

# IDENTIDADE, DISCURSO E AMBIENTE VIRTUAL NA PÓS-MODERNIDADE

Maria Clara Catanho Cavalcanti<sup>1</sup>

*RESUMEN: Con el desarrollo de nuevas formas de interacción a través de la internet, situaciones sociales que antes necesitaban la presencia física de los participantes, hoy pueden realizarse virtualmente. La interacción vía ordenador es un rasgo importante del sujeto posmoderno. Así, esta investigación tiene el objetivo de establecer la noción discursiva de identidad, buscando, principalmente, la construcción de las identidades en ambientes virtuales. Para ello, nuestro objeto de investigación han sido algunos web logs personales, en los cuales hemos verificado cómo personas comunes construyen sus identidades en los textos que escriben o indican. Nuestro eje teórico es constituido principalmente por Hall (2005); Moita Lopes (2003); Giddens (2002) y Fairclough (2001 y 2003). A partir de los análisis, hemos percibido que las identidades tienen naturaleza discursiva, presentando, por lo tanto, la característica de combinar lo personal y lo social. Finalmente, hemos constatado que los usuarios de herramientas interpersonales en la web buscan ubicar o construir, para sí o para los otros, identidades que ellos puedan percibir como reales, buscando tener conciencia sobre sus propias identidades.*

*PALABRAS CLAVE: Identidad. Web log. Posmodernidad.*

## 1. IDENTIDADE E PÓS-MODERNIDADE

Discussões sobre identidade têm sido recorrentes nas áreas da sociologia, da história, da linguagem, da antropologia, entre outras. O debruçar-se sobre esse conceito justifica-se principalmente pelo contexto histórico-social vivido nos dias atuais, denominado, muitas vezes, por modernidade tardia (GIDDENS, 2002), modernidade líquida (BAUMAN, 2001) ou pós-modernidade (HALL, 2005).

---

<sup>1</sup> Professora de Linguística na Universidade Federal de Pernambuco, doutoranda em Linguística pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: clara\_catanho@yahoo.com.br.

Pós-modernidade (HALL, 2005) denomina as alterações ocorridas e o consequente modo de vida, principalmente a partir da segunda metade do século XX. Conforme Hall (2005, p.14), *as sociedades modernas são, portanto, por definição, sociedades de mudança constante, rápida e permanente*. Do ponto de vista sociopolítico e cultural, mudanças drásticas ocorreram, por exemplo, na organização familiar com a inserção da mulher no mercado de trabalho, assim como também com os crescentes divórcios e separações, formando novos núcleos familiares. Quanto à sexualidade, é crescente a liberdade do jovem em relação às suas experiências sexuais, assim como a paulatina aceitação do homossexualismo.

Mudanças em relações interpessoais são também óbvias com os avanços tecnológicos. A internet possibilita a comunicação rápida e em tempo real entre pessoas de países diferentes, mas frequentemente afasta sujeitos que vivem numa mesma rua ou num mesmo bairro. O avanço tecnológico atingiu, ainda, os meios de transportes, facilitando a locomoção e a interação entre culturas diferentes. A globalização, de forma geral, facilita a troca, o intercâmbio, a socialização e a discussão de ideias num âmbito intercultural.

Em meio a esse momento da história que fragmenta paisagens culturais de sexualidade, gênero, classe, nacionalidade, raça e etnia, vemos surgir questionamentos sobre a vida tradicional com relação a muitos valores e ideologias tidos como verdades. Esse é um dos motivos para que as teorias sociais discutam intensamente o tema da identidade. A principal questão é a constatação de que velhas identidades, as quais estabilizavam o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até então visto como um sujeito unificado. Assim, explica-se a necessidade de estudar as identidades, já que se considera ser este conceito um construto central na compreensão de todas essas mudanças. Portanto, é nosso propósito, neste estudo, discutir o conceito de identidade enquanto construção discursiva.

## **2. IDENTIDADE COMO CONSTRUÇÃO DISCURSIVA**

As identidades são sempre construídas socialmente e discursivamente. Concordamos com Hoffnagel (2010, p. 64) quando afirma que:

não fazemos distinção entre identidade pessoal ou individual e identidade social. Seguimos a linha construtivista que tem a identidade como uma realização interacional, negociada e alcançada em eventos comuns, como traços constitutivos de encontros sociais.

Também não consideramos a identidade como pré-discursiva, mas acreditamos que há uma produção discursiva da identidade. Baseamo-nos nas ideias de Norman Fairclough (2001, 2003), na Análise Crítica do Discurso, para definir discurso como um modo de ação, como uma prática que altera o mundo e altera os outros indivíduos no mundo. A linguagem, portanto, é vista como prática social:

Ver o uso da linguagem como prática social implica, em primeiro lugar, que esse uso é um modo de ação e, em segundo lugar, que ele é sempre um modo de ação socialmente e historicamente situado, numa relação dialética com outras facetas do 'social' (seu 'contexto social') – ele é formado socialmente, mas também forma socialmente, ou é constitutivo (FAIRCLOUGH, 2001b, p. 33).

Em Discurso e Mudança Social, Fairclough (2001a, p. 90) afirma: *ao usar o termo 'discurso', proponho considerar o uso de linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais*. Acreditamos na dimensão da prática discursiva como uma prática social de produção, distribuição e consumo de textos - uma prática de atores ativos que atribuem sentido - e a dimensão social que trata das práticas discursivas em relação à estrutura social. Fairclough (2003, p. 124) afirma ainda sobre discurso: *eu vejo discursos como formas de representar aspectos do mundo – os processos, relações e estruturas do mundo material, do mundo mental dos pensamentos, sentimentos, crenças e assim por diante, e o mundo social*. Ainda defende o autor que os discursos não representam o mundo como ele parece ser, mas são sempre projetivos, imaginários, representando mundos possíveis, os quais são diferentes do mundo real; e vinculados a projetos de mudar o mundo em direções particulares.

Se o discurso é visto como prática social, esta é a dimensão do uso da linguagem e, como tal, envolve processos de produção, distribuição e consumo

dos textos, sendo variada a natureza desses processos dentre os tipos diferentes de discurso e de acordo com os fatores sociais. A totalidade de práticas discursivas dentro de uma instituição ou sociedade e a relação entre elas são chamadas ordens do discurso. Conforme Magalhães (2001, p. 17), *a prática social é a dimensão relacionada aos conceitos de ideologia e poder: o discurso é visto numa perspectiva de poder como hegemonia e de evolução das relações de poder como luta hegemônica*. É importante salientar que, na Análise Crítica do Discurso, a hegemonia é considerada instável, remonta um foco de luta constante sobre pontos de instabilidade entre as classes e os blocos dominantes.

Fairclough (2001a) considera que o mundo é constituído pela atribuição de sentido que os atores sociais lhe impõem. Sem a interação subjetiva, a intenção dos sujeitos e a atribuição de sentido aos objetos, não existem condições para explicar o processo de produção do discurso e dos sentidos. O acontecimento discursivo apresenta, portanto, práticas discursivas e não discursivas motivadas estruturalmente, por outro lado, os sujeitos é que estão a todo o momento ressignificando, colocando as estruturas em risco em suas práticas discursivas. As estruturas e as práticas revelam-se com uma fluidez sem precedentes, uma fluidez que recoloca o sujeito, ator motivado, seja intencional ou ideologicamente, novamente no centro. Para Fairclough (2001), o agente-sujeito é uma posição intermediária, situada entre a determinação estrutural e a agência consciente. Ao mesmo tempo em que sofre uma determinação inconsciente, ele trabalha sobre as estruturas no sentido de modificá-las conscientemente.

## 2.1. VISÃO DISCURSIVA DE IDENTIDADE

O discurso é sempre proveniente do uso da linguagem nas ações humanas, proferido por alguém numa situação específica. Esse alguém tem suas marcas identitárias específicas, situando-o na vida social e o posicionando no discurso de modo singular assim como seus interlocutores. De acordo com Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 96):

Os conceitos de identidade e *self* tendem a ser associados com o foco interacional, no qual as pessoas constroem sua própria identidade individual ou coletiva no discurso. O pano de fundo para essa perspectiva são as identidades inquietantes no fluxo da modernidade tardia – a luta para encontrar identidades é um dos temas mais difundidos da modernidade tardia e um dos focos mais nítidos das reflexões da modernidade tardia.

Portanto, quando usamos a linguagem não o fazemos como um simples usuário, mas como, por exemplo, uma mulher morena, heterossexual, jovem, de classe trabalhadora, brasileira, professora etc. Conforme Moita Lopes (2003, p. 20):

O sujeito usa a linguagem a partir de suas marcas sócio-históricas ainda que certos traços identitários sejam suspensos em algumas práticas discursivas ou em alguns posicionamentos interacionais em uma mesma prática discursiva ou que possam se tornar mais relevantes em algumas práticas ou em certos posicionamentos interacionais.

É dessa maneira que uma pessoa pode partilhar diferentes construções identitárias de acordo com o contexto no qual a prática social ocorre. Fundamentados nessas perspectivas, observamos identidades múltiplas, contraditórias e fragmentadas.

Como afirmamos anteriormente, adotamos uma visão socioconstrucionista de identidade, o que implica uma visão não essencialista. Isto quer dizer que não entendemos as identidades como definidas biologicamente ou fixas. Uma visão socioconstrucionista do discurso implica três características para as identidades construídas social e discursivamente: fragmentação, contradição e fluxo (MOITA LOPES, 2003).

Identidades são fragmentadas porque não podem ser homogeneizadas e definidas levando-se em consideração apenas uma de suas características. Uma mesma pessoa pode apresentar múltiplas identidades, conforme seu gênero, raça, idade, classe social, estado civil, sexualidade, profissão etc.

Identidades são também contraditórias, pois os sujeitos partilham várias identidades, as quais, por vezes, podem entrar em contradição devido às relações de poder existentes na sociedade. Uma visão não essencialista das identidades pressupõe que identidades contraditórias coexistam em uma mesma pessoa. Assim, um homem pode ser policial e fazer parte de quadrilhas de tráfico de drogas, sendo também um bandido, e suas identidades podem ser

claramente percebidas através de seus discursos inseridos nessas práticas sociais contraditórias.

Por fim, temos que identidades ocorrem em fluxo, são fluidas (BAUMAN, 2001), ou seja, estão sendo constantemente construídas e reconstruídas, conforme as práticas discursivas em que os sujeitos sociais se engajam.

As identidades surgem em manifestações de discurso, já que são sempre construídas no simbólico, ou seja, na linguagem. A identidade é simbólica tanto quanto social. O social e o simbólico são processos diferentes, no entanto, necessários para a construção e a manutenção das identidades.

O social diz respeito às práticas e relações sociais, enquanto que o simbólico diz respeito aos recursos utilizados para dar sentido a essas práticas e relações sociais [...] As distintas posições de identidade, assim como as restrições sobre quem pode assumir que identidades sociais, são produzidas tanto por sistemas simbólicos (e.g. linguagem) quanto por sociais (práticas e relações sociais) (FIGUEIREDO, 2009).

Nessa integração entre o simbólico e o social, vemos que, assim como o discurso é construído pelos seus participantes, também o são as identidades sociais. É por meio do discurso que as pessoas constroem suas identidades sociais e se posicionam no mundo (HALL, 2005). Identidades sociais não são inerentes às pessoas nem são fixas; mas são construídas no discurso durante os processos de construção de significados.

Nessa relação interativa de produção de discursos, encontramos a noção de alteridade, pois o que produzimos em nossos discursos depende da forma como vemos o outro. Assim, a forma como nos enxergamos no mundo social também depende da forma como vemos o outro e de como o outro nos vê. Portanto, em meio a uma prática discursiva, percebermos e considerarmos as identidades sociais dos participantes dessa prática, além disso, fazemos parte da construção e reconstrução das identidades sociais destes participantes, assim como suas identidades participam da construção das nossas próprias. Identidades são construídas em interações sociais, portanto dependem da existência do outro, sendo passíveis de constantes reconstruções e transformações em novas interações. Conforme Tilio (2009):

A identidade não está ligada a ser, mas a estar, ou, mais especificamente, a representar. Sendo a identidade uma construção social, e não um dado,

herdado biologicamente, ela se dá no âmbito da representação: a identidade representa a forma como os indivíduos se enxergam e enxergam uns aos outros no mundo.

Dessa forma, a construção da identidade ocorre no interior de contextos sociais que determinam a posição dos agentes, orientando suas representações e suas escolhas. As identidades são, portanto, definidas com base em critérios culturais, históricos e institucionais. Assim, assumem papéis diferentes em sociedades diferentes, pois cada sociedade tem seus padrões culturais para gênero, sexualidade, raça e demais identidades sociais.

Dessa forma, a concepção de identidade que defendemos baseia-se num sujeito sociológico e pós-moderno, pois sua identidade não é fixa nem permanente, mas se constrói na interação com a sociedade. Nesse contexto da pós-modernidade, a globalização é um importante fator a ser considerado na construção de identidades, já que nossas vidas podem ser facilmente afetadas por qualquer acontecimento em qualquer lugar do mundo (GIDDENS, 2002).

Como vimos, o discurso não ocorre num vácuo social, mas numa situação determinada, sócio-historicamente marcada e entre interlocutores. Nesse contexto, constroem-se as identidades, as quais não estão prontas e acabadas, mas se formam durante os processos discursivos. Nessas construções, é inegável a relação de poder presente nas práticas discursivas e intrínseca à construção de significados, já que temos posicionamentos sócio-históricos na vida social, ainda que essas relações de poder possam ser revertidas por meio de contradiscursos. Logo, podemos afirmar, concordando com Moita Lopes (2003, p. 27) que as identidades são *construções sociais e, portanto, discursivas, visto que aprendemos a ser quem somos nos encontros interacionais de todo o dia.*

Além disso, pensamos que se consideramos o sujeito como agente – ou seja, como uma entidade regida pela estrutura social, mas que também age sobre ela, a resignificando – não podemos afirmar que suas identidades são controladas apenas pelo social. Não negamos que as identidades são construídas em práticas discursivas, mas entendemos que, nessas práticas discursivas, também ocorre interação subjetiva, a intenção dos sujeitos e a atribuição de sentido aos objetos.

Creemos ser a reflexão de Giddens (2002, p. 09) bastante pertinente, pois ele aponta que:

os novos mecanismos de autoidentidade são constituídos pelas instituições da modernidade, mas também as constituem. O “eu” não é uma entidade passiva, determinada por influências externas; ao forjar as autoidentidades, independente de quão locais sejam os contextos específicos da ação, os indivíduos contribuem para (e promovem diretamente) as influências sociais que são globais em suas consequências e implicações.

Portanto, consideramos identidade como pessoal e social ao mesmo tempo. É pessoal, por exemplo, quando o sujeito escolhe mostrar certa identidade em detrimento de outra; e é social na medida em que é o contexto que o faz refletir e decidir sobre suas escolhas identitárias, além de regular ou estruturar os comportamentos adequados à(s) identidade(s) que se quer mostrar. Acreditamos que a subjetividade seja produto de tempo e espaço determinados, ou seja, do meio social. Logo, identidades pessoais e sociais são intrínsecas.

## 2.2. IDENTIDADE COMO CONSTRUÇÃO DISCURSIVA NO AMBIENTE VIRTUAL

Em plena pós-modernidade, a globalização é um conceito amplo que enfatiza múltiplos fatores e manifesta várias tendências, como a revolução comunicacional liderada pela internet, estabelecendo a era da comunicação virtual. A interação via computador é característica importante do sujeito pós-moderno. Assim, estabelecida a noção discursiva de identidade, chama-nos a atenção a construção das identidades em ambientes virtuais.

Com o desenvolvimento de novas formas de interação por meio da internet, situações sociais que antes precisavam da presença física dos participantes, hoje podem se realizar virtualmente. Ao estabelecer essas relações, o indivíduo necessariamente produz novas formas de interação. Essa mudança reflete na representação do sujeito, ou seja, na construção de sua identidade, assim como em sua relação com o outro. Conforme Matuck e Meucci (2005),



Com a *Internet*, os processos de construção identitária vêm ganhando uma nova forma. Ao disponibilizar um lugar no ciberespaço, a rede possibilita a um número maior de pessoas a oportunidade de se relatar, garante maior liberdade de mostrar ou construir a própria identidade. Tal possibilidade constitui um fenômeno, que se potencializa com o surgimento dos blogs, *fotologs* e das comunidades virtuais, como o *Orkut*, *Gazzag* e outras.

Nessas ferramentas e nas comunidades virtuais, encontramos os perfis dos usuários, textos que escrevem sobre si mesmos com o intuito de se apresentarem e mostrarem quem são. Nessas mensagens, vemos identidades mostradas muito claramente, no entanto, a identidade de um usuário pode ser notada nos outros textos escritos por ele e nos comentários que os leitores fazem.

Os *blogs*, por exemplo, inicialmente chamados de diários virtuais, são ferramentas da *web* que apresentam estes três recursos comunicativos básicos:

- 1- As postagens, textos postados pelo dono do *blog*, os quais podem ser narrativas curtas, depoimentos, comentários opinativos a respeito de algum assunto polêmico, enfim, são textos que orientam a comunicação e em torno dos quais os comentários são feitos. Quanto ao aspecto formal, as postagens são antecedidas pela data e geralmente possuem título.
- 2- Os comentários são as respostas dos leitores às postagens do dono do *blog*. No final de cada postagem há um *link*; ao clicar, o leitor é direcionado a outra página, na qual se podem ver os comentários dos outros leitores e pode-se também escrever o seu. No início ou no final de cada postagem, há uma indicação do número de comentários feitos.
- 3- Os *links* podem ser indicações do dono do *blog* e podem também ser algum tipo de propaganda comercial.


Quando o *blog* é pessoal – visto que hoje em dia tem servido a vários tipos de ação, por exemplo, como ferramenta pedagógica, como meio de divulgação política, como instrumento de vendagem para comerciantes, entre outras funções – encontramos, além de postagens, comentários e links, o perfil de seu dono. Além disso, o *blog* é uma ferramenta cada vez mais popular na rede devido a dois fatores fundamentais: o primeiro é a facilidade na sua criação e no seu manuseio; o segundo é a gratuidade do seu uso. Outras

características são também fundamentais: o *blog* é ao mesmo tempo fugaz, pois possibilita atualização rápida; e perene, já que os escritos são mantidos e arquivados na rede. Outra peculiaridade, na discussão sobre identidade no *blog* é a relação entre o público, publicação em rede, e o privado, escrita pessoal.

Construímos identidades virtuais para existir neste mundo, e no virtual. No processo de construção de identidade, a autodefinição é uma prática discursiva comum. Esta, no *ciberespaço*, se dá, principalmente, através de dados pessoais, das descrições narrativas, das imagens e fotos postadas, bem como da maneira que perfis são organizados.

Ainda usando o exemplo dos *blogs*, tratando de *blogs* pessoais, encontramos perfis mais simples, mais objetivos e outros que são verdadeiras biografias. No *blog* “O real imaginado”, de Rejane Maria Cavalcanti, podemos ver seu perfil intitulado “Quem sou eu”, formado por uma foto apenas do rosto e do seguinte texto:

Quem sou eu



[Rejane Cavalcanti](#)

Sou Rejane, casada com Geraldo Barroso. Posso dizer que tenho 3 filhos: Romero, que nasceu de mim, Amanda, filha do meu companheiro e Lucas, que nasceu e se criou na minha casa. Amo os 3 de paixão. Sou nordestina, sou mulher, sou cinquentona, mas "A verdade essencial é o desconhecido que me habita e a cada amanhecer me dá um soco" Carlos Drummond.

(Rejane Maria Cavalcanti, 2010, em O Real Imaginado)

Nesse perfil, somos apresentados a várias características de Rejane Maria, as quais considerou mais relevantes para se autodefinir, inclusive sua foto. É importante notarmos que, além do perfil, outros textos são importantes para a identificação das identidades construídas. Quando lemos algumas postagens do *blog* “O real imaginado”, constatamos facilmente que sua autora é eleitora e militante do Partido dos Trabalhadores (PT), faz campanha para Dilma Rousseff e é grande admiradora do Presidente Lula. Se checarmos suas

indicações de *links*, as informações sobre ela aumentam, pois indica, além de sites relacionados ao PT, outros que tratam de liberdade de imprensa, de educação, de arte, do estado de Pernambuco, de ações ativistas feministas e de política de modo geral. Não só o texto verbal é levado em conta no processo da autodefinição, as imagens, o layout e até o som que alguns *blogs* produzem podem ser relacionados ao perfil de seu dono. No de Rejane Cavalcanti, por exemplo, há a imagem de Clarice Lispector, de Pagu, há um cartaz sobre a Marcha Mundial das Mulheres e sobre a imprensa.

Ao lado do processo de autodefinição, Matuck e Meucci (2005) apontam o interessante conceito de alo-definição, abordando o processo de alteridade na construção da identidade:

Chamamos de alo-definição as definições que os outros fazem do indivíduo, bem como os meios pelos quais restringe sua livre definição [...] Na construção do ciberespaço, somos limitados pelos softwares usados na construção da página. Colocar certas informações em detrimento de outras, que queremos, é um mecanismo alo-definidor.

A possibilidade, ou não, de colocar imagens, seu tamanho ou cores; escrever o que e onde etc. são imposições de padrões que respeitam a flexibilidade do *software*, do servidor, da política das empresas que disponibilizam esses serviços, bem como exigências legais. Tão importante quanto a autodefinição é o relato do outro que legitima ou deslegitima o perfil construído pelo usuário.

Ao final do texto autodefinidor apresentado anteriormente, no *blog* de Rejane Maria, há um *link* “visualizar meu perfil completo”, através do qual somos direcionados a uma página gerenciada pelo *software* que publica o *blog*. É uma espécie de formulário que o usuário preenche, conforme as seguintes informações: nome, sexo, signo, atividade, profissão, local onde mora, quem sou (seção publicada na primeira página do *blog* e reproduzida acima), interesses, filmes favoritos, músicas favoritas e livros favoritos. Nesse caso, é perceptível a alo-definição no sentido da organização da página, indicando que informações devem ser fornecidas.

Outro interessante ponto a ser pensado quando refletimos sobre identidade virtual é a possibilidade de diálogo entre pessoas famosas e cidadãos comuns que algumas ferramentas no *ciberespaço* fornecem.

Ferramentas como o *twitter* podem nos deixar a par de várias ações corriqueiras de um ídolo, por exemplo. Num artigo recente, Cavalcanti (2009), analisou o *blog* do famoso autor de novelas Aguinaldo Silva, verificando as identidades que ele decide partilhar por meio de suas postagens. O *blog* do Aguinaldo é publicado pelo *site* da Rede Globo de Televisão, empresa para a qual ele trabalha. Então, a função principal é a divulgação do trabalho do autor e de sua imagem como profissional. No entanto, conforme Cavalcanti (2009), as suas postagens revelam autodefinição mais pessoal do que o próprio perfil presente na página. Além de ser escrito em terceira pessoa, o perfil aponta apenas características profissionais do autor. Nas postagens, entretanto, encontramos informações sobre sua origem, sobre sua idade, sua sexualidade, entre outras.

Baseados em Miller (2009), podemos refletir sobre a nossa sociedade que, de forma geral, parece nutrir um sentimento obcecado tanto por fazer das celebridades pessoas comuns, quanto por transformar pessoas comuns em celebridades. Nossa época, como frisa Miller, é marcada por uma saturação da mídia em nossas relações pessoais, marcando um tipo de *voyeurismo* mediado. O conhecimento sobre a vida do outro (celebridades ou pessoas comuns) é sempre foco dos mais badalados programas televisivos, como os programas de fofoca ou os *reality shows*, dos jornais e revistas, de importantes sites, de biografias vendidas em larga escala, entre outros. Estamos sempre ávidos em saber sobre a vida do outro, não por um defeito nosso, mas por causa do tipo de mídia a que estamos sendo expostos a todo tempo.

Como contraponto ao movimento social do *voyeurismo*, existe o exibicionismo mediado o qual, conforme Miller (2009) tem quatro objetivos: o autoesclarecimento, a validação social, o desenvolvimento de relacionamentos e o controle social. Esses quatro propósitos encontram-se nos *blogs*.

Os dois primeiros propósitos funcionam intrinsecamente, proporcionando uma elevada compreensão de si mesmo através da comunicação com os outros e a confirmação de que crenças pessoais encaixam-se nas normas sociais. Os dois últimos propósitos funcionam extrinsecamente, transformando informações pessoais em mercadoria e manipulando as opiniões dos outros através de revelações bem calculadas. Quaisquer dessas funções – ou todas elas – podem constituir um fator de um desejo individual de supercompartilhar (MILLER, 2009, p. 70).

Então, o *blog* surge nesse contexto em que a fronteira entre o público e o privado é reformulada. A narrativa do *blog*, além de real, é pessoal, é fonte de autoexpressão. Então, o real é oferecido aos leitores, mas uma realidade ideológica, ou seja, apresentada sob as identidades do blogueiro, portanto, mediada. Essa exposição não é simplesmente a revelação do *self*, mas uma construção que assume forma de acordo com as identidades que se pretende assumir. Nesse movimento do pessoal para o público, ou seja, na seleção das identidades a serem desveladas, devemos frisar a alo-definição, como apontado anteriormente.

Portanto, considerando as discussões promovidas nesta seção, é interessante perceber a relação interpessoal entre pessoas desconhecidas e entre uma pessoa pública e seu público. No caso do cidadão comum, a autodefinição ocorre de forma mais livre, suas opiniões os assuntos que escolhe para escrever, enfim, as identidades são reveladas sem maiores danos a sua vida pessoal real. No caso do cidadão famoso, há um movimento diferente. Mesmo que sua página não seja atrelada à empresa para a qual ele trabalha, sua imagem é pública e qualquer opinião mais polêmica pode virar notícia. Se voltarmos aos nossos exemplos, veremos que, no *blog* de Rejane Maria Cavalcanti, assuntos como política partidária são abertamente discutidos; no caso do Aguinaldo Silva seria mais difícil apoiar um ou outro candidato durante uma campanha política. Sempre que um famoso faz isso, ele vira notícia. Os perfis dos famosos são normalmente bastante conhecidos por seu público, cabendo a eles não se tornarem ainda mais conhecidos por meio de ferramentas da *web*, mas escolhendo identidades a serem partilhadas e desenvolvidas, pois o *ciberespaço* proporciona o desenvolvimento de identidades em meio público, o que limita e impõe regras ao que pode ou não pode ser dito.

Por fim, como ficou claro durante toda a discussão, quando usamos o termo “identidade virtual”, não quer dizer que ela não seja real. Quando as pessoas usam meios de comunicação interpessoal como *blogs*, *twitter*, *Orkut*, *facebook*, entre outros, partem do pressuposto de que as informações ali veiculadas devem ser verdadeiras, mas podem ser falsas como ocorre também no mundo real.

### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A busca pela compreensão sobre as relações interpessoais na modernidade tardia é incessante. Há uma necessidade em compreender como o homem se comunica e, mais ainda, se relaciona mediante as atuais regras sociais. É nesse sentido que nosso interesse em pesquisas que envolvem a discussão sobre a noção de identidade cresce. Portanto, é imprescindível ratificarmos a natureza discursiva das identidades e sua consequente característica de combinar o pessoal e o social.

A identidade fragmentada do sujeito pós-moderno é desvelada por meio do discurso. A identidade, conforme compreendemos, é inerentemente discursiva, pois é sempre construída no simbólico, ou seja, na linguagem. É por isso que um sujeito comporta múltiplas e, até mesmo, contraditórias identidades; as quais são também fluidas, ou seja, são constantemente construídas e reconstruídas.

Finalmente, retomamos Miller (2009) para constatar que os usuários de ferramentas interpessoais na *web* objetivam localizar ou construir, para si ou para os outros, identidades que eles possam perceber como reais, buscando ter consciência sobre suas próprias identidades. Isso estabelece um contramovimento àquela desestabilidade da pós-modernidade, numa tentativa reflexiva de estabilização de identidades.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

CAVALCANTI, M. Blogão do Aguinaldão: compartilhar e desenvolver identidades. **Anais do I Colóquio Discurso e Práticas Culturais**, Fortaleza v.1, 2009. Disponível em: <[http://www.grupodiscuta.ufc.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=72&Itemid=68](http://www.grupodiscuta.ufc.br/index.php?option=com_content&view=article&id=72&Itemid=68)>. Acesso em: 29 out. 2010.

CAVALCANTI, R. M. **O real imaginado**. Disponível em: <<http://orealimaginado.blogspot.com>> Acesso em: 01 nov. 2010.

CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. **Discourse in late modernity**: rethinking Critical Discourse Analysis. Edinburg: Edinburg University Press, 1999.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2001a.

\_\_\_\_\_. A Análise Crítica do Discurso e a mercantilização do discurso público: as universidades. In: Magalhães, C. (Org.). **Reflexões sobre a análise crítica do discurso**. Belo Horizonte: Faculdade de Letras, UFMG, 2001b. p. 31-81.

\_\_\_\_\_. **Analysing Discourse**: textual analysis for social research. New York: Routledge, 2003.

FIGUEIREDO, D. C. Linguagem e gênero social: contribuições da análise crítica do discurso e da linguística sistêmico-funcional. **DELTA**, São Paulo, v. 25, n. spe, 2009. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S010244502009000300013&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010244502009000300013&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 01 nov. 2010.

GIDDENS, A. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

HOFFNAGEL, J. C. **Temas em Antropologia e Linguística**. Recife: Bagaço, 2010.

MAGALHÃES, C. (Org.). **Reflexões sobre a análise crítica do discurso**. Belo Horizonte: Faculdade de Letras, UFMG, 2001.

MATUCK, A.; MEUCCI, A. A criação de identidades virtuais através das linguagens digitais. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 21, 2005. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0571-3.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2010.

MILLER, C. **Estudos sobre gênero textual, agência e tecnologia**. Recife: Editora Universitária da UFPE, 2009.

MOITA LOPES, L. P. Socioconstrucionismo: discurso e identidades sociais. In: MOITA LOPES, L. P. **Discursos de Identidades**. Campinas: Mercado de Letras, 2003.

SILVA, A. Blog do Aguinaldo Silva. Disponível em: <<http://bloglog.globo.com/aguinaldosilva>>. Acesso em: 01 nov. 2010.

TILIO, R. C. Reflexões acerca do conceito de identidade. **Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades**, v. 8, n. 29, abr-jun, 2009. Disponível em: <<http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/reihm/article/view/529>>. Acesso em: 29 out. 2010.