

CLICK CORPO ABRA IDENTIDADES - SUJEITOS E DISCURSOS NAS PÁGINAS DO ORKUT

Nilton Milanez¹

Gracielly Bittencourt Machado²

Resumo: Este trabalho destina-se ao estudo do *site* de relacionamentos *Orkut*, compreendido como um espaço de produção de identidades. Baseando-nos na perspectiva teórica da Análise do Discurso de orientação francesa, fundamentada nos postulados de Michel Foucault, analisaremos a construção discursiva das identidades a partir das imagens utilizadas pelos usuários do *site* em seus perfis e álbuns. A princípio, voltaremos nosso olhar para uma comunidade intitulada *Eu me amo e sou correspondido*, a fim de observar como, no interior de uma determinada comunidade virtual, se produzem as bases que firmam os deslocamentos de discursos que nos constituem como sujeitos históricos. Tendo em vista a constituição dos sujeitos e dos enunciados, bem como o papel da memória, o corpo será, então, tomado como receptor e transmissor de discursos. Dessa maneira, a construção dos corpos e das identidades apontará não somente mecanismos de controle dispostos nas páginas virtuais como também evidenciará, nessas relações de poder, resistências que delinham as posições do sujeito em nossa sociedade.

Palavras-chave: corpo, discurso, identidades, imagem, Orkut.

Abstract: This paper aims the study on the site of relationship named Orkut, understood as a space of identities production. Based on the theoretical perspective of the Discourse Analysis of French Orientation, under the postulates of Michel Foucault, we will analyse the discursive construction of identities form images taken by the referred site users in their profiles and albums. Firstly, we will focus on the community called *Eu me amo e sou correspondido* [I love myself and I am loved back], in order to observe as, within a certain virtual community, it is produced the basis which establish the discursive displacements constituting us as historical subjects. Aiming the constitution of subjects and enunciates, as well the role of memory, the body will then be taken as receptor and transmitter of discourses. Thus, the body and identities construction will point not only mechanisms of control disposed on the virtual pages but also will put in evidence within these relations of power resistances which design the subject position in our society.

Keywords: body, discourse, identities, images, Orkut.

¹ Doutor em Linguística/Análise do Discurso pela UNESP/Ar com doutorado sanduiche na *Paris III/Sorbonne Nouvelle*. Professor Adjunto de Análise do Discurso na UESB – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Campus de Vitória da Conquista; coordenador do projeto “Corpo e Discurso: lugares de memórias das

1. Primeiro click

O imagético alcançou incomparável destaque no mundo da comunicação contemporânea. Por meio da mídia, somos "bombardeados", diariamente, por imagens que disseminam padrões e valores e passam a figurar na memória coletiva. Com o advento da *internet*, as mídias tradicionais perderam o monopólio sobre produção e circulação de conteúdos. Espaços como *blogs*, *flogs*, *sites* possibilitaram ao cidadão comum o acesso a novas formas de intervenção, visibilidade e controle.

Este trabalho, portanto, objetiva compreender a produção de identidades na mídia por meio de imagens que a revista impressa e os internautas veiculam. Para tanto, escolhemos como objeto um dos mais populares instrumentos de comunicação virtual na atualidade, o *site* de relacionamentos, *Orkut*, considerando-o como espaço de circulação de imagens e produção identidades. No *Orkut*, os sujeitos ganham visibilidade, surge, então, o desejo de transmitir aparência bela e bem-sucedida. Desta maneira, o corpo, não aquele anatômico e biológico, mas aquele que se coloca em rede com outras instituições e relações interpessoais, subjugado às leis e disciplinaridades da mídia e da sociedade, ou seja, o corpo simbólico e metafórico tomado objeto discursivo nas suas relações de poder, saber e resistências.

Nessa linha, nosso trabalho se insere e utiliza como ferramenta para pensar o homem de hoje os pressupostos teóricos e metodológicos da Análise do Discurso de orientação francesa, fundamentada nos postulados de Michel Foucault. Assim, firmamos que nosso objeto de estudo coloca no centro o sujeito que pertence não somente a uma *web* virtual, mas, sobretudo, a uma *rede* de enunciados que nos dizem o que e como vivemos nossas vidas comuns no início do século XXI.

identidades brasileiras na mídia e na literatura"; líder do grupo de pesquisa *GRUDIOTORPO – Grupo de Estudos sobre o Discurso e o Corpo/CNPq*. E-mail: niltonmilanez@hotmail.com

² Graduanda em Comunicação Social/Jornalismo; aluna de iniciação científica/*UESB* no interior do projeto "Corpo e Discurso: lugares de memórias das identidades brasileiras na mídia e na literatura" e participante do *GRUDIOTORPO/CNPq*.

2. Discurso, enunciado e memória

A Análise do Discurso surge em um contexto de irrupções e rupturas. As mulheres lutavam por emancipação, a cidade de Paris foi sacudida pelo movimento de Maio de 68, valores eram questionados, tabus quebrados. Após duas guerras mundiais, observadas as barbáries que a razão humana foi capaz de autorizar, conceitos, até então, inquestionáveis foram colocados em cheque. A manipulação operada por meio da linguagem e dos discursos levou a uma rediscussão da teoria saussuriana (HAROCHE, PÊCHEUX & HENRY, 2007). Assim, é inaugurada uma nova forma de se pensar a linguagem, não mais tomada de maneira isolada, mas analisada segundo aspectos fundamentais até então excluídos das análises lingüísticas. Gregolin (2003, p.10) nos explica:

A análise do discurso nasceu com o objetivo de explicar os mecanismos discursivos que embasam a produção dos sentidos. Entendendo que há uma relação fundamental entre o lingüístico e o histórico, esse campo transdisciplinar produziu inúmeras pesquisas que se voltam para a compreensão de como se dá a produção e a interpretação dos textos em um determinado contexto histórico, em uma determinada sociedade.

A partir de então, o discurso é relacionado a três aspectos que permeiam sua constituição, ou seja, a história, a ideologia e o social passam a fazer parte das discussões lingüísticas e a Análise do Discurso torna-se um amplo campo de pesquisa. Segundo Fernandes, (2007, p. 21) analisar o discurso implica interpretar os sujeitos falando, tendo a produção de sentido como parte integrante de suas atividades sociais. Para o autor, essa análise destina-se a evidenciar os sentidos do discurso tendo em vista suas condições sócio-históricas e ideológicas de produção. As condições de produção compreendem fundamentalmente os sujeitos e a situação social. Assim, as palavras não têm sentido fixo, elas adquirem sentido em conformidade com as formações ideológicas em que o sujeito se inscreve. O elo que estabelece o significado com o sentido está na sua exterioridade:

Se na exterioridade do lingüístico, no social, há posições divergentes que se contrastam, nota-se a coexistência de diferentes discursos concomitantes, isso implica diferenças quanto à inscrição ideológica dos sujeitos e grupos sociais

em uma mesma sociedade, daí os conflitos, as contradições, pois o sujeito ao mostrar-se, inscreve-se em um espaço socioideológico e não em outros, enuncia a partir de sua inscrição ideológica; de sua voz emanam discursos, cuja existência encontra-se na exterioridade da estruturas lingüísticas enunciadas (FERNANDES, 2007, p. 24).

Esse sujeito não é concebido, na Análise do Discurso, enquanto um ser individualizado, é um sujeito social inserido na história, é mais um lugar de onde se fala. Tanto que um mesmo sujeito pode ocupar diversas posições em um mesmo universo discursivo. Segundo Foucault, (2000a, p.109) o sujeito do enunciado é um lugar determinado e vazio que pode ser ocupado por indivíduos diferentes. Logo, os discursos proferidos por este sujeito estarão sempre imbricados pelos imaginários do seu tempo e espaço social. O sujeito situa, então, o seu discurso em relação a discursos outros e a fatores extralingüísticos. O discurso é, portanto, um produto histórico que não pode ser analisado desconsiderando suas condições sociais de produção, pois tais condições são necessárias para compreender porque emergem alguns discursos enquanto outros são silenciados, visto que, os enunciados se repetem, se entrelaçam, se atualizam, se refutam e se unem para constituir discursos outros. Cabe lembrar a indagação de Foucault (2000a, p.57) sobre como apareceu um determinado enunciado e não outro em seu lugar?

Foucault (2000a, p.132) conceitua discurso como um conjunto de enunciados na medida em que se apóiam na mesma formação discursiva. O discurso é constituído de um número limitado de enunciados para os quais podemos definir um conjunto de condições de existência. O enunciado ocupa lugar central no método arqueológico de Foucault. Ele constrói sua concepção de enunciado a partir da oposição com outras unidades. A princípio, Foucault contrapõe o enunciado à frase, às proposições e aos atos de linguagem (speech acts), demonstrando que não é possível explicá-lo por meio de modelos tomados da gramática, da lógica ou da análise sem limitá-lo ou restringi-lo. Além de mostrar as diferenças entre o enunciado e esses conceitos, Foucault os correlaciona com o conceito de língua, evidenciando que enunciado e língua não estão no mesmo plano de existência e que a língua é um sistema de construção para enunciados. Dessa forma, não foi possível encontrar para o enunciado critérios estruturais de unidade, até porque o “enunciado não é em si mesmo uma unidade, mas sim uma função” (FOUCAULT, 2000a, p.99).

Para Foucault, quatro características fazem de uma seqüência de signos um enunciado:

- 1) A relação de enunciado com o que ele enuncia, que é uma relação diferente da estabelecida entre significante e significado, frase e sentido etc. O referencial do enunciado forma o lugar, as relações e o campo de emergência dos indivíduos, das relações postas em jogo pelo próprio enunciado.
- 2) A relação do enunciado com o sujeito. O sujeito do enunciado não está dentro do sintagma lingüístico, nem é necessariamente o autor da frase. Para que o enunciado exista, é necessário que haja uma instância produtora, mas essa função pode ser exercida por diferentes sujeitos. Portanto, “descrever uma formulação enquanto enunciado consiste em determinar qual a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser seu sujeito.” (FOUCAULT, 2000a, p. 109).
- 3) Outra característica do enunciado é seu campo enunciativo. “Um enunciado sempre tem margens povoadas por outros enunciados” (FOUCAULT, 2000a, p.102). Ele é constituído pelo conjunto das formulações a que o enunciado se refere modificando, reforçando, atualizando, pelas formulações no interior das quais o enunciado se inscreve, pelos enunciados que virão depois dele e pelo conjunto de formulações cujo *status* é compartilhado pelo enunciado.
- 4) A quarta condição para que uma seqüência de elementos lingüísticos possa ser considerada um enunciado é sua existência material e sua identidade é sensível a uma modificação desse *status*. Tanto a materialidade lingüística quanto as condições e limites impostos por outros enunciados interferem na identidade de um enunciado.

Como não existe enunciado que não suponha outros, a memória exerce um papel fundamental nestas redes discursivas. Gregolin (2000, p. 21) identifica três tipos essenciais de memória, que correspondem a três formas de olhar o passado: a memória mítica, a memória social, e a memória construída pelo historiador. Ateremo-nos ao conceito de memória social, que segundo a autora, é uma memória inscrita nas práticas de uma sociedade, constrói-se no meio termo entre a atemporalidade do mítico e a forte cronologia do histórico, apesar

de determinada pela ordem do histórico, não chega a ser, como esta, uma memória construída, ordenada e sistematizada.

Por isso, acreditamos que a memória é constitutiva do discurso, ela traz à tona narrativa, situações, tempos e espaços outros que insistem em se fazer presentes na história do nosso cotidiano. A memória reescreve discursos e é reconstruída a cada enunciação. Desta possibilidade da memória operar formulações anteriores, retomando e ressignificando discursos surge a noção de memória discursiva :

A noção de memória discursiva concerne à existência histórica do enunciado no interior de práticas discursivas regradas por aparelhas ideológicas, ela visa o que Foucault (71, p.24) destaca a propósito dos textos religiosos, jurídicos, científicos, literários, discursos que estão na origem de um certo número de atos novos e falas que as retomam, as transformam, são ditas, permanecem ditas e restam ainda à dizer (COURTINE apud MILANEZ, 2006, p.161).

A memória discursiva, portanto, nos envia a questões familiares que dizem respeito à maneira como nos lembramos das coisas, considerando-se o que se convém dizer ou não a partir de uma posição determinada no ato de uma escritura ou de uma tomada de posição (MILANEZ, 2006a). Assim, por meio da memória discursiva, a memória social, a memória mítica e a memória histórica são reconstruídas na enunciação fazendo com que todo e qualquer discurso, uma vez produzido, torne-se objeto de retomada:

Na nossa sociedade midiática, a imagem vence a luta com as letras e se impõe no cotidiano das ruas e das leituras, possibilitando a recitação de temas e figuras do passado, construindo a memória do presente e instaurando-os na atualidade. A imagem desvenda discursos adormecidos, desperta discursos não antes sonhados, constitui a nossa história cotidiana, desmontando-a aqui, e recriando-a ali nos espaços em branco ocupados pelo sujeito, que exerce sua resistência e firma sua subjetividade diante do *já-dito* (MILANEZ, 2006b, p.147).

3. Imagem, mídia e identidades

Em pesquisas anteriores (MILANEZ, 2006a) constatamos que, inicialmente, os estudos iconológicos se dedicavam somente aos aspectos intrínsecos e estruturais da composição de uma imagem. No final do século XIX, Aby Warburg rompe com essa concepção e passa a

enxergar as imagens como espelhos das atitudes de uma época. Vem à tona, então, as discussões sobre imagens tecidas nos trabalhos de W.J. T Mitchell (apud. Milanez, 2006a) que classificará as imagens não somente em seus aspectos gráficos, mas também quanto a sua compreensão por meio dos nossos sentidos e reconhecimento de aparência. Nesse trajeto, com os trabalhos de Hans Belting (2004a), tanto as imagens mentais, experimentadas nos sonhos e presentes na memória, quanto às imagens verbais, imagens que nascem da percepção descrita por palavras e pelas sugestões de metáforas.

Na perspectiva de Hans Belting, (2004a, 2004b) a significância da imagem torna-se acessível somente quando levamos em conta outros determinantes não-icônicos como, no sentido mais geral, mídia e corpo. Sendo que a mídia, aqui, é entendida não em seu sentido usual, mas no sentido de agente pelo qual as imagens são transmitidas. Enquanto o corpo significa tanto o corpo que performatiza quanto o que percebe, do qual as imagens dependem na mesma medida em que dependem de suas respectivas mídias. Na abordagem do autor, representações internas e externas ou imagens mentais a físicas devem ser consideradas como dois lados de uma mesma moeda. “Sabemos que todos temos ou possuímos imagens, que elas vivem em nossos corpos ou em nossos sonhos e esperam para serem convocadas por nossos corpos a aparecer” (BELTING, 2004a).

Assim, como os textos as imagens também não se apresentam de forma neutra, elas estão clivadas de discursos e, por isso, sujeitas a diálogos com outros discursos e outras imagens, que também agenciam memórias. Para delinear a relação entre imagem e memória, Courtine (apud MILANEZ, 2006a, p.168) introduz a noção de intericonicidade:

Toda imagem se inscreve em uma cultura visual e essa cultura visual supõe a existência para o indivíduo de uma memória visual, de uma memória das imagens. Toda imagem tem um eco. Essa memória de imagens se chama a história das imagens vistas, mas isso poderia ser também a memória das imagens sugeridas pela percepção exterior de uma imagem. Portanto, a noção de intericonicidade é uma noção complexa porque ela supõe a relação de uma imagem externa, mas também interna. As imagens de lembranças, as imagens de memória, as imagens de impressão visual armazenadas pelo indivíduo. Imagens que nos façam ressurgir outras imagens mesmo que essas imagens sejam apenas vistas ou simplesmente imaginadas. O que me parece importante é que isso coloca o corpo no centro da análise.

Atualmente, estamos expostos aos veículos midiáticos de forma jamais vista. A mídia ocupa um espaço de destaque na formação da esfera pública e exerce um papel pedagógico difundindo imagens e seus discursos. Portanto, “na sociedade contemporânea a mídia pode ser entendida como um poderoso dispositivo de produção de identidades” (MILANEZ, 2006b, p.156).

O trabalho discursivo de produção de identidades desenvolvido pela mídia cumpre funções sociais básicas tradicionalmente desempenhadas pelos mitos – a reprodução de imagens culturais, generalização e a integração social dos indivíduos. Essas funções são asseguradas pela ampla oferta de modelos difundidos e impostos socialmente por processo de imitação de formas ritualizadas. Esses modelos de identidades são socialmente úteis, pois estabelecem paradigmas, estereótipos, maneiras de agir e pensar, que simbolicamente, inserem o sujeito na ‘comunidade imaginada’ (GREGOLIN, 2007, p.50).

A questão da identidade chega a ser algo controverso atualmente. Segundo Hall (2000, p.7), as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado:

A assim chamada ‘crise de identidade’ é vista como parte de um processo mais amplo de mudanças, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social (HALL, 2000, p.7).

O autor expõe três concepções de identidade. Primeiro, a concepção do sujeito do iluminismo que estava baseada numa percepção de pessoa humana como um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação. Tratava-se de uma identidade contínua e idêntica ao longo da existência do indivíduo. Era uma concepção bastante individualista do sujeito e de sua identidade. Segundo, a noção de sujeito sociológico refletia a crescente complexidade do mundo moderno e a consciência de que este núcleo interior do sujeito não era autônomo e auto-suficiente, mas era formado e modificado na relação com outras pessoas e com mundos culturais “exteriores”. Terceiro, o sujeito pós-moderno é resultado das mudanças estruturais e institucionais, sua identidade torna-

se fragmentada e variável, constantemente influenciada por seu meio e influências.

Nesse sentido, a identidade do sujeito pós-moderno assemelha-se mais a identificações que a uma identidade fixa, pois há uma multiplicidade de identidade possíveis, com cada uma das quais poderíamos no identificar ao menos temporariamente. Para Hall (2000, p.13), “se sentimos que há uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos, ou uma conformadora narrativa do eu.” Focalizando, assim, superficialmente uma das posições sobre o sujeito e um certo prisma de investigar sua constituição identitária, não nos limitaremos ao didatismo de Hall, pois perseguimos os rastros de uma cadeia discursiva que se pulveriza como poeira ao vento, cegando os olhos, mas mostrando na pele de que somos feitos. Por isso, continuamos a busca pela identidade vasculhando os lugares e as opções que o sujeito faz para construir seu próprio rosto.

4. Abrindo páginas do *Orkut*

Há alguns anos, a *internet* passou a fazer parte do nosso cotidiano produzindo mudanças na relação dos sujeitos com a mídia. No ambiente virtual, o internauta passa de simples receptor a produtor de conteúdos e (re)criador de discursos. Com essas novas tecnologias, retiram-se os mediadores do processo da comunicação, cada sujeito pode se tornar uma emissora, uma mídia viva.

O ciberespaço constituiu-se em um novo ambiente de sociabilidade, gerando novas formas de relações sociais, produzindo discursos que não tinham lugar antes. Nos últimos anos, é notável o crescimento do número de *sites* de relacionamentos. Este fenômeno tem feito emergir uma variedade de redes, conectando pessoas ao redor do mundo, ampliando as teias dos enunciados e levando a serio a fala de Foucault, anunciando que um discurso produz outros, revitaliza uns, transformando-nos fatos reais em acontecimentos do discurso. Nessa esteira, o *Orkut* é um dos mais populares *sites* do ramo na internet. Lançado pelo *Google*, em 2004, é o *site* de relacionamentos mais acessado no Brasil, onde mais de 20 milhões de usuários interagem entre si. Mais do que um lugar de encontro de pessoas, para nos, o *Orkut* é o retrato publico do sujeito de hoje.

Segundo a descrição do próprio site, “o Orkut é uma comunidade on-line criada para tornar a sua vida social e a de seus amigos mais ativa e estimulante. A rede social do Orkut pode ajudá-lo a manter contato com seus amigos atuais por meio de fotos e mensagens, e a conhecer mais pessoas”. Nesse espaço cada participante cria seu perfil, no qual é possível criar uma rede de amigos, participar de diversas comunidades virtuais, postar fotos na página do perfil e em álbuns. Em geral, é possível ter acesso às informações postadas por todos os participantes, ver quantos amigos uma pessoa tem, as comunidades das quais ela membro, os recados que recebeu as fotos que inseriu em seu álbum, as atualizações que fez recentemente em seu perfil, os amigos em comum. Esse *site* transforma-se num ambiente onde os sujeitos ganham visibilidade e todas estas ferramentas tornam-se, portanto, linguagens digitais que possibilitam a construção de novos tipos de identidade. Para o usuário, ferramenta de sociabilidade, para nos, processos em construção do sujeito.

No universo do *Orkut*, nosso objeto de estudo é composto por uma comunidade intitulada *Eu me amo e sou correspondido*³, com 139.266 membros. Criada em 25 de agosto de 2004 e inserida na categoria Moda e Beleza, é descrita numa só frase: O que podemos fazer se somos maravilhosos! Na foto de capa, a figura de um rosto feminino sobre um tecido vermelho. A imagem mostra uma mulher branca usando maquiagem escura, os olhos bem delineados com sombra negra, sobrancelhas finas e cabelo negro e liso, na boca e nas unhas tons vermelhos, a mão encontra-se repousada sobre os lábios.

Observando os perfis e álbuns dessa comunidade virtual, pode-se observar uma grande incidência de fotos de participante em praias e piscinas ou fotos performáticas, evidenciando algumas partes do corpo. Para essa investigação escolhemos três fotos expostas em álbuns de membros da comunidade, além de fotos expostas na revista *Contigo*. A partir dessas imagens é possível analisar como esses sujeitos constroem suas identidades a partir do corpo que mostram.

³ Esse *site* pode ser acessado, se você estiver cadastrado como membro do *Orkut*, por meio do link <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=311606>>

4.1. Fuçando corpos alheios ou nós mesmos?

No *Orkut* existem dezenas de comunidades homônimas à estudada – *Eu me amo e sou correspondido*. Essa, entretanto, é a mais antiga e possui maior número de membros que as demais (139.266 membros). Isso produz um efeito de sentido, pois, percebe-se que o número de membros é valorizado entre os usuários do *Orkut*. A quantidade de componentes de uma determinada comunidade é um indício do seu nível de aceitação e parâmetro para avaliar se o dono é popular no ambiente virtual. Por outro lado, o próprio *site* valoriza o quantitativo, na medida em que, faz um ranqueamento entre as comunidades existentes. Nos resultados da buscas, as comunidades com maior quantidade de integrantes são exibidas no topo da lista contribuindo, assim, para manter um *status quo*, uma vez que, ao procurar uma comunidade no *site*, dificilmente o usuário irá até a última página mostrada. Na maioria das vezes ele ingressa numa das comunidades expostas na primeira página.

Quanto ao enunciado que compõe o título da comunidade - *Eu me amo e sou correspondido* - podemos elencar uma série de efeitos de sentidos. De imediato, consideraremos a questão dos relacionamentos na sociedade moderna. Numa cultura marcada pelo individualismo, pela instabilidade, pelo efêmero, na qual as pessoas são ligadas por laços frágeis e os ideais de coletividade entram em declínio, os relacionamentos tornam-se volúveis.

No geral, o compromisso a longo prazo passa a ser evitado. Tanto que, as pessoas falam cada vez mais de seus relacionamentos em termos de conexões. Bauman (2004, p.12), em seu livro *Amor líquido*, analisa as implicações dessa transposição da linguagem das redes para a linguagem dos relacionamentos. Segundo o sociólogo, uma rede serve de matriz tanto para conectar-se quanto para desconectar-se; não é possível imaginá-la sem as duas possibilidades. Na rede, elas são escolhas igualmente legítimas, gozam do mesmo *status* e têm importância idêntica. O autor complementa que as “relações virtuais”, parecem feitas sob medida para o líquido cenário da vida moderna em que se espera que as “possibilidades românticas” surjam e desapareçam numa velocidade crescente e em volume cada vez maior. As relações virtuais (rebatizadas de conexões) estabelecem o padrão que orienta todos os outros relacionamentos.

A lógica do consumo embutiu-se nas relações humanas. O indivíduo moderno, de convicções voláteis, seduzido pelas satisfações que o mercado pode oferecer passa a pensar seus relacionamentos em termos de custo-benefício. De fato, tudo em nossa atual sociedade é transformado em mercadoria.

Consideradas defeituosas ou não ‘plenamente satisfatórias’, as mercadorias podem ser trocadas por outras, as quais se espera que agradem mais. Mas ainda que cumpram o que delas se espera, não se imagina que permaneçam em uso por muito tempo. Afinal, automóveis, computadores ou telefones celulares perfeitamente usáveis, em bom estado e em condições de funcionamento satisfatória são considerados sem remorsos um monte de lixo no instante em que ‘novas e aperfeiçoadas versões’ aparecem nas lojas e se tornam o assunto do momento. Alguma razão para que as parcerias sejam consideradas uma exceção à regra? (BAUMAN, 2004, p.28).

“Em nosso mundo de furiosa individualização, os relacionamentos são bênçãos ambíguas. Oscilam entre o sonho e o pesadelo, não há como determinar quando se transformam em um ou em outro.” (BAUMAN, 2004 p.8). Neste cenário de incertezas, no qual as pessoas voltam-se cada vez mais para si mesmas, o amor próprio parece uma das poucas formas de amor que não causará decepções e sofrimento. Isso fica evidente na significação atribuída ao sentido de “amor” no enunciado avaliado.

Segundo o dicionário *Miniaurélio* (2001), o amor é um sentimento que predispõe alguém a desejar o bem de outrem; sentimento de dedicação absoluta de um ser a outro ou a uma coisa. Entretanto, as palavras podem ter sentidos diferentes a depender do contexto em decorrência dos diferentes lugares ocupados pelo sujeito. Nesse caso, o objeto do amor no enunciado que compõe o título da comunidade não é um outro, mas a si mesmo. Esse enunciado tanto manifesta o descrédito em relação aos relacionamentos, quanto reatualiza e ressignifica a lenda grega de Narciso, rapaz muito bonito e indiferente ao amor que ao debruçar-se numa fonte de água viu seu rosto e apaixonou-se pela própria imagem. Permaneceu nessa posição até morrer. No local de sua morte nasceu uma flor de beleza singular. Desse modo, é retomado um mito que compõe a memória coletiva da sociedade ocidental evocando o que poderíamos chamar de uma

concepção ‘narcisista’ do amor. Estamos, então, ao abrirmos as páginas do *Orkut* olhando o outro ou a nos mesmos no espelho de Alice, caindo dentro de nós sem fim?

4.2. “O que podemos fazer se somos maravilhosos”

No campo reservado à descrição da comunidade aparece a seguinte frase: *O que podemos fazer se somos maravilhosos*. A expressão – *o que podemos fazer* – denota uma relação de impossibilidade de mudança, é como se dissesse: Como somos perfeitos, só resta aos demais admirar nossa beleza. Mas porque essas pessoas se consideram perfeitos? Qual a idéia de perfeição que elas têm?

Percebemos que os padrões de beleza variam de época para época. A noção do que é belo é fruto de um processo de construção social e histórica. Na verdade, as pessoas consideram-se bonitas porque conseguem se encaixar num padrão estabelecido. A foto de capa da comunidade já é um indício de como se constitui a idéia de perfeição e beleza para esses membros. A figura mostra uma mulher branca, de cabelos extremamente lisos e traços finos. Sabemos que ao longo do tempo, os elementos “branco”, “claro”, “afilado” e “liso” foram sendo subjetivados culturalmente como superiores e bonitos. Nessa imagem, a cor vermelha, que geralmente está ligada ao desejo e a sexualidade, é predominante, aparece nas unhas, na boca e plano de fundo. A mão que repousa sobre os lábios insinua uma discreta provocação. “O exercício de poder que usa o sexo como mote tem, no entanto, se sofisticado. Quanto mais sutil, mais eficaz” (MILANEZ, 2004, p.154). Na foto, a mulher está bem maquiada, demonstrando que a beleza pode ser aprimorada pelo uso de alguns produtos cosméticos. Isso evidencia um discurso do mercado da beleza, um dos que mais cresce na atualidade e promete às pessoas a possibilidade de tornarem-se mais bonitas e atraentes por consumirem determinados produtos e marcas. Assim, na sociedade contemporânea, a busca pela beleza consiste em tornar-se cada vez mais parecido com o modelo estabelecido como belo. As indústrias de cosméticos, a medicina estética e a mídia encarregam-se de difundir, generalizar imagens e produzir um padrão de beleza.

4.3 Da pessoa comum à celebridade

Vamos então à análise das imagens selecionadas dos álbuns dessa comunidade. Na primeira foto há um rapaz jovem, vestido apenas com roupa de banho, a angulação da fotografia, de cima para baixo, coloca em destaque o rosto e o tórax despido. Do lado direito, o endereço de um *flog*. Já na segunda imagem, o rosto não aparece, dando lugar ao tórax, que fica em evidência. Na terceira foto, uma mulher também jovem num barco, vestida com biquíni, cabelos soltos, óculos de sol na cabeça e um *piercing* no umbigo, ao fundo, uma praia.

Os membros da comunidade, em geral, são pessoas jovens de ambos os sexos, no entanto, não há diferenciação entre os tipos de imagens apresentadas por homens e mulheres. Nos álbuns de muitos participantes, entre as fotos de amigos, da família, de viagens, há fotos em praias e piscinas ou ainda fotos evidenciando o corpo. Pode-se notar que as pessoas que veiculam essas fotos fazem parte do padrão de beleza de nossa época. Tanto que quem é considerado “gordo” ou “velho”, em nossa sociedade, não veicula uma foto desse tipo. Isso reforça um ideário de beleza e, mais do que isso, compõe sujeitos marcados por uma sexualidade mostrada. Os sujeitos agenciam a maneira como querem ser vistos.

Observando a composição das fotografias podemos perceber que os enquadramentos escolhidos mostram os aspectos que o sujeito deseja destacar. Na primeira e na segunda fotografia o enfoque está no corpo, especialmente, no tórax. Tanto nessas imagens exibidas na *internet* quanto nas fotos veiculadas nas revistas, observamos que a postura é retilínea. Nessa série enunciativa se inscreve uma discursivização disciplinar que remete a memória do militarismo. O modelo postural do corpo liga-se ao modelo postural do corpo dos outros, pois essas relações estão intrincadas com a experiência que temos da imagem de nosso próprio corpo. Ao lado da primeira imagem aparece o endereço de um *flog*. De maneira análoga aos programas de TV que anunciam ao final de uma matéria “para mais informações acesse o nosso site”, o endereço do *flog*, apresentado ao lado da foto, produz o seguinte efeito de sentido: “essa é somente uma amostra da minha beleza, se quiser ver mais acesse o meu *flog*”. Assim, o sujeito vale-se de mecanismos utilizados pela mídia para divulgar sua própria imagem.

Na segunda fotografia, apenas o tórax fica em evidência. Analisando essas materialidades discursivas percebemos que existe uma regularidade que compõe os enunciados, uma ordem desse discurso. De acordo com Foucault (2000a), há uma ordem do discurso estabelecendo que não se pode dizer qualquer coisa de qualquer lugar. Portanto, cabe indagar em que tipo de sociedade esse enunciado pode emergir e que fatores possibilitam o surgimento de um enunciado no qual a face, que identifica o sujeito, é suprimida enquanto o corpo é destacado. Esse discurso só poderia emergir numa sociedade em que o corpo é supervalorizado, e porque não dizer transformado em produto.

Já na terceira imagem apresentada, além do corpo, a paisagem também é destacada. Nessa foto, temos uma mulher jovem, em um barco, em trajes de banho e uma bela praia como plano de fundo. Diversas fotos desse tipo povoam as páginas da revista *Contigo* em inúmeros exemplares, agenciando desejos por meio dessa idéia da piscina ou da praia, exaltando a liberdade, a riqueza, conduzindo o destaque do “famoso”, da “celebridade”.

É possível, portanto, encontrar uma similaridade entre as imagens analisadas e às veiculadas nos meios de comunicação especialmente nas revistas de celebridades. Vemos, assim, que essa intericonicidade revela que há uma memória visual, uma memória das imagens, pois, as imagens também estão clivadas por discursos e entrelaçadas por uma memória coletiva.

5. Clicando para fechar

O discurso sobre o corpo no *Orkut* opera formulações trazidas de outros campos discursivos, evidenciado que “não há enunciado que não suponha outros; não há nenhum que não tenha em torno de si, um campo de coexistências, efeitos de série e de sucessão, uma distribuição de funções e de papéis” (FOUCAULT, 2000a, p. 113). O entrelaçamento desses enunciados produz um discurso e possibilita a construção de um sujeito. Segundo Belting (2004a) as mídias utilizam técnicas simbólicas por meio das quais transmitem imagens e as imprimem na memória coletiva. Vemos, então, pessoas comuns querendo ser vistas, no *Orkut*, como celebridades. O discurso da fama

e da busca pela visibilidade do corpo desloca-se das páginas da revista para as páginas desse *site* de relacionamentos, entrelaçamento de sujeitos em redes discursivas.

O corpo sexualizado e que se quer mostrado passa por mecanismos de controle e poder exercido por instituições como a mídia, a medicina, a escola entre outras. Mas, o sujeito também detém mecanismos de resistência. Para Gregolin (2007, p.55) seria muito simplificador entender que haja apenas passividade diante do agenciamento coletivo da subjetividade; pelo contrário, há pontos de fuga, de resistência, de singularização. A subjetividade é fabricada e modelada no registro social, mas os indivíduos vivem essa subjetividade tensivamente, re-apropriando-se dos componentes fabricados e produzindo formas de individualização, criando outras maneiras de ser.

Nesta era líquida-moderna, como nos explica Bauman (2001) o corpo torna-se instrumento para construção de auto-identidades, uma vez que, a identidade é definida historicamente, e não biologicamente, e o sujeito pode assumir diferentes identidades em diferentes momentos de sua trajetória. Vários mecanismos identitários são utilizados no *Orkut*, nas fotos observadas, por exemplo, há uma re-apropriação dos modelos difundidos pela mídia para a construção de uma identidade nas páginas do *site*. Esses mecanismos nos remetem a uma luta constante para firmar posições de sujeito na atualidade. Pois, nossas identificações indicam os nossos lugares sociais e evidenciam relações de poder.

Postas tais reflexões, acreditamos que a identidade é uma criação de múltiplas faces colocadas, sim, por instituições como as mídias, mas escolhida, alterada, adequada, recriada sob nossa própria lente de sujeito do cotidiano. Somos sujeitos com identidades que se formam a partir de um paradoxo, somos os “outros” e a reconstrução deles em nós. Assim, o turbilhão da circulação dos enunciados levam-nos, nós sujeitos, a escrever a história no dia-a-dia dos embates entre a nossa busca ao mesmo tempo pela singularidade de nossas vidas e das identidades de padrões que nos fincam a nossa própria época.

Referências Bibliográficas

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Trad. Plínio Dentzien: Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

_____. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

BELTING, Hans. *Imagem, mídia e corpo: uma nova abordagem à iconologia*. Disponível em: <http://revista.cisc.org.br/ghrebh8/artigo.php?dir=artigos&id=belting_1; 2004a> Acesso em: 12 set., 2007.

_____. *Pour une anthropologies des images*. Paris: Gallimard, 2004b.

FERNANDES, Cleudemar Alves. *Análise do discurso - reflexões introdutórias*. 2. ed. São Carlos: Claraluz, 2006.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Miniaurélio século XXI Escolar: o minidicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000a.

_____. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 2000b.

GREGOLIN, Maria do Rosário. Recitações de mitos: a história nas lentes da mídia. In: _____. *Filigranas do discurso: as vozes da história*. Araraquara, SP/Ed. UNESP: Cultura Acadêmica, 2000. p. 19-34.

_____. Discurso, história e a produção de identidades na mídia. In: FONSECA-SILVA, Conceição; POSSENTI, Sírio. *Mídia e rede de memória*. Vitória da Conquista, BA: Edições UESB, 2007. p. 39-60.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro - 4ª edição. Editora DP&A. São Paulo 2000.

HAROCHE, Claudine; PÊCHEUX, Michel; HENRY, Paul. A semântica e o corte saussuriano: língua, linguagem, discurso. In: BARONAS, Leiser Roberto (Org.) *Análise do discurso: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva*. São Carlos, SP: Pedro e João Editores, 2007. p. 13-31.

MILANEZ, Nilton. O corpo é um arquipélago: memória, intericonicidade e identidade. In: NAVARRO, Pedro (Org.) *Estudos do texto e do discurso*. Mapeando conceitos e métodos. São Carlos, SP: Claraluz, 2006a. p. 153-179.

_____. Mídia e história: deslocamentos do corpo, do sexo e da memória. In: SANTOS, João Bosco Cabral dos; FERNANDES, Cleudemar Alves. (Org.). *Análise do discurso: objetos literários e midiáticos*. Goiânia: Trilhas Urbarnas, 2006b. p. 147-161.

_____. A disciplinaridade dos corpos: O sentido em revista. In: SARGENTINI, Vanice ; NAVARRO, Pedro (Org.). *M. Foucault e os domínios da linguagem*. Discurso, poder, subjetividade. São Carlos, SP: Claraluz, 2004. p. 183-200.

Artigo recebido em abril de 2008 e aceito para publicação em junho de 2008.