDADES

EU NÃO SOU UM MACACO MELHORADO.

Quero dizer tambem que os usuarios de drogas sao uns trouxas que dao boa vida aos traficantes !!!

E mais: os politicos do BRASIL estao acabando com milhares de brasileiros que todos os dias morrem nos hospitais publicos, esta vergonhera de descaso e mau atendimento.

Anexo 5 - Perfil 5

quem sou eu: Quem é essa menina do céu cor de rosa? não sabe se
rir,não sabe se chora,se ama ou se gosta,sabe só que
quer viver"♪ " ♫



♪ Tudo pode ser
Se quiser será
O sonho sempre vem,
Pra quem sonhar
Tudo pode ser
Só basta acreditar
Tudo que tiver que ser, será
Tudo que eu fizer
Eu vou tentar melhor do que já fiz
Esteja o meu destino, onde estiver
Eu vou buscar a sorte e ser feliz
Tudo que eu quiser, o cara lá de cima vai me dar
Me dar toda coragem que puder
E não me falem forças pra lutar
Vamos com você, nós somos invencíveis
Pode crer
Todos somos um e juntos não existe mal nenhum ♫

**"Tu, que habitas sob a proteção do Altíssimo,
que moras à sombra do Onipotente,
dize ao Senhor: 'Sois meu refúgio e minha cidadela,
meu Deus em quem eu confio'**

(...)

Tua fidelidade te será um escudo de proteção

(...)"

Salmo 91 - Confiança

<http://www.youtube.com/watch?v=>



Anexo 6 -Perfil 6

quem sou eu: 00 Sou eu ali do lado ! ←

→apenas uma garota,
com a alegria de uma criança...
a malícia de uma adolescente...
e os sentimentos de uma mulher..
o tipo certo de garota errada
única & original o resto só quer ser igual •

00.. abençoada por Deus e bonita por Natureza

By: Thainara Siqueira

Anexo 7 - Perfil 7

quem sou eu: Eu sou:

maluco, megalomaniaco, modesto, simples, excentrico,
esquizofrênico, um cara normal, destaque, mais um na
multidão, ciumento, tranquilo, afobado, chato, legal,
amistoso, nervoso, temperamental, cabeça fria, gosto de dar
risadas, sério pra caramba, chorão, sensível,
insensível, romantico de plantão, realista até falar que chega,
poeta, cético, competente, lerdo, incompetente, inteligente,
míope, flexível, cabeça dura, teimoso, cabeça aberta,
conservador, progressista, questionador, tímido, falo mais
que a boca, previsível, imprevisível, caseiro, butequero,
projeto de poeta, projeto de geógrafo, as vezes eu sonho em
salvar o mundo, as vezes sonho em dominá-lo... sei lá, olha
nas minhas comunidades que você vai me conhecer melhor.

Sou moderador, join!

Eu amo meus irmãos

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=270188>

Antes safada...do que Tapada

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1138100>

P.C.S.D

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=18302329>

Estiloso desde criancinha

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=41029329>

Anexo 8 - Perfil 8

quem sou eu: Ela que vive com a cabeça na lua, com **música** no ouvido e
coração na boca :)
ela é menina e mulher, ela sabe muito bem o que quer .
' Ela **sorri** bonito e deixa os outros querendo saber o segredo
que a faz feliz;
aquela que agradece a Deus por ter o privilégio de amar e
ser amada ♥
A garota com manias, gestos e pensamentos,
completamente diferentes dos seus !
a que vive a vida da **melhor** maneira possível «— menina
que te encanta
menina que te fascina
menina que te **enlouquece** —

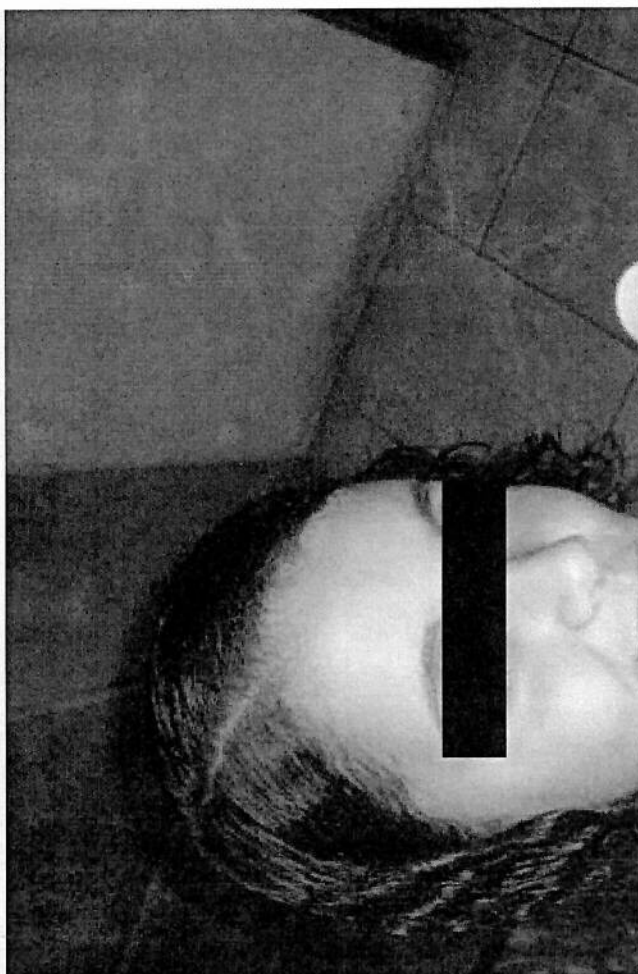
Anexo 9 - Perfil 9



Eu queria ser um baseado, pra ser enrolado pelos seus
dedos...
e fazer sua cabeça... Por que amar e não
ser
amado, é como fumar um baseado e não ficar chapado. (Bob
Marley)

☹️ Não fale mal de mim, pois vc não sabe de onde eu
vim, ou para onde
vou... Um conselho: Me conheça primeiro
by:Liah

Anexo 10 - Perfil 10



Quem sou eu ??

aquela que fica **vermelha** a toa, aquela

que vive **sorrindo**, aquela que tem um **carinho especial**
por seus amigos ,

aquele que é **legal** com quem é legal com ela, aquela
que **ri** de si mesma,

Aquela que nunca será **esquecida** ,

aquele que **sonha**,

aquele que é **bobinha**, aquela **chata** que muita gente
adora,

aquele que disseram que é **fofa**, aquela que faz tudo pra
ver quem ela gosta **sonar**,

aquele que você **nunca** vai entender e nem tente !!!

Anexo 11 - Perfil 11

quem sou eu: ♥ Michelle uma menina ♥

- ☞ Exageradamente preguiçosa;
- ☞ Insuportavelmente sincera;
- ☞ Extremamente confusa;
- ☞ Discretamente delicada;
- ☞ Febrilmente ansiosa;
- ☞ Inexplicavelmente orgulhosa;
- ☞ Constantemente solidária;
- ☞ Irracionalmente egoísta;
- ☞ Involuntariamente mimada;
- ☞ Desconhecidamente interesseira;
- ☞ Incontrolavelmente impaciente;
- ☞ Surpreendentemente atenciosa;

♥ Ela ♥

- ☞ Quer ser Feliz;
- ☞ Quer tudo na hora;
- ☞ Não consegue falar devagar;
- ☞ É uma menina comportada;
- ☞ Adora cantar músicas;
- ☞ Costuma esconder o que sente;
- ☞ Confia em poucas pessoas;
- ☞ Ou esconde, ou despeja seus pensamentos;
- ☞ Prefere seguir suas vontades, aos conselhos;
- ☞ Se arrepende de coisas que não fez;
- ☞ Se arrepende de muito que já fez...

♥ É uma garota que Ama ♥

- ☞ Deus;
- ☞ Sua família;
- ☞ Seu amor (namo...)
- ☞ Escrever coisas que só ela acha bonito;
- ☞ Dançar;
- ☞ Comemorar tudo;
- ☞ Rever amigos há tempos não vistos;
- ☞ Assistir filmes românticos e chorar com eles;
- ☞ Ouvir mil vezes a mesma música;
- ☞ Gastar sem necessidade;
- ☞ Aproveitar tudo até o último segundo...

Anexo 12 - Perfil 12

quem sou eu: SÓ ADICIONO AMIGOS E CONHECIDOS OK?

Quem sou eu:????

Por fora um conceito seu...

Por dentro uma personalidade:

que é só MINHA!!!! ...

Quem me conhece sabe quem eu sou... Sabe dos meus valores, do que eu prezo e admiro.

Defeitos, nossa!!Muitos...Exigente, perfeccionista, gosto de muita atenção,sou mimada e dengosa mesmo!!

Sou sistemática sim e quando preciso sou até grossa! Passei a me preocupar e gostar só de quem gosta realmente de mim e se preocupa comigo.Sou apaixonada,alegre,sorridente,com aqueles que me sinto bem,luto por meus ideias,sofro com injustiças,amo meu Senhor Jesus Cristo,é o meu amigo certo das horas incertas,aquele que sabe de toda minha vida,gosto de sair,gosto de aproveitar minha vida,mas sempre com moderação,odeio drogas,porque nao preciso delas pra fazer minha kbç,já nasci com ela,e sempre acredito na frase..Quem tem Jesus tem tudo..

Anexo 13 - Perfil 13

~* Lizi Gpus ~*

Sou quarentona, Sou infantil, Sou dengosa, Sou sensível, Sou intensa, Sou sonhadora, Sou generosa, Sou amiga até d baixo d'agua, Sou confiável, Sou compreensiva, Sou carinhosa, Sou feminina, Sou engraçada, Sou palhaça, Sou Aquariana Sou beijoqueira, Sou vaidosa, Sou movida a carinho, Sou preguiçosa, Sou teimosa, Sou independente, Sou debochada, Sou desconfiada, Sou Leal, Sou mulher d um homem só* Sou apaixonada por DEUS! *Amo minhas Filhas(meu porto seguro minha razão de viver)e agora a Isabella.* Gosto de bichinhos de pelucia* Gosto de me perfumar* Gosto de carinho* Gosto de flores*Gosto de Frio e de primavera* Gosto de bichos* Gosto de beijar na bochecha, na boca no céu da boca* Gosto do meu trabalho* Gosto de ri* Gosto de dar carinho* Gosto de ficar de pernas p o ar* Gosto de chocolate* Gosto de praia* Gosto de lençóis brancos e perfumados* Gosto de sol queimando meu rosto< *Gosto de brisa* Gosto de ler* Gosto de poesias* Gosto de blogar* Gosto de fazer amor* Gosto de ser Brasileira* Gosto de quem gosta de mim* Eu choro qndo to triste* Faço bico qndo to brava* Quebro a cabeça pensando* Fico de mau-humor* Tenho TPM* Às vezes fico melancólica* Às vezes gosto de ficar sozinha* Me isolo

Anexo 14 - Perfil 14

quem sou eu: Você já se sentiu como estivesse desmoronando?
Você já se sentiu deslocado?
Como se você não se encaixasse
E ninguém te entende?
Você sempre quer fugir?
Você se tranca em seu quarto,
Com o rádio ligado tão alto,
que ninguém te ouve gritar?

Não, você não sabe como que é viver
Quando nada parece certo
Você não sabe como é
ser como eu

Ser machucado,
Sentir-se perdido
Ser deixado no escuro
Ser chutado quando você está mal
Sentir-se maltratado
Estar à beira de entrar em colapso
E ninguém está lá para te salvar
Não você não sabe como é
Bem-vindo a minha vida

Você quer ser outra pessoa?
Você está cansado de se sentir excluído?
Você está desesperado para encontrar algo mais
Antes de sua vida acabar?
Você está preso em um mundo que você odeia?
Você está cansado de todos a volta
Com grande falsos sorrisos
E mentiras estúpidas ?
Enquanto lá dentro você está sangrando

Não, você não sabe como é viver
Quando nada parece certo
Você não sabe como é
ser como eu

Ninguém nunca mentiu na sua cara
Ninguém nunca te apunhalou pelas costas
Talvez você pense que eu sou feliz,
Mas eu não vou ficar bem
Todos sempre te deram o que você queria
Você nunca teve que trabalhar,
Isso sempre esteve lá
Você não sabe como é
como é ser eu...

eu a-d-o-r-o... essa letra.. tudo a ver comigo...(welcome
to my life) simple plan*

Anexo 15 - Perfil 15

quem sou eu: Os olhiinhoss deela sao qee neeim de Priinceesaa , quando
eella paassa concertezaa tii facilina Diigo aii Meeuu Deus do céu
eu adoroo essa miiniinaa . ♪

É Mulecaaa , é Sapeecaa , Mas saabe o que quer (!) 66

o Beleza nacional ,estilo patriicinha .

Garota Sangue Bom, Complicada e Pefeitiinha (!)

~~~~~//\\~~~~~

eu sou o modelinho que você sonhou!~~

~\* aquela garota que faz vc perder a cabeça.  
cuidado, eu faço estragos (( L ))

~~~~~\*~~~~~

a garota daa sandalia plataforma,da mini-saia,da blusa
colada,muito muito melhor que sua namorada (666)

Anexo 16 - Perfil 16

quem sou eu: *nome:Thais

idade: 14 anos; -Para alguns a pessoa mais grossa/estúpida do mundo, para outros uma menina adorável; Para alguns uma metida antipática, para outros a simpatia em forma viva; Não tente entender, não tente rotular, não tente definir; Uma menina de fases ! aquela que ri de qualquer bobagem, que se assusta com tudo, que chora pra aliviar a dor; aquela cheia de manias, gostos e reações estranhas, fora do comum; aquela pessoa paciente mas ansiosa; aquela que não consegue esconder o sorriso; aquela que se diverte com pouco; aquela que fala pelos cotovelos, mas gosta de pensar em silêncio; aquela que se magoa fácil, mas que sabe perdoar; aquela garota orgulhosa, mas que reconhece seus erros; aquela que tem inúmeros defeitos, mas qualidades incríveis... 'uma pessoa comum, mas não uma pessoa qualquer'.Beijão
;*(L)*

quem sou eu: Sou....

amiga....sim

legal.....sim

chorona....até demais!!!

bonita....vcs é q sabem

extrovertida....sim

maezona.....amooooo

apaixonada.....sempre

engraçada.....claro só pago mico!!!

atrapalhada....daqlas q consegue fazer um castelo de cartas e derrubar tudo sozinha rsrsr

bravinha....sempre

mas apesar de tudo nasci pra ser feliz e fazer as pessoas ao meu redor felizes tambem!!!!

SE FOR PARA ME ARREPENDER...

QUE SEJA DAS COISAS QUE EU NÃO FIZ

DOS SENTIMENTOS QUE EU ESCONDI

DAS RISADAS QUE EU NÃO DEI

DAS FESTAS QUE EU NÃO FUI

DOS AMIGOS QUE EU NÃO ME IMPORTEI

DAS LOUCURAS QUE EU NÃO COMETI

DOS BEIJOS E ABRAÇOS QUE EU NÃO DEI

DO TEMPO QUE EU PERDI

DOS AMORES QUE EU NÃO VIVI

DOS CONSELHOS QUE EU NÃO OUVI

DAS VERDADES QUE EU NÃO FALEI

DAS VIAGENS QUE EU NÃO FIZ

DOS CHOCOLATES QUE EU NÃO COMI

DAS MÚSICAS QUE EU NÃO DANCEI

DAS ILUSÕES QUE EU VIVI

DAS NOITES EM QUE CHOREI

DOS LIVROS QUE EU NÃO LI

DAS MENTIRAS QUE ACREDITEI

DAS CHANCES QUE EU PERDI

DAS CHANCES QUE EU NÃO DEI

DAS DECLARAÇÕES QUE EU NÃO FIZ

DOS LUGARES QUE EU NÃO FUI

DAS VEZES QUE ME ENGANEI

DAS PERGUNTAS QUE EU NÃO FIZ

DAS RESPOSTAS QUE EU NÃO DEI

DAS CARTAS QUE EU NÃO MANDEI

DAS MÁGOAS QUE SENTI

DOS SONHOS QUE NÃO REALIZEI

DAS OPORTUNIDADES QUE DESPERDICEI

DAS ALEGRIAS QUE EU NÃO VIVI

E PRINCIPALMENTE DAS COISAS

QUE NÃO TENTEI!..."