

CONSTRUÇÃO E EXPRESSÃO IDENTITÁRIA NO ORKUT: A EXPERIÊNCIA DE UMA FÃ DA *POPSTAR* AVRIL LAVIGNE

João Osvaldo Schiavon Matta¹

RESUMO

O Orkut é o *site* de relacionamentos mais representativo entre os internautas brasileiros. Em suas páginas, alguns jovens podem construir uma dinâmica presença *on-line* através de marcadores identitários. Estes são formados por informações pessoais que podem gerar identidades cibernéticas. Entre as possibilidades do uso destes marcadores, está a expressão da admiração de uma celebridade como a cantora Avril Lavigne. Propomos neste texto a discussão em torno do processo de culto a esta cantora realizado por uma fã como forma de construção de sua ciberidentidade dentro das fronteiras do Orkut.

Palavras-chave: Fã; Celebridade; Orkut.

¹ Doutorando em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM. MBA em Gestão de Negócios pelo ITA/ESPM. Graduado em Engenharia Eletrônica pela USP. Professor de Comunicação Social da ESPM/SP. E-mail: joaomatta@globo.com .

CORPO DO TEXTO

Este texto tem como objetivo descrever e analisar práticas sociais que se encontram presentes no Orkut². Procuramos compreender as intersecções entre os processos de consumo de celebridades e de construção identitária, a partir de uma análise centrada nas dinâmicas do Orkut. Para isto partiremos das relações sociais entre uma estrela da música, a cantora canadense Avril Lavigne, e algumas de suas respectivas fãs brasileiras que, neste caso, são mediadas por este *site* de relacionamento. Para assim, encontrarmos alguma compreensão das estratégias presentes neste ciberespaço. É importante ressaltarmos que este nosso estudo debruçou-se sobre as estratégias de construção desta celebridade no ciberespaço, sem desconsiderar que este processo se dá através de constante interação com os espaços fora da internet. Assim, direcionamos nosso foco para as estratégias. Entretanto é necessário observarmos também certos impactos que estas têm sobre os receptores. Neste caso, as fãs de Avril Lavigne.

Avril Lavigne é uma cantora que tem, majoritariamente, fãs adolescentes do gênero feminino que assumem gostar não só de ouvir suas músicas, mas também de entender suas mensagens e de copiar seu estilo. A cantora foi escolhida para este estudo por ser admirada de forma representativa no Brasil por um tipo de público que nos interessa particularmente estudar. O álbum *Let Go* (LAVIGNE, 2002), seu primeiro lançamento, vendeu mais de novecentas mil cópias no Brasil entre as oito milhões vendidas em todo mundo naquele ano. Seu público, formado de forma majoritária por indivíduos de faixa etária entre 10 e 13 anos, tem sido agrupado em um segmento construído para fins mercadológicos chamado de *tween*. Nesta faixa eles estão entre (*between*) a infância e a adolescência (*teen*), por isso o termo *tween*, que é resultado da combinação das palavras em inglês: *between* e *teen*. No Orkut podemos constatar uma forte presença de Avril. A cantora tem mais de mil³ comunidades ostentando seu nome completo como parte do título. A comunidade com maior número de participantes possui acima de quinhentos mil membros⁴.

O Orkut é o *site* de relacionamento mais popular entre os latino-americanos (O GLOBO ONLINE, 2007) e, no Brasil, é o mais representativo em termos de número de participantes.

² [Http://www.orkut.com](http://www.orkut.com). Acesso em: julho de 2008.

³ Número máximo mostrado pelo Orkut em uma busca por comunidades, o que significa que Avril tem mais de mil comunidades com seu nome como tema em janeiro de 2008, mas não é possível definirmos exatamente quantas.

⁴ Comunidade *Avril Lavigne* com 535.384 participantes. Acesso em: 25 de julho de 2008.

Atualmente⁵ cerca de 54% dos 69 milhões de usuários do Orkut cadastram-se como brasileiros, segundo a comunidade Orkut Statistics que informa esses tipos de dados. Ainda segundo esta mesma fonte, entre seus usuários, 13% tem até 18 anos de idade. Esse aparente fascínio do jovem internauta brasileiro pelo Orkut fez com que escolhêssemos este *site* de relacionamento para este artigo, mesmo sabendo que existem outros que são também bastante freqüentados: *Friendster*⁶, *MySpace*⁷, *Hi5*⁸ e *Facebook*⁹, por exemplo. Este último é o mais popular nos Estados Unidos e tem sido considerado entre alguns brasileiros como uma alternativa ao Orkut, mesmo sendo ainda todo apresentado em inglês.

O Orkut tem contribuído para a construção da identidade *on-line* de diferentes públicos, inclusive as jovens fãs de Avril. Isto se dá através do que é dito, modificado e experimentado por eles próprios no *site*. O conteúdo das interações é formado por manifestações de afetos, de emoções (possivelmente contidas até então) e por revelações de intimidades, tudo facilitado pelo caráter de quase-anonimato do meio. Um usuário do Orkut pode se valer de vários níveis de anonimato. Escolhe desde se mostrar apenas através de um simples apelido, que pode ou não identificá-lo diretamente, até revelar muitos dados sobre si e usar fotos pessoais. São várias as possibilidades de se construir um perfil identitário nesse tipo de *site*.

A psicóloga carioca Fernanda Bruno (2005) investiga os novos dispositivos de visibilidade trazidos pelas tecnologias da informação e da comunicação, que, segundo a autora, têm colaborado para as mudanças nas fronteiras entre o público e o privado na contemporaneidade. A autora revela certa curiosidade sobre o que antes se restringia à esfera privada e era distante do olhar público e neste caminho analisa *photoblogs* pessoais, *weblogs* e *reality shows* como possibilidades tecnológicas para a exposição pública da vida íntima e do cotidiano de indivíduos comuns. Sem desconsiderar as diferenças técnicas entre o Orkut e os espaços analisados por Fernanda Bruno, consideramos que aquele também se configura como um território de exibição da vida privada. Através dos diversos marcadores identitários disponíveis para os usuários deste *site* – fórum, comunidades, fotos, galeria de amigos, descrição de personalidade, perfil profissional e pessoal - as fronteiras entre o público e o privado tornam-se nebulosas. Cabe ao usuário modular o grau de nebulosidade entre elas. Os marcadores

⁵ Acesso em: 8 de fevereiro de 2008.

⁶ [Http://www.friendster.com](http://www.friendster.com). Acesso em: 27 de julho de 2008.

⁷ [Http://www.myspace.com](http://www.myspace.com). Acesso em: 27 de julho de 2008.

⁸ [Http://www.hi5.com](http://www.hi5.com). Acesso em: 27 de julho de 2008.

⁹ [Http://www.facebook.com](http://www.facebook.com). Acesso em: 27 de julho de 2008.

identitários presentes nas páginas deste portal comunitário permitem esta modulação na medida em que os internautas preenchem ou não os espaços disponíveis para sua exibição.

Nestes marcadores identitários está presente um constante fluxo e refluxo na disponibilização de informações que constroem, destroem ou reconstróem os conteúdos compartilhados no Orkut. Trata-se de um trabalho cooperativo e negociado entre os usuários para a construção do que é veiculado. Esta construção, então, é consequência de um processo que é social. E este se dá a partir de informações de fontes também externas ao Orkut, que não é compreendido por nós como um fenômeno isolado. É alimentado e alimenta outros meios, participando assim de um sistema midiático mais complexo.

No Orkut, o compartilhamento de conteúdo é também matizado pela percepção de ser visto e observado, de se ter as respectivas informações visitadas por outros, tornando público o que era íntimo e privado. Entendemos que o fato do material disponibilizado estar sempre ao alcance de muitos funciona como um legitimador do *eu*, o qual pode se sentir como uma mini-celebridade, com potencial de ser vista por todos. Um tipo de “estrelismo” que é mini por ser instantâneo e exposto a um menor número de público, se compararmos quantitativamente com as celebridades mais consagradas pela mídia dominante. A partir de marcadores identitários disponíveis no *site*, os associados do Orkut podem produzir o material que estará disponível para o consumo dos outros.

MARCADORES IDENTITÁRIOS

Consideramos marcadores identitários os recursos disponibilizados pelo Orkut para seus associados construírem e escolherem o grau de visibilidade que desejam expor. Os marcadores colaboraram para a definição do perfil identitário do internauta. Estes são sistemas simbólicos por meio dos quais significados podem ser produzidos e, com isso, posicionar os internautas como sujeitos neste *site* de relacionamento. Significados dão sentido às nossas experiências, àquilo que somos e também àquilo no qual podemos nos tornar. Este nos parece também ser o caso dos internautas que utilizam os marcadores do Orkut como práticas de representação naquele território. Segundo a professora inglesa Kathryn Woodward,

a representação, compreendida, como processo cultural estabelece processos de identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? Os discursos e os sistemas de representação constroem lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar. (WOODWARD, 2000, p. 17)

Estas questões mencionadas pela pesquisadora e que estão relacionadas ao *eu* presente no Orkut, trazem-nos uma idéia em torno da busca simbólica que um internauta faz quando se cadastra neste *site* e fornece uma série de informações que serão disponibilizadas ao outro na forma de imagens e escritos. Os marcadores identitários são, então, representações de lugares construídos a partir dos quais orkutianos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar.

Há diversos elementos que compõem os espaços disponíveis para a identificação do associado no Orkut. Na página de perfil de um usuário, um item no alto à esquerda mostra a foto do associado com seu nome e, logo abaixo, seus dados pessoais. À direita desta foto, encontramos, mais uma vez, o nome do associado, além de outras informações. Esses itens podem ser declarados ou não. As informações são divididas e chamadas pelo próprio Orkut de sociais, profissionais e pessoais. Além disto, também podemos observar na página de perfil de um orkutiano, logo acima, à direita, informações adicionais que são alimentadas automaticamente e que revelam quantos recados (ou *scraps*) estão armazenados na área específica para isso, quantos são os amigos do associado que se declaram seus fãs, e quantas fotos e vídeos ele disponibilizou para visualização. São mostrados também desenhos de coração, de sorriso e de cubo de gelo que representam possibilidades de escolha dos outros usuários para opinarem, respectivamente, sobre ele ser ou não *sexy*¹⁰, sua confiabilidade e sua simpatia.

Em outro local da mesma página, são mostradas as fotos e os apelidos de oito diferentes amigos do associado participantes de sua lista, ordenados cronologicamente pelo próprio *site*. Há um rodízio entre os amigos do associado mostrados em seu perfil; e logo abaixo das fotos, através de um clique, pode ser visualizada a lista completa desses amigos.

Além da disponibilização do perfil e da lista de amigos de um usuário, e da troca de mensagens (*scraps*) entre associados, o ingresso no Orkut permite também a participação em uma ou em mais comunidades¹¹. Quem optar em participar destas comunidades pode se manifestar. Tem a chance de criar fóruns de discussão, e enviar mensagens com informações e opiniões a

¹⁰ Reprodução exata da expressão utilizada pelo Orkut.

¹¹ Neste momento do texto utilizamos a expressão comunidade no sentido proposto pelo Orkut que é o nome dado a um espaço específico dentro do *site*.

qualquer usuário. Há um espaço para a criação de enquetes sobre qualquer assunto, assim como uma área para a divulgação de eventos. Cada participante tem, ainda, um lugar próprio com a miniatura de sua foto, com seu nome, mostrada ao lado das de todos os outros e que permite o acesso à sua página pessoal. Trata-se da lista de associados pertencentes a este grupo, disponível para qualquer um que queira consultá-la. É também uma lista ordenada cronologicamente: o primeiro da lista é o último a ter acessado o *site*, e assim por diante.

Mais três características da página de uma comunidade merecem nosso destaque. A imagem que ilustra a comunidade e que será divulgada na página de perfil do participante. Esta pode ser mudada a gosto do proprietário¹² ou ser suprimida, o que não é comum no Orkut. O conjunto de informações que é composto pelo nome da comunidade, pela sua descrição, pelo idioma em que os membros majoritariamente se manifestam, pela categoria à qual pertencem, pelo nome ou apelido de seu proprietário e criador, pelo nome dos mediadores, pela data e pelo local da sua criação. Por fim, a sugestão de outras comunidades a ela ligadas que é uma característica opcional ao usuário que queria criar uma comunidade no Orkut.

Quanto mais membros pertencerem a uma comunidade, maior nos parece ser seu reconhecimento. Poderíamos até nos arriscar a dizer que se trata de um tipo de capital simbólico que está em jogo no Orkut. Se traçarmos um paralelo, para uma melhor compreensão desse pensamento, com o que Bourdieu (2004) chamou de rituais de consagração de um determinado campo¹³, podemos dizer que a valorização quantitativa teria o sentido de uma busca por processos sociais de perpetuação. Mesmo não estando livre das imposições externas, o Orkut teria também seus próprios troféus. Acreditamos que um deles seria a consagração das comunidades, e de seus donos que se rejubilam com seus altos índices de inscritos. A comunidade *Eu danço*¹⁴, por exemplo, lista as datas, seguidas dos horários em que a comunidade atingiu altas marcas, quando o número de filiados ultrapassou dez mil, vinte mil, cinqüenta mil e cem mil. Também observamos inúmeros exemplos cujo nome é precedido da expressão maior comunidade, como: *A maior comunidade do mundo*¹⁵, *A maior comunidade do Orkut*¹⁶, *A maior*

¹² Toda comunidade do Orkut tem um proprietário que é chamado pelo *site* de dono. Este tem privilégios de parametrização da comunidade tais como: expulsar um participante “indesejado”, mudar as características da comunidade, transferir esta comunidade para outro dono, entre outras coisas.

¹³ A intenção desta citação não é dar ao Orkut o entendimento de campo. Nossa idéia é somente traçar um paralelo com o pensamento de rituais de consagração e de troféus que Bourdieu (2004) conceitua em sua obra para melhor esclarecer nosso pensamento.

¹⁴ Comunidade *Eu danço* com 195.277 participantes. Acesso em: 10 de fevereiro de 2008.

¹⁵ Comunidade *A maior comunidade do mundo* com 3.035 participantes. Acesso em: 10 de fevereiro de 2008.

¹⁶ Comunidade *A maior comunidade do Orkut* com 1.463 participantes. Acesso em: 10 de fevereiro de 2008.

*comunidade*¹⁷, *A maior comunidade Evangélica*¹⁸ e também *Maior comunidade do Orkut*¹⁹. O interessante é que, apesar dos títulos, possuem um número pequeno de participantes, a maior delas não contabiliza mais de três mil e duzentos membros. Entretanto, há um visível esforço para transformarem essas ainda pequenas comunidades em um disputado marcador identitário para seus usuários.

COMPARTILHAR EM COMUNIDADE

Um marcador identitário é, portanto, um caminho para se produzir o material que será compartilhado entre os habitantes do Orkut.

Segundo afirma a professora Gisela Castro (2005), ao trabalhar o conceito de tribos de ciberouvintes que compartilham música através da internet, o compartilhar no ciberespaço pode ser entendido como “sintoma dos novos modos de produção de subjetividades”. Trata-se de uma ciber subjetividade produzida e compartilhada “através de laços afinitários em torno do lúdico, do imaginário, dos pequenos acontecimentos cotidianos [...]” (CASTRO, 2005, p. 50). Os espaços compartilhados pelos usuários do Orkut, como locais para pequenos e importantes acontecimentos cotidianos, permitem que esses laços sejam potencializados e mantidos. Os marcadores identitários como sistemas simbólicos podem ser os responsáveis pelo estabelecimento de elementos do lúdico e do imaginário aos quais se refere a autora. Entre intersecções e diferenças nas características do conteúdo compartilhado por diversos internautas, podem-se encontrar razões para o estar junto. Além disso, a pesquisadora cita os novos modos de produção de subjetividades. Entendemos os marcadores identitários do Orkut como potenciais modos para este tipo de produção entre os jovens frequentadores daquele ciberespaço. Portanto, não se produz apenas materiais a serem compartilhados entre os orkutianos, este também pode ser um espaço para novas experiências e subjetividades serem produzidas.

Nesse contexto, vemos que os marcadores identitários funcionam como posicionamentos para serem assumidos pelos orkutianos. São posições que estes podem adotar e com as quais podem se identificar, apoiando, assim, a constituição de suas identidades. Com isto, os termos identidade e subjetividade mostram-se intercambiáveis e com uma considerável sobreposição

¹⁷ Comunidade *A maior comunidade* com 694 participantes. Acesso em: 10 de fevereiro de 2008.

¹⁸ Comunidade *A maior comunidade Evangélica* com 694 participantes. Acesso em: 10 de fevereiro de 2008.

¹⁹ Comunidade *Maior comunidade do Orkut* com 398 participantes. Acesso em: 10 de fevereiro de 2008.

entre eles. Trabalhamos os conceitos subjetividade e identidade como menciona Woodward. Para esta autora,

(...) nós vivemos nossa subjetividade em um contexto social no qual a linguagem e a cultura dão significado à experiência que temos de nós mesmos e no qual nós adotamos uma identidade. Quaisquer que sejam os conjuntos de significados construídos pelos discursos, eles só podem ser eficazes se eles nos recrutam como sujeitos. (WOODWARD, 2000, p. 55)

Subjetividade nos leva à compreensão que podemos ter de nós mesmos, enquanto identidade nos leva às posições que assumimos e com as quais nos identificamos. Um processo de produção de identidade envolve sentimentos que podem ser abarcados se explorarmos nossa subjetividade. Esta é capaz de nos explicar certas razões pelas quais nós nos vinculamos a identidades específicas. Há tipos de identidades que nos levam a expor nossas próprias vidas a riscos para defendê-las. Identidades nacionais, folclóricas e étnicas são exemplos. Somos capazes de grandes investimentos para defender nossas identidades, mesmo que nesta luta venhamos a construir novas. No Orkut, por exemplo, constatamos a existência de processos de produção de identidade que são fonte para a construção de cibersubjetividades. Ao mesmo tempo que são fontes, são também alimentados pelos reflexos dos sentimentos provenientes das experiências subjetivas dos orkutianos.

Ainda segundo Woodward (2000, p. 14), “a identidade é, na verdade, relacional, e a diferença é estabelecida por uma marcação simbólica relativamente a outras identidades”. Portanto, este processo de produção da identidade de um orkutiano também é afetado pelo respectivo processo dos outros. O resultado se dá a partir do estabelecimento de fronteiras simbólicas relativas entre as identidades produzidas. Este processo é ininterrupto e relacional. Dá-se a partir da convivência entre os internautas que habitam o Orkut.

Zygmunt Bauman (2005) nos fala sobre uma necessária convivência entre os conceitos de identidade e de comunidade. Segundo o pensador polonês, uma identidade se estabelece e pode ser expressa caso tenhamos um outro para reconhecê-la, que a legitime da forma como a construímos. Uma comunidade, então, seria um espaço de compartilhamento de identidades a serem assumidas e expressas. O autor narra a dificuldade que teve quando, ao ser informado de que seria homenageado em uma cerimônia na Universidade Charles de Praga, deveria indicar qual o hino nacional a ser tocado em tal evento. Morava na Inglaterra, onde atuava como

professor titular em uma universidade, mas nascera na Polônia. Era visto como um estrangeiro pelos ingleses, inclusive pelos seus alunos. Por outro lado, o governo de sua Polônia natal o havia proibido de trabalhar como professor, retirado sua cidadania e promovido sua expulsão. Diante disto, resolveu acatar a sugestão de sua mulher: seria homenageado ouvindo o hino do continente europeu. Acabou por entender que faria sentido a ele retirar a nacionalidade da sua definição de identidade, nacionalidade tornada inacessível a ele.

Segundo este pensador, identidade é tema de preocupações e controvérsias, é um processo e não um alvo fixo. As comunidades virtuais são também moduladas, variáveis segundo as identidades de seus membros. De acordo com o raciocínio que trabalhamos até então, estas podem ser vistas como um conjunto das subjetividades dos seus participantes que vivem um fluxo contínuo de construção identitária.

A origem da internet está enraizada, entre outras coisas, em seu uso social e nos hábitos interativos desenvolvidos pelos seus usuários. Segundo Castells (2003), as comunidades virtuais são uma das quatro camadas em que foi estruturada a cultura da internet. As outras três seriam a cultura tecnomeritocrática, a cultura *hacker* e a cultura empresarial. A cultura tecnomeritocrática está enraizada na ciência e na academia; a *hacker* é responsável pela maioria das inovações tecnológicas na internet; e a empresarial explora a rede como um território comercial.

Neste momento de nosso texto, direcionamo-nos para a análise da camada formada pelas comunidades virtuais, sendo estas trabalhadas em um sentido mais amplo que o citado anteriormente como parte dos marcadores identitários do Orkut.

O sociólogo canadense Barry Wellman (1999) traça uma arqueologia das pesquisas sociológicas que tratam da questão das comunidades em geral até chegar à sua forma de problematizar as virtuais. A obra parte da visão de comunidades consideradas como suporte de solidariedade para seus membros. Assim, resgata estudos de pesquisadores que consideram questões como vizinhanças solidárias, fronteiras físicas e atividades comuns como premissas para o estabelecimento comunitário. O autor sugere que questões como a globalização, as grandes dimensões das cidades com suas populações com diferentes interesses, as constantes migrações de indivíduos em busca de novas oportunidades de trabalho, e a facilidade de transporte e de comunicação entre longas distâncias tenham impactado também nas motivações em torno da construção de comunidades. Isto trouxe a possibilidade também de entendê-las através de uma

ótica diferente da utilizada até então que contemplava idéias como vizinhanças solidárias, fronteiras físicas e atividades comuns como sua cola de constituição.

Apesar do desgaste que a expressão comunidade virtual sofreu nos últimos anos com sua utilização desenfreada pelos veículos de comunicação de massa e também por executivos da área de marketing que a empregam para ilustrar deliberadamente suas falas sobre o ciberespaço, faz sentido, em nosso entendimento, utilizarmos a visão criteriosa de Wellman (1999) sobre as questões que envolvem um olhar diferenciado sobre as comunidades virtuais. O autor sugere olharmos uma comunidade como uma rede social. Esta pode ser uma forma de se entender comunidades, organizações ou sistemas políticos mundiais. Uma rede social torna-se então uma forma de se analisar uma comunidade que, em nosso caso, estamos tratando como virtual²⁰.

Nas palavras do autor,

social network analysis has freed the community question from its traditional preoccupation with solidarity and neighborhood. It provides a new way to study community that is based on the community relationships that people actually have rather than on the places where they live or the solidary sentiments they have²¹. (WELLMAN, 1999, p. 17)

Olhar uma comunidade como uma rede social evita termos que assumir que indivíduos participantes precisem interagir apenas motivados por vizinhanças fronteiriças, por graus de parentesco e também por divisões de atividades. Esta visão não é contrária a estas formas de constituição comunitária, apenas tira sua condição de pré-requisito para uma comunidade se estabelecer. São também formas de constituição, mas não as únicas. As redes sociais suportadas por computador, como argumenta Barry Wellman e Gulia em um capítulo do livro *Networks in the global village: life in contemporary communities* organizado por Barry Wellman (1999), são apenas um dos caminhos pelos quais indivíduos estabelecem suas interações. Isto não se dá separado de uma realidade *off-line*. As comunidades virtuais, como um tipo de rede social, formam-se a partir de um processo onde os participantes também trazem consigo suas bagagens identitárias de gênero, suas posições de classe, seus posicionamentos em outros tipos de redes

²⁰ Poderíamos também utilizar a expressão comunidade cibernética por estarmos estudando as comunidades presentes no ciberespaço. Entretanto, optamos por tratar as comunidades como virtuais respeitando a expressão de Castells (2003), como dissemos, considera as comunidades virtuais como uma das camadas que constituem a internet.

²¹ “A análise da rede social livrou a problemática da comunidade de sua tradicional preocupação com a solidariedade e com a vizinhança. Ela oferece uma nova forma de se estudar comunidade que é baseada nas relações comunitárias que as pessoas de fato têm, ao invés dos locais onde vivem ou nos sentimentos solidários que têm” (Tradução livre nossa).

sociais e suas conexões *off-line* com outros indivíduos. Para esses autores, a questão gravita em torno do impacto da arquitetura (des)hierarquizada da internet nas relações entre os nós da rede. Sendo assim, é preciso investigar sobre quais os tipos de suporte e de intimidade que se estabelece a partir destas redes sociais e sobre qual o nível de envolvimento que se constitui no mundo *off-line* a partir da participação nestas comunidades suportadas por computador. Estas questões, entre outras, norteiam nossa investigação sobre as fãs e antifãs de Avril Lavigne no Orkut.

Zygmunt Bauman (2005) analisa dois tipos de comunidades: as de vida e destino, e as de idéias e princípios. O primeiro tipo liga a identidade ao local de nascimento. Recebe-se ao nascer e é transferida de pai para filho. Consideram-se aspectos de vizinhança e de parentesco. O segundo tipo, uma identidade estabelecida em torno de idéias e de princípios, está próximo da forma como Barry Wellman (1999) vê as comunidades virtuais como redes sociais. Seus nós (membros) estabelecem um compartilhamento comunitário em torno de diferentes aspectos, como por exemplo, o culto de fãs a uma celebridade como Avril Lavigne. No Orkut, onde se pode construir e expressar identidades atreladas a um mundo de diversidade cultural, esta contemplação comunitária pode ser estudada. Maffesoli (2006) entende este tipo de espaço comunitário, como é o Orkut, como parte de um processo de neotribalização. Segundo este autor, a vida contemporânea apresenta traços de uma busca por um sentimento de pertencer, e as novas tribos seriam os espaços que pontuam esse pertencimento. A tribalização de nossos tempos difere de outras épocas pelas características sociais do momento atual como, por exemplo, a tecnologia, que pode permitir a um indivíduo viver sozinho sem estar isolado através de uma filiação a uma rede social.

Como citado, Maffesoli (2006) trabalha com o conceito de tribos que, segundo ele, estabelecem e mantêm vínculos afetivos entre seus membros e cuja proximidade é estabelecida a partir de dimensões emocionais. São vínculos criados a partir do compartilhamento de idéias, de sonhos, de desejos e de princípios. Em conferência ministrada na ECA/USP (informação verbal)²², ao mencionar o caráter complementar que as comunidades exercem no processo de construção identitária, o professor Muniz Sodré afirmou que “ser é estar socialmente junto”. As comunidades virtuais da internet, presentes de forma significativa na *world wide web*, podem ser vistas como novas formas de ser e de estar junto no espaço e no tempo. É uma das formas que

²² Conferência realizada em 29 de março de 2007 na abertura do semestre do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP.

muitos jovens têm encontrado para construir sua identidade a partir do vínculo com outros. As comunidades virtuais são espaços de compartilhamento do que esses usuários são, do que gostariam de ser, do que acreditam que sejam e de como imaginam ser percebidos. A visão destas comunidades virtuais como redes sociais nos conduzem a este tipo entendimento.

Supomos que os jovens presentes nas comunidades do Orkut encontrem caminhos para construir suas identidades: podem participar de uma ou mais tribos representando diferentes papéis que, em conjunto, montam e desmontam suas identidades, ao mesmo tempo em que as expressam. Conseqüentemente, podem surgir várias *personas* como resultado de um nomadismo identitário, que esses jovens podem considerar como forma de expressão e pertencimento comunitário. Um único usuário pode participar de tribos esportivas, sexuais, religiosas e de música ao mesmo tempo: na tribo esportiva, sua *persona* atlética entra em ação; na religiosa, toma a frente a *persona* religiosa. E assim estabelece identidades nômades e fragmentárias, experimentando diferentes modos de ser.

Uma fã de Avril Lavigne pode dispor de diversos marcadores identitários que o *site* disponibiliza: foto, nome, descrição, a galeria amigos, as comunidades de que participa, suas preferências e também comandos que ela pode escolher para deixar disponíveis para os visitantes do seu perfil.

A fã da cantora que analisamos se denominou “\$AMARA \$OUZA S2 100%AVRIL LAVIGNE!!!***”. Em seu complexo apelido acreditamos poder encontrar significados identitários e outros recursos meramente estéticos. Por exemplo, a substituição dos dois “S” que são as iniciais de seu nome e sobrenome por “\$”, signo que nos remete ao financeiro, parece ter motivação essencialmente estética. Temos observado várias páginas de perfil de usuários do Orkut e temos notado como recorrente a utilização de certos recursos para diferenciar os nomes e sobrenomes que são obrigatórios nas páginas, mas que também são marcadores identitários. Diante da pouca variedade de recursos gráficos para se diferenciar um nome de outro, utilizam-se recursos como caracteres e fontes diferentes para evitar o excesso de padronização. Acreditamos que esta fã tenha usado os dois “\$” tentando ser única ao menos em relação à estética do seu nome. Nossa suspeita em relação a essa escolha da usuária se fortalece quando entendemos o que vem logo em seguida de seu nome e de seu sobrenome: S2. Entendemos S2 como uma forma de simbolizar o fato de seu nome e sobrenome serem iniciados pela letra “S”. Além disso, é também importante o fato de ela declarar diretamente ser “100% Avril Lavigne”, o que entendemos como

uma manifestação de forte afeto em relação à cantora canadense. Os três pontos de exclamação e os três asteriscos que se seguem parecem-nos ser recursos estéticos, reforçando a tentativa de evitar uma padronização.

A internauta coloca como primeira frase de sua descrição no campo denominado “quem sou eu” pelo *site*, a seguinte frase: “UMA PESSOA QUE COLOCA DEUS EM PRIMEIRO LUGAR E A AVRIL LAVIGNE EM SEGUNDO ...”. Em um pensamento mais tradicional, esse tipo de seqüência de prioridades poderia ser visto como paradoxal, como uma profanação, uma mistura não bem-vinda. Entretanto, a fã não demonstra qualquer constrangimento com isso. Após observarmos as comunidades nas quais essa usuária está inserida, não nos pareceria estranho mesmo se a ordem da frase fosse invertida, colocando a cantora em primeiro lugar. De suas 72 comunidades, 28 têm como tema principal a cantora e apenas seis são relacionadas a temas religiosos, números que apenas representam um indicativo da convivência entre profano e divino nos marcadores identitários desta usuária.

Além disso, vemos em sua descrição a tradução de uma letra de música de Avril Lavigne. Esse espaço de descrição da página de perfil tem sido um dos marcadores usados pelos internautas para se apresentarem em linguagem verbal a seus visitantes. Trata-se de um espaço importante onde se pode declarar quem são. A orkutiana utiliza uma letra de música que fala sobre frustração amorosa, sensação de solidão. No caso, é delegado à música *Losing Grip* (faixa de *Let Go* – LAVIGNE, 2002) o papel de explicitador dos sentimentos da internauta naquele momento.

Outro ponto interessante a ser destacado como marcador identitário na página de perfil analisada é o conjunto de comunidades do Orkut das quais sua dona participa. Das nove mostradas em nosso primeiro acesso, seis cultuam Avril Lavigne, duas o jogador de futebol Kaka²³ e apenas uma trata de outro tema. Finalmente, no lugar da foto da internauta, vemos uma fotografia de Avril Lavigne, substituição bastante significativa quanto à valoração da *popstar* pela fã.

]

²³ Kaka é um jogador brasileiro de futebol que joga no time do Milan da cidade italiana de Milão. Este jogador deixa claro em todas as suas entrevistas que sua religião é a evangélica.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE O ORKUT

Notamos um jogo identitário na representação desta fã de Avril Lavigne que acabamos de analisar. Ela disponibiliza não só marcadores que buscam responder às questões “quem sou eu?” ou “quem eu gostaria de ser?”, mas também outros que respondem “quem eu não sou?” e “quem eu não gostaria de ser?”. Vemos a fã estabelecendo suas dinâmicas fronteiras identitárias a partir também de sua admiração pela cantora. Além de contemplar sua celebridade admirada, esta orkutiana colabora para a construção do conteúdo do Orkut formatando sua própria identidade *online*. Apesar do processo identitário ser, segundo Castells (2006), construído de forma internalizada, no Orkut ele passa por elementos externos. O processo de construção identitário, como citamos, contribui para a formação de sujeitos. Estes não são propriamente indivíduos. São formados a partir de indivíduos. “São o ator social coletivo pelo qual indivíduos atingem o significado holístico em sua experiência.” (CASTELLS 2006, p. 26) Portanto, a fã de Avril ao se propor à dinâmica identitária do *site*, pode se tornar um sujeito colaborador com o preenchimento dos conteúdos do Orkut.

Sob esse ponto de vista, este exemplo de rede social que é o Orkut pode ser visto também como um “corpo-rede” (LEMOS, 2004, p. 173) comunitário, em processo contínuo de construção e reconstrução de seu conteúdo; um espaço simbiótico entre a rede social e os corpos dos usuários pertencentes a ela, um grande território de compartilhamento.

O Orkut é um espaço simbiótico entre a rede de tribos do *site* e os corpos dos usuários pertencentes a ela. O corpo-rede do Orkut pode ser analisado, portanto, como um grande território neotribalizado onde se formam, modificam-se e se expressam as práticas comunicacionais cibersubjetivadas por elementos desse próprio corpo. Um corpo-rede não hierárquico e não compartimentalizado. Trata-se então de um corpo-rede que pode ser entendido como um rizoma, no sentido sugerido por Deleuze e Guattari (1995).

Rizoma é uma expressão botânica utilizada por esses autores para apoiar o entendimento de estruturas que não têm um pivô que as sustente. Uma orquídea é um rizoma, uma trepadeira é um rizoma, uma erva-daninha é rizomática e certos tipos de gramíneas são também rizomas. Não têm um pivô sobre o qual germinam, não têm uma estrutura arbórea clara e não apresentam órgãos claramente divididos. É importante frisar que um rizoma não se desfaz com a perda de uma de

suas partes, ele continua existindo quando parte de sua estrutura dele se desprende. Pequenas partes de um rizoma podem ser responsáveis por nova germinação e crescimento.

Estas são estruturas que apresentam características de heterogeneidade, multiplicidade e rupturas em seu corpo-rede, como pode ser também compreendido o Orkut. Nesse *site*, as partes que germinam seriam os usuários e os processos sociais que emergem a partir das interações e que podem transformar ou reconstruir o rizoma. André Lemos argumenta que,

as conexões do ciberespaço, assim como aquelas dos rizomas, modificam suas estruturas, caracterizando-as como sistemas complexos e auto-organizantes. [...] Aí está a força do ciberespaço como ambiente de compartilhamento estético-comunitário. (LEMOS, 2004, p. 136)

Este autor resume parte de nossas argumentações em torno do Orkut, parte do ciberespaço. Este corpo-rede rizomático pode ser visto como auto-organizante na medida em que seus próprios nós (orkutianos) também produzem o conteúdo que consomem de forma contínua.

Para finalizar nosso artigo, observamos que, de forma bastante evidenciada, há a possibilidade do desaparecimento de Avril Lavigne como celebridade nos próximos tempos. Esta cantora é uma estrela que, eventualmente, se aproximará do final de seu ciclo de sucesso na mídia. Não temos condições de inferir exatamente quando e de que forma isso irá ocorrer, mas acreditamos ser bastante provável. A escolha desta cantora como parte de nosso recorte foi pautada pela intensa admiração de jovens fãs por esta estrela. Como já afirmamos, este público é de nosso interesse enquanto objeto de estudo.

Algo semelhante nos parece ocorrer com o Orkut. Diferentes *sites* de relacionamento com novas propostas têm surgido e tendem a conviver com sua posição privilegiada na preferência dos jovens. Entretanto, mesmo que isto ocorra em um futuro próximo, temos a convicção de que nossas reflexões aqui apresentadas continuarão a fazer sentido, já que este texto utiliza Avril Lavigne e o Orkut apenas como exemplos deste processo de culto no ciberespaço.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2005.

CASTRO, Gisela G. S. As tribos de ciberouvintes: música e internet. Revista **Logos**: comunicação e universidade. Vol. 1, Nº 22. Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social, 2005.

CASTELLS, Manuel. **Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2003.

_____. **O poder da identidade**. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2006.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Volume 1. Rio de Janeiro, RJ: Ed. 34. 1995.

LE MOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre, RS: Sulina, 2004.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades pós-modernas. Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitária, 2006.

WELLMAN, Barry. **Networks in the global village**: life in contemporary communities. Boulder, Colorado: Westview, 1999.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz, Tadeu da. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

DISCOGRAFIA

LAVIGNE, Avril. **Let Go**: Sony BMG, [2002]. 1 CD.

WEBSITES CONSULTADOS

O GLOBO ONLINE. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2007/08/01/297063433.asp>>. Acesso em: 3 de agosto de 2007a.

ORKUT. Fonte: <<http://www.orkut.com>>. Acesso em: julho de 2008.

FACEBOOK. Fonte: <<http://www.facebook.com>>. Acesso em: julho de 2008.

FRIENDSTER. Fonte: <<http://www.friendster.com>>. Acesso em: julho de 2008.

MYSPACE. Fonte: <<http://www.myspace.com>>. Acesso em: julho de 2008.

HI5. Fonte: <<http://www.hi5.com>>. Acesso em: julho de 2008.