

## ANÁLISE SEMIÓTICA DAS PAIXÕES DO AMOR E DA AMIZADE NO SITE ORKUT

Woodson Fiorini de Carvalho

### INTRODUÇÃO

Em antológico programa de TV, da rede SBT, o apresentador Silvio Santos fazia a clássica pergunta “É namoro ou amizade?” aos candidatos que iam ao programa “Namoro na TV” à procura de sua “cara-metade”. Em razão da grande audiência do programa, essa frase ficou gravada na memória coletiva dos falantes brasileiros e revela, em princípio, o quão essas duas paixões são, de alguma forma, antagônicas e mutuamente excludentes no imaginário da língua, enquanto uma projeção idealizada de como vemos uma e outra forma de relacionamento. Isso explica a existência de sites especializados, voltados para uma ou outra forma de relacionamento. Apesar de não ser nosso objetivo definir como se dão os relacionamentos de *amizade* e *amor* entre as pessoas, é fato que fazemos esse tipo de distinção e, de alguma forma, isso é reproduzido nos discursos circulantes na sociedade brasileira e na Internet de domínio BR. Porém, os sites que iremos analisar não são apenas projeções desse imaginário social, mas eles são também um produto mercadológico concebido e desenvolvido a partir de estratégias de mercado e sujeito às limitações do dispositivo e a uma cultura de fazer virtual.

Os sites do qual retiramos o *corpus* para nossa análise são o Orkut, site de “amizade” e o “Almas Gêmeas (Match.com)” de “encontros amorosos”. Embora o título desse artigo sugira a idéia de que abordaremos o tema da *amizade* e do *amor* apenas no Orkut, fomos levados, pelas observações feitas, a concluir que seria interessante incorporar à análise textos de um site voltado para relações de namoro, a fim de explicitar, em suas enunciações, o antagonismo dessas paixões, em função do contraste que um e outro site apresenta ao abordar esse tema.

Os textos que escolhemos fazem parte de duas peças de merchandising interno dos sites. Para a produção dessas peças, os autores escolheram ou forjaram alguns “depoimentos espontâneos” de usuários, revelando a experiência que tiveram a partir do contato deles com o site. A escolha desse *corpus* pretende avaliar como os seus desenvolvedores idealizam o que construíram e o que esperam dele. A análise desse aparente simulacro textual, nos permitirá antever como essas paixões semióticas – *amizade* e *amor* – são idealizadas por seus autores e que nuances elas apresentam, tendo em vista a concepção de seus mecanismos. O objetivo aqui é balizar futuras investigações com respeito ao tema *amizade*, mas que se revelou, desde o início, como uma paixão que tem largas fronteiras com a paixão *amor*, sendo que os textos que falam da primeira terminam se resvalando na segunda.

A escolha desses sites se deveu ao grau de popularidade que eles alcançaram, pelo menos no Brasil, tornando-se uma referência entre os demais. O Orkut, em especial, por ser metonimicamente tomado, na imprensa brasileira, como um sinônimo de *rede de relacionamentos*.

Uma característica patente do Orkut é sua finalidade de fazer amigos e outra é o de ser um lugar dominado por “brasileiros”. Isso nos faz pensar que os mecanismos desenvolvidos nele visam facilitar o estabelecimento de amizades e sua manutenção e que seus usuários irão aderir às suas proposições e restrições. Isso não é bem uma verdade. Apesar dos avisos e restrições, os usuários freqüentemente não respeitam os limites (de idade, por exemplo) e regras estabelecidas em contrato na inscrição do site<sup>1</sup> e, em função disso, alguns mecanismos foram mudados e aperfeiçoados com intuito de impedir atitudes inadequadas e preservar a privacidade e integridade dos usuários.

Sendo um site voltado para as amizades, ele tem a característica, como outros como ele, de ser totalmente gratuito. Essa característica é particularmente interessante, já que os sites de relacionamento amoroso são só parcialmente gratuitos. Nos sites de relacionamento amoroso, o usuário tem de pagar para ter acesso integral a todos os recursos do sistema.

No Match.com (antes Almas Gêmeas do provedor Terra), o pretendo usuário, ao se inscrever, deve, como no Orkut, preencher um *perfil*, respondendo a questões relacionadas à vida e características pessoais, à vida profissional e em comunidade. Contudo, esse preenchimento nos sites

de encontros amorosos é da ordem de um “dever fazer”, obrigatório, para poder ter acesso aos recursos que o permitam encontrar outra pessoa, através de mecanismos que comparam os *perfis*. Os perfis preenchidos permitem ao site sugerir possíveis parcerias ou avaliar a compatibilidade do parceiro pretendido. Seu preenchimento visa, também, obter sua aprovação, uma confirmação de que o *usuário* ou *assinante* está cumprindo com as regras do site<sup>ii</sup>.

Na figura a seguir podemos ver as diferentes permissões que o site Match.com fornece a seus usuários. Assim, nos sites de amizade, o objetivo é encontrar todo tipo de relacionamentos, sendo o preenchimento do perfil opcional, não havendo nenhum controle do site sobre os dados ali postados, enquanto os sites de namoro impõem um rigoroso controle sobre os dados do usuário a fim de evitar que essas informações ultrapassem certos parâmetros e desagradem os assinantes que pagam o site pelo serviço de procurar e sugerir um parceiro conveniente a partir do seu banco de dados.

Nossos usuários realmente adoram este site		
Tantas formas de se conectar	Assinantes	Usuários
<b>Entre em contato com outras pessoas solteiras!</b>	✓	
Envie e receba mensagens de correio eletrônico	✓	
Responda a mensagens de correio eletrônico	✓	
Remova associados da visualização	✓	
Veja quem esta conferindo seu perfil	✓	
Com Máximo contacto deixe que todos os membros lhe escrevam	✓	
Busca por tipo	✓	✓
Busca por pares	✓	✓
Criar um perfil	✓	✓
Colocar uma foto	✓	✓
Enviar/ Receber piscadinhas virtuais	✓	✓
Comunique-se com os assinantes de Máximo contacto.	✓	✓

Comparação dos privilégios dos dois tipos de Usuário

## 1. O PERCURSO PASSIONAL DAS PAIXÕES AMIZADE E AMOR NOS SITES

A necessidade de abordar o Orkut e congêneres, das *Redes Sociais*, pelo viés das paixões, se deve ao fato que os enunciados ali postados têm um caráter mais *expressivo* que *narrativo*. Os textos que encontramos nesses locais costumam ser fragmentados, pois são escritos por diferentes indivíduos em situações informais, em que não é exigido uma unidade formal de sentido como o é, por exemplo, num texto literário. A coerência e coesão desses fragmentos revela-se, muitas vezes, em uma sequência histórica não enunciada, ausente, portanto, dos textos e diálogos. Os fatos e conhecimentos que permitiriam obter *a transformação da relação de um sujeito com objetos valor e com outros sujeitos* podem se encontrar apenas presumidos em conhecimentos ou histórias partilhadas pelos interlocutores, que não são explicitados nem sugeridos, impedindo deduzir essas *estruturas narrativas da ação*, que, aliás, também *não esgotam a organização discursiva do sentido*. Isso não significa que seja sempre impossível avaliar essa *narratividade*, já que podemos, algumas vezes, observar nesse jogo de interações, quando embutido na lógica das comunidades, as estruturas narrativas, como pudemos demonstrar a existência de um *percurso narrativo canônico* (manipulação, ação e sanção) implicado nas interações conduzidas pelo Moderador (enquanto um *destinador manipulador*) na comunidade “Vão P’Rock BH” (Carvalho, 2008).e também pudemos inferir as estruturas fundamentais ali implicadas que nos remete ao tema da *felicidade obrigatória* (Arantes, 2007).

Sabemos, portanto, que os estados de alma estão implicados nos percursos da atividade humana, como seu motivador ou como motivados por eles. Assim, podemos reconhecer alguns percursos narrativos e de estados passionais a partir da expressão de paixões ditas complexas, mesmo não tendo acesso às narrativas que as desencadearam.

A Semiótica, ao reconhecer que há um componente patêmico a perpassar todas as relações e atividades humanas, que ele é o que move a ação humana e que a enunciação discursiviza a subjetividade, mostra que as paixões estão sempre presentes nos textos. (FIORIN, 2007, p. 10)

A abordagem das paixões utilizada por Greimas & Fontanille (MATTE & LARA, 2007, p. APUD) faz emergir a dimensão passional a partir dos modelos da semiótica da ação, integrando o percurso do “fazer” ao percurso do “ser”. MATTE & LARA propõem que, o esquema passional canônico (1) pode, portanto, ser articulado ao esquema narrativo canônico (2), comportando, a exemplo deste, quatro sequências:

- (1) Disposição → sensibilização → emoção → moralização
- (2) contrato → competência → ação → sanção

Assim, como a **cólera** foi sucintamente descrita como segue:

frustração → descontentamento → agressividade (MATTE & LARA, 2007, p. 51)

Podemos propor um percurso passional (1') da *Amizade* e do *Amor* (ideais) como nos diagramas a seguir:

Amizade

(1') Reconhecimento → Empatia → Confiança/ envolvimento

Amor

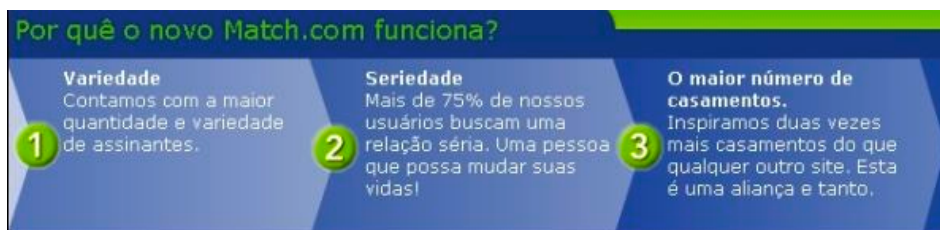
(1'') Desejo → Atração física → paixão/enlevamento → Confiança/envolvimento'

Contudo, a semiótica não pretende entender o que são ou como ocorrem, nas pessoas, os estados passionais, mas como eles são discursivizados e textualizados. Porém, a semiótica levou um tempo para incorporar uma forma aceitável de análise que não fosse além de seus limites epistemológicos e adentrasse em territórios como o da psicologia e da filosofia.

A teoria narrativa desenvolvida inicialmente explicava o que se poderiam chamar estados de coisas, mas não o que se denominariam estados de alma (GREIMAS; FONTANILLE, 1993). Ela trabalhava com textos em que há transferência de objetos tesaurizáveis ou com textos em que há estruturas diversas de manipulação e de sanção (FIORIN, 2007, p. 10)

A amizade e o Amor, enquanto paixões complexas, pressupõem uma história Modal do ser e do fazer. Ser amigo e fazer amizade, bem como, ser “amante” e fazer “amor” implicam transformações claras e sutis, mas que são reconhecidas pelos falantes da língua em uma dada cultura. A amizade tem aspecto mais universal, embora também se dê entre indivíduos, de forma particular, como no amor, que, de outra forma, procura estabelecer um contrato de exclusividade. O léxico da língua mostra isso, pois temos uma variedade de denominações para as diferentes formas de relação amorosa que podem variar de nome, dependendo da faixa etária, grupo social ou a cultura da região. Assim temos, de forma genérica e imprecisa, grosso modo: a amizade-colorida, o ficar, o namoro, o noivado, o casamento. Essa multiplicidade de denominações se justifica pela gradação que o contrato social estabelece a partir de critérios de compromisso, exclusividade e formalidade. Porém O

Match.com não se preocupa em estabelecer esse critério de distinção, optando por considerar que os que seus usuários querem, em sua maioria, um relacionamento “sério”, que os leve a se casar.



<http://match.terra.com.br>

O Yahoo Encontros, outro site do gênero, ainda faz essa distinção ao perguntar o que o usuário pretende:

**O que você realmente está procurando no Yahoo! Encontros? (máximo 2 opções)**

- ☐ Amizade/Diversão
- ☐ Relacionamento/Romance casual
- ☐ Relacionamento/Romance sério
- ☐ Sexo

<http://yahoo.parperfeito.com.br/>

Essa distinção se justifica pela aposta que se faz em públicos diferenciados.

Para as amizades, não temos uma denominação específica para os diferentes níveis de relação, que são apenas qualificados como “melhor amigo”, “amigo de longa data”. No site Orkut, havia antes, um questionário em que o usuário qualificava o amigo que era incorporado à sua lista:

melhores amigos(as)  
bons(as) amigos(as)  
amigos(as)  
conhecidos(as)

Porém, isso foi abandonado, aparentemente por não ser um critério produtivo, já que o mecanismo do Orkut busca, com isso, uma forma de garantir a privacidade do titular: o que pode ou não pode ser mostrado e para quem.

A solução encontrada foi considerar todos aqueles que foram aceitos como AMIGOS e deixar a critério do usuário permitir mostrar o que é postado para:

**apenas meus amigos**

**apenas meus amigos**  
amigos de amigos  
todos

**permitir que o conteúdo seja acessado por:**  
restringir as pessoas que podem acessar meu conteúdo

ver página de recados: apenas meus amigos

escrever na página de recados: apenas meus amigos  
amigos de amigos  
todos

videos: todos

depoimentos: todos

feeds: todos

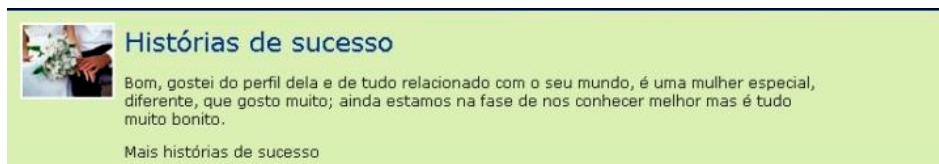
eventos: todos

álbuns: escolher por álbum

Álbum de Woodson (10 fotos)  
[editar](#) compartilhado com 0 amigos, 0 grupos e 0 contatos

## 2. AS PAIXÕES E OS DEPOIMENTOS

Como já frisei, selecionei dois pequenos depoimentos revelando a experiência que tiveram a partir do contato deles com o site, com a finalidade de avaliar seus discursos e contrapô-los numa perspectiva das paixões semióticas da *amizade* e do *amor*. O Match.com abre os depoimentos com o título sugestivo de “Histórias de Sucesso”.



A paixão *amor* está, então, sujeitada a paixão *sucesso*. Assim, podemos pensar que no percurso dessa paixão complexa, cujo estado inicial é sempre o da *Espera*, um querer estar em conjunção com objeto valor *Ser do outro*. Esse *ser*, porém, é *Ser bem sucedido* e as relações intersubjetivas sujeito X sujeito (a espera de que o outro me coloque em conjunção com o *amor*), são transferidas para uma relação de sujeito X objeto (a espera do valor *sucesso*). O depoimento escolhido obedece o que foi observado no título. O pretendente está em conjunção “com o *perfil* dela e tudo relacionado com o seu *mundo*”. Assim, o pretendente está em conjunção com aquilo que a adorna, que está em seu entorno, virtualizado pelo *perfil* e *Mundo* (virtuais) que a definem. Os adjetivos *especial* e *diferente* pouco dizem da anônima mulher, envolvida mais pelo anonimato que pelo mistério. A “*fase de nos conhecer melhor*” impõe um desejo de precisão, uma cautela, que corresponde a um *percurso* *passional* que leva ao *sucesso* e não necessariamente ao *amor*, pelo menos na cultura brasileira, onde a sabedoria popular observa essa desconjunção do *sucesso* com o *amor* no provérbio “Azar no jogo e sorte no amor” já que *sucesso* e *azar* são incompatíveis.

O amor, então, aparece como um negócio, no Match.com, que assume e impõe os valores de uma cultura norte-americana e sua lógica de mercado ao valorizar intensamente a necessidade de se ter *sucesso*, abominando o *fracasso*. Assim, o objeto valor “amor”, cuja construção de simulacros determina uma relação que pressupõe um contrato fiduciário, se desloca para uma relação contratual diversa. O fechamento do texto com uma apreciação de caráter expressivo – “mas é tudo muito bonito” – da ordem do belo, reforçada pelo pronome indefinido “*tudo*” desvia o foco da relação com a mulher para o acontecimento, exterior a ela. Isso reforça a impressão de que temos aí uma paixão complexa, produto de uma relação conjunta diversa, uma paixão simples que espera o objeto valor modal sucesso e não uma paixão Epistêmica, fruto de um contrato fiduciário. (BARROS, 2007)

O fragmento do Orkut que iremos analisar se encontra no blog do Orkut que possui diversas informações a respeito do mecanismo e de sua evolução. O texto, porém, não está em primeiro plano, como no Match.com, mas a partir de um link de uma página que esclarece qual a finalidade do Orkut, que pode ser acessado por um link localizado na barra inferior da página principal em que o usuário faz o *login*.

“Eu amo orkut foi através dele q encontrei uma amiga q fazia 25 anos ã sabia onde ela andava, achei aqui no orkut é maravilhoso isso abraço.”


**Joseneide**

<http://help.orkut.com/support/bin/answer.py?answer=48647&hl=pt-BR&p=About.aspx>

O fragmento acima é parte de três depoimentos que não analisaremos todos aqui por falta de espaço e porque ele é, por si só, representativo, não destoando dos demais, pelo menos na perspectiva que vamos analisar.

Esse “depoimento” se diferencia do primeiro, pois o público alvo, diverso do anterior, está acostumado às reduções da escrita em chats. Fora isso, sendo também uma peça publicitária, é bem parecido com o primeiro, uma vez que o foco do texto exalta o mecanismo e não a relação. É o Orkut que deve ser amado e cultuado, pois ele permitiu reencontrar uma antiga amiga e mais nada, além disso. Assim, o contrato impõe um percurso passional que exalta o **Encontrar** e o sanciona

positivamente, mas pára por aí. A amizade nos três depoimentos são um devir, que não se concretiza, afinal, encontrar o outro já é suficientemente emocionante. O título

**Fatos divertidos: Como o orkut mudou a minha vida...**  [Imprimir](#)

impõe uma imagem fim *divertido*, categoria de base do nível fundamental que a torna obrigatória no mecanismo. O subtítulo pressupõe um texto de caráter comissivo que promete uma mudança de vida operada pelo mecanismo que se basta por cumprir a promessa do *encontro*. A amizade se reduz a isso: um amontoado de encontros fortuitos que cumpre apenas o primeiro passo do percurso passional proposto para a amizade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os textos aqui analisados nos remetem a um tema que vem delineando os trabalhos: o da *busca obrigatória da felicidade*. As paixões aqui abordadas, de forma ainda superficial, nos remetem a essa imagem fim, ponto de chegada desse estado inicial de *espera* do percurso passional canônico, cujas relações remetem ao objeto *Redes de Relacionamento*, não como um meio para chegar à felicidade, mas como um fim em si mesmo. Constatamos até agora, isso, tanto nos textos publicitários direcionados à promoção do mecanismo aqui analisados, quanto nas produções textuais de comunidades que têm por finalidade promover esses encontros e difundir a *amizade* e o *amor* (Carvalho, 2008).

## REFERÊNCIAS

- Arantes, M. A. (2007). A LIQUIDEZ DE UM ENIGMA. (S. American, Ed.) *VIVER MENTE E CÉREBRO*, XVI (174), 43-49.
- BARROS, D. L. (2007). Paixões e Apaixonados: exame semiótico de alguns percursos. In: D. L. BARROS, *Artigo do curso da Profa Glaucia M. P. Lara* (p. 60). São Paulo: Universidade de São Paulo.
- Carvalho, W. F. (2008). O discurso de intimidade: estratégias de captação e sedução nas enunciações das comunidades do orkut. *Anais do III Simpósio Internacional sobre Análise do Discurso*: (p. 0). Belo Horizonte: Contexto.
- FIORIN, J. L. (2007). SEMIÓTICA DAS PAIXÕES: O RESSENTIMENTO. *Alfa Revista de Linguística*, volume 51, pp. 9-22.
- MATTE, A. C., & LARA, G. M. (2007). A paixão da cólera em "O cobrador", de Rubem Fonseca. In: I. L. MACHADO, W. MENEZES, & E. MENDES, *As Emoções no Discurso* (pp. 45-62). Rio de Janeiro: Lucerna.

---

<sup>i</sup><https://www.google.com/accounts/NewAccount?continue=http%3A%2F%2Fwww.orkut.com%2FRedirLogin%3Fmsg%3D1&service=orkut&hl=pt-BR>

<sup>ii</sup> O perfil deve ser avaliado e aprovado por profissionais do site