

UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP

**OS PERFIS IDENTITÁRIOS
NA COMUNIDADE VIRTUAL ORKUT**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Paulista - UNIP, para obtenção do título de mestre em Comunicação.

ALINE DA SILVA NÉTO BARBOSA

SÃO PAULO

2008

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP

OS PERFIS IDENTITÁRIOS

NA COMUNIDADE VIRTUAL ORKUT

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Paulista - UNIP, para obtenção do título de mestre em Comunicação.

ALINE DA SILVA NÉTO BARBOSA

SÃO PAULO

2008

Barbosa, Aline da Silva Néto

Os perfis identitários na comunidade virtual Orkut / Aline da Silva Néto Barbosa. – São Paulo, 2008.
138 f.:il.

Dissertação (mestrado) – Apresentada ao Instituto de Ciências Sociais e Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2008.

Área de Concentração: Comunicação e Cultura Midiática

“Orientação: Dr^a Carla Reis Longhi”

1. Identidade. 2. Visibilidade. 3. Imortalidade. I. Título.

“A identidade – sejamos mais claros sobre isso – é um ‘conceito altamente contestado’. Sempre que se ouvir essa palavra, pode-se estar certo de que está havendo uma batalha. O campo de batalha é o lar natural da identidade”.

Zygmunt Bauman

“A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia”.

Stuart Hall

“Numa sociedade que tornou incertas e transitórias as identidades sociais, culturais e sexuais, qualquer tentativa de ‘solidificar’ o que se tornou líquido por meio de uma política de identidade levaria inevitavelmente o pensamento crítico a um beco sem saída”.

Zygmunt Bauman

“Só à luz da esfera pública é que aquilo que é consegue aparecer, tudo se torna visível a todos. (...) Na disputa dos pares entre si, os melhores se destacam e conquistam a sua essência: a imortalidade da fama”.

Jürgen Habermas

“Transformamo-nos em uma sociedade conectada, mas não vinculada, incapaz de reconhecer até mesmo nosso vizinho do apartamento ao lado e, muito menos, compartilhar no cotidiano nossas alegrias e tristezas, compartilhar tanto o espaço quanto o tempo”.

Maurício Silva

Dedico especialmente:

Ao meu marido Alexandre, companheiro de todas as horas, que soube me entender nos momentos difíceis e esteve sempre ao meu lado, dando-me força para a realização deste sonho. Esta vitória é nossa!

Agradecimentos

Nestes dois anos de mestrado, muitas experiências aconteceram em minha vida: o desafio de escrever uma dissertação com uma temática totalmente inovadora, as minhas apresentações em encontros científicos, as participações e entrevistas em vários programas de TV, além dos trabalhos realizados em cada disciplina. Graças ao aprendizado durante as aulas e a parceria com a minha orientadora, Carla Longhi, consegui alcançar meus objetivos.

Neste período aprendi e cresci muito, ingressei no mestrado com 23 anos, mas parece que saí com muito mais que 25 anos. Amadureci bastante: durante o mestrado namorei, noivei e casei, quanta mudança! Toda semana saía de Lorena e viajava para São Paulo; aprendi a enfrentar e andar pela grande São Paulo sozinha, com muito trânsito e caos, muitas vezes à noite, chovendo, e sem caminhos alternativos. Sem contar as motos que me encurralavam e me deixavam em pânico toda vez que eu ía pra São Paulo de carona; enfrentá-las quando eu estava dirigindo foi uma grande superação, pois eu, particularmente, já carregava um trauma de um acidente de moto em 2003, que me impediu de ter movimentos nos braços por um mês, justamente numa etapa final como esta: a conclusão da faculdade, do TCC. Tudo isto não foi fácil, mas posso afirmar que foi um aprendizado e tanto.

Em primeiro lugar, agradeço muito a Deus, por me guiar nesta trilha tão estreita e cheia de obstáculos. Obrigada por me proporcionar uma conquista como esta, por me orientar nos estudos e, principalmente, por me proteger na

longa estrada durante dois anos, dando-me confiança para vencer as barreiras e chegar até o fim, com sucesso.

Agradeço meu marido Alexandre pela paciência, motivação, companheirismo e, principalmente, por aceitar, durante estes dois anos, a minha dedicação ao mestrado, na qual deixei muitas vezes de lado a nossa empresa e o nosso casamento.

O meu eterno agradecimento à minha sábia orientadora, Carla Longhi, que soube me conduzir e apoiar em todos os momentos. Uma excelente pessoa, uma ótima professora: foi a luz que me guiou durante todo o mestrado. Obrigada por tudo!

O meu sincero agradecimento ao meu amigo Marco Bonito, que foi meu professor na FATEA, o responsável pelo meu interesse no mestrado, meu grande incentivador, que apostou em mim quando me convidou para lecionar na faculdade, com apenas 21 anos e recém-formada; foi o meu coordenador na UNIP/SJC e ao mesmo tempo colega de mestrado. Hoje, com mais de quatro anos de experiência como professora universitária, com o meu mestrado concluído e com o seu convite para assumir a coordenação do curso de Comunicação Digital da UNIP em seu lugar, após a sua mudança pra Rondônia, só tenho que agradecê-lo por toda confiança depositada em mim. Agradeço, também, a todos os professores da faculdade, que me aconselharam a seguir este caminho, dentre eles, Bianca Freitas, Eliane Freire e Walter Moreira.

Agradeço à UNIP, instituição que leciono desde 2004, que acreditou em meu talento e abriu suas portas a uma desconhecida, que atualmente é a

professora mais antiga do curso de Comunicação Digital. Também agradeço aos meus alunos, que são frutos de todo meu aprendizado do mestrado.

Agradeço à minha família, especialmente aos meus pais Alvaro e Auxiliadora, que sempre me apoiaram nesta jornada. Eles são o meu exemplo, devo tudo o que sou a eles. Obrigada!

Agradeço aos meus professores do mestrado, que foram peças fundamentais para o enriquecimento de minha pesquisa. Em especial, agradeço aos professores Eduardo Peñuela Cañizal, um dos responsáveis pela minha “delirante” trajetória e que contribuiu muito com a minha dissertação, com a importante participação em minha banca e ao professor Milton Pelegrini, também membro da banca, que foi brilhante em suas colocações e que me ajudou a chegar até aqui.

Agradeço aos teóricos que me antecederam, pela valiosa contribuição para a realização desta pesquisa.

Agradeço ao meu sogro Adail e minha sogra Marília, pelo carinho e por me acolherem em São Paulo durante o mestrado. E, por fim, sou grata à minha aluna Silvia Paixão, que me recebeu em sua casa por muitas vezes, quando eu dormia em São José dos Campos e depois viajava para São Paulo e à Tamara Ka, que me acolheu por um semestre em sua casa, além de dar muitas dicas e materiais para a minha pesquisa.

Com certeza, gostaria de escrever agradecimentos para outras pessoas; assim, aproveito para, de uma maneira geral, registrar o meu muito obrigada a todos, que de alguma forma, contribuíram para a concretização deste sonho. Obrigada!

Resumo

Os Perfis Identitários na Comunidade Virtual Orkut é o título desta dissertação que visa identificar e analisar a lógica de perfis identitários utilizados pelos usuários na Comunidade Virtual Orkut. Esta dissertação pretende discutir, também, sobre como o conceito “Comunidade” tem sido utilizado pelo site de relacionamentos Orkut, além de recuperar o sentido original da “Comunidade”, fundamentando-se em teóricos respeitados, para assim verificar se essa nomeação de “Comunidade Virtual” dado ao site é apropriada.

O objetivo desta dissertação consiste em entender o que leva os usuários a assumirem identidades diferentes. Sendo assim, objetiva-se especificamente, mapear os perfis identitários mais constantes no Orkut; analisar perfis e comunidades relacionadas aos temas identidade e comunidade que estão inseridas no Orkut; identificar que necessidades motivam a construção de novas identidades; pesquisar e entender o motivo do ser humano ser seduzido pelos meios virtuais e, principalmente, a efetiva participação na comunidade Orkut, que mobiliza mais de 60 milhões de usuários desde 2004.

A metodologia da dissertação é referenciada no método netnográfico que, segundo Vergara (2005), é um método de pesquisa que abre as portas para o estudo de outras culturas, como as comunidades virtuais. Utiliza-se, também, a pesquisa exploratória, por se tratar de um tema novo, visto que o conhecimento neste assunto foi pouco explorado.

A pesquisa divide-se em pesquisa bibliográfica e de campo, nas quais se utilizam como principais referenciais teóricos, os autores: Zygmunt Bauman, que discute as questões mais importantes da dissertação - os conceitos de Comunidade e Identidade - que foram muito bem explorados e abordados pelo autor; Norval Baitello Júnior, com os conceitos de Visibilidade e Invisibilidade, que enriquecem a pesquisa e mostram o quanto a visibilidade é a principal responsável pelo sucesso do Orkut; Guy Debord com a Sociedade do Espetáculo e Edgar Morin, com a Cultura de Massa. Além destes, Stuart Hall, Raquel Paiva, Hannah Arendt e Jürgen Habermas, entre outros, também fazem parte da literatura para contextualizar a pesquisa.

Como fontes secundárias, foram utilizadas as matérias de jornais e revistas impressas e eletrônicas sobre o Orkut. Por meio destas matérias, conseguiu-se ilustrar e até mesmo comprovar o que foi discutido, através dos referenciais teóricos e, exemplificado, por meio dos perfis e comunidades do Orkut.

Na pesquisa de campo, realizou-se a coleta de dados nas páginas e nas comunidades dos membros do Orkut, nas quais foram encontrados perfis e comunidades com características de personagem, anônimo, clonado, furtado e identidades fragmentadas. Além destes, foram selecionados perfis e comunidades que exemplificam o consumo e o espetáculo no Orkut.

A partir da coleta de dados dos perfis e comunidades, iniciou-se o processo de observação participante. Foi um momento importante para captar informações (textos e imagens), observá-las e processá-las, com a finalidade de analisar cada perfil, por meio de recursos textuais e estéticos (fotografias) utilizados na descrição do perfil, foto do avatar, álbum de fotografias, recados,

participação em comunidades, com o propósito de entender, por um lado, por que o espaço permite ao membro participante se projetar com características que ele não tem, mas que gostaria de ter, gerando assim identidades fragmentadas, perfis falsos, entre outros. E, por outro lado, por que as pessoas buscam este espaço com esta configuração.

Palavras-chave: Identidade; Comunidade; Orkut; Visibilidade; Imortalidade.

Abstract

Identity Profiles in an Orkut Virtual Community is the title of this dissertation that aims to identifying and analyzing the logical of users' identity profiles in the Orkut virtual community. This dissertation also talks about the concept of "Community", and how it was used in the Orkut site, besides recovering the original meaning of "Community", based on respected theorists to verify, though, whether the denomination of "Virtual Community" in the site is appropriate.

The objective of this dissertation consists of understanding what makes the users assume different identities. Thus, the specific objective is to map the constant identities profiles in Orkut; to analyze them as well as the communities related to the identity topic inserted in Orkut; to identify the needs that originated the creation of new identities; to research and to understand the reason why the human being is seduced by virtual means and, mainly, for the effective participation on the Orkut community, which deals with more than 60 million users since 2004.

This dissertation is referred in the netnographic method that, according to Vergara (2005), it is a research methodology which permits to study other cultures as the virtual communities. It is also used in the exploratory research, which is considered a new topic, because this subject was little explored.

The research is divided into two parts: bibliographic and field, in which main theoretical references are used; the authors: Zygmunt Bauman who discusses the most important points of the dissertation - the concepts of the Identity Community - which were well explored and approached by the author;

Norval Baitello Junior, with his concepts on visibility and invisibility that enriches the research and shows the visibility as the main responsible success of Orkut; Guy Debord with the Spectacle Society and Edgar Morin, with his Culture of Mass. Besides them, Stuart Hall, Raquel Paiva, Hannah Arendt and Jürgen Habermas, among others, make part of the literature contextualizing the research.

As a secondary source, the use of newspaper material and print and electronic magazines about Orkut were considered. These materials permit us to illustrate and to prove the discussion through theoretical references, exemplifying them through the use of the profiles and Orkut communities.

In the field area, data collection was obtained on the pages and member communities from Orkut whose profiles and communities characteristics as character, anonymous, clone, fake and fragmented identities were found. Besides that, it was selected the profiles and communities that exemplify the consumption and entertainment in Orkut. From this point, an observation and participant process was started. It was an important moment to get information (texts and images), observing and processing them with the aim to analyzing each profile, through texts and aesthetic (photos) resources used to describe the profile, avatar picture, photo albums, messages, community participation in order to understand from one side, why this space permits to the participant member to project false characteristics that they will likely have, generating, though, fragmented identities, fake profiles, among others. And on the other side, to understand why people look for this space and with this configuration.

Key words: Identity; Community; Orkut; Visibility; Immortality.

Sumário

Introdução.....	13
Capítulo 1 – Orkut: o espaço que possibilita a Visibilidade e a Imortalidade	
1.1 – História e funcionamento do site de relacionamentos Orkut	18
1.2 – Orkut: uma extensão de mídias já existentes na Modernidade Líquida ..	23
1.3 – Brasileiros no Orkut	31
1.4 – Visibilidade e Imortalidade no Orkut	37
Capítulo 2 – O Orkut é, de fato, uma Comunidade?	
2.1 – A Comunidade Orkut: um produto de consumo	49
2.2 – O Sentido da Comunidade	58
2.3 – Conexão x Vínculos.....	66
2.4 – Comunidade Não Ativa, Estética ou Cabide, Guarda-roupa ou Falada: Qual é a sua?	69
Capítulo 3 – O Espetáculo da Vida Íntima na Internet: suba no Palco do Orkut	
Orkut	74
3.1 – Processo de Construção Identitária no Orkut	75
3.2 – A Fragmentação de Identidades: os Perfis Identitários na Comunidade Virtual Orkut.....	90
3.3 – Bem-vindo à Comunidade Vitrine: apresente-se e escolha o seu produto. Boas compras!	112
Considerações Finais	119
Referências	128
Anexos	133

Introdução

Desde a popularização da Internet, na primeira metade dos anos noventa, observa-se, periodicamente, o surgimento de novas modas nesse ambiente e em ciclos cada vez mais curtos. Assim aconteceu com as listas de discussão por e-mail, as salas de *chat* (bate-papo), os programas de mensagem instantânea como o *ICQ* e o *MSN Messenger*, além dos *blogs* e *fotologs*. E depois surgiu uma nova febre: as Comunidades Virtuais ou Redes de Relacionamento.

Redes como o Orkut que, cada vez mais, atraem milhões de adeptos e, por conseqüência, atrai a atenção da imprensa, presente constantemente em artigos de jornais e revistas (impressos e eletrônicos), nas matérias de TV, em publicação de poucos e recentes livros, artigos científicos, além de ser um tema recorrente para discussões acadêmicas. Porém, o assunto ainda é pouco explorado em dissertações, nas quais não existe um estudo aprofundado sobre o processo de construção identitária no Orkut, o porquê do sucesso desta comunidade virtual e suas conseqüências. Acredita-se que emergem oportunidades de pesquisa abordando esse fenômeno cultural, que reflete no comportamento da sociedade.

O Orkut é um site de relacionamentos que pertence ao grupo Google e segundo André Telles (2006) foi criado em 22 de janeiro de 2004, com o objetivo de ajudar seus membros a encontrarem novas amizades e manterem relacionamentos. Recebeu este nome em homenagem ao seu criador, o engenheiro Orkut Buyukkokten.

De acordo com Telles (2006) quando o sistema possuía mais de 13 milhões de usuários, em janeiro de 2006, o Brasil era o país com o maior número de membros,

superando, inclusive, os Estados Unidos, com 72,91% de usuários brasileiros cadastrados.

Para Eduardo Enari ¹ os avanços tecnológicos e mudanças sociais provocaram a proliferação de comunidades on-line e estes avanços permitem novos níveis de relacionamento entre participantes das comunidades virtuais. Acredita-se que este relacionamento estreita-se com a evolução da Internet, a partir da interatividade, por meio de fóruns, chats, recados nas páginas dos membros e também com a sua inserção nas comunidades, como membro participante e criador de outras comunidades.

Este estudo tem como tema: “Os Perfis Identitários na ‘Comunidade Virtual’ Orkut” e visa identificar e analisar a lógica de perfis identitários utilizados pelos usuários da Comunidade Virtual, além de discutir sobre o conceito de “Comunidade”, verificando se essa nomeação de “Comunidade Virtual” dado ao site é apropriada.

A metodologia da dissertação é referenciada no método netnográfico que, segundo Vergara (2005), é um método de pesquisa que abre as portas para o estudo de outras culturas, como as comunidades virtuais. Utiliza-se também a pesquisa exploratória, por se tratar de um tema novo, visto que o conhecimento neste assunto foi pouco explorado.

A pesquisa divide-se em pesquisa bibliográfica e de campo, nas quais se utilizam como principais referenciais teóricos, os autores: Zygmunt Bauman, que discute as questões mais importantes da dissertação - os conceitos de Comunidade e

¹ Informações apresentadas por Dr. Eduardo Enari, no I Congresso do Conhecimento das Faculdades Integradas Teresa D' Ávila – FATEA, no dia 30 de agosto de 2007.

Identidade -que foram muito bem explorados e abordados pelo autor; Norval Baitello Júnior, com os conceitos de Visibilidade e Invisibilidade, que enriquecem a pesquisa e mostram o quanto a visibilidade é a principal responsável pelo sucesso do Orkut; Edgar Morin, com a Cultura de Massa e Guy Debord com a Sociedade do Espetáculo. Além destes, Stuart Hall, Raquel Paiva, Hannah Arendt e Jürgen Habermas, entre outros, também fazem parte da literatura para contextualizar a pesquisa.

Além dos livros, foram fontes de pesquisa bibliográfica, os artigos científicos publicados por Norval Baitello Júnior, Arthur Meucci e Artur Matuck, Ana Beatriz Benites Manssour e Carlos Gabriel Porto Bellini, Fernando Israel Fontanella e Angela Prysthon, entre outros, grandes fontes que contribuíram para o enriquecimento e aprofundamento da pesquisa.

Como fontes secundárias, foram utilizadas as matérias de jornais e revistas impressas e eletrônicas sobre o Orkut. Por meio destas matérias, conseguiu-se ilustrar e, até mesmo, comprovar o que foi discutido, através dos referenciais teóricos e, exemplificado, por meio dos perfis e comunidades do Orkut.

Na pesquisa de campo, realizou-se a coleta de dados nas páginas e nas comunidades dos membros do Orkut, nas quais foram encontrados perfis e comunidades com características de personagem, anônimo, clonado, furtado e identidades fragmentadas. Além destes, foram selecionados perfis e comunidades que exemplificam o consumo e o espetáculo no Orkut.

A dissertação é composta por três capítulos. O capítulo 1, “Orkut: o espaço que possibilita a Visibilidade e a Imortalidade”, tem por objetivo estudar a origem do Orkut, como e quando começou, qual a sua finalidade, além de apontar a participação de

brasileiros no Orkut. Este também visa a abordar o Orkut como mais uma ferramenta de comunicação: uma extensão de mídias já existentes na forma da pós-modernidade.

O capítulo também propõe estudar o espaço público e privado e seus reflexos que geram a visibilidade e a imortalidade. A imortalidade faz-se presente também no Orkut e, neste capítulo, são mostrados exemplos de perfis e de comunidades que retratam esta imortalidade.

O capítulo 2, “O Orkut é, de fato, uma ‘Comunidade’?”, em primeira instância, visa a analisar a declaração do site de relacionamentos Orkut , que se define como uma comunidade virtual, apontando, assim, uma série de questionamentos bem óbvios sobre o que é o Orkut e a sua finalidade.

Além desta discussão, pondera-se a parte primordial deste capítulo que pretende analisar como o conceito “Comunidade” tem sido usado pelo site de relacionamentos Orkut e, num segundo momento, busca-se recuperar o sentido original da “Comunidade”, fundamentando-se em teóricos respeitados, como Zygmunt Bauman, Raquel Paiva, entre outros, além da discussão dos membros do Orkut sobre o que é e para que serve uma comunidade, para assim, verificar se o Orkut, de fato, é uma Comunidade. Em consequência desta discussão, parte-se para a análise do Orkut - um produto cultural - que se apresenta como um produto de consumo.

O capítulo 3, “O Espetáculo da Vida Íntima na Internet: suba no Palco do Orkut”, busca compreender, a partir das reflexões propostas por Zygmunt Bauman, Arthur Meucci e Artur Matuck, entre outros, o processo de construção identitária do indivíduo na Internet, no site de relacionamentos Orkut. Para entender este processo,

faz-se necessário resgatar conceitos de identidade que foram discutidos por respeitados teóricos que dão suporte à pesquisa.

Busca-se identificar os tipos de perfis identitários utilizados no Orkut. Os perfis encontrados são ilustrados com o conteúdo do próprio site, além de referenciais teóricos, matérias de jornais, que comprovam o que foi analisado.

Este último capítulo, também, dá continuidade à discussão do capítulo anterior, na qual se vislumbra o Orkut como um produto de consumo, aprofundando esta análise, sugerindo nomeações e conceitos à Comunidade Orkut, nomeando-a como uma Comunidade Vitrine.

Capítulo 1 – Orkut: o espaço que possibilita a Visibilidade e a Imortalidade

1.1 – História e funcionamento do site de relacionamentos Orkut

Pretende-se, neste capítulo, retomar aspectos sobre a história do site de relacionamentos Orkut que são importantes para esta pesquisa; identificar o Orkut como mais uma ferramenta de comunicação, uma extensão de mídias já existentes na Modernidade Líquida, apontar a presença de brasileiros no Orkut; trabalhar as questões de espaço público e privado e seus reflexos que geram a visibilidade e a imortalidade.

O Orkut é um site de relacionamentos que pertence ao grupo Google e segundo André Telles (2006) foi criado em 22 de janeiro de 2004, com o objetivo de ajudar seus membros a encontrarem novas amizades e manterem relacionamentos. Recebeu este nome em homenagem ao seu criador, o engenheiro Orkut Buyukkokten.

De acordo com Telles, quando o sistema possuía mais de 13 milhões de usuários, em janeiro de 2006, o Brasil era o país com o maior número de membros cadastrados (72,91%), superando, inclusive, os Estados Unidos.

Para Eduardo Enari¹, os avanços tecnológicos e mudanças sociais provocaram a proliferação de comunidades on-line e estes avanços permitiram novos níveis de relacionamento entre participantes das comunidades virtuais. Acredita-se que este relacionamento estreita-se com a evolução da Internet, a

¹ Informações apresentadas por Dr. Eduardo Enari, no I Congresso do Conhecimento das Faculdades Integradas Teresa D'Ávila – FATEA, no dia 30 de agosto de 2007.

partir da interatividade, por meio de fóruns, chats, recados nas páginas dos membros e também com a sua inserção nas comunidades, como membro participante e criador de outras comunidades.

Orkut Buyukkokten² conta que a idéia de criar um site de relacionamentos surgiu com a dificuldade que ele tinha de criar amigos no campus na Universidade de Stanford, onde ele estudava. Ele percebeu que, na vida real, a forma mais fácil de fazer amigos é por meio de amigos de amigos. Assim, teve a idéia de conectar pessoas on-line e lançar um site de relacionamentos chamado Club Nexus, em 2001, apenas para alunos da Universidade Stanford. Depois, acabou criando uma comunidade on-line para conectar pessoas em todo o mundo: a comunidade Orkut.

Segundo o engenheiro Orkut Buyukkokten, em entrevista à revista Recall, o site foi criado com base na teoria dos seis graus de separação, pela qual as pessoas no mundo podem ser conectadas a qualquer outra por uma rede de cinco intermediários.

Para participar do Orkut, era necessário receber um convite e por meio deste o usuário convidado preenchia o seu cadastro. Atualmente, para ingressar, o internauta não precisa mais deste convite; no próprio site do Orkut, encontra-se um link para a sua entrada.

O usuário cadastrado no Orkut tem uma página pessoal dentro do website – definida no sistema como perfil – que contém dados diversos e expõe para outros usuários da rede quem ele é. Assim, o membro pode disponibilizar diversas informações, desde as básicas como seu nome, idade e cidade onde mora,

² Em entrevista com a Revista Recall (2007).

passando por seus gostos musicais e literários, até mesmo detalhes de suas preferências amorosas. A veracidade destas informações depende daquele que se cadastra. Além disso, é possível disponibilizar uma foto que identifica o usuário em seu perfil: é o seu avatar, também, um álbum com outras fotografias que podem ser acessadas através de sua página.

A partir de sua página pessoal, o usuário pode realizar algumas ações, como identificar outros participantes que são seus amigos e adicioná-los em seu perfil. Os amigos de um membro cadastrado formam a sua rede e, assim, um usuário pode ligar-se a milhares de pessoas através de teias, ou seja, cadeias que envolvem amigos de amigos e assim por diante.

É possível a qualquer pessoa acrescentar descrições às páginas de seus amigos, enviando recados, testemunhos; declarar-se como fã e até mesmo dar notas sobre suas características, informando, por exemplo, se ele é confiável ou sexy. Assim, pode-se encontrar desde usuários com 5 amigos cadastrados até aqueles que chegam aos 1000 amigos (máximo permitido por perfil).

Esta riqueza de dados no perfil contrasta as ferramentas de relacionamento social anteriores ao Orkut, como os bate-papos (chats) e e-mail, nas quais a identidade da pessoa se resumia a um nome em forma de texto (nickname).

Talvez, a principal ação no Orkut seja a participação em comunidades. Os usuários entram nesses grupos, que também passam a figurar em sua página pessoal e nestes podem participar de discussões sobre assuntos específicos, através de fóruns, em que cada membro pode postar um comentário, além de criar comunidades de seu interesse.

Estes recursos apresentados no quadro acima são utilizados pelos usuários para o preenchimento e manutenção de seu perfil. A **foto** identifica o usuário no Orkut e, atualmente, o álbum de fotografias não é mais limitado a 12 fotos e a cada atualização realizada em seu álbum, automaticamente, todos os seus amigos têm em seu perfil as imagens que o membro atualizou.

O **perfil** do Orkut tem uma diagramação que limita o seu preenchimento, por isso o usuário só consegue preencher os campos já existentes. Cada membro faz a descrição com seus dados pessoais, perfil amoroso, social e suas preferências.

Os **amigos** são o seu círculo social e muitos usuários costumam aceitar pessoas que ele nem conhece; as **caras, cubos e corações** são os símbolos que aparecem no perfil de cada usuário, que mostram o quanto ele é confiável e sexy na opinião dos amigos que estão na sua rede.

O usuário pode adicionar quem quiser como **fã**, assim como outros membros podem adicioná-lo também; as **comunidades** são criadas pelos membros para discutir assuntos de seu interesse, todos podem criar e participar das mesmas e, muitas delas, tratam de frivolidades, enquanto outras são mais específicas em determinadas áreas.

Os **testemunhos** – espaço onde os membros escrevem depoimentos para os seus amigos, falando somente coisas boas a seu respeito, pois é preciso autorização do usuário para que este testemunho seja aceito; além dos recados, em que o membro da comunidade pode receber e enviar mensagens para outros usuários.

Por fim, as **configurações, listas e ajuda** que são as ferramentas que fornecem informações aos usuários e os auxiliam na utilização do site. Além destas ferramentas destacadas no quadro, atualmente, é possível disponibilizar vídeos em seu perfil.

1.2 – Orkut: uma extensão de mídias já existentes na Modernidade Líquida

A modernidade diz respeito a um tempo muito longo, que foi sofrendo distinções, e o que demarca este tempo é a relação tempo e espaço. Ela significa muitas coisas e sua chegada e seu avanço podem ser aferidos, utilizando-se muitos marcadores diferentes, como afirma Bauman. O autor relata que uma característica da vida moderna e de seu moderno entorno se impõem, no entanto, talvez como a “diferença que faz a diferença”; como o atributo crucial – a relação entre tempo e espaço – que todas as demais características seguem.

“A modernidade começa quando o espaço e o tempo são separados da prática da vida e entre si, e assim podem ser teorizados como categorias distintas e mutuamente independentes da estratégia e da ação; quando deixam de ser, como eram ao longo dos séculos pré-modernos, aspectos entrelaçados e dificilmente distinguíveis da experiência vivida (...). O que leva tantos a falar do ‘fim da história’, da ‘pós-modernidade’, da ‘segunda modernidade’ e da ‘sobremodernidade’, ou a articular a intuição de uma mudança radical no arranjo do convívio humano e nas condições sociais sob as quais a política-vida é hoje levada, é o fato de que o longo esforço para acelerar a velocidade do movimento chegou a seu ‘limite natural’. O poder pode se mover

com a velocidade do sinal eletrônico - e assim o tempo requerido para o movimento de seus ingredientes essenciais se reduziu à instantaneidade. Em termos práticos, o poder se tornou verdadeiramente extraterritorial, não mais limitado, nem mesmo desacelerado, pela resistência do espaço (o advento do telefone celular serve bem como 'golpe de misericórdia' simbólico na dependência em relação ao espaço: o próprio acesso a um ponto telefônico não é mais necessário para que uma ordem seja dada e cumprida. Não importa mais onde está quem dá a ordem - a diferença entre 'próximo' e 'distante'...)". (BAUMAN, 2001, p. 15, 17 e 18)

Atualmente estamos, segundo Bauman, na fase líquida, em que ele revela a característica marcante da Modernidade - a relação entre tempo e espaço – e esta realiza-se na Internet através de sua velocidade e instantaneidade cada vez maior, com um espaço extraterritorial, não mais limitado, em um ambiente aberto a todos - um espaço público⁴ - porém com uma forma móvel, líquida. Trata-se da Modernidade Líquida nomeada por Bauman:

“O que todas essas características dos fluidos⁵ mostram, em linguagem simples, é que os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade. Os fluidos, por assim dizer, não fixam o espaço nem prendem o tempo. Enquanto os sólidos têm dimensões espaciais claras, mas neutralizam o impacto e, portanto, diminuem a significação do tempo (resistem efetivamente a seu fluxo ou o tornam irrelevante), os fluidos não se atêm muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a

⁴ A discussão de espaço público será mais aprofundada durante o capítulo.

⁵ *“‘Fluidez’ é a qualidade de líquidos e gases. O que os distingue dos sólidos, como a Enciclopédia britânica, com a autoridade que tem, nos informa, é que eles ‘não podem suportar uma força tangencial ou deformante quando imóveis’ e assim ‘sofrem uma constante mudança de forma quando submetidos a tal tensão’.” (BAUMAN, 2001, p.7)*

mudá-la; assim, para eles, o que conta é o tempo, mais do que o espaço que lhes toca ocupar; espaço que, afinal, preenchem apenas 'por um momento'. Os fluidos se movem facilmente. Eles 'fluem', 'escorrem', 'respingam', 'transbordam', 'vazam', 'inundam', 'borrifam', 'pingam'; são 'filtrados', 'destilados'; diferentemente dos sólidos, não são facilmente contidos - contornam certos obstáculos, dissolvem outros e invadem ou inundam seu caminho. A extraordinária mobilidade dos fluidos é o que os associa à idéia de 'leveza'. Associamos 'leveza' ou 'ausência de peso' à mobilidade e à inconstância: sabemos pela prática que quanto mais leves viajamos, com maior facilidade e rapidez nos movemos. Essas são razões para considerar 'fluidez' ou 'liquidez' como metáforas adequadas quando queremos captar a natureza da presente fase, nova de muitas maneiras, na história da modernidade.” (BAUMAN, 2001, p.8 e 9)

Assim como os fluidos, a Internet não fixa espaços e nem prende o tempo, pelo contrário, a velocidade é cada vez mais acelerada e o espaço cada vez mais aberto, com maior amplitude, tudo se move facilmente.

Após o surgimento da Internet, a comunicação entre as pessoas passou por uma grande mudança. Com esta nova forma de comunicação, que encurta distância, mas que ao mesmo tempo, afasta cada vez mais o ser humano um do outro, o contato presencial foi substituído, na maioria das vezes, pelo contato virtual.

Aderbal Vieira Júnior⁶ explica que, em boa parte dos casos, a Internet atua como uma espécie de substituta para as relações que faltam na vida real da pessoa.

⁶ Em entrevista a Folha de São Paulo, Aderbal Vieira Júnior, especialista em Psicologia e Informática, explica o motivo do sucesso da Internet.

“O acesso abusivo das salas de bate-papo e de mensageiros, por exemplo, supriria a ausência das relações interpessoais.”

(Disponível em

<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1511200608.htm>)

Assim, na maioria das vezes, a Internet interfere na vida das pessoas com uma importância maior do que os fatos que acontecem no dia-a-dia, segundo a psicóloga Ivelise Fortim⁷:

“Muitas vezes, as situações que acontecem dentro do Orkut têm importância maior para a vítima do que as da vida comum.”

(Disponível em

<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1511200604.htm>)

Este tipo de comportamento ocorre no ambiente virtual, porque o usuário se encontra com outras pessoas à distância e, como afirma Norval Baitello Júnior, com o sentido da distância, houve uma perda do conceito de corpo e de territorialidade – o corpo não precisa tocar para sentir e se comunicar – assim, o membro se preocupa mais com a proteção de sua imagem, com o perfil que o representa – é o poder da visão que prevalece sobre os outros sentidos, como reforça Baitello – logo, a visibilidade substitui as relações de contato e percepção.

Toda esta mudança no processo de comunicação advém do desenvolvimento tecnológico, que segundo Bauman, configura a nova fase da Modernidade Líquida, acirrando características já presentes e reconstituindo as relações sociais.

Álvaro Vieira Pinto (2005) discute a questão de como a tecnologia mudou a percepção humana e as relações sociais, e aponta que a invenção tecnológica

⁷ Em entrevista a Folha de São Paulo.

pode, se as circunstâncias sociais permitirem, levar a uma transformação que tenha de ser interpretada como a passagem de uma etapa histórica a outra.

Para Pinto, a tecnologia que uma sociedade dispõe constitui um fator de sua estrutura, e assim sofre a influência de todas as modificações nela verificadas, ao mesmo tempo em que cria condições, por seu particular progresso, para o eventual surto de novos fatores de transformação.

O autor afirma que, na verdade, a cibernética não faz progredir a máquina, mas sim progredir o homem, que avança no desenvolvimento de sua essência racional.

“O homem avança no desenvolvimento de sua essência racional ao se mostrar capaz, graças a esse saber, de conhecer melhor os processos naturais e sociais, valendo-se das indicações, das informações que recolhe do mundo objetivo, inclusive do próprio organismo enquanto estrutura viva, onde se desencadeiam ações e reações em função de suas finalidades e das condições do ambiente”. (PINTO, 2005, p.25)

Segundo ele, pertencem ao homem, originariamente, o conceito e o conteúdo de informação e dos processos sólidos de transmiti-la. O autor declara que, é um conceito sem sentido, afirmar que uma informação passe, por exemplo, em caráter absoluto de uma máquina a outra, pois toda máquina funciona de acordo com o plano que levou à construção dela e teve origem no projeto intelectual do construtor. Assim, ele reforça a presença dominante do homem no processo cibernético.

Pinto explica que a informação representa a idéia central da cibernética. Para ele, a informação é, pois, um conceito sintético, válido para todas as formas de movimento da matéria e portanto, naturalmente, a mais complexa e perfeita: o pensamento.

Outro aspecto importante discutido pelo autor é a origem da informática que, de acordo com ele, se encontra na curta e recente história da constituição do conhecimento.

“Uma fonte de esclarecimento do papel desempenhado pelo homem e pela sociedade na formação da teoria da informação, agora capitulado em ramo da cibernética, com o nome próprio de ‘informática’, encontra-se na curta e recente história da constituição do setor do conhecimento. (...) A origem do que veio a chamar-se ‘informática’ espúria e quase inconfessável, nasceu da competição jornalística, do afã de ‘vender o produto’, constituído por qualquer notícia, do esforço publicitário, de mercantilização de bens fabris dirigidos por especialistas nesse gênero de luta econômica, a fim de chamar a atenção do público para um artigo industrial e induzir na consciência das massas consumidoras a ‘imagem’ desencadeadora do ‘impulso de compra’, conforme a terminologia técnica dos ases do marketing, que lhes serve também de teoria reguladora de suas atividades. Por isso, a informação, nos primórdios de sua constituição em setor científico, está estreitamente ligada à publicidade, aos meios de acesso a massas sociais numerosas”. (PINTO, 2005, p.33)

Interessante verificar que a informação estava estreitamente ligada à publicidade – um ato de tornar público – nos primórdios de sua constituição, como mostrou o autor. Este sentido originário do conceito, também foi discutido por Habermas. Já Hannah Arendt (2000), aponta outra forma de publicidade, própria

da realização do espaço público, denominada por ela visibilidade, chamando de Excelência, o ato de falar em público e sobressair-se entre os pares, ou seja, destacar-se como singular e melhor em relação ao grupo, sendo fundamental a permanência pós-morte e esta se dava por meio dos grandes feitos: atos e palavras.

Também está presente no Orkut, a narração de histórias, realizada por meio dos recados, testemunhos, participação em comunidades, mas principalmente, na descrição do perfil – quem sou eu – e também nos diários virtuais, mais conhecidos como blogs. Os blogs são as páginas criadas por usuários que desejam apresentar a sua vida íntima na Internet, num espaço público, com o objetivo de compartilhar as suas experiências pessoais, por meio de fotografias, de narração dos acontecimentos do dia-a-dia, além de sua autobiografia. Os blogs também têm a característica da interatividade; neste site há espaço para o internauta expor a sua opinião, o seu comentário.

Habermas considera que a narração de histórias, com o surgimento do romance, caracteriza a exposição da intimidade, quando relata:

“O diário íntimo torna-se uma carta endereçada ao emissor; a narrativa em primeira pessoa, um monólogo interior dirigido a receptores ausentes: experiências equivalentes à subjetividade descoberta no interior das relações da intimidade familiar. Esta subjetividade, como corte interior do privativo, já é desde sempre, ligada ao público”. (HABERMAS, 1984, p.66)

Esta citação descreve exatamente o que é um blog nos dias de hoje. O conteúdo disponibilizado é lido por receptores ausentes, desconhecidos: são

narradas histórias, em primeira pessoa, de uma vida privada, mas ligada ao público.

Acredita-se que o blog e o Orkut sejam a continuidade de registrar o que é íntimo, num espaço público que possa ser visto por todos. São extensões de meios⁸ que já existem, mas com uma estrutura diferente. Por exemplo, o caderno de perguntas, que é uma mídia anterior à década de 60, é utilizado até hoje entre crianças e adolescentes. O caderno de perguntas é um veículo que traz questões diversas para você responder, como sua identificação, dados pessoais, um espaço para expor a sua opinião, mostrar quem você é, e também dá a oportunidade de registrar um recado para o dono do caderno, assim como ocorre no Orkut e nos blogs.

A diferença entre o caderno de perguntas, o Orkut e o blog está no modo de acesso e seu controle e na diagramação. No Orkut e no blog, o acesso é realizado na Internet, pelo computador, e não há como controlar quem escreve ou visita sua página; já no caderno de perguntas, estes são realizados, manualmente e o dono do caderno tem a opção de escolher quem ele quer que escreva. No Orkut, a diagramação limita o preenchimento do perfil do usuário, enquanto no blog e no caderno de perguntas, esta é livre.

⁸ Ressalta-se que antes da Internet já existiam outros meios de comunicação de massa, como rádio, TV, que provocaram mudanças no comportamento das pessoas, porém este estudo, foca a mídia Internet .



Com isso, acredita-se que a Internet interfere na dinâmica que já existia. O blog e o Orkut nascem como forma de continuidade de mídias já existentes – com o diferencial na mudança no processo de comunicação, que advém do desenvolvimento da tecnologia – com outras estruturas e aperfeiçoados na lógica da Modernidade Líquida.

1.3 – Brasileiros no Orkut

A presença de milhões de brasileiros no Orkut é um dado que chama a atenção, principalmente pelo alto índice de exclusão digital que o país sofre. Utiliza-se vários autores, que já pesquisaram superficialmente sobre o assunto, para contribuir com o enriquecimento desta pesquisa.

Segundo Manssour; Bellini (2005), os brasileiros, em sua maioria, têm orgulho em exibir um grande número de amigos, em fazer parte de grupos e em ser reconhecidos onde quer que estejam. Dizer para alguém que determinada

pessoa é “bem relacionada”, significa que a mesma tem qualidades notáveis; é o mesmo que falar que ela é comunicativa e transita facilmente em diversos ambientes.

Estas características apontadas pelos autores referem-se também às celebridades – são os destaques, as autoridades de nossa época – que se sentem orgulhosas em possuir muitos amigos e exibí-los, gostam de fazer parte de grupos selecionados e são reconhecidas em todos os lugares que freqüentam.

“Os brasileiros em geral gostam de fazer novos amigos e nutrir laços. É compreensível, pois, que as ferramentas tecnológicas disponíveis para colocar as pessoas em contato umas com as outras e realçar suas interações sejam valorizadas e amplamente utilizadas”. (MANSSOUR; BELLINI, 2005, p.42)

Para o pesquisador Eduardo Honorato, 46% das pessoas acessam o site Orkut mais de uma vez por dia e, em grande parte dos casos, a quantidade de contatos virtuais é superior à de amigos reais. Baseado⁹ em um questionário respondido por 480 usuários, 53% dos entrevistados disseram possuir uma lista com mais de 100 pessoas no Orkut, mas o número real de amigos, de 30% dos pesquisados, não ultrapassava o de 20 pessoas.

“Tais dados mostram a facilidade do Orkut em criar interações entre seus participantes. A pessoa se sente mais popular e estabelece relações com desconhecidos.” (Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1511200604.htm>>)

⁹ Dados retirados da Folha de São Paulo em 15 de novembro de 2006.

Acredita-se que, a possibilidade de mostrar a sua popularidade seja um dos principais motivos da participação de milhões de brasileiros no site. No Orkut, a quantidade é um elemento que chama a atenção, como: a quantidade de amigos, comunidades, recados, fãs, fotografias e testemunhos. Bauman esclarece este tipo de comportamento:

“Se não é possível confiar na qualidade, quem sabe a salvação não está na quantidade? Se todo relacionamento é frágil, quem sabe o recurso de multiplicar e acumular relacionamentos não vai tornar o terreno traiçoeiro? Graças a Deus você pode acumulá-los – justamente porque eles são, todos eles, frágeis e descartáveis! E assim buscamos a salvação nas ‘redes’, cuja vantagem sobre os laços fortes e apertados é tornarem igualmente fácil conectar-se e desconectar-se (como explicou recentemente um rapaz de 26 anos de Bath, o ‘namoro na Internet’ é preferível aos ‘bares de solteiros’ porque, se algo der errado, ‘basta deletar’ – num encontro cara a cara, não é possível descartar-se com tanta facilidade do parceiro indesejado). E nós usamos nossos celulares para bater papo e enviar e receber mensagens, de modo que possamos sentir permanentemente o conforto de ‘estar em contato’ sem os desconforto que o verdadeiro ‘contato’ reserva. Substituímos os poucos relacionamentos profundos por uma profusão de contatos pouco consistentes e superficiais.”
(BAUMAN, 2005, p. 75 e 76)

Bauman mostra como a Modernidade Líquida possibilita a falta de compromisso e responsabilidade, onde a Internet é cada vez mais utilizada para se relacionar. Na rede, não há o compromisso profundo com o outro, não existem laços fortes entre as pessoas, não há vínculos. Estas mudanças são positivas para muitos, que não querem assumir a responsabilidade de ter um

relacionamento sólido com o outro e, sim, muitos contatos superficiais e pouco duradouros.

De acordo com Telles, as pessoas mais jovens têm mais interesse no Orkut. Cerca de 52,7% de seus membros são pessoas na faixa etária dos 18 aos 25 anos. Esse número também não expressa só verdade, pois menores de 18 anos participam da rede, fornecendo idades incorretas. O autor relata que são muitas as razões que levam as pessoas a se cadastrarem na rede, mas aproximadamente 84,30% participam para fazer novas amizades e encontrar velhos amigos.

A pesquisa¹⁰ realizada com os usuários do Orkut, membros da comunidade “O Orkut mudou minha vida!”, comprova esta afirmação de Telles e mostra os outros motivos¹¹ que os levaram a participar do Orkut.

▪ **Questões de motivação**

□ *Entrada no sistema*

- *Para seguir os amigos*
- *Para fazer novas amizades*
- *Para obter conhecimento técnico*
- *Para conhecer a ferramenta*
- *Para controlar a imagem pública*

□ *Espiar o perfil dos outros*

- *Por voyerismo*
- *Para analisar a pessoa*
- *Para estar a par do que a pessoa está fazendo*
- *Para encontrar alguém com quem se identifique*

¹⁰ As respostas recebidas foram agrupadas através da técnica de Diagrama de Afinidades (Hackos e Redish, 1998) e categorizadas numa taxonomia. (AMSTEL, 2007, p. 8)

¹¹ Pergunta: Para que você utiliza o Orkut? Os resultados estão colocados por ordem de interesse dos usuários.

- *Expor sua personalidade*
 - *Para ficar famoso*
- *Acessar*
 - *Para distrair-se em momentos de folga*
 - *Para descarregar emoções*
 - *Para divertir-se com as bizarrices*
- **Questões de construção da identidade**
 - *Diferentes estratégias de expressão da personalidade*
 - *Auto-afirmação*
 - *Manutenção da imagem pública*
 - *Auto-reflexão sobre a(s) identidade(s)*
- **Questões de privacidade e vigilância**
 - *Sobreposição da esfera pública e da particular*
 - *Preocupação com a segurança pessoal*
 - *Poder de investigação da vida alheia*
 - *Conflitos e desencontros causados pelo Orkut*
- **Comparação com outros meios de comunicação**
 - *Comunicação com mais personalidade*
 - *Contatos com mais pessoas, porém mais superficiais*
 - *Maior liberdade*

Para o criador do site, Orkut Buyukkokten, o sucesso do Orkut com os brasileiros deu-se por uma combinação de vários fatores:

“Os brasileiros são simpáticos e amigáveis por natureza, costumam ter vários amigos e se comunicam com muita facilidade. Inicialmente, vários usuários brasileiros, muito influentes na sociedade, se registraram e isso facilitou a disseminação do site no Brasil. Além disso, o fato de o orkut.com ser um produto do Google e aberto apenas para as pessoas que recebem convite fez com que ele se tornasse mais interessante.” (Revista Recall, 2007, p. 6)

A comunidade “Social Networks Analysis”¹², no Orkut, discutiu o assunto entre os membros participantes, com a pergunta: “*Why are there so many Brazilians?*”. O tópico recebeu 97 postagens, entre brasileiros e estrangeiros. Moraes;Rocha (2005) analisaram a pesquisa e constataram:

“Um elemento percebido pela maioria foi o fato dos brasileiros serem mais “sociáveis, amigáveis e comunicáveis que o resto do mundo”. Outros afirmavam ser apenas um modismo, que logo iria diminuir a intensidade. Ainda existe a parcela niilista (“porque sim e pronto”) e mais alguns sobre preconceito e interculturalidade”. (MORAIS;ROCHA, 2005, p.2)

Uma das características mais discutidas na comunidade “Social Networks Analysis” foi sobre o brasileiro como pessoa amistosa, hospitaleira, de fácil amizade.

Moraes;Rocha afirmam que este padrão, apresentado em Raízes do Brasil, de Sérgio Buarque de Holanda, condiz com o homem cordial. Este homem cordial se tornaria extremamente complexo e paradoxal com o advento da modernidade.

“Já se disse, numa expressão feliz, que a contribuição brasileira para a civilização será de cordialidade – daremos ao mundo o ‘homem cordial’. A lhanza do trato, a hospitalidade, a generosidade, virtudes tão gabadas por estrangeiros que nos visitam, representam, com efeito, um traço definido do caráter brasileiro”. (HOLANDA in MORAIS;ROCHA, 2005, p.6)

Para Moraes;Rocha existe uma cordialidade tanto na participação nas comunidades, quanto no número de amigos.

¹² <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=465>>

“Simplesmente adicionar como amigo por adicionar, sem ter realmente vínculo ou até para não negar o convite para amizade; ou estar em uma comunidade sem participar traduz um pouco deste ‘homem cordial’. (MORAIS;ROCHA, 2005, p.8)

1.4 – Visibilidade e Imortalidade no Orkut

Hannah Arendt caracteriza o espaço público sobre dois aspectos. Segundo a autora, o termo público denota dois fenômenos intimamente relacionados, mas não perfeitamente idênticos.

“Significa, em primeiro lugar, que tudo o que vem a público pode ser visto e ouvido por todos e tem a maior divulgação possível. Para nós, a aparência - aquilo que é visto e ouvido pelos outros e por nós mesmos - constitui a realidade”. (ARENDR, 2000, p.59)

Arendt relata que o termo público, em segundo lugar, significa o próprio mundo, na medida em que é comum a todos nós e diferente do lugar que nos cabe dentro dele. Um mundo que, ao mesmo tempo, separa e estabelece uma relação entre os homens.

“A esfera pública, enquanto mundo comum, reúne-nos na companhia um dos outros e contudo evita que colidamos uns com os outros, por assim dizer. O que torna tão difícil suportar a sociedade de massas não é o número de pessoas que ela abrange, ou pelo menos não é este o fator fundamental; antes, é o fato de que o mundo entre elas perdeu a força de mantê-las juntas, de relacioná-las umas às outras e de separá-las”. (ARENDR, 2000, p.62)

Habermas também revela que a esfera pública é o espaço da visibilidade:

“Só à luz da esfera pública é que aquilo que é consegue aparecer, tudo se torna visível a todos. (...) Na disputa dos pares entre si, os melhores se destacam e conquistam a sua essência: a imortalidade da fama”. (HABERMAS, 1984, p.16)

Os conceitos apresentados por Arendt e Habermas, sobre o espaço público, representam o papel da mídia Internet, com relação à publicidade¹³ e visibilidade da vida íntima. Entende-se que a Comunidade Virtual Orkut¹⁴ é um espaço com esta configuração, que favorece a exposição da vida privada¹⁵, numa esfera pública, permitindo que o usuário exponha sua vida íntima, neste ambiente em que todos têm acesso. É também um espaço que possibilita a aparência, a visibilidade. Um exemplo¹⁶ de exposição da vida íntima no Orkut, um espaço público, foi o caso de uma estudante de Direito da cidade de Marília, que teve suas fotos divulgadas no Orkut fazendo sexo com dois rapazes, e por isso precisou ser retirada da faculdade onde estudava, sob escolta da Polícia Militar.

De acordo com a matéria, a estudante foi insultada pelos colegas em comunidades do Orkut e seu perfil foi apagado, após receber milhares de mensagens agressivas. Também foi criada uma comunidade dedicada ao tema, com mais de 300 integrantes, que recebeu, na maior parte dos comentários,

¹³ Ato de tornar público.

¹⁴ O site www.orkut.com define: “O Orkut é uma comunidade on-line que conecta pessoas através de uma rede de amigos confiáveis. Proporcionamos um ponto de encontro on-line com um ambiente de confraternização, onde é possível fazer novos amigos e conhecer pessoas que têm os mesmos interesses”.

¹⁵ Que dá condição para a vida pública.

¹⁶ <<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT1181617-1664-4,00.html>>

xingamentos e insultos, muitos feitos por perfis falsos e anônimos. Observa-se que todo este comportamento, a partir deste caso e de muitos outros semelhantes, que também são casos de polícia, mostra o poder da visibilidade e o seu efeito, em que o Orkut constrói uma realidade, como disse Arendt, que não necessariamente é real.

Outro exemplo que ilustra a visibilidade está na matéria¹⁷ “Vítima de assalto reconhece ladrões no Orkut”. Segundo a reportagem, a vítima reconheceu os ladrões por meio de fotos exibidas na página do Orkut de seu colega de classe, colega este que também participou do crime. As informações e imagens¹⁸ veiculadas no Orkut estão disponíveis para todos os participantes conectados à comunidade; reforça-se, assim, a ampla divulgação e exposição que o Orkut pode oferecer.

“Nas mídias digitais, especialmente no ciberespaço, observa-se uma situação diferenciada das demais mídias. Nessas um número maior de indivíduos podem ocupar espaços, potencialmente infinitos, se comparados aos da televisão, jornais, rádios, e outras mídias”. (MEUCCI; MATUCK, s/d, p.3)

O espaço público possibilita, também, a imortalidade. Segundo Arendt, se o mundo deve conter um espaço público, ele não pode ser construído apenas para

¹⁷ <<http://info.abril.com.br/aberto/infonews/092006/05092006-13.shl>>

¹⁸ Em 2007, o Orkut mudou a sua configuração, passando a oferecer aos usuários que não querem disponibilizar o seu álbum de fotos para todos, uma ferramenta que permite acesso ao álbum de fotografias apenas para os amigos que formam a sua rede. Ressalta-se que, muitas vezes, as pessoas aceitam estranhos em sua lista de amigos, além de não terem a preocupação de utilizar esta ferramenta.

uma geração e planejado somente para os que estão vivos: deve transcender a duração da vida de homens mortais.

“Sem essa transcendência para uma potencial imortalidade terrena, nenhuma política, no sentido restrito do termo, nenhum mundo comum e nenhuma esfera pública são possíveis. (...) Transcende a duração de nossa vida tanto no passado quanto no futuro: preexistia a nossa chegada e sobreviverá à nossa breve permanência. É isto o que temos em comum não com aqueles que vivem conosco, mas também com aqueles que aqui estiveram antes e aqueles que virão depois de nós. Mas esse mundo comum só pode sobreviver ao advento e à partida das gerações na medida em que tem uma presença pública”. (ARENDRT, 2000, p. 64 e 65)

Acredita-se que, o sentido de imortalidade no Orkut está relacionado a esta transcendência a que Arendt se refere e sobrevive à nossa breve permanência e transcende a duração de nossa vida como mortais. Neste caso, sobrevive a passageira permanência do membro no Orkut, através do seu perfil, tornando-o imortal; mas para isto acontecer, é preciso ter uma presença pública. Da mesma forma, entende-se imortalidade com um novo sentido, o da Excelência – relacionada à manutenção da imagem – destacar-se como singular e melhor em relação ao grupo – como o sucesso de algumas celebridades, em relação a outras. É o caso do cantor Leo Jaime, que após a sua entrada e permanência no Orkut, com mais de 9 mil amigos, recuperou a sua carreira, mesmo ausente da televisão, se mantém visível.

No Orkut, quando um usuário morre, seu perfil continua existindo; ficam os registros de suas fotografias, ações e seus sentimentos, como num livro, só que

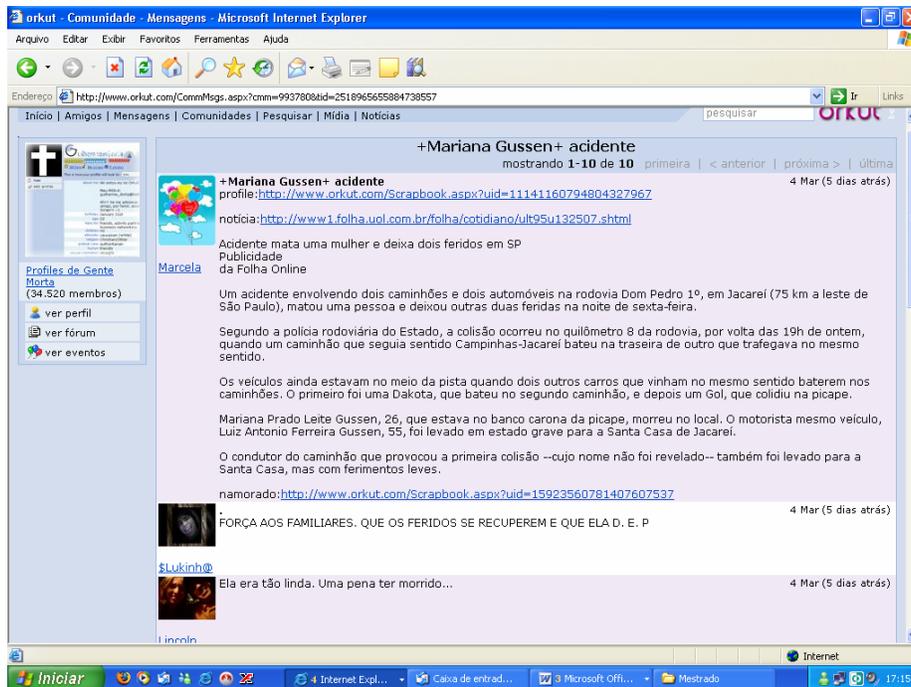
com uma maior amplitude, visto que está disponível na Internet. Pensa-se em imortalidade no Orkut no sentido do perfil ser imortal¹⁹.

Jean Baudrillard (2001) afirma que todos almejam a imortalidade e que existe algo oculto no ser humano: a morte.

“Todos almejamos a imortalidade. É a nossa fantasia final, uma fantasia que também está em curso em todas as nossas ciências e tecnologias modernas (...) Existe algo oculto em nós: a nossa morte. Mas algo mais está escondido, aguardando-nos dentro de cada uma de nossas células: o esquecimento da morte. Nas nossas células, a nossa imortalidade repousa, esperando por nós. Costuma-se falar da luta da vida contra a morte, mas existe um perigo inverso. E precisamos lutar contra a possibilidade de não morrermos. Diante da menor hesitação na luta pela morte - uma luta pela divisão, pelo sexo, pela alteridade e portanto também pela morte - os seres vivos se tornam repetidamente indivisíveis, idênticos uns aos outros – e imortais”. (BAUDRILLARD, 2001, p. 9, 11 e 12)

Existem comunidades no Orkut que discutem o assunto, como “Profiles de Gente Morta - PGM”, “Existe Orkut após a morte?”, além de inúmeras comunidades que são criadas após a morte de algum usuário, em sua homenagem. A comunidade “PGM” dedica-se à pesquisa de perfis de pessoas que já faleceram e reúne atualmente mais de 40 mil membros.

¹⁹ Ressalva: quando muitos usuários se unem e enviam mensagens para o Orkut, solicitando que excluam a página de determinado membro, pelo motivo de seu falecimento; mas nem sempre isto ocorre.



Acredita-se que a comunidade “PGM” seja o “Cemitério do Orkut”, um espaço que reúne os links dos perfis de usuários mortos, juntamente com a descrição de como ocorreu a morte de cada um deles. Assim como acontece no cemitério, local onde as pessoas visitam o túmulo, resgatam lembranças e fazem suas orações ao falecido, a comunidade “PGM” exerce a mesma função, os usuários visitam os perfis dos falecidos através dos links (túmulos), porém com o diferencial da visibilidade, na qual todos têm acesso às suas “orações”, recados e desabafos.

Um exemplo de imortalidade no Orkut é o perfil de Maria Claudia Del' Isola, que faleceu há mais de três anos. Após sua morte, o perfil de Maria Claudia continuou e continua recebendo visitas diariamente, com inúmeros recados que seus amigos e parentes escrevem para ela.

orkut - Página de recados de Maria Claudia - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://www.orkut.com/Scrapbook.aspx?uid=9357833789461033150>

Escreva um novo recado ou clique em mim para mais recados.
Tudo isso, só para você saber que a vida continua...
E que a morte, é uma viagem

Bjãooo no seu coração puro anjinho 😊

simone:
Tatinha, sempre penso muito em você. Sei que a onde vc estiver sempre vai ta olhando pela sua familia linda!!!
Fica com Deus!
11:08
16/11/2006

Juli:
Oi Anjinha linda..♥♥♥
Fica com Deus..Te adoramos..♥♥♥
08:46
16/11/2006

Raizinha:
Com certeza o ceu ficou mas lindo, com esse sorriso e beleza tao grande...
abrcosss
03:24
16/11/2006

Juli:
Beijão Tatinha♥♥♥
09:29
14/11/2006

Thiago:
Bjão linda ;o*
Saudades
09:27
14/11/2006

Fernando:
Bom dia, lindo Anjo de Luz! Por favor, interceda por nós diante de Deus Pai, ao longo de mais este dia!
Um beijinho em seu coração.
Fernando
02:52
13/11/2006

primeira | < anterior | próxima > | última

serviço filiado ao Google

orkut in english | Sobre o orkut | Centro de segurança | Anunde conosco. | Privacidade | Termos de uso

Internet

Iniciar

Caixa de entrada - O... 5 Internet Explorer Imortalidade no Orku... 15:46

orkut - Página de recados de Maria Claudia - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://www.orkut.com/Scrapbook.aspx?uid=9357833789461033150&pageSize=8&ng=1&net=1>

soh kero q todos saibão q essa menina vai fazer muita falta...naum soh pra mim...mas com tbem pra todos q e conheciam
luto por vc menina meiga e linda
descanse em paz e com deus e os ajinhos

Meire:
Queridos, aguardamos o momento de dizer que os monstros estão enjaulados. Um grande abraço a todos.
8 out (6 dias atrás)

Clarissa Vargas:
ei Maria olha só lembrei de voce quando vi essa comunidade ...
<http://www.orkut.com/Community.aspx.cmm-307088066.php>
rsrsrsrsrsrsrsrsrs
😊
8 out (6 dias atrás)

Palomita:
Vamos fazer uma linda homenagem a você na formatura em que você deveria estar com agente. Espero que goste.
Fique com Deus.
7 out (7 dias atrás)

Mensageira da:
Descanse em paz linda menina e que vc esteja aos cuidados do nosso Pai.
E que Deus conforte e dê muita força à família.
6 out

Juli:
Bom Dia!!
Tatinah linda e Amada por todos nós!!
Grande Abraço em Você..nos proteja sempre!!!
Amém
1 out

Internet

Iniciar

3 Internet Explorer Imortalidade no Orkut Microsoft Office ... 09:55

Observa-se que estas mensagens foram escritas para a própria Maria Claudia, com a intenção de se comunicar com ela, como se o Orkut fosse uma ferramenta de comunicação que chega até os mortos.

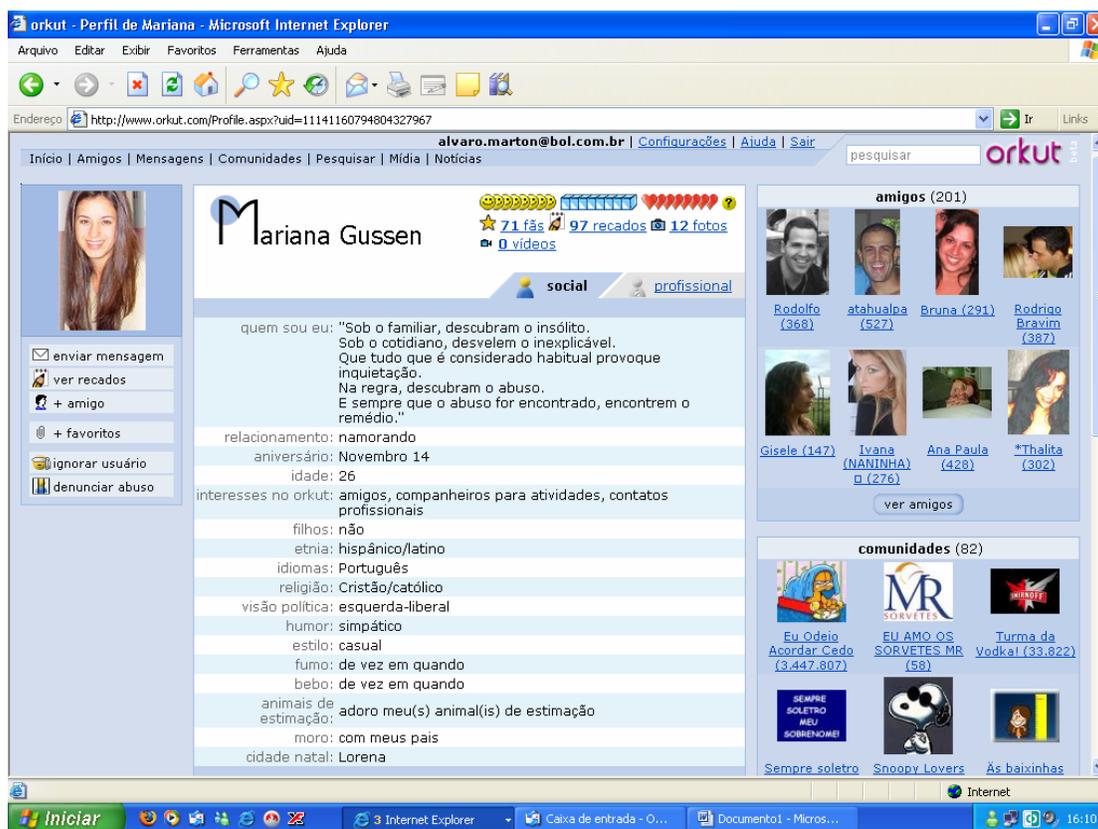
Maria Claudia foi assassinada e os suspeitos são o caseiro²⁰, que gostava da vítima, e a sua namorada, que tinha muito ciúme dela. A comunidade “Homenagem à Maria Claudia” recebeu na semana do julgamento inúmeros recados e “preces”.



²⁰ Ambos foram condenados com pena máxima após os julgamentos.

Percebe-se, ao analisar vários perfis de pessoas falecidas que ainda têm o seu perfil no Orkut, que este comportamento de escrever recados para as pessoas falecidas, tornou-se uma tendência. Assim que descobrem que tal pessoa morreu, vão direto ao seu perfil, para registrar a sua presença, tentar se despedir e até mesmo manter contato com o falecido. As pessoas que escrevem estes recados sentem que aquele que morreu, continua vivo, pelo menos no Orkut, já que seu perfil continua existindo e ativo.

Um exemplo é o perfil de Mariana Gussen, que recebeu muitos recados no mesmo dia de sua morte; seus amigos se despediam inconformados e deixavam suas “orações”, até mesmo o seu namorado Pedro.



orkut - Página de recados de Mariana - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://www.orkut.com/Scrapbook.aspx?uid=11141160794804327967&na=4&nst=0&nid=11141160794804327967-1173079667-13248276750626132737>

Início | Amigos | Mensagens | Comunidades | Pesquisar | Mídia | Notícias

pesquisar **ORKUT**

visualizar
dicas de formatação
enviar

seu texto contém 0 caracteres

página de recados de Mariana

primeira | < anterior | próxima > | última

Nena: 5 Mar (4 dias atrás)
Fiquei sabendo hj do que aconteceu.
"Ilumine aí de cima todos o que vc amava. A alegria e luz que vc tinha na terra, vai trazer o brilho e a paz que vc encontrará aí pertinho do Papai do Céu!!!"
Beijo pra vc!!!

Deidra: 5 Mar (4 dias atrás)
Não exitem palavras que possam explicar o que ela foi para mim, o que ela mudou na minha vida, sempre levando agente para frente.
Agradesso a todos as lindas mensagens apoio.
MEU AMOR NESTE MOMENTO EXISTE UM GRANDE VAZIO NO MEU PEITO.
Fica com Deus e olhe sempre por nós.

Julliano: 5 Mar (4 dias atrás)
tive pouco contato com ela..por ser companheira de trabalho do meu irmão e pelo sofrimento dele..percebo o quanto especial era ela!!! fique com Deus pois tenho certeza que vc estará num lugar lindo e pra familia muita força apesar de saber q naum eh facil!!!

Fabi: 5 Mar (4 dias atrás)
Tive poucas vezes com Mariana, mas me lembro da menina meiga e alegre que era... com certeza até quem não convivia com ela sentira saudades! Com certeza Deus guardou um lugar lindo onde vc recebera mto conforto! Descanse em paz!

Ana Paula: 5 Mar (4 dias atrás)
Não estou acreditando no acontecido até agora... Amiga de infância, o tempo acabou nos afastando um pouco, mas ainda lembro de te chamar de boneca de porcelana...de escutarmos roxete... que coisa doida... Você vai ficar para sempre em meu coração...Tenho certeza que você vai encantar a todos no plano espiritual... Aos familiares, força!!!!

Concluído

Internet

17:23

orkut - Página de recados de Mariana - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://www.orkut.com/Scrapbook.aspx?uid=11141160794804327967&na=4&nst=0&nid=11141160794804327967-1173210487-532963196689353407>

Tudo passa e tudo se renova na terra, mas o que vem do céu permanecerá.
De todos os infelizes os mais desditosos são os que perderam a confiança em Deus e em si mesmo, porque o maior infortúnio é sofrer a privação da fé e prosseguir vivendo.
Eleva, pois, o teu olhar e caminha.
Luta e serve. Aprende e adianta-te.
Brilha a alvorada além da noite.
Hoje, é possível que a tempestade te amaranhe o coração e te atormente o ideal, aguilhoando-te com a aflição ou ameaçando-te com a morte...
Não te esqueças, porém, de que amanhã será outro dia.
Meime!
(Mensagem recebida pelo médium Francisco Cândido Xavier)

***LUTO*Natalie:** 7 Mar (2 dias atrás)
te amamos..
muitas saudades!

Patricia: 7 Mar (2 dias atrás)
Nao consigo me conformar!! Fiquei sabendo ontem!! Estava esperando vc aqui!!! Que vc esteja em um bom lugar agora Ma!!! Muitas Saudades!!! Conforto para Familia!!!

RoDrIqOrDo: 7 Mar (2 dias atrás)
Ma fique com deus, porque se ele veio te buscar é que vc e uma pessoa tao boa, que ele te escolheu para virar anjo para tomar conta de todos ae de cima.
Gordo!!!

Regina: 7 Mar (2 dias atrás)
Mais uma estrela brilha no céu!!!

LAIS MARIANNE: 7 Mar (2 dias atrás)
Desejo á familia muita coragem para seguir em frente e lembraremos sempre dessa menina-mulher com muita doçura!!! Fomos vizinhas por muito tempo e vimos Mariana desabrochar numa linda mulher.Sentimos muito o acontecido.
Cléa e familia

primeira | < anterior | próxima > | última

serviço filiado ao Google

orkut in english | Sobre o orkut | Centro de segurança | Anuncie conosco. | Privacidade | Termos de uso

Internet

17:28



Existem casos de usuários falecidos que têm o seu perfil, no Orkut, atualizado. Isto ocorre porque alguém tinha a sua senha de acesso ao site e tem o desejo de manter atualizada a memória daqueles que faleceram. São poucos os perfis que são excluídos do Orkut após a morte do usuário²¹. O site Orkut precisa de uma prova, atestado de óbito ou mensagem de muitas pessoas para excluir o perfil; isto acontece porque muitas vezes há membros mal intencionados que querem excluir o perfil de alguém só para prejudicar.

Enfim, após o que foi apresentado sobre a imortalidade, pode-se entender o porquê da existência de inúmeras comunidades em homenagem às pessoas falecidas: através da transcendência, a que Arendt se refere – sobrevivência à passageira permanência do membro no Orkut, por meio do seu perfil, tornando-o

²¹ O perfil de Mariana Gussen foi excluído meses depois de sua morte, após receber inúmeros recados de amigos e parentes.

imortal – e também por meio da não corporalidade – relação entre pessoas à distância, sem a presença de um corpo físico: esta não corporalidade possibilita a aceitação de que a pessoa continua viva, mesmo que seja pelo seu perfil no Orkut.

Na comunicação, a imortalidade mostra-se, também, no sentido da Excelência – relacionada à manutenção da imagem – com o objetivo de destacar-se como singular e melhor em relação ao grupo – o que explica o sucesso de algumas celebridades, em relação a outras.

Capítulo 2 – O Orkut é, de fato, uma Comunidade?

2.1 – A Comunidade Orkut: um produto de consumo

O site de relacionamentos Orkut.com¹, em sua página inicial, declara:

*“O Orkut é uma **comunidade** on-line que conecta pessoas através de uma rede de amigos confiáveis. Proporcionamos um ponto de encontro on-line com um ambiente de confraternização, onde é possível fazer novos amigos e conhecer pessoas que têm os mesmos interesses. Participe do orkut para estabelecer seu círculo social e se conectar a ele”. (grifo meu) - (Disponível em <<http://www.orkut.com>>)*

Em primeira instância, para quem conhece e frequenta o site, esta declaração aponta uma série de questionamentos bem óbvios sobre o que é o Orkut e a sua finalidade. Pretende-se analisar como o conceito “Comunidade” tem sido usado pelo site de relacionamentos Orkut e, num segundo momento, busca-se recuperar o sentido original da “Comunidade”, fundamentando-se em teóricos respeitados, para assim, verificar se o Orkut, de fato, é uma Comunidade.

O Orkut conecta as pessoas através de uma rede (formada apenas) de amigos confiáveis? É um ponto de encontro que proporciona um ambiente (exclusivamente) de confraternização? O tipo de serviço que o Orkut propõe é o que ele realmente presta? Estas perguntas resumem-se a uma questão central e polêmica: O Orkut é, de fato, uma comunidade?

¹ No dia 20 de agosto de 2007, estavam cadastrados no Orkut mais de 68 milhões de usuários, segundo fontes indicadas no site do Orkut.

Questão que não fica muito clara nem mesmo dentro do site. Ao acessar a página inicial do Orkut, antes de efetuar o login e digitar a senha para estabelecer a conexão, encontra-se o link: "Leia mais sobre como manter o orkut bonito" disponível para todos, sendo usuários ou não, com a declaração:

*"O Orkut é uma **comunidade** on-line desenvolvida para promover a interação entre as pessoas, estabelecer relacionamentos e criar comunidades em torno de interesses comuns. (...) o sucesso do nosso site se deve sobretudo à habilidade de nossos membros de criar conteúdo e comunidades interessantes." – (grifo meu)*
(Disponível em <http://www.orkut.com/About.aspx?page=keep>)

Neste link, o Orkut define-se como uma comunidade que promove interação, estabelece relacionamentos, permite participar, criar conteúdo e comunidades interessantes.

Continuando a sua leitura, o internauta esbarra com o link "Termos de Serviço". Neste, ele encontra uma definição completamente diferente:

*"Bem-vindo ao orkut.com, um **serviço** de rede pessoal. Empresas, organizações ou outras entidades legais não podem usar o serviço orkut.com para nenhuma finalidade. Ao usar o serviço de rede pessoal on-line do orkut.com (o "orkut.com service"), você aceita e concorda com os seguintes termos e condições". (grifo meu)* Disponível em <http://www.orkut.com/Terms.aspx>)

Perfil The House Callan Method² – Escola de Idiomas de Lorena



Nesta recepção de boas-vindas aos usuários do Orkut, nota-se que a palavra **comunidade** – presente continuamente em suas definições – foi substituída por **serviço**. Observa-se, por meio do exemplo³ acima, que a regra do “Termos de Serviço do Orkut” não foi cumprida.

Encontra-se, mais adiante, o link “Estatuto da Comunidade”, que informa:

*“O Estatuto da Comunidade consiste nos valores compartilhados pela **comunidade** do orkut.com.”* – (grifo meu) (Disponível em http://help.orkut.com/support/bin/answer=16198&hl=pt_BR)

Novamente, aparece o Orkut como comunidade, e ainda, uma comunidade que possui um estatuto. Nesta página do Estatuto, há mais um link “Sobre o orkut”, que comunica:

² <http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=8935030410699236559>

³ Outros exemplos de regras do “Termos de Serviço” do Orkut, que não são cumpridas, encontram-se disponíveis no **Anexo 1**.

*“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.” (grifo meu) (Disponível em <<https://www.orkut.com/About.aspx?page=keep>>)*

Ao analisar cada link do Orkut e suas informações, nota-se que há pontos em comum, divergências e contradições, quanto à sua definição e compromisso com o usuário, como mostram os quadros abaixo⁴:

⁴ Os quadros foram elaborados a partir de observações e interpretações sobre as declarações do site de relacionamentos Orkut.

ESTATUTO DA COMUNIDADE

- Orkut:** - Comunidade
- Ambiente positivo
 - Seriedade
 - Restrições

- Usuário:** - Respeito
- Responsabilidade
 - Comportamento
 - Restrições

MANTENHA O ORKUT BONITO

(Link na página principal)

- Orkut:** - Comunidade
- Proteção ao máximo para nossos usuários
 - Um dos valores mais importantes é a confiança nos outros e no Google
 - Respeito pelos usuários
 - Faremos tudo para merecer essa confiança
 - Assumimos o compromisso de assegurar que nosso site continue como um espaço com a filosofia de comunidade

- Usuário:** - Espaço que você conhece e confia
- Contamos com você para que o orkut continue saudável, cresça e continue bonito por muito tempo



TERMOS DE SERVIÇO

- Orkut:** - Serviço
- Direito de modificar e encerrar o serviço
 - Direito de encerrar a sua participação
 - Restrições
 - Isenção de responsabilidade

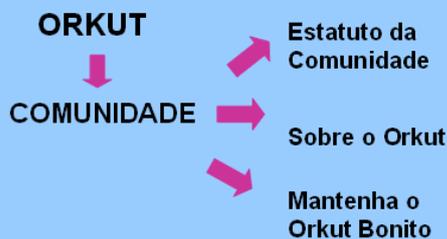
- Usuário:** - Concorda com termos de serviço
- Restrições
 - Concorda em usar o serviço por sua conta e risco
 - Concorda em isentar o orkut de obrigações e responsabilidades

SOBRE O ORKUT

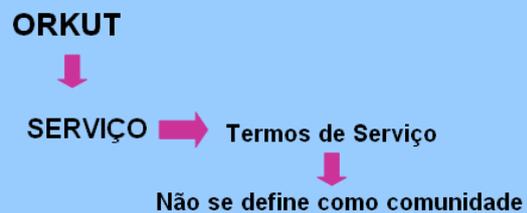
- Orkut:** - Comunidade
- Torna a sua vida social mais ativa
 - Ajuda a manter contato com seus amigos e conhecer pessoas
 - Missão: ajudá-lo a criar rede de amigos íntimos
 - Divirta-se

- Usuário:** - Efetue seu login e crie seu perfil
- Se não tiver a conta no Google, ajudamos a criá-la
 - Crie e participe de comunidades
 - Você decide com quem interagir

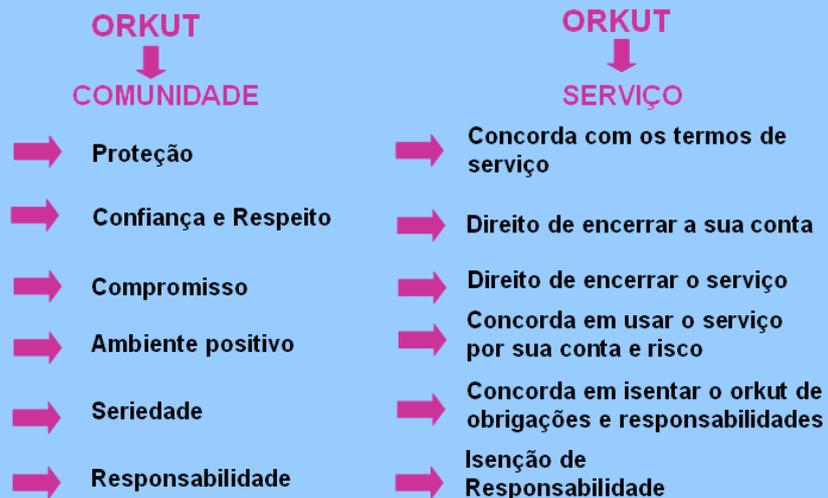
PONTOS EM COMUM



DIVERGÊNCIAS



CONTRADIÇÕES



Percebe-se que o Orkut se mostra como comunidade – e com maior visibilidade e destaque – quando apresenta o seu produto: “Mantenha o Orkut Bonito”; “Sobre o Orkut” e “Estatuto da Comunidade”, com o intuito de atrair o maior número de usuários para o site, porém, ao relatar seus interesses empresariais – torna-se discretamente presente como serviço – em seu “Termos de Serviço”. Acredita-se que essa mudança de papel – de comunidade passa a ser serviço – defende seus interesses como empresa, pensando em sua proteção e se isentando de responsabilidades pelo produto/serviço que ele acabou de oferecer com tanto compromisso.

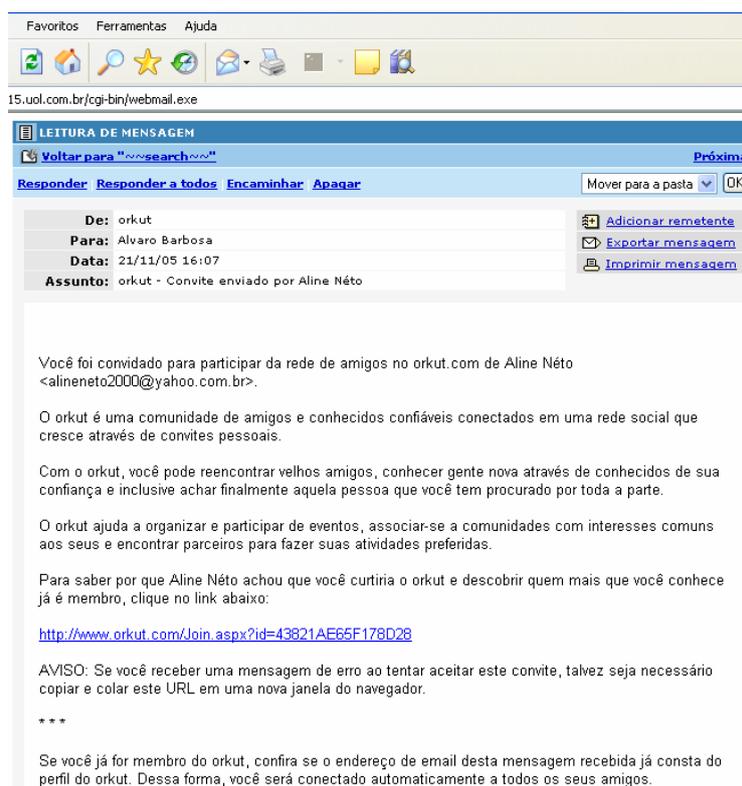
Jürgen Habermas (1984) defende que a cultura de massas só se transforma propriamente em “cultura”, no momento em que ela assume forma de mercadoria, ou seja, quando ela se transforma em produto cultural. Segundo ele, a cultura de massa baseia-se apenas no mercado e no consumo.

Observa-se que o Orkut, na postura de prestador de serviços, oferece o seu produto cultural como um produto de consumo – uma espécie de contrato de prestação de serviços – no qual o “contratante”, neste caso o usuário, deve concordar com todos os termos de serviço (conforme o quadro acima). Assim sendo, ele “assina” um contrato que, em suma, isenta o “contratado”, o site Orkut, de qualquer responsabilidade.

Um exemplo bem simples para vislumbrar o Orkut como um produto de consumo é o convite⁵, seu primeiro contato com o seu futuro “cliente”, convite este que só pode ser enviado por qualquer membro que já faz parte da comunidade; por meio dele, os usuários sentem-se selecionados, pois sem o convite, não era possível participar deste círculo de relacionamentos.

⁵ Atualmente, para ingressar no Orkut, o internauta não precisa mais deste convite, no próprio site do Orkut, encontra-se um link para a sua entrada.

Convite para participar da Comunidade Orkut



O convite foi uma idéia bem elaborada para conquistar o público; como enfatiza Habermas ao se referir à esfera pública literária, um produto cultural é desenvolvido para o mercado:

“Os bens culturais são produzidos para o mercado e estes se assemelham às informações: como mercadorias, tornam-se, em princípio, acessíveis a todos” (HABERMAS, 1984, p.52)

O convite simbolizava a entrada, que permitia a participação do membro na comunidade e, por isso, criava uma expectativa neste possível usuário, que buscava, de diversas formas, recebê-lo, mesmo que precisasse comprá-lo. Em diversos casos, os convites foram leiloados⁶ e vendidos, assumindo assim, um

⁶ É interessante notar que existem diversos casos reportados de pessoas vendendo convites para ingressar no Orkut por até 10 dólares. (PINHO in FONTANELLA;PRYSTHON, s/d, p. 5)

caráter de mercadoria. Morin ao abordar o produto cultural e o seu consumo, reforça as palavras de Marx:

“Em certo sentido aplicam-se as palavras de Marx: ‘a produção cria o consumidor... A produção produz não só um objeto para o sujeito, mas também um sujeito para o objeto’”. (MARX in MORIN, 1997, p.45)

Morin enfatiza que, de fato, a produção cultural cria o público de massa, o público universal, mas ao mesmo tempo, ela redescobre o que estava subjacente: um tronco humano comum ao público de massa. Assim como Habermas, Morin também sustenta que a produção cultural é determinada pelo próprio mercado.

Habermas conta que a cobrança de entrada, em uma apresentação musical, fazia deste encontro uma mercadoria, mas ao mesmo tempo, surgia algo sem finalidade. Os leigos, pessoas que não tinham conhecimentos específicos em música, expressavam seu gosto a partir destas experiências, podendo reivindicar competência, pois no público, qualquer um tinha esse direito. O mesmo ocorre no Orkut; comunidades sobre diversas temáticas são criadas pelos usuários, um espaço que o membro utiliza para expressar a sua opinião, o seu conhecimento.

Ressalta-se que, mesmo com a lógica do consumo implícita no Orkut, esta não gera incômodo ao usuário. Prova disso, é o grande número de membros que participam das comunidades, que “assinam o contrato”, mesmo sabendo que podem correr riscos, num espaço disponível a todos, no qual o seu perfil é um grão de arroz no meio de uma multidão com mais de 60 milhões

de participantes. Como afirma Morin, o público conforma-se perante uma massa anônima:

“O público, mesmo tomado como uma massa anônima, concebido sob o aspecto de um homem médio abstrato, é um fator de conformismo. Os fatores de conformismo agem, portanto, do cume até a base do sistema em todos os escalões”. (MORIN, 1997, p.48)

Edgar Morin (1997) relata que a multiplicação das mediações, das comunicações e dos contatos cria e mantém um clima simpático entre a cultura e seu público. E completa:

“A cultura de massa tende a constituir idealmente um gigantesco clube de amigos, uma grande família não hierarquizada”. (MORIN, 1997, p. 103)

Nota-se que há muito tempo já se pensava nesta reunião gigantesca de pessoas, um clube de amigos. Atualmente, o Orkut é o maior exemplo de clube de amigos virtual na modernidade líquida; é a maior comunidade virtual, uma ferramenta de comunicação multimídia, que disponibiliza vídeo, chat, álbum fotográfico, troca de informações, além de oferecer um espaço para o usuário construir o seu mundo imaginário, criar o personagem que ele gostaria de ser.

Habermas define, sem intenção, a comunidade Orkut, quando declara que por mais exclusivo que o público pudesse ser, ele nunca poderia fechar-se completamente e transformar-se em clique, pois ele sempre já se percebia e se encontrava em meio a um público maior; todas as pessoas privadas que, como leitores, ouvintes e espectadores, pressupondo posses e formação acadêmica, poderiam, através do mercado, apropriar-se dos objetos em discussão. As

questões discutíveis tornam-se gerais, não só no sentido de sua relevância, mas também de sua acessibilidade: todos devem poder participar.

“Onde o público se estabelece como grupo fixo de interlocutores, ele não se coloca como equivalente ao grande público, mas reivindica aparecer de algum modo como seu porta-voz, talvez até mesmo como seu educador. Aparecer em seu nome e até mesmo representá-lo. O público das primeiras gerações também se sabe presente onde ele se constitui na forma de um círculo de pessoas que dão o tom dentro de um público maior”. (HABERMAS, 1984, p. 53)

Pode-se fazer uma conexão deste pensamento do autor com a comunidade virtual Orkut. Cada membro participante pode criar quantas comunidades desejar, com diversos temas, além de poder entrar em comunidades já existentes que foram criadas por outros usuários. No Orkut, o membro faz parte de uma comunidade global, formada por mais de 60 milhões de usuários do mundo inteiro, com a participação em comunidades específicas, que são escolhidas e ou criadas pelo membro, nas quais o acesso é livre e todos podem participar.

2.2 – O Sentido da Comunidade

Além da discussão acima proposta, pondera-se a parte primordial da discussão com o sentido da palavra comunidade.

A palavra comunidade, como observou recentemente Eric Hobsbawm (BAUMAN, 2003), nunca foi utilizada de modo mais indiscriminado e vazio do

que nas décadas em que as comunidades no sentido sociológico passaram a ser difíceis de encontrar na vida real. Hobsbawm comenta que homens e mulheres procuram por grupos a que poderiam pertencer, com certeza e para sempre, num mundo em que tudo se move e se desloca, em que nada é certo. Neste contexto, pode-se fazer um link com a mídia Internet - como um mundo que se move, se desloca, que tudo está a um clique de distância.

No livro *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*, Bauman define:

“Comunidade: o que essa palavra evoca é tudo aquilo de que sentimos falta e de que precisamos para viver seguros e confiantes. Em suma, “comunidade” é o tipo de mundo que não está, lamentavelmente, a nosso alcance – mas no qual gostaríamos de viver e esperamos vir a possuir”.
(BAUMAN, 2003, p.9)

O autor, ao descrever como funcionam as regras em uma comunidade, aponta elementos chaves, como segurança⁷, liberdade, confiança, aconchego e proteção, que se fossem utilizados numa totalidade pelos membros participantes, estes, de fato, viveriam em comunidade, sendo que, ao mesmo tempo, ele relata que a comunidade real não existe mais ou ainda não existe.

“Você quer segurança? Abra mão de sua liberdade, ou pelo menos de boa parte dela. Você quer poder confiar? Não confie em ninguém de fora da comunidade. Você quer entendimento mútuo? Não fale com estranhos, nem fale línguas estrangeiras. Você quer essa sensação aconchegante de lar? Ponha alarmes em sua porta e câmeras de tevê no acesso. Você quer proteção? Não acolha estranhos e abstenha-se de agir de modo esquisito ou de ter pensamentos bizarros”.
(BAUMAN, 2003, p.10)

⁷ Utiliza-se os conceitos de Bauman como, segurança, liberdade, confiança, aconchego e proteção.

Na comunidade tradicional, na qual o encontro é realizado de forma presencial, a segurança está relacionada à afetividade – como a segurança de se sentir amada, de possuir uma família, de se viver em comunhão com outras pessoas.

Na comunidade virtual, em que a participação dos membros é on-line, para que este usuário seja visto e faça parte da comunidade, ele precisa de imagens que o representem, que possam substituir o seu corpo físico. Assim, ele constrói a sua imagem, ou seja, o seu perfil identitário. Neste espaço virtual, a segurança está relacionada à visibilidade – observa-se que o usuário se sente seguro, enquanto seu perfil permanece protegido – ou seja, ele tem uma sensação de segurança, quando consegue a manutenção de sua imagem construída, porém, a partir do momento em que ele vê – poder da visibilidade – que sua imagem construída sofreu uma invasão, como seu perfil ser clonado⁸ ou roubado⁹, ele se sente inseguro, pois invadiram a sua identidade.

Enquanto a segurança afetiva é um elemento essencial na comunidade tradicional, na comunidade virtual, o elemento mais importante é a sensação de proteção da imagem construída pelo usuário, do seu perfil identitário.

Atualmente, o Orkut disponibiliza um novo sistema de privacidade, que possibilita ao membro “trancar” o seu álbum de fotografia e a sua página de recados, deixando o acesso restrito apenas aos amigos adicionados em seu perfil, impedindo assim o acesso de estranhos. Este dá a sensação de

⁸ É um perfil criado com informações de terceiros, normalmente, com as mesmas informações e características de um perfil já existente.

⁹ Há vários casos de roubo de perfil no Orkut, no qual a senha e login são descobertos e modificados.

“segurança” ao usuário, porém este sistema de privacidade¹⁰ também tem sido usado por criminosos, que têm a “liberdade” para compartilhar fotos de pornografia infantil, sem serem vistos por outros usuários e pelas autoridades. Observa-se que a noção de segurança na modernidade líquida é compensada pela sensação de liberdade, porém, não é possível ter as duas, na mesma proporção.

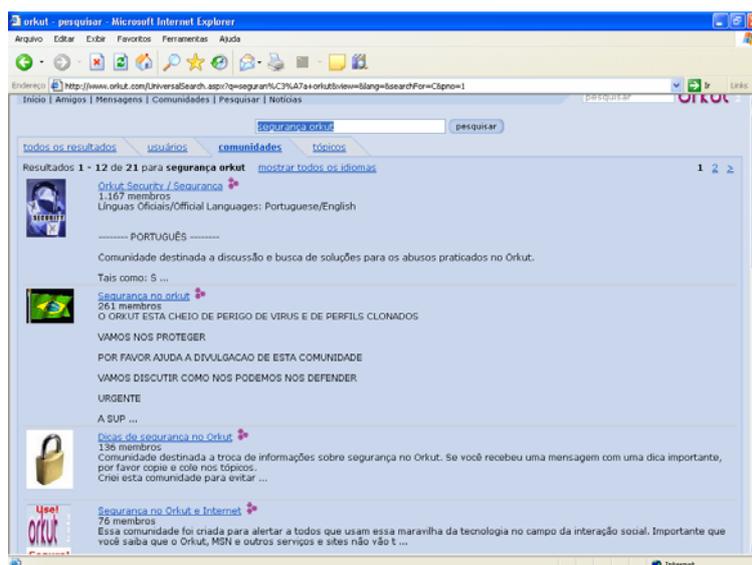
Pode-se fazer uma releitura dos questionamentos de Bauman com a comunidade Orkut, com a tentativa de “traduzir” e responder às suas perguntas sobre as regras de uma comunidade. No Orkut os usuários querem segurança? Atualmente, existem 21 comunidades que discutem o tema: segurança no Orkut. Elas buscam soluções para os abusos praticados no Orkut, como: spam, perfis clonados, falsos e roubados, links maliciosos nos recados, coleta de informações para fins criminais, fim do racismo, tráfico, pedofilia e briga entre torcidas. Encontram-se dicas de como proteger seu perfil, como por exemplo, colocar o link de seu perfil em sua fotografia, isso no caso de perfil clonado; mas quando o perfil é roubado, não há alternativa, pois o usuário perde a sua senha.

Na maioria das comunidades, há diversos links para denúncia, inclusive os participantes disponibilizam o site de uma organização não governamental, sem fins lucrativos, que reúne cientistas da computação, professores, pesquisadores e bacharéis em Direito, com a missão de promover o uso seguro das Tecnologias da Informação e Comunicação e criar as condições necessárias para garantir a efetiva proteção dos Direitos Humanos na

¹⁰ Segundo denúncias à Safenet, este sistema de segurança tem sido usado por criminosos para compartilhar fotos de pornografia infantil sem serem vistos por outros usuários e pelas autoridades. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u390461.shtml>

Sociedade da Informação, além de contribuir para uma cultura de responsabilidade e habilitar crianças, jovens e adultos para construir relações sociais saudáveis e seguras através do uso adequado das tecnologias.

Comunidades sobre segurança¹¹ no Orkut



Você abre mão de sua liberdade? Liberdade no Orkut é, segundo os usuários, poder enviar e escrever recados sem autorização, deixar testemunhos, dar sua opinião nos tópicos das comunidades, criar perfis falsos, mas também está relacionada à vigilância, quando o internauta vai até o perfil de outra pessoa para saber o que se passa em sua vida naquele momento.

O usuário quer segurança e liberdade ao mesmo tempo, uma saia justa para o Orkut, pois, como afirma Eric Fromm, fazemos em toda segurança a experiência da insegurança, isto é, da liberdade, pois “o homem livre é necessariamente sem segurança”. (FROMM in MORIN, 1997, p. 114).

¹¹<http://www.orkut.com/UniversalSearch.aspx?q=seguran%C3%A7a+orkut&view=&lang=&searchFor=C&pno=1>

No “Termos de Serviço” do Orkut, existem algumas informações que poucos usuários conhecem e que não dão nenhuma sensação de segurança:

- “Reservamo-nos o direito de modificar ou encerrar o serviço orkut.com por qualquer motivo e sem aviso prévio”;
- “Você concorda que o uso do orkut.com é inteiramente por sua conta e risco”;
- “Você concorda em isentar o orkut de qualquer obrigação ou responsabilidade civil que possa surgir em decorrência da sua utilização do orkut.com”;
- “Você pode encerrar a sua conta a qualquer momento, o que eliminará a exibição do seu perfil e as demais informações pessoais. Nós podemos encerrar a sua participação a qualquer momento, por qualquer motivo. Assim que sua participação for encerrada, você perderá o direito de utilizar o serviço orkut.com”. (Disponível em <<http://www.orkut.com/Terms.aspx>>)

Você confia nas pessoas que estão no Orkut, mas que não participam efetivamente da comunidade? *“Não confie em ninguém fora da comunidade”* (Bauman, 2003, p. 10). Na comunidade Orkut, as pessoas aceitam indivíduos desconhecidos e conversam com eles. *“Não fale com estranhos”* (Bauman, 2003, p. 10). Você quer sensação de aconchego? Quer proteção? *“Ponha alarmes em sua porta e câmeras de tevê no acesso”* (Bauman, 2003, p. 10). Encontra-se este recurso de proteção com a ferramenta que o Orkut disponibilizou – “visualizações de perfil” - como se fosse um circuito de segurança: pode-se saber as últimas cinco pessoas que visitaram a sua página, a sua vida no Orkut. São como câmeras que registram as visitas e como alarmes que as denunciam. Este novo procedimento passou a sensação de sentir-se mais “seguros”, porém existe a opção de cancelar esta ferramenta.

Com a implantação desta ferramenta, a quantidade de perfis falsos aumentou consideravelmente, pois quem gosta de ser denunciado?

Bauman, ao relatar sobre os valores de uma comunidade tradicional, afirma que no momento em que a comunidade começa a versar sobre seu valor singular, a derramar-se lírica sobre sua beleza original e a afixar nos muros próximos a conclamação de membros a apreciarem suas virtudes e os outros a admirá-los ou calar-se, podemos estar certos de que a comunidade não existe mais (ou ainda, se for o caso).

“A comunidade ‘falada’ (mais exatamente: a comunidade que fala de si mesmo) é uma contradição em termos”.
(BAUMAN, 2003, p.17)

Novamente, Bauman faz-nos refletir sobre o site Orkut. O Orkut conclama seus membros, aprecia suas virtudes e os outros as admiram. Isto acontece por meio de várias ferramentas:

- Testemunhos – espaço onde as pessoas falam bem das outras, pois é preciso autorização do usuário para que este testemunho seja aceito. Quem seria insano de autorizar algo que fale mal?;
- Comunidades do Orkut – o espaço é aberto para se criar comunidades de diversos tipos, como as de exaltação: “Eu me amo”, “No mínimo, eu sou o máximo!!”, entre outras milhares deste estilo;
- Perfil – A diagramação do Orkut limita o preenchimento do perfil de cada membro, por isso o usuário só consegue preencher os campos já existentes. Cada usuário faz a descrição com seus dados pessoais, perfil amoroso, social, suas preferências;

- Fã – O usuário pode adicionar quem quiser, assim como outros membros podem adicioná-lo também. *“Algumas vezes, o usuário acaba tendo fãs que ele nem conhece”*. (TELLES, 2006, p.29);
- Recados – página individual de comentários. O membro da comunidade pode receber recados de qualquer usuário do Orkut, além de ter a liberdade de visualizar os recados dos outros.
- Álbum de fotografias, vídeos – Cada membro pode inserir fotos em seu álbum e atualizá-las quando desejar, além de disponibilizar vídeos.

Como o Orkut permite que todos tenham acesso¹² ao conteúdo disponibilizado pelos membros, sem sequer pedir permissão, todos podem apreciar ou não as suas virtudes mostradas nesses aspectos.

Assim, o Orkut configura-se como uma “comunidade falada”¹³, que conclama seus membros, aprecia suas virtudes e, ainda, aceita estranhos, como reforçou Bauman.

Raquel Paiva (2000) mostra-se preocupada com a utilização do termo comunidade virtual, adotado pelo Orkut, e afirma que é necessário vasculhar o porquê da definição e se de fato é apropriada a nomeação. A autora ressalta que a simples tradução de comunidade virtual, como a idéia desse coletivo que se reúne para trocar informações, experiências, fragmentos de vida e até objetivos em comum, carece de esclarecimentos básicos.

“A comunidade virtual, tal qual a tradicional, impõe a si mesmo aparatos fiscalizadores e normatizadores responsáveis pelo controle de seus membros. E, ainda, um conjunto de regras, que funciona como uma verdadeira

¹² Ressalva a partir da mudança no sistema de privacidade do Orkut, que permite ao membro “trancar” o seu álbum de fotografia e página de recados, deixando o acesso livre apenas para os amigos adicionados em seu perfil.

¹³ Utiliza-se o conceito de “Comunidade Falada” de Bauman.

constituição, contendo parágrafos e uma enormidade de artigos”. (PAIVA, 2000, p. 28)

Para comprovar, Paiva explica que, atualmente, tudo tem se transformado em comunidade, sendo, para tal, necessário apenas existir um grupo com algumas pessoas fazendo ou pensando a mesma coisa. E desabafa:

“A esta altura é inegavelmente pouco satisfatório apenas concordar com o entendimento do mais conhecido teórico do virtual, o sociólogo francês, Pierre Levy, que é endossado por meio mundo da intelectualidade mundial, segundo o qual a comunidade atual é a comunidade virtual”. (PAIVA, 2000, p. 28)

Muniz Sodré reforça as palavras de Paiva, ao afirmar que comunidade não é o mero estar-junto, como numa aldeia, e sim uma relação com o outro.

“Comunidade não é o mero estar-junto num território, como numa aldeia, num bairro ou num gueto, e sim um compartilhamento (ou uma troca), relativo a uma tarefa, implícito na obrigação originária que se tem para com o Outro. Os indivíduos diferenciam-se e identificam-se dentro da dinâmica vinculativa, o reconhecimento e o acatamento dessa dívida simbólica”. (PAIVA, 2007, p.9)

2.3 – Conexão x Vínculos

“O Orkut é uma **comunidade on-line** que **conecta** pessoas através de uma **rede de amigos confiáveis**. Proporcionamos um **ponto de encontro on-line** com um ambiente de **confraternização**”. Questiona-se este vínculo que é sugerido pela definição do Orkut, em sua página principal, já que o

relacionamento dos membros realiza-se num ambiente exclusivamente virtual, à distância.

Partindo do raciocínio de que o Orkut conecta pessoas através de uma rede e proporciona um ponto de encontro on-line, sem dúvida, acredita-se nesta prestação de serviço, pois as redes, segundo Malena Contrera¹⁴, são linhas com nós, e cada nó é um ponto de encontro. Esta rede de fato existe e a conexão entre os usuários cria uma relação entre eles, mas não cria vínculos.

De acordo com Harry Pross, estabelecemos vínculos a partir do nosso corpo: nossa postura, expressão corporal e nossa linguagem falada – por meio da mídia primária – que nos vinculam a pessoas que também ocupam um espaço muito próximo de nós. Quando precisamos criar vínculos com um maior número de pessoas, utilizamos as mídias secundárias, como algum tipo de aparato, a pintura, o vestuário e a escrita .

Nas mídias eletrônicas, como as redes de computadores – chamadas de mídias terciárias – emissores e receptores precisam de equipamentos para a criação de vínculos.

Estas mídias permitem, segundo Harry Pross, que os emissores alcancem, simultaneamente, mais pessoas num espaço maior e em menos tempo, ampliando os seus contatos comunicacionais.

“Todo estabelecimento de vínculos acontece no contexto dos rituais de nossa cultura. Incapazes de vivermos sozinhos, mantemos relações regulamentadas com nosso meio. Nossos ritmos biológicos, nossa fisiologia, nossa psicologia e as orientações prévias de natureza sociológica presentes nos locais onde vivemos, nos obrigam a um

¹⁴ Explicação dada em sala de aula.

acúmulo de relações que, de acordo com Pross, podemos dar o nome de cultura”. (MENEZES, 2005, p.27)

Para José Eugênio Menezes, os vínculos favorecem, assim, nosso sentimento de participação em uma determinada sociedade.

“As pessoas que estão ao nosso lado ou vinculadas a nós através de jornal, do rádio ou de uma rede de computadores nos indicam que existimos, que estamos articulados a outras pessoas, que não estamos jogados num universo sem sentido”. (MENEZES, 2005, p.28)

Sabe-se que a comunicação no Orkut é realizada por meio do computador – e que diante da tela do computador temos pessoas – onde não é possível ver quem está por trás, se estivermos distante; ressalva se esta for utilizada com o auxílio de webcam. O Orkut sugere em sua definição “*um ambiente de confraternização*” através de “*uma rede de amigos confiáveis*”, porém o relacionamento com “*amigos confiáveis*” realiza-se muitas vezes com pessoas que nem se conhecem, assim, faz-se necessário esclarecer a diferença entre vínculo e conexão.

Como afirma Maurício Silva (2005), é profunda a diferença entre um processo de vínculo – onde se reconhece a totalidade e profundidade do conceito de corpo – e o de conexão – o estabelecimento de uma ligação fugaz entre dois elementos.

Com esta afirmação, pode-se afirmar que o Orkut não cria vínculos entre seus membros e não favorece um relacionamento com “*amigos confiáveis*” como ele sugere, num ambiente (apenas) de confraternização. O Orkut estabelece uma conexão entre eles, muitas vezes superficial, mas que não gera vínculos.

Para reforçar, Silva enfatiza esta questão ao dizer que, enquanto o vínculo dedica-se a facilitar trocas simbólicas, a conexão facilita a troca ágil destinada a suprir o desejo (mesmo que seja desejo de informação). E completa:

“Transformamo-nos em uma sociedade conectada, mas não vinculada, incapaz de reconhecer até mesmo nosso vizinho do apartamento ao lado e, muito menos, compartilhar no cotidiano nossas alegrias e tristezas, compartilhar tanto o espaço quanto o tempo”. (SILVA, 2005, p.65)

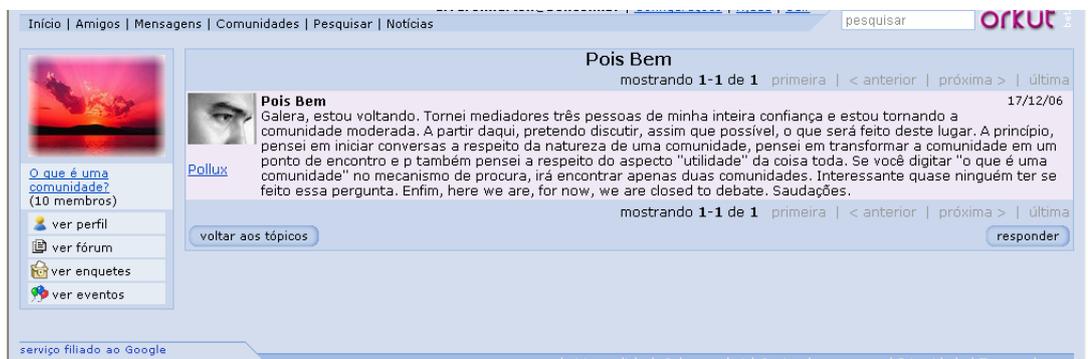
2.4 – Comunidade Não Ativa, Estética ou Cabide, Guarda-roupa ou Falada: Qual é a sua?

No recente livro publicado, O Retorno da Comunidade, há um artigo do autor Davide Tarizzo, que se refere à comunidade atual: uma comunidade não ativa, com as características:

“É uma comunidade que não tem qualquer idéia de si mesma, que não tem a mínima idéia do que significa o termo “comunidade”. É a nossa comunidade, portanto, a comunidade que nós hoje compomos: uma comunidade desorientada sobre o próprio sentido da nossa vida-em-comum”. (TARIZZO, 2007, p.34)

Essa afirmação de Tarizzo só reforça o que os próprios usuários do Orkut pensam sobre o que é e para que serve uma comunidade no Orkut. Pouco se discute sobre isso no site, existem apenas duas comunidades criadas

até hoje com esta finalidade, sendo que nelas não há conteúdo relevante nos tópicos de discussão¹⁵.



O membro do Orkut, denominado Pollux, declara no tópico acima:

“A princípio, pensei em iniciar conversas a respeito da natureza de uma comunidade, pensei em transformar a comunidade em um ponto de encontro e também pensei a respeito do aspecto ‘utilidade’ da coisa toda. Se você digitar ‘o que é uma comunidade’ no mecanismo de procura, irá encontrar apenas duas comunidades. Interessante quase ninguém ter se feito essa pergunta”.

Interessante ressaltar que, no Orkut existem milhares de comunidades, de diversas categorias, com participação de milhões de membros em cada uma delas, criadas pelos próprios usuários. A cada dia, o número de comunidades aumenta, pois como fazer para manter contato com as pessoas que conhecemos e encontrar pessoas novas no Orkut? Através dos perfis de usuários: buscar na lista dos amigos dos amigos e também por meio das comunidades que discutem sobre temas de seu interesse. Bauman chama isso de comunidade estética.

¹⁵ <<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=17143834&tid=2504678840170454185&start=1>>

“Às vezes uma comunidade estética se forma em torno de um evento festivo recorrente – como um festival pop, uma partida de futebol ou uma exibição na moda, muito falada e que atrai multidões. Outras comunidades estéticas se formam em torno de ‘problemas’ com que muitos indivíduos se deparam em sua rotina diária”. (BAUMAN, 2003, p. 67)

Bauman explica que todos esses agentes, eventos e interesses servem como “cabides” em que as aflições e preocupações experimentadas e enfrentadas individualmente são temporariamente penduradas por grande número de indivíduos.

“Por essa razão as comunidades estéticas podem ser chamadas de ‘comunidades-cabide’. (BAUMAN, 2003, p. 67)

Além destas, Bauman também relata sobre as “comunidades guarda-roupa”, que são reunidas enquanto dura o espetáculo e prontamente desfeitas quando os espectadores apanham os seus casacos nos cabides.

“Suas vantagens em relação à ‘coisa genuína’ são precisamente a curta duração de seu ciclo de vida e a precariedade do compromisso necessário para ingressar nelas e (embora por breve tempo) aproveitá-las.” (BAUMAN, 2005, p. 37)

O autor reforça que, qualquer que seja o foco, a característica comum da comunidade estética é a natureza superficial e transitória dos laços que surgem entre seus participantes. São laços descartáveis e pouco duradouros.

“É discutível se essas ‘comunidades-cabide’ oferecem o que se espera que ofereçam – um seguro coletivo contra incertezas individualmente enfrentadas”. (BAUMAN, 2003, p. 21)

Bauman afirma que uma coisa que a comunidade estética definitivamente não faz é tecer entre seus membros uma rede de responsabilidades éticas e, portanto, de compromissos a longo prazo.

“Quaisquer que sejam os laços estabelecidos na explosiva e breve vida da comunidade estética, eles não vinculam verdadeiramente: eles são literalmente ‘vínculos sem conseqüências’”. (BAUMAN, 2003, p. 67)

Acredita-se, perante toda esta discussão sobre “Comunidade”, que o site de relacionamentos **Orkut não é uma Comunidade**. A declaração oficial do Orkut na página principal, mostra que há, tecnicamente, um equívoco em sua definição de “Comunidade”. Usa-se, a partir de agora, o termo Comunidade apenas como nomenclatura, uma nomeação vazia, o termo utilizado pelo próprio site para se definir, já que, de fato, o site não vivencia relações de Comunidade, como foi observado.

Constata-se, após a apresentação destes conceitos e por meio da observação participante, que o Orkut tem características de uma “comunidade estética” – chamada “comunidade cabide” – pela natureza superficial e transitória dos laços que unem os membros participantes, que, na maioria das vezes, são descartáveis e pouco duradouros, como mostrou Bauman – uma “comunidade cabide”, onde penduramos nossos desejos de viver em comunhão com outras pessoas.

As comunidades do Orkut, em geral, também têm uma função de “comunidade guarda-roupa”, na qual reúnem membros para discutir um assunto, por um determinado período ou um assunto da moda, por exemplo; depois, estas comunidades continuam a existir, com um grande número de

membros, porém não há a efetiva participação destes. Assim, estes agem como se tivessem saindo de um espetáculo e apanhando os seus casacos nos cabides.

O Orkut também apresenta características de uma “comunidade falada”¹⁶ – aquela que fala de si mesmo, por meio de suas ferramentas: testemunhos, comunidades, perfis, fãs, recados, álbum de fotografias e vídeos.

No Orkut, os membros têm responsabilidades e compromissos a cumprir, conforme o “Estatuto da Comunidade” e “Termos de Serviço”, porém, não existe fiscalização para quem desrespeita as regras, que muitas vezes não são cumpridas. Com isso, acredita-se que o Orkut também possua características de uma comunidade da modernidade líquida – de mudança constante, rápida – comunidades estas que não exigem vínculos, permanência, como nas comunidades tradicionais.

As comunidades tradicionais, segundo Bauman, exigem rigorosa obediência na troca dos serviços que prestam e tentam suprir às necessidades da comunidade real que, para Bauman, ainda não existe ou que não existe mais. Bauman explica que a comunidade tradicional é atraente; ela nos passa a sensação de aconchego. Apesar do Orkut não cumprir o papel de uma comunidade, ele nos passa essa sensação e sem abrir mão da liberdade – a liberdade de acessar o conteúdo disponibilizado por todos os membros, a liberdade de apreciar ou não as suas virtudes, a liberdade de criar e participar de comunidades, a liberdade de aceitar estranhos e conclamar seus membros – enfim, a liberdade de se comunicar com uma rede com mais de 60 milhões de membros.

¹⁶ Refere-se ao conceito de comunidade “falada” de Bauman.

Capítulo 3 – O Espetáculo da Vida Íntima na Internet: suba no Palco do Orkut

“A identidade – sejamos mais claros sobre isso – é um ‘conceito altamente contestado’. Sempre que se ouvir essa palavra, pode-se estar certo de que está havendo uma batalha. O campo de batalha é o lar natural da identidade”. (BAUMAN, 2005, p. 83)

Conceituar identidade não é um exercício fácil, pelo contrário, é um assunto bastante discutido por muitos teóricos e que apresenta inúmeras definições. Zygmunt Bauman (2005) zomba, educadamente, dos que tentam conceitualizar em definitivo a relevância política da identidade.

“Numa sociedade que tornou incertas e transitórias as identidades sociais, culturais e sexuais, qualquer tentativa de ‘solidificar’ o que se tornou líquido por meio de uma política de identidade levaria inevitavelmente o pensamento crítico a um beco sem saída”. (BAUMAN, 2005, p. 12)

Bauman convida-nos a exercitar um pouco de sabedoria ao discutir identidade, mas alerta que isso será inevitavelmente rompido por convidados inesperados, isto é, as estratégias de adaptação à “modernidade líquida” que vemos em ação nas sociedades capitalistas tardias. O autor afirma que o debate sobre identidade é, assim, uma convenção socialmente necessária, que é usada com extremo desinteresse no intuito de moldar e dar substância a biografias pouco originais.

Busca-se compreender, a partir das reflexões propostas por Bauman, o processo de construção identitária do indivíduo na Internet, no site de relacionamentos Orkut. Para entender este processo, faz-se necessário resgatar conceitos de identidade, com um olhar

voltado para a Antropologia e Sociologia, que foram discutidos por respeitadores teóricos e que darão suporte à pesquisa.

3.1 – Processo de Construção Identitária no Orkut

As construções de identidades virtuais decorrem da impossibilidade de se conhecer todas as pessoas no plano físico e da disponibilidade de novas formas, estratégias e modelos de intercomunicação. No universo digital, não há a relação física com as pessoas que encontramos. Para que haja mútuo conhecimento e uma troca de relações, é necessário que as pessoas construam essas identidades virtuais.

Para compreender o processo de construção identitária no site Orkut, entende-se identidade como:

“Um processo de apresentação e atribuição de qualidades a um sujeito, segundo sua cultura, atitudes, aparência, e também da expressão de seus valores. Essas qualidades, sem nunca possuírem uma correlação absoluta, uma unidade, semelhanças entre si. Somente protótipos socialmente definidos. Algo que aglutine os diversos fragmentos do que se chama ‘eu’. O eu profissional, o eu religioso, o eu torcedor, o eu paterno etc”. (MEUCCI; MATUCK, s/d, p.2)

Com a Internet, os processos de construção identitária vêm ganhando uma nova forma. A rede possibilita, a um número maior de pessoas, a oportunidade de se relatar, além de garantir maior liberdade de mostrar e construir a própria identidade. A diagramação do Orkut traz uma característica aos perfis que os torna singular e esta singularidade advém do fato de se vincular uma identidade aos demais.

O indivíduo não é visto isoladamente, isolado de um mundo, de contextos sociais, como na maioria dos ciberespaços¹. Os usuários são identificados não só pelas descrições, mas também pela sua rede de amigos e comunidades. Esta questão, segundo Fontanella;Prysthon, numa análise simples e superficial, passa despercebida. Porém, este fato tem conseqüências estéticas e identitárias de enorme importância.

“A classificação apresentada por Maffesoli para as novas tribos urbanas aplica-se facilmente às comunidades e teias de amigos formadas pelas redes de relacionamento. Algumas delas nem mesmo apresentam discussões freqüentes em seus fóruns: servem pura e simplesmente para congregar pessoas com gostos comuns, afirmando assim a participação de um usuário em um grupo atraído pela mesma sensibilidade. Através das comunidades em que participa, um indivíduo também está construindo as suas identidades diversas dentro do sistema.” (FONTANELLA; PRYSTHON, s/d, p. 7)

De acordo com Meucci;Matuck, o processo de construção identitária potencializou-se com o surgimento das comunidades virtuais:

“As comunidade virtuais, como o Orkut, são ferramentas de relacionamento social que conectam pessoas, visando ampliar seus círculos sociais. Estes sites são usados freqüentemente como instâncias de definição de uma identidade virtual. Fenômeno virtual de alguém que geralmente existe no mundo físico. Estas ferramentas tornam-se, portanto, linguagens digitais que possibilitam a construção de um novo tipo de identidade. Estas instâncias na rede permitem observar a ligação entre padrões estéticos e construção identitária”. (MEUCCI; MATUCK, s/d, p.3)

¹ Ciberespaço é o ambiente criado de forma virtual, através do uso dos meios de comunicação modernos, destacando-se, entre eles, a Internet.

A configuração do Orkut favorece a exposição da vida íntima, em um espaço que possibilita a aparência, a visibilidade. As informações e imagens veiculadas estão disponíveis para todos os participantes conectados à comunidade. É o ambiente ideal para buscar o destaque: através dos dados pessoais, descrição, fotos selecionadas no álbum e no avatar, número de amigos, de recados e de depoimentos que possui em seu perfil, além do número de comunidades que participa. É a ferramenta que dá a oportunidade de se destacar e de conquistar a popularidade: é o seu palco. E neste palco, assumem-se papéis – facetas de identidade – como personagens. Estes elementos que compõem o perfil de cada usuário, por meio também de sua auto-definição, constroem a sua identidade.

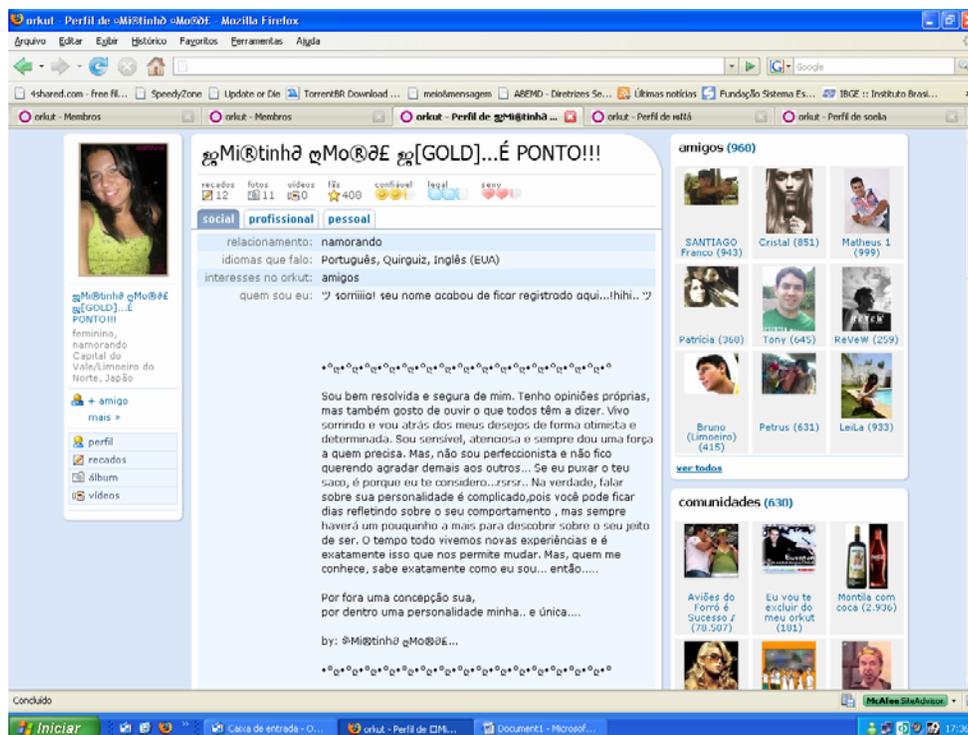
“Auto-definição é o processo pelo qual o sujeito se define. Esta, no ciberespaço se dá, principalmente, através de dados pessoais, das descrições narrativas, das imagens e fotos que postam, bem como de maneira que organizam seu perfil”. (MEUCCI; MATUCK, s/d, p.5)

O campo *quem sou eu* – é o espaço que o usuário tem para se apresentar, contando sua trajetória, suas preferências, suas qualidades, selecionando-as e expondo-as da maneira que ele deseja ser visto, assim como ocorre na elaboração de um currículo – é o lugar para a sua auto-definição. E esta pergunta – quem sou eu? – deveria mostrar a essência da identidade deste que preenche, porém, gera respostas que não transmitem tanta credibilidade, já que existe a preocupação de que outras pessoas deverão ler o seu perfil e, a partir daí, tirar as suas próprias conclusões. Bauman reforça:

“Afim de contas, a essência da identidade – a resposta à pergunta “Quem sou eu?” e, mais importante ainda, a permanente credibilidade da resposta que lhe possa ser dada, qualquer que seja – não pode ser construída senão

por referência aos vínculos que conectam o eu a outras pessoas e ao pressuposto de que tais vínculos são fidedignos e gozam de estabilidade com o passar do tempo. Precisamos de relacionamentos, e de relacionamentos em que possamos servir para alguma coisa, relacionamentos aos quais possamos referir-nos no intuito de definirmos a nós mesmos. Mas em função dos comprometicimentos de longo prazo que eles sabidamente inspiram ou inadvertidamente geram, os relacionamentos podem ser, num ambiente líquido moderno, carregados de perigos. Mas de qualquer forma precisamos deles, precisamos muito, e não apenas pela preocupação moral com o bem-estar dos outros, mas para o nosso próprio bem, pelo benefício da coesão e da lógica de nosso próprio ser.” (BAUMAN, 2005, p. 74 e 75)

Perfil de “Mirtinha”²



O perfil da usuária “Mirtinha” é um exemplo de auto-definição no Orkut. Ela se descreve como uma pessoa bem resolvida e segura, que tem opiniões próprias, gosta de

² <http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=6900904831857955116>

ouvir e ajudar as pessoas, é sorridente, sensível, otimista e determinada. Possui 968 amigos, 408 fãs e participa de 630 comunidades. Este conjunto de dados expressa que “Mirtinha” é uma pessoa bem relacionada, comunicativa, que tem popularidade. É tão popular que possui uma comunidade para homenageá-la, que foi criada por uma amiga: “Eu conheço/ adoro a Mirtinha”, que conta com 113 membros.

Comunidade “Eu conheço/ adoro a Mirtinha”³



Nesta comunidade, os participantes falam que “Mirtinha” é uma pessoa super legal, simpática, extrovertida, mas às vezes comete deslizes, descontrola emocional e age de

³ <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=8530592&tid=2447399644481852396&start=1>

forma individualista, mas que conquista as pessoas que estão ao seu redor. Meucci; Matuck classificam esse processo de alo-definição:

“Chamamos de alo-definição as definições que os outros fazem do indivíduo. (...) São processos de construção da identidade que independem a auto-definição”. (MEUCCI; MATUCK, s/d, p.9)

Os autores reforçam que os mecanismos de alo-definição são presença obrigatória em qualquer manifestação identitária.

“Eles participam ativamente deste processo. Apesar de restringir a auto-definição, este aumenta o grau de legitimidade, em determinados casos, tornam a comunicação entre estas possível de ser realizada”. (MEUCCI; MATUCK, s/d, p.14)

A usuária “Mirtinha” encerra sua apresentação, dizendo que falar sobre personalidade é complicado: *“por fora uma concepção sua, por dentro uma personalidade minha e única”*. Esse processo que “Mirtinha” comenta refere-se à construção identitária. Identidade diz respeito a uma certa imagem que um indivíduo tem de si, bem como a que o outro faz dele.

“A construção identitária de qualquer indivíduo, ao longo de sua trajetória, decorre de todas as suas ações. Estas, quando observadas, convertem-se em mensagens, que o definem perante os demais (...). Imagem pública. Representação construída pelo outro (...). Os homens, com maior ou menor consciência disso, preocupam-se em manter ou construir certa imagem. Formar, nos outros, uma representação de si (...).” (MEUCCI; MATUCK, s/d, p.1)

No Orkut, o usuário não tem flexibilidade para diagramar seu próprio perfil, bem como publicar suas imagens em qualquer lugar. A página principal tem uma diagramação bem restrita: a foto da pessoa, à esquerda (avatar); sua auto-descrição, no centro; seus amigos e comunidades, à direita. Comunidades estas que o definem e muitas vezes refletem diretamente a sua identidade.

É importante destacar que toda a parte que se refere à visão se encontra substitutivamente ocupada pela capacidade discursiva. Algo como: quem tiver a melhor narrativa, ganha.

“Em substituição ao sentido visual, a imaginação encontra terreno fértil; criam-se apelidos, personalidades, enfim, toda uma história e um personagem muitas vezes bastante distante da realidade”. (PAIVA, 2000, p. 22)

Morin declara que a cultura de massa traz sua parte de abstração, quando substitui as imagens pelos corpos, mas é, ao mesmo tempo, uma reação contra o universo das relações abstratas.

“O que constitui a originalidade, a especificidade da cultura de massa é a direção de uma parte do consumo imaginário, pela orientação dos processos de identificação, para as realizações.” (MORIN, 1997, p.169)

O autor revela que a cultura de massa procura deter ficticiamente tudo o que não pode ser consumido, tornando fictícia uma parte da vida de seus consumidores. Assim, a imagem que representa este “consumidor” – construída pelo imaginário do usuário – é uma imagem desconectada do real, trata-se do universo ficcional.

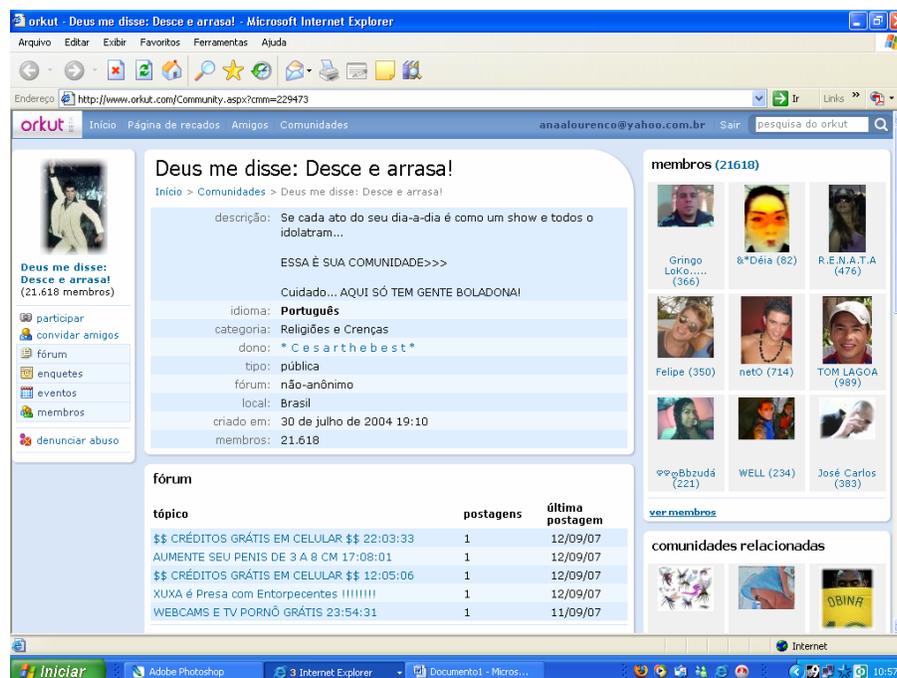
“Ela ‘fantasmaliza’ o espectador, projeta seus espíritos na pluralidade dos universos figurados ou imaginários, faz sua alma emigrar para os inúmeros sócias que vivem para ele. Assim sendo, a cultura de massa trabalha em suas direções inversas. De um lado, esses sócias vivem em nosso lugar, livres, soberanos; eles nos servem de consolo para a vida que nos falta, nos servem de distração para a vida que nos é dada; de outro lado, incitam-nos à imitação, dão o exemplo da busca da felicidade. Por um lado, a cultura de massa alimenta a vida, por outro lado, atrofia-a”. (MORIN, 1997, p.168, 169 e 170)

Dentre as 630 comunidades que “Mirtinha” participa, atenta-se para a comunidade: “Oh! Dúvida cruel”⁴. No perfil de “Mirtinha”, ela define-se como uma pessoa bem resolvida e segura, porém, a comunidade “Oh! Dúvida cruel” é composta por pessoas que sempre ficam em dúvida e inseguras nos momentos de decisão. Nota-se uma contradição entre a auto-definição de “Mirtinha” e a sua participação nesta comunidade – exemplo este que reflete a complexidade da identidade.



Edgar Morin declara que a cultura de massa se apresenta sob diversas formas, como informações e jogos, por exemplo, mas particularmente sob a forma de espetáculo e afirma que é através dos espetáculos que seus conteúdos imaginários se manifestam.

⁴ <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=3705068>



A comunidade “Deus me disse: Desce e arrasa!”⁵, composta por mais de 21 mil membros, é um exemplo concreto de espetáculo. Observa-se que o Orkut serve como um palco para a realização destes espetáculos, onde ocorre o show da vida íntima na Internet. Ressalta-se que o conceito da espetacularização da identidade se refere a toda forma de encenação, na busca de garantir acesso e participação nas comunidades, de sentir-se membro de determinado grupo.

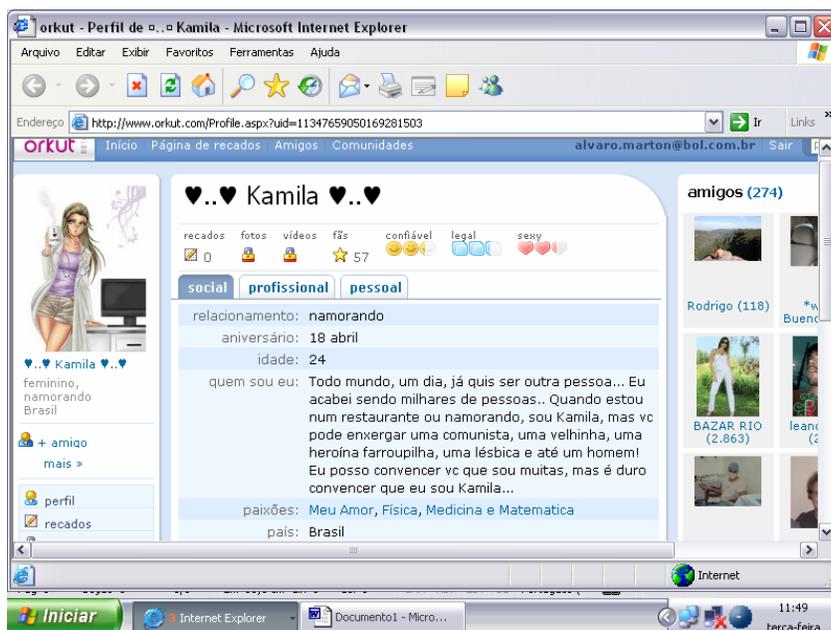
O usuário apresenta-se como uma vedete do espetáculo, de Guy Debord (1997), esta é a representação espetacular do homem vivo, ao concentrar em si a imagem de um papel possível.

⁵ <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=229473>

“A condição de vedete é a especialização do vivido aparente, o objeto de identificação com a vida aparente sem profundidade, que deve compensar o estilhaçamento das especializações produtivas de fato vividas. As vedetes existem para representar tipos variados de estilos de vida e de estilos de compreensão da sociedade.

Como vedete, o agente do espetáculo levado à cena é o oposto do indivíduo, é o inimigo do indivíduo nele mesmo tão evidentemente como nos outros. Aparecendo no espetáculo como modelo de identificação, ele renunciou a toda qualidade autônoma para identificar-se com a lei geral de obediência ao desenrolar das coisas. A vedete do consumo, embora represente exteriormente diferentes tipos de personalidade, mostra cada um desses tipos como se tivesse igual acesso à totalidade do consumo, e também como capaz de encontrar a felicidade nesse consumo.” (DEBORD, 1997, p.40 e 41)

Exemplos de perfis que se apresentam como vedetes





Exemplo de Comunidade que reúne vedetes



A Internet intensificou uma mudança na lógica da comunicação; torna-se real aquilo que aparece na tela, convertendo o próprio eu, em show. Tecnologias digitais registram a cena com baixo custo. Pode-se construir o personagem que gostaria de ser; para isso, é

preciso espetacularizar o eu, para tornar-se atraente. Esfera íntima, que antes era protegida, passa a ser observada pela mídia. Palco onde a pessoa faz o seu show, o seu discurso que, em excesso, caracteriza a histeria.

“A histeria não é mais uma entidade clínica a ser tratada, é um discurso, é a sociedade do espetáculo”. (CHEBABI in PAIVA, 2000, p.10)

Em outras palavras, enfatiza Morin, é por meio do estético que se estabelece a relação de consumo imaginário.

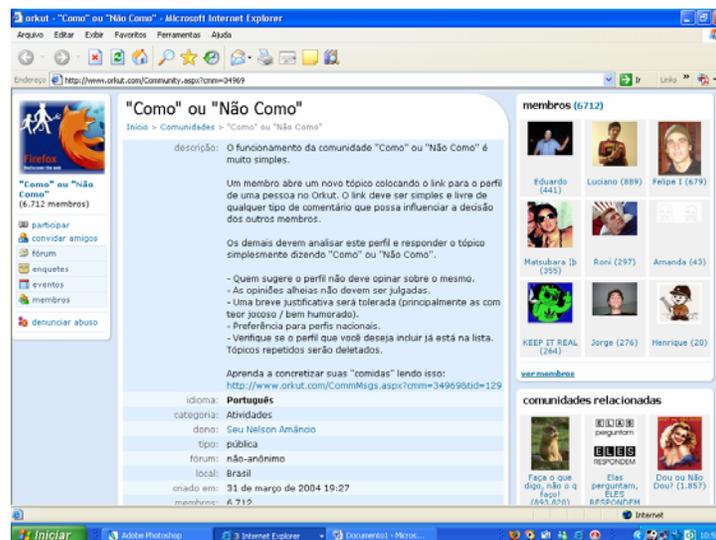
“O mundo imaginário não é mais apenas consumido sob forma de ritos, de cultos, de mitos religiosos, de festas sagradas nas quais os espíritos se encarnam, mas também sob forma de espetáculos, de relações estéticas. Todo um setor das trocas entre o real e o imaginário, nas sociedades modernas, se efetua no modo estético, através das artes dos espetáculos, dos romances, das obras ditas de imaginação. A cultura de massa é, sem dúvida, a primeira cultura da história mundial a ser também plenamente estética.” (MORIN, 1997, p.79)

Um exemplo de consumo imaginário, por meio de relação estética, no Orkut, é a comunidade “Como ou não Como”⁶, criada com o intuito de analisar o perfil de um membro que foi escolhido, sendo critério de avaliação todo o seu conteúdo: como descrição, fotografias do avatar e álbum, e responder o tópico dizendo: “como” ou “não como”.

⁶ <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=34969>

Nota-se na comunidade “Como ou não Como”, que o consumo da imagem se apresenta sob duas formas: o próprio usuário constrói a sua imagem com o intuito de representá-lo e, ao mesmo tempo, a constrói para provocar o desejo de ser consumido, mesmo que visivelmente.

O funcionamento da comunidade "Como" ou "Não Como" é muito simples. Um membro abre um novo tópico colocando o link para o perfil de uma pessoa no Orkut. O link deve ser simples e livre de qualquer tipo de comentário que possa influenciar a decisão dos outros membros. Os demais devem analisar este perfil e responder o tópico simplesmente dizendo "Como" ou "Não Como". (FONTANELLA; PRYSTHON, s/d, p. 4 e 5)



As relações estéticas fazem-se permanentemente presentes no ambiente do Orkut, porém a ausência imediata do corpo físico diferencia essa relação. Na comunidade virtual, o indivíduo encontra-se com outras pessoas à distância e, por consequência, ele não tem, neste espaço, os recursos de percepção, como o olhar e o toque, assim como ocorre no encontro presencial.

Segundo Morin, as participações estéticas são parentes, por seu caráter profano, das participações afetivas que comandam nossas relações vividas com o outro (afeições, amores, ódios etc), como com as grandes potências da vida (nação, pátria, família, partido). Como no Orkut, o corpo físico não está presente, apenas o corpo virtual; logo, esta relação acontece, segundo Norval Baitello Júnior, por meio da visibilidade:

“No momento em que o sentido da visão prevalece sobre os outros sentidos e começa a ter um status excessivamente maior do que o tato, o olfato, o paladar, e, sobretudo, a percepção de si mesmo, temos um desequilíbrio. (...) A hipertrofia da visão dispensa o resto do corpo e a proximidade. É o sentido da distância. O corpo não precisa tocar para sentir e se comunicar. Esse “não precisar se tocar” significa uma perda do conceito do corpo e da territorialidade”. (BAITELLO, 1999, p.5 e 6)

Como disse Baitello, com o sentido da distância, o corpo não precisa tocar para sentir e se comunicar, isto significa que houve uma perda do conceito de corpo e de territorialidade. O autor explica que essa perda da territorialidade leva à falsa idéia de que qualquer atentado contra esse corpo não causará nenhum tipo de dano. Se você não está acostumado a tocar e ser tocado, não desenvolve no seu senso social a percepção de que o outro também tem um corpo, sente dor e sente vínculo afetivo por meio da proximidade.

“O conceito de distância nasce na imaginação: nela, nós estamos perdendo nosso corpo. Tudo isso começa na situação mais nuclear, nas famílias que hoje são compostas de pai e mãe que trabalham e de crianças que passam o dia nas escolas. A possibilidade de contato físico, mesmo dentro de uma unidade mínima como a família, é cada vez mais remota”. (BAITELLO, 1999, p.6)

O indivíduo auto-centrado busca nas imagens o seu próprio reflexo. E, de acordo com Morin, o imaginário começa na imagem-reflexo, que ele dota de um poder fantasma – a mágica do sócia – e se dilata até aos sonhos mais loucos, desdobrando ao infinito as galáxias mentais. Baitello, ao escrever sobre a imagem, conta que ela não exige uma senha de entrada, pois o seu tributo é a sedução e o envolvimento.

“Por trás de uma imagem haverá sempre uma outra imagem que também remeterá a outras imagens. A imagem nos absorve, nos chama permanentemente a sermos devorados por ela”. (BAITELLO, 2000, p.3 e 4)



O álbum de fotografia da usuária “Nanázinha”⁷ apresenta imagens que foram produzidas com o objetivo de seduzir e envolver. Como o contato físico é cada vez mais

⁷ <http://www.orkut.com/Album.aspx?uid=14260517577315829301>

distante da realidade de nossa sociedade e a visibilidade torna-se fortemente presente em nossas relações, principalmente nas relações virtuais, Baitello mostra que quanto mais vemos, menos vivemos; quanto menos vivemos, mais necessitamos de visibilidade. Visibilidade esta que se faz presente no álbum de “Nanázinha”. E quanto mais visibilidade, tanto mais invisibilidade e tanto menos capacidade de olhar.

“Como o alimento das imagens é o olhar e como o olhar é um gesto do corpo, transformamos o corpo em alimento do mundo das imagens - refiro-me aqui a um dos tipos de “iconofagia” possíveis (cf. Baitello 1999 e Baitello 2000) – inaugurando um círculo vicioso. Assim, o primeiro sacrifício desse círculo vicioso termina por ser o próprio corpo, em sua complexidade multifacetada, tátil, olfativa, auditiva, performática e proprioceptiva”. (BAITELLO, s/d, p.3)

Baitello afirma que se valorizássemos o tato, tanto quanto valorizamos a visão, teríamos uma sociedade profundamente diferente; assim, acredita-se que seria uma sociedade que não contaria com o sucesso da maior comunidade virtual, o Orkut, com mais de 60 milhões de usuários. E finaliza:

“Se houvesse um equilíbrio entre tato e visão, não teríamos comunidades com milhões de pessoas”. (BAITELLO, 1999, p.5)

3.2 – A Fragmentação de Identidades: os Perfis Identitários na Comunidade Virtual Orkut

Bauman, ao relatar sobre identidade, mostra o como ela é fluida:

“Esse modo reduzido de relacionar-se, ‘menos importuno’, se ajusta a todo o resto – ao líquido mundo moderno das identidades fluidas, o mundo em que o aspecto mais importante é acabar depressa, seguir em frente e começar de novo, o mundo de mercadorias gerando e alardeando sempre novos desejos tentadores a fim de sufocar e esquecer os desejos de outrora.” (BAUMAN, 2005, p. 76 e 77)

O líquido mundo moderno das identidades fluidas a que Bauman se refere é o de identidades fragmentadas, que como conta Stuart Hall, é o mundo no qual o sujeito previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável está se tornando fragmentado, composto não de uma, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas. Segundo Hall, para a pessoa um suposto *eu*, que não é unificado ao redor de um “eu” coerente:

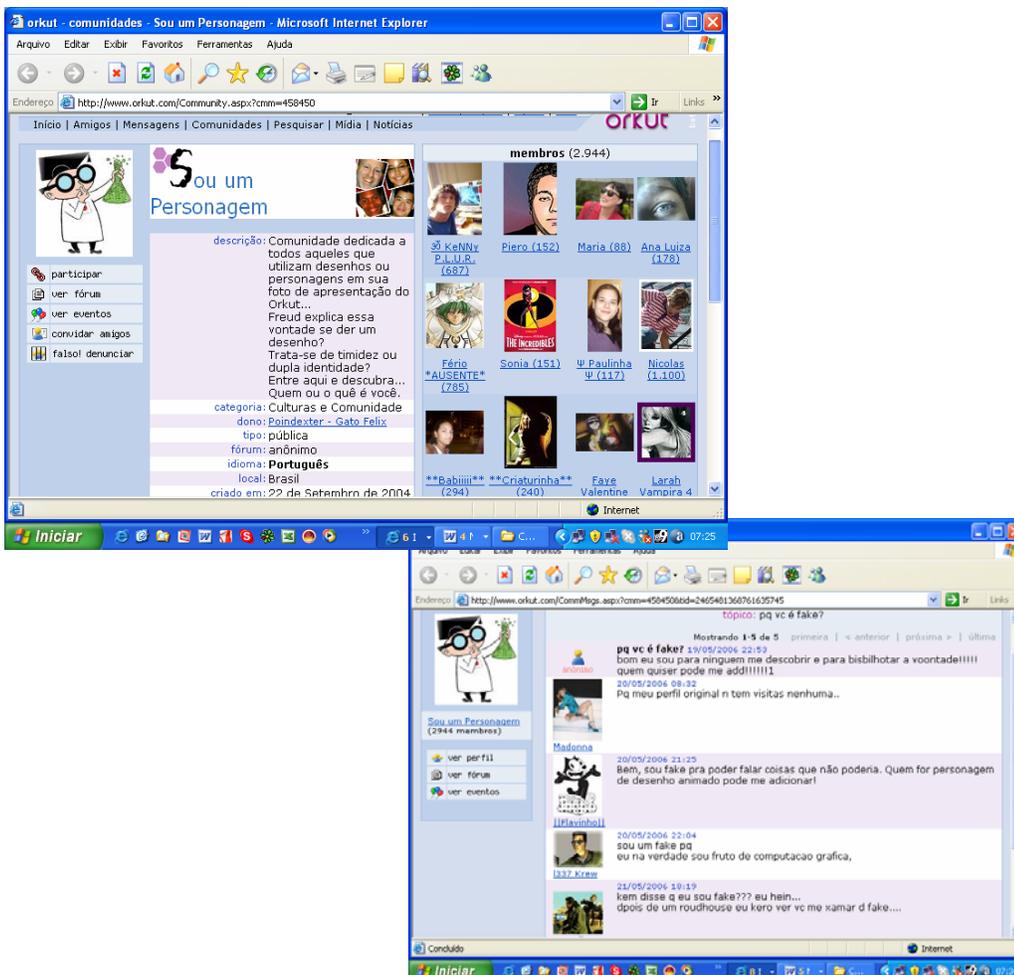
“A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia”. (HALL, 2000, p. 13)

Para Fontanella;Prysthon, um traço associado à modernidade líquida facilmente observado nas redes de relacionamento, como o Orkut, é a fragmentação das identidades e o descentramento do sujeito. Assim, torna-se pertinente observar este comportamento no site de relacionamentos Orkut.

Mediante observação participante, no site de relacionamentos Orkut, identifica-se cinco tipos de perfis identitários utilizados pelos usuários no site, que a partir de agora recebem o nome de: “Personagem, Anônimo, Clonado, Furtado e Identidades Fragmentadas”.

“Personagem”

“Em nosso mundo fluido, comprometer-se com uma única identidade para toda a vida ou por um logo tempo à frente, é um negócio arriscado. As identidades são para usar e exibir, não para armazenar e manter. Mas se é essa a condição em que todos nós temos de conduzir, a contragosto, os nossos assuntos do dia-a-dia, seria insensato culpar os recursos eletrônicos, como os grupos de bate-papo da Internet, pelo estado das coisas. É justamente o contrário: é porque somos incessantemente forçados a torcer e moldar as nossas identidades, sem ser permitido que nos fixemos a uma delas, mesmo querendo, que instrumentos eletrônicos para fazer exatamente isso nos são acessíveis e tendem a ser entusiasticamente adotados por milhões (...) ‘Falsas identidades?’, mas só pode dizer isso pressupondo que existia algo como uma única ‘identidade verdadeira’.” (BAUMAN, 2005, p. 96 e 97)



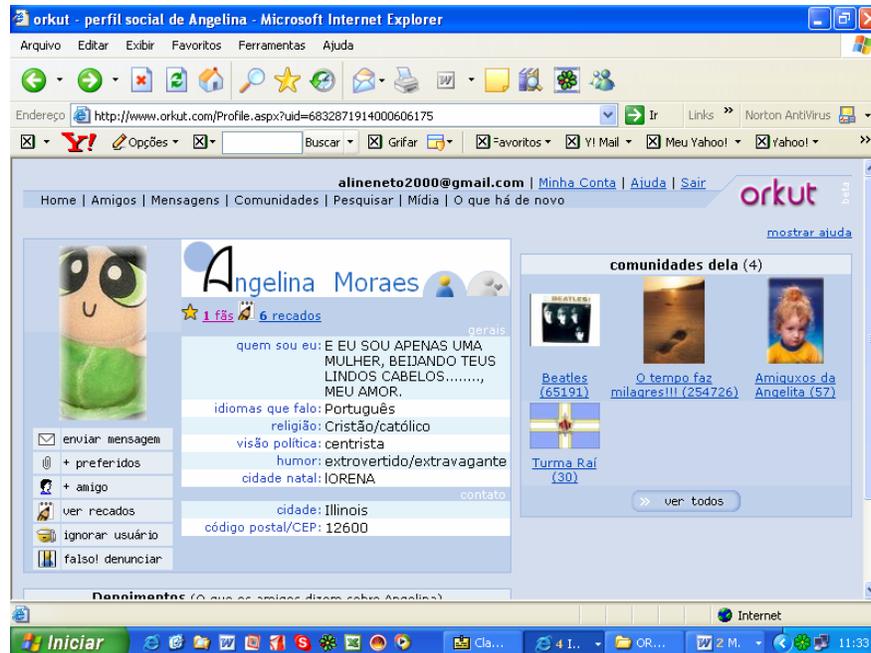
A Comunidade “Sou um Personagem”⁸ mostrada acima é um exemplo de perfil identitário – Personagem – utilizado na Comunidade Orkut. O tópico de discussão: “Por que você é fake?” apresenta respostas que reforçam o pensamento de Bauman a respeito do indivíduo ser forçado a possuir uma identidade única, verdadeira. Os usuários relatam que utilizam esta identidade de Personagem como uma representação do que a pessoa gostaria de ser, também para não ser descoberto e poder bisbilhotar a vida dos outros sem ser reconhecido, além de ter a liberdade de falar coisas que não poderia, entre outras respostas. Bauman confirma e diz:

“Sim, de fato, a ‘identidade’ só nos é revelada como algo a ser inventado, e não descoberto; como alvo de um esforço, ‘um objetivo’, como uma coisa que ainda se precisa construir a partir do zero ou escolher entre alternativas e então lutar por ela e protegê-la lutando ainda mais - mesmo que, para que essa luta seja vitoriosa, a verdade sobre a condição precária e eternamente inconclusa da identidade deva ser, e tenda a ser, suprimida e laboriosamente oculta”. (BAUMAN, 2005, p.22)

Ressalta-se que o número de perfis de personagens aumentou, consideravelmente, após a ativação da ferramenta “visualização de perfil”, que denuncia as cinco últimas pessoas que visitaram a sua página. Afinal, quem gosta de bisbilhotar e ainda ser anunciado?

⁸ www.orkut.com/Community.aspx?cmm=458450

A comunidade “Sou um Personagem” reúne membros que utilizam perfis de personagens⁹, como é o caso do ator Sérgio Marone¹⁰, “Angelina Moraes”¹¹, entre outros:



Descrição do perfil da personagem “Angelina Moraes”

Foto: Cartoon da personagem “Docinho” do desenho “As Meninas Super-poderosas”.

A usuária não se identificou com a sua fotografia.

Círculo de amigos: não possui

Comunidades que participa: “O tempo faz milagres”, “Amiguxos da Angelita”, “Turma Rai”.

⁹ “Encarnar um personagem é um expediente bastante usado para esconder a identidade de usuários (...) Chamados “fakes” ou “bogus”, os perfis falsos podem servir como uma representação do que a pessoa gostaria de ser, se vivesse em um mundo sem regras.” (Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/1511200604.htm>>)

¹⁰ Ele se camuflou com uma identidade fictícia, que leva o nome de um ator norte-americano. “Assim, tenho mais privacidade. Só adiciono quem eu realmente conheço.” (Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u17772.shtml>>).

¹¹ www.orkut.com/Profile.aspx?uid=6832871914000606175

Descrição relevante do perfil

- Quem sou eu: *“E eu sou apenas uma mulher, beijando teus lindos cabelos... meu amor”.*

- Humor: *Extrovertido/extravagante*

- Cidade Natal: *Lorena*

Recado relevante de “Joaquim” para “Angelina Moraes”¹²:

“Joaquim: maria jose do nascimento toma vergonha nessa sua cara idiota, tá bebendo todas hoje e está só. que natal feliz... aruma o nosso dinheiro p a gente ir p santos, tô zerado.”

Análise do recado:

“Joaquim” identifica “Angelina Moraes” como “Maria Jose do Nascimento” e mostra ter conhecimento de sua rotina, além de sugerir uma viagem para Santos com a “Maria” e não com a “Angelina”, a usuária deste perfil.

Recado relevante de “Joaquim” para “Angela Rules”¹³:

“Joaquim: não te conheço, mas esta Angelina não existe, o nome dela é maria jose do nascimento, ou se preferir Zuleika Moreti, uma pessoa doente que persegue os vencedores, morre de inveja da Letícia. Pode confiar estou no rastro dela. Até logo.”

“Joaquim: não me interessa se você acredita em mim ou não, o meu objetivo não é bater papo no orkut, só me interessa pelos amigos da “angelina”, estou rastreando seus passos há dias, ela está envolvida em falsidade ideológica na internet. Até.”

Análise do recado:

O papel de “Joaquim” é mostrar que a “Angelina Moraes” não existe. Ele procura alertar as pessoas que receberam recados dela, mostrando que sua identidade é falsa¹⁴ e apresenta

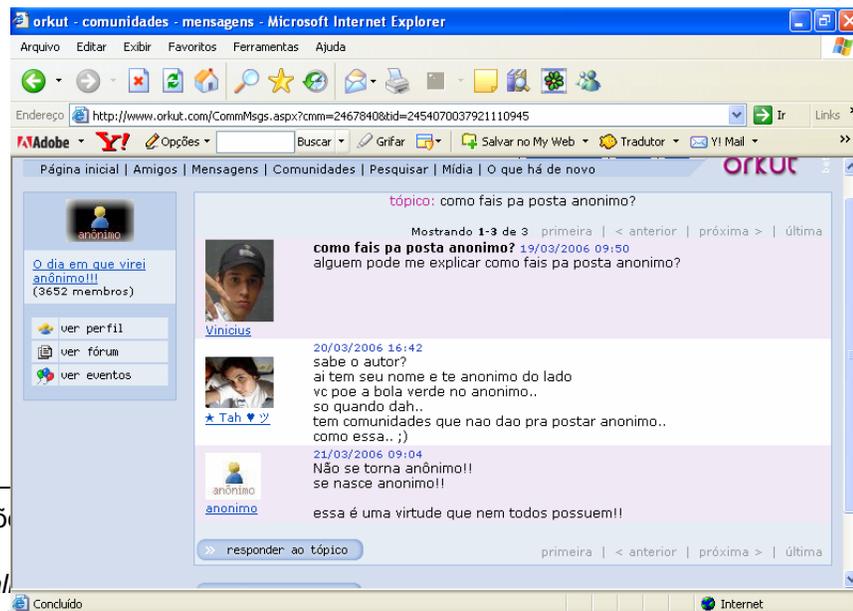
¹² Por questões de preservação de imagem e segurança, os recados não serão mostrados. Todos os nomes que estão grifados são fictícios.

¹³ “Angela” recebeu recado de “Angelina Moraes”.

seu verdadeiro perfil: Zuleika Moreti. Porém, “Joaquim” e “Angelina” se conhecem e aparentam ser bem íntimos.

“Anônimo”¹⁵

Perfil de Anônimo



¹⁴ Outros recados e informações
Anexo 2.

¹⁵ “Para que se render à realidade de condição social e até de raça, que encontrou na Internet campo vasto para se espalhar. No Orkut (...), a rede propicia anonimato, sensação de liberdade para criar relações com pessoas que podem, a rigor, falar tantas verdades quanto você quiser.” (Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1511200601.htm>>)

orkut - comunidades - Eu Sou Anônimo - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=946867>

Página inicial | Amigos | Mensagens | Comunidades | Pesquisar | Mídia | O que há de novo

Eu Sou Anônimo

participar
ver fórum
ver eventos
convidar amigos
falso! denunciar

descrição: Comunidade Secreta dos Anônimos.
Liberte seu lado obscuro.

categoria: Outros
dono: [Erick Volao](#)
tipo: pública
fórum: anônimo
idioma: **Português**
local: Brasil
criado em: 16 de Dezembro de 2004
membros: 102

fórum
ver todos os tópicos
tópico autor postagens última postagem

membros (102)

[Charles \(zipi\) \(154\)](#) [Rubens \(85\)](#) [Fernanda \(149\)](#) [Anônimo \(2\)](#)

[Jean \(109\)](#) [Neto \(297\)](#) [Felipe "Homer" \(355\)](#) [japinha punk \(23\)](#)

[Anônimo \(33\)](#) [Bruna \(362\)](#) [Samuel Petersen \(15\)](#) [\\$@LaUoD \(42\)](#)

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=4871642574910514910>

orkut - comunidades - serviço de scrap anônimo - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=10871957>

Página inicial | Amigos | Mensagens | Comunidades | Pesquisar | Mídia | O que há de novo

Serviço de scrap anônimo

participar
ver fórum
ver eventos
convidar amigos
falso! denunciar

descrição: -> Funcionamento:
Deixe um post com o endereço do perfil da pessoa que vai receber o scrap e a mensagem. Dentro de no máximo 7 dias úteis ela vai receber seu recado, e o melhor: anônimo.

-> Regras:
1 - não envio ameaças (nem palavrões);
2 - não envio cantadas para pessoas que tem casado(a) ou namorando no perfil;
3 - não envio scraps de baixo nível - o que é

membros (27)

[Marcio \(414\)](#) [** Érica :\)~ \(247\)](#) [Samanta \(343\)](#) [★CAMILA LPG \(488\)](#)

[Marcos \(143\)](#) [Thais \(126\)](#) [Alfredo Júlio \(175\)](#) [Dewel \(151\)](#)

[**&qt;&qt;Shiryu \(239\)](#) [Roberto \(66\)](#) [TIAGO KOBAYASHI \(362\)](#) [Amanda \(368\)](#)

Fontanella;Prysthon descrevem que o exercício livre de navegar anônimo por perfis e comunidades, perdendo-se pelas páginas do Orkut de maneira lúdica, constitui no ambiente virtual uma atitude bem próxima à maneira do *flâneur* das ruas de Paris do século XIX, descrito por Walter Benjamin.

“A flânerie é uma atividade que se constitui a partir do andar e do olhar. O flâneur sai a vagar sem rumo definido, permitindo-se levar para onde a cidade o conduzir. Da mesma maneira os internautas do Orkut, durante as horas as quais passam conectados, passeiam por entre as páginas, passando de um link ao outro, sendo capturado pelo olhar e tentando mergulhar nos profiles que só lhe oferecem superfície.”
(FONTANELLA;PRYSTHON, s/d, p. 11)

Os autores reforçam que para Benjamin essa era uma atividade intimamente ligada com o surgimento das massas, as multidões das grandes cidades, que se aglomeram em torno de uma “coisa comum” que, como “um acidente de trânsito, reúne pessoas”. Em uma época em que os anônimos na rua não apresentavam mais do que a superficialidade a ser conhecida, era um exercício comum tentar chegar ao fundo das aparências; é essa massa que oferece ao *flâneur* seu objeto.

“No Orkut, as centenas de milhares de profiles disponíveis oferecem ao flâneur virtual a sua multidão, permeada de identidades nebulosas abertas à sua observação silenciosa.” (FONTANELLA;PRYSTHON, s/d, p. 12)

Outros trabalhos acadêmicos já compararam o comportamento do internauta, navegando através dos websites descompromissadamente, com a *flânerie* de Benjamin. Segundo André Lemos e Simone Pereira de Sá, o flâneur absorve o que a cidade (concreta ou virtual) emana de informação.

“Ele parte em busca de si mesmo, desaparecendo nas malhas do dia a dia – o outro da calçada, os objetos que o rodeiam, as crenças e lembranças, os links.” (LEMOS e SÁ in FONTANELLA;PRYSTHON, s/d, p. 10 e 11).

Benjamin define a *flânerie* como uma atividade de se abandonar às multidões das grandes cidades, entregue às inúmeras impressões diversas que o ambiente urbano e seus habitantes podem oferecer.

“O flâneur decifra rostos na rua, preenchendo lacunas, buscando conhecer as pessoas a partir das impressões mais superficiais.” (BENJAMIN in FONTANELLA;PRYSTHON, s/d, p. 11).

Interessante cruzar a definição de *flânerie* de Benjamin com o pensamento do usuário anônimo no Orkut. Na comunidade “O dia em que virei anônimo”, no tópico de discussão “como fais pa posta anônimo” lê-se “como faz para postar/ se tornar um anônimo”, um membro anônimo responde a questão:

“Não se torna um anônimo!! Se nasce anônimo!! Essa é uma virtude que nem todos possuem!!”¹⁷

A comunidade “Serviço de Scrap Anônimo” realiza uma prestação de serviços aos usuários do Orkut que não possuem um perfil de anônimo¹⁸. Se o usuário deseja enviar um recado para alguém, mas não gostaria de se identificar ou até mesmo criar um perfil paralelo, ele tem à sua disposição esta comunidade, que envia recados para a pessoa que

¹⁷ Disponível em <<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=2467840&tid=2454070037921110945>>

¹⁸ A opção de utilizar um perfil de anônimo não é oferecida ao membro do Orkut. Só consegue este tipo de perfil quem faz engenharia reversa da parte do serviço orkut.com. Exemplo de endereço de perfil anônimo: <http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=13318061822248765267>.

o usuário desejar, gratuitamente, em até sete dias e anônimo¹⁹. Ressalta-se que a comunidade possui as seguintes regras:

- 1 - *“Não envio ameaças (nem palavrões)”*;
- 2 - *“Não envio cantadas para pessoas que tem casado(a) ou namorando no perfil”*;
- 3 - *“Não envio scraps de baixo nível – o que é baixo nível?, use o bom senso”*;
- 4 - *“Não há risco de você ser descoberto, nem de outra pessoa usar o seu recado, pois vc pode deixar seu post anônimo, eu apago assim que encaminho (e vc ainda pode entrar, deixar o scrap e depois sair da comunidade)”*;
- 5 - *“Eu sou soberana na escolha, se não for com sua cara não vou encaminhar o scrap, sinto muito mas sou a única comunidade do orkut que presta esse serviço, então posso me dar ao luxo”*;
- 6 - *“É um serviço de utilidade pública, cuidem bem dele, não avacalhem”*;
- 7 - *“De maneira nenhuma essa comunidade se deixará ser usada para semear a discórdia”*;
- 8 - *“Evitem enviar scrap em versos, pois às vezes dá erro:
”*.

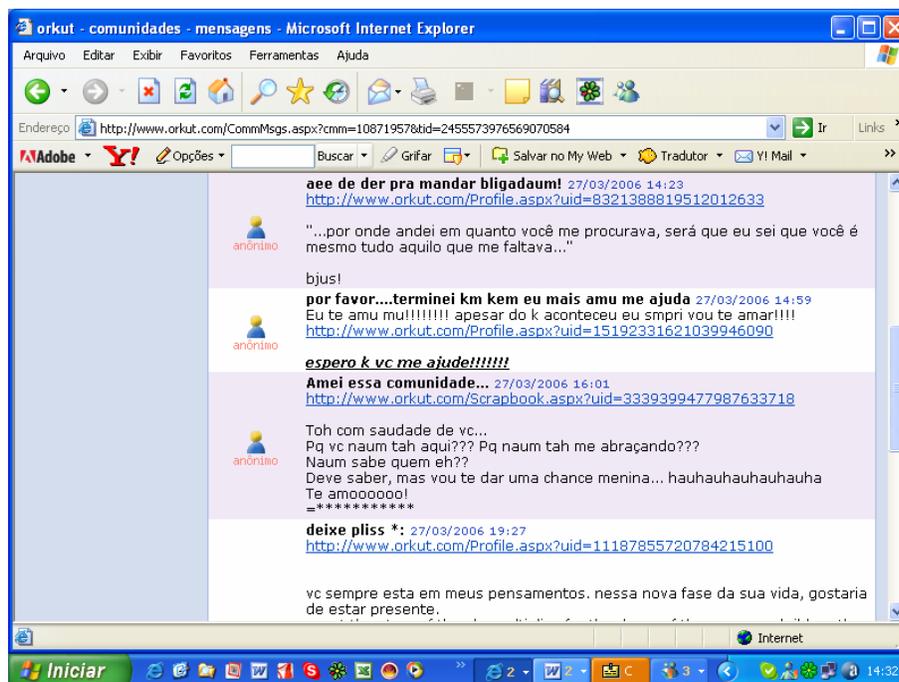
Torna-se difícil saber se os recados²⁰, que os usuários deixaram na comunidade para serem enviados como anônimos, semearam ou não a discórdia, afinal não há como saber como o recado foi interpretado, se quem o recebeu não tinha compromisso com alguém. Por exemplo:

*“Toh com saudade de vc...
Pq vc naum tah aqui??? Pq naum tah me abraçando???
Não sabe quem eh??
Deve saber, mas vou te dar uma chance menina... hauhauhauhauha
Te amooooo! =*****²¹ ”*

¹⁹ A comunidade “Serviço de Scrap Anônimo” anuncia: *“Deixe seu recado junto com o perfil da pessoa que deva recebê-lo, e em poucos dias ela receberá seu recado, e o melhor, anônimo.”* (Disponível em <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=10871957>)

²⁰ <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=10871957&tid=2455573976569070584>

²¹ Esse código significa: beijos.



“Clonado”

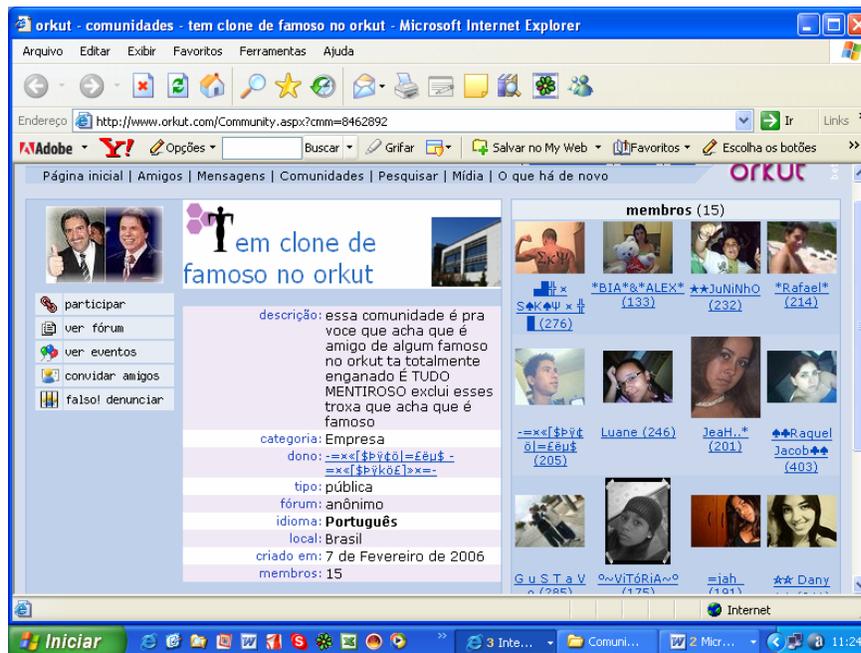
O perfil clonado²² é quando um usuário cria um perfil com informações de terceiros, normalmente, com as mesmas informações e características de um perfil já existente. Em alguns casos, o perfil sofre modificações, mas mesmo assim, acaba sendo identificado como o perfil daquele usuário, pela semelhança de informações e fotografias.

A prática de clonagem é cada vez mais constante no Orkut: entre famosos e pessoas comuns, muitos usuários já foram alvos. As celebridades²³: como Silvio Santos, tem 40 clones; Xuxa, 27 e o presidente Lula, conta com 78 clones. Assim, muitos

²² A clonagem acontece pela facilidade em se criar um perfil falso. “O site não exige nenhuma comprovação de identidade na hora de criar um perfil. Assim, para clonar, basta criar uma conta nova e incluir informações e fotos copiadas de um perfil verdadeiro”. (Disponível em <http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=6573>).

²³ Todos os dados estão disponíveis em <http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=6573>.

membros do Orkut acreditam tê-las em sua lista de amigos ou até mesmo ter conversado com tais celebridades²⁴, sendo que na verdade, são perfis falsos, clonados.



E o que, a princípio, parece uma brincadeira de fãs; no fim, pode acabar trazendo problemas ao clonado. Gerald Thomas, diretor de teatro, afirma:

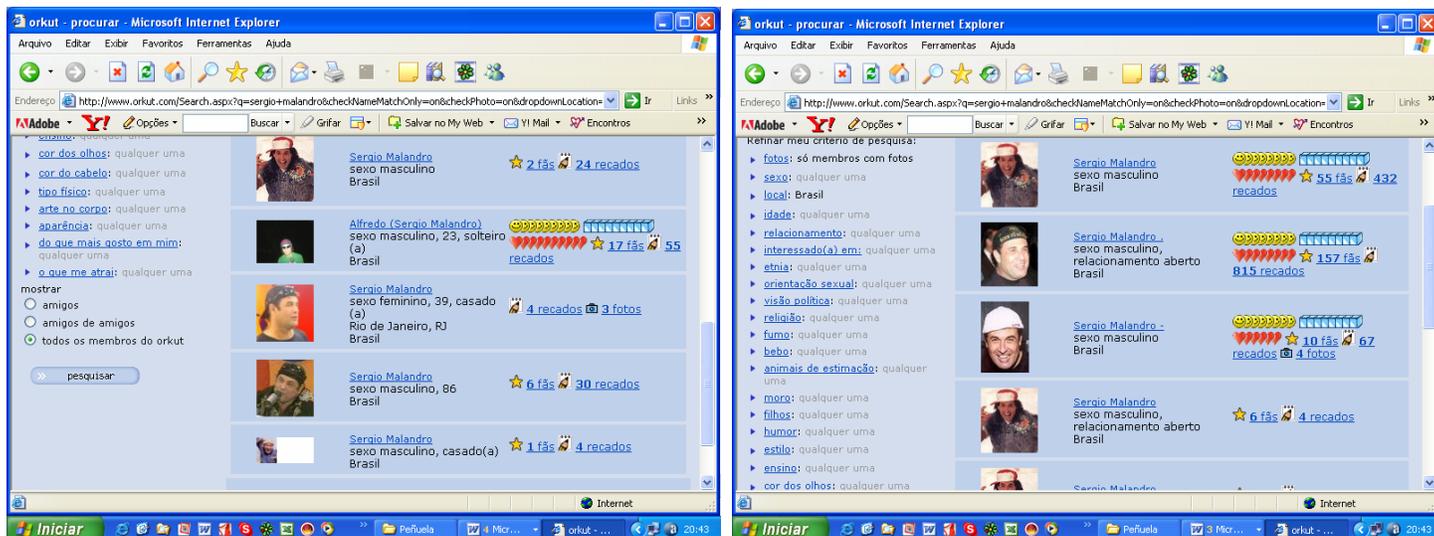
“Fiquei paranóico quando descobri que tinha um clone. Ele se fazia passar por mim, fazia comentários e, até, dava dicas sobre teatro²⁵.”

O apresentador Sérgio Mallandro possui 24 perfis falsos na comunidade Orkut. Segundo ele, esse comportamento deve ser uma homenagem dos fãs, porém, esta atitude o preocupa.

²⁴ A comunidade “Tem clone de famoso no Orkut” alerta aos usuários a presença de perfis de famosos que foram clonados. Disponível em < <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=8462892>>.

²⁵ Disponível em <http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=6573>.

“O que me preocupa é que esses clonadores estão enganando o meu público, pois não sou eu quem responde as mensagens que me mandam²⁶.”



Rodrigo Scarpa, o Repórter Vesgo do programa "Pânico", da Rede TV!, também já foi clonado: *"Estou no Orkut como Rodrigo. O Vesgo que aparece lá é falso"*²⁷.

Já a apresentadora Carolina Magalhães, que nunca se cadastrou no site, assustou-se ao ver uma página creditada a ela.

*"Colocaram fotos minhas entre amigos, coisas que não estão em revistas. Pode ser gente que conhece algum amigo meu, que já estive comigo em algum barzinho. Mas o clonador não foi feliz na lista de comunidades, que inclui "Eu odeio futebol", pois eu adoro futebol"*²⁸.

²⁶ Disponível em <http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=6573>.

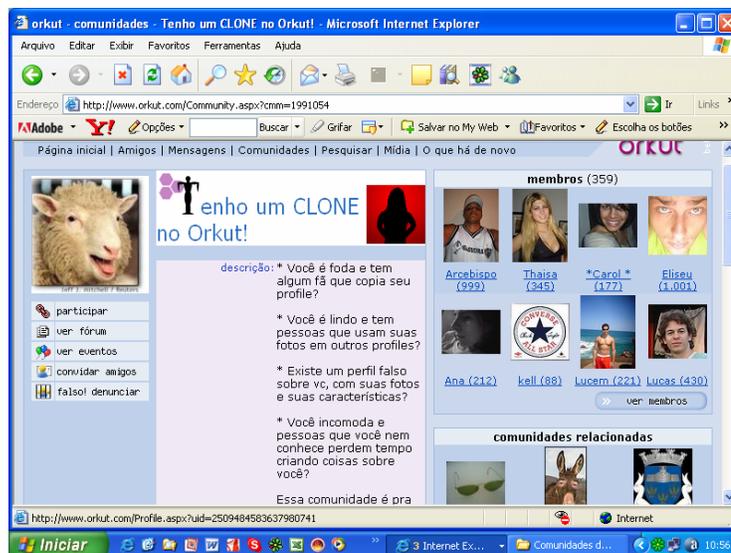
²⁷ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u17772.shtml>>.

²⁸ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u17772.shtml>>.

Pessoas comuns também são vítimas de clonagem no Orkut. O universitário Bruno de Souza Gama, de 22 anos, teve seu perfil clonado²⁹, porém, neste, ele era gay e a página continha fotos que não estavam publicadas no perfil verdadeiro do universitário.

“Não sei como conseguiram essas imagens. Criaram um perfil falso dizendo que eu era gay. E, a partir daí, a página passou a ser usada para distribuir ofensas. Se fazendo passar por mim, o cara xingava meus amigos e procurava travestis para insultar³⁰.”

A comunidade “Tenho um CLONE no Orkut!”³¹ é composta por pessoas comuns, como Bruno, que tiveram o seu perfil clonado. Esta serve para alertar aos amigos para que não sejam enganados pelo clone e, ao mesmo tempo, pode ajudar na denúncia do perfil clonado, para que ele seja desativado.



²⁹ Depois de insistentes denúncias ao site, o perfil falso acabou sendo deletado pelo Orkut.

³⁰ Disponível em <http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=6573>.

³¹ Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1991054>>.

“Furtado”

O perfil furtado é mais um tipo de identidade utilizada no Orkut. É quando o usuário perde o seu perfil, ou seja, a sua conta, que por algum motivo foi furtada³². Um vírus, foi criado no Brasil, com o objetivo de roubar o *login* e senha de usuários do site de relacionamentos Orkut.

“O vírus chega em e-mails que mostram a página inicial do Orkut e pedem uma atualização. Em um texto confuso e mal escrito, os piratas dizem que o Orkut está atualizando o cadastro de seus usuários para melhor atendê-lo. Aqueles que não enviarem os dados até dia 15 de outubro ficarão impedidos de entrar no site - possibilidade que causa histeria entre os membros da comunidade virtual. Quando clica no link atualize aqui seu cadastro, o internauta baixa em seu computador o arquivo Orkut.exe. Ao abri-lo, o usuário se depara com uma janela na qual o login e senha devem ser digitados - estes dados são enviados diretamente aos piratas virtuais³³”.

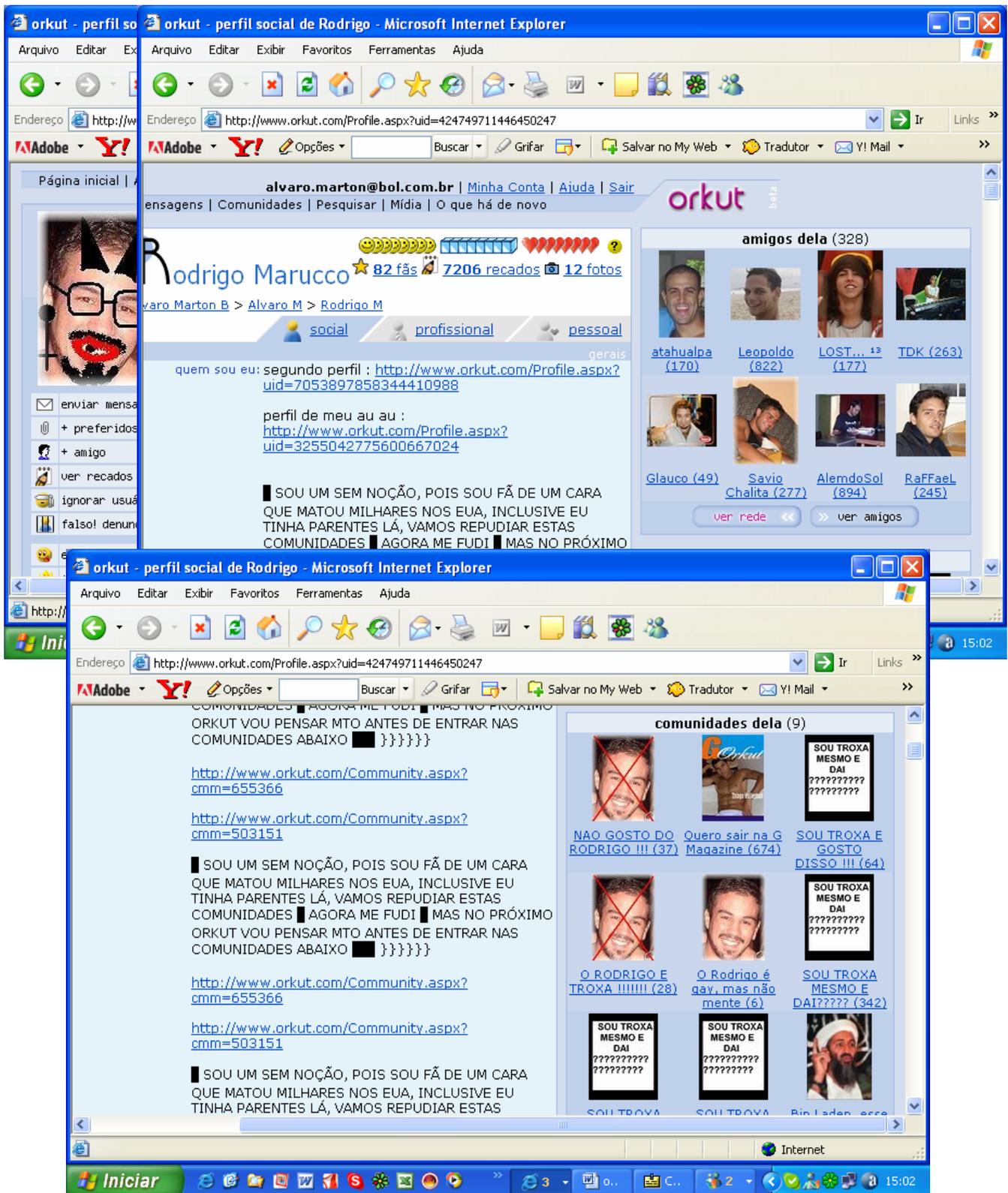
Há casos, em que a pessoa que roubou o perfil de outra deseja “assumir” a sua identidade, por exemplo, para satisfazer as suas necessidades reais; assim, ela rouba o perfil e assume a sua identidade virtual.

Rodrigo Marucco é um exemplo de Orkut furtado³⁴. Sua página, de um dia para o outro, sofreu uma transformação total: ele virou gay, terrorista, passou a participar de comunidades que denegriam a sua própria imagem, além de sua fotografia do avatar, que também teve conseqüências; enfim, a sua identidade no Orkut virou do lado avesso.

³² Existem pessoas que contam a sua senha a outras pessoas ou também pode ser descoberta por um hacker, por meio de um vírus.

³³ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u19054.shtml>>

³⁴ Disponível em <<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=424749711446450247>>.



Rodrigo, após perder o seu Orkut, criou outra conta e neste perfil explica o ocorrido e recomeça. A pessoa que furtou o seu Orkut se comunicou com todos os seus amigos, além de participar de suas comunidades, porém, com o objetivo de denegrir a sua imagem, ou seja, a sua identidade.

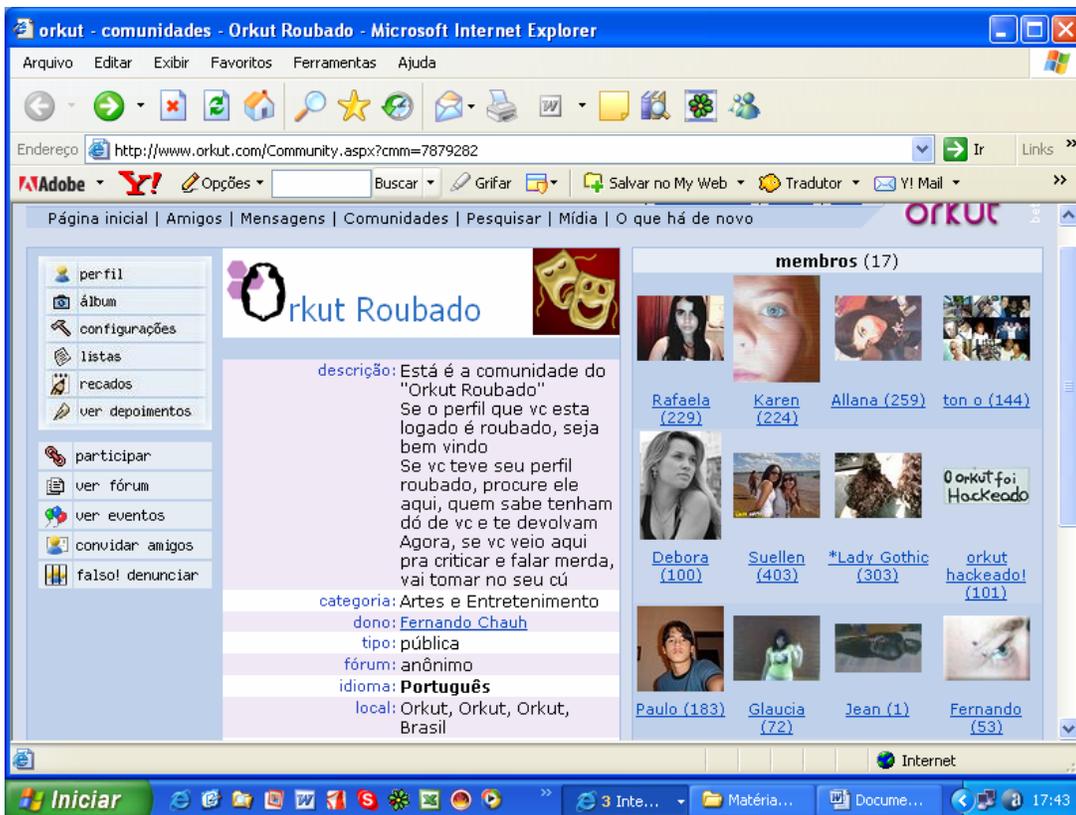
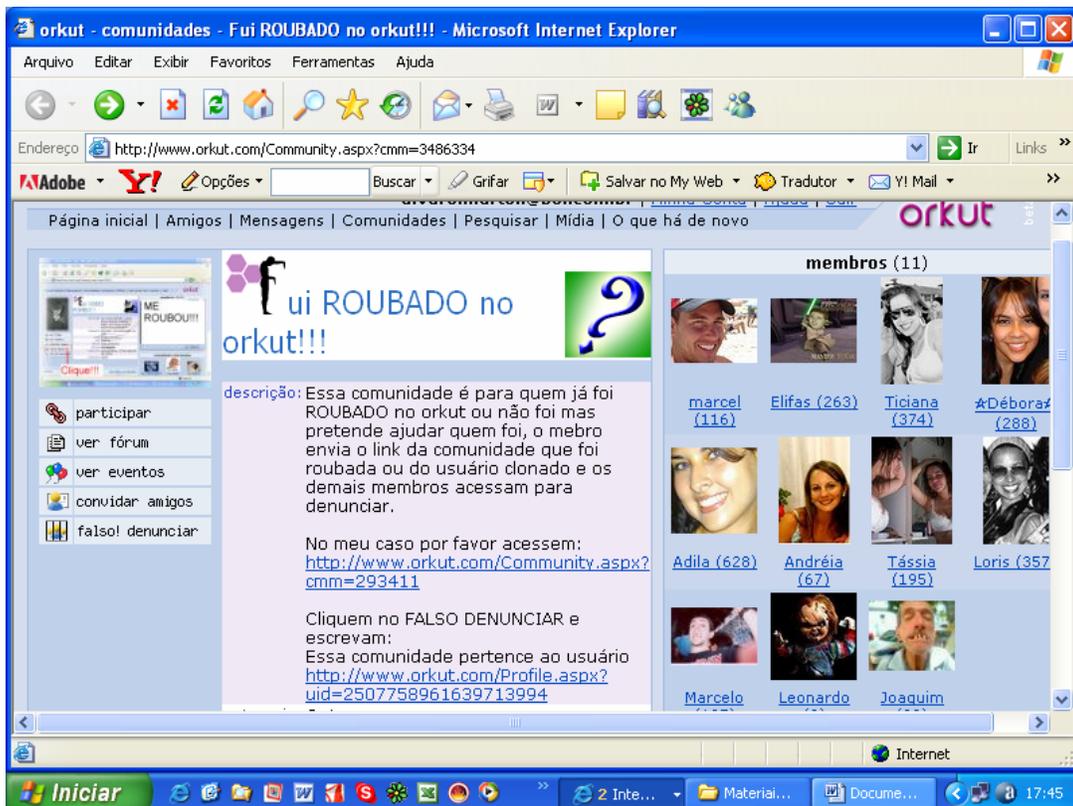
*“Bom, zoaram meu orkut e acabaram me deixando mais popular ainda. Afinal, não é fácil ter quase 8000 scraps e quase 300 fãs sem fazer o menor esforço. Né??? Valeu!!! Recomeçar??? Isso é comigo mesmo!!!
Eu quero sempre mais!!!”³⁵”*

Como para tudo no Orkut existem comunidades, encontram-se duas voltadas ao tema Orkut roubado, sendo as comunidades: “Fui ROUBADO no orkut!!!”³⁶, que reúne membros que já tiveram o seu perfil de Orkut roubado e, também, uma curiosidade: a comunidade “Orkut Roubado”³⁷, que é formada por usuários que estão conectados com o Orkut que roubaram, ou seja, uma comunidade composta por quem rouba Orkut.

³⁵ Disponível em <<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=4214408180878740500>>.

³⁶ Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=3486334>>

³⁷ Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=7879282>>

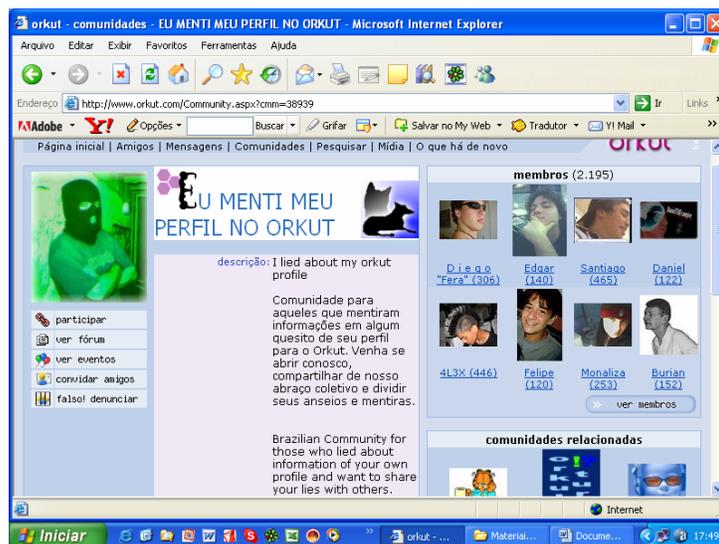


“Identidades Fragmentadas”

“Se você fica me instigando a declarar a minha identidade (ou seja, o meu “eu postulado”, o horizonte em direção ao qual eu me empenho e pelo qual eu avalio, censuro e corrijo os meus movimentos), esse é o máximo a que pode me levar. Só consigo ir até aí...” (BAUMAN, 2005, p.21)

“Identidades Fragmentadas”, o quinto e último tipo de perfil identitário encontrado no Orkut, é a identidade que se fragmenta, que se multiplica, conforme os objetivos e o ambiente ao qual o indivíduo se insere, por exemplo. Como Meucci;Matuck reforçam, algo que aglutine os diversos fragmentos do que se chama “eu”: o eu profissional, o eu torcedor, o eu paterno.

É característica da modernidade líquida a fragmentação de identidades, na qual o indivíduo apresenta aspectos de sua identidade. Com a Internet, essa fragmentação foi explorada intensamente, por meio de suas ferramentas que possibilitam este comportamento. Assim, o Orkut sintetiza uma característica da sociedade da modernidade líquida quando possibilita essa fragmentação de identidades.



A comunidade “Eu menti meu perfil no Orkut”³⁸ é um exemplo de comunidade que reúne membros que utilizam identidades fragmentadas no Orkut, no sentido de que estes membros alteram informações sobre seu jeito de ser, sobre sua identidade, para atrair outros membros à sua página, por interesses amorosos, vagas de emprego.

Um membro da comunidade "Eu Menti Meu Perfil no Orkut" declara:

*"Sim, eu menti. Eu disse que era advogado, eu disse que tinha curso de gourmet, eu disse que entendia de vinhos, eu disse que fazia noise eletrônico, mas isso tudo só para parecer mais interessante a outros olhos."*³⁹

Outro membro da mesma comunidade, relata: *"Eu menti para entrar no 'Eu Menti Meu Perfil no Orkut' porque preciso me socializar e fazer amigos"*⁴⁰.

Maffesoli usa a metáfora de uma pessoa com múltiplas máscaras para ilustrar esse tipo de comportamento. Em função dos diferentes momentos de comunicação com os grupos, acontece uma série de identificações sucessivas, multiplicidade de aberturas, que constroem as relações que fazem uma pessoa e que revelam a natureza desse tribalismo. *"É justamente porque há prevalência do conjunto sobre o particular, ou seja, do outro, que se podem reconhecer os outros em si."* (MAFFESOLI, 1996, p. 311).

Fábio Le Senechal Nanni, estudante de Jornalismo da USP, é um exemplo de identidade fragmentada no Orkut. Quem observa a sua página no Orkut⁴¹, tem a imagem de uma pessoa sensível e racional. Ele se diz preocupado com os direitos das mulheres,

³⁸ Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=38939>>.

³⁹ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16038.shtml>>.

⁴⁰ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16038.shtml>>.

⁴¹ A página de Fábio foi excluída do Orkut.

participa da comunidade “Homens Feministas”, porém, o comportamento de Fábio fora do ambiente virtual, foi completamente diferente:

“Difícil imaginar que ele tenha assassinado brutalmente o amigo na redação da Rádio USP, com uma facada no peito, após uma discussão acalorada⁴².”

Em seu perfil, constavam informações como: um romântico sem cura, um cinéfilo apreciador de Frederico Fellini e François Truffaut. De acordo com seus amigos, uma pessoa bem humorada, que gostava de dançar e cantar, um intelectual⁴³.

O português Tiago Verdial, outro exemplo de identidade fragmentada no Orkut, revela em seu perfil que é um garotão *bom vivant* e considerado pelo círculo dos amigos e amigas, 80% confiável. No Orkut, Tiago Verdial tem 145 amigos e um deles, definiu-o como *“um cara super tranqüilo e pacato, que nunca arruma confusão e que nunca coloca em perigo a integridade física dos amigos”*. As mensagens disponibilizadas para o público apresentam uma pessoa bastante querida pelos amigos.

Segundo a matéria veiculada no *O Globo*⁴⁴, o português Tiago Verdial, ex-funcionário da empresa de investigações Kroll Associates, foi preso pela Polícia Federal brasileira, acusado de monitoramento ilegal e de corrupção de servidores públicos.

Para encerrar essa discussão, faz-se das palavras de Bauman, uma reflexão a respeito da identidade:

“O verdadeiro problema e atualmente a maior preocupação é a incerteza oposta: qual das identidades alternativas escolher e, tendo-se escolhido

⁴² Disponível em <<http://www.estadao.com.br/ultimas/cidades/noticias/2005/out/14/33.htm>>

⁴³ Disponível em <<http://www.estadao.com.br/ultimas/cidades/noticias/2005/out/14/33.htm>>

⁴⁴ (PENA, 2005, p. 63)

uma, por quanto tempo se apegar a ela? Se no passado a 'arte da vida' consistia principalmente em encontrar os meios adequados para atingir determinados fins, agora se trata de testar, um após o outro, todos os (infinitamente numerosos) fins que se possam atingir com a ajuda dos meios que já se possui ou que estão ao alcance. A construção da identidade assumiu a forma de uma experimentação infundável. Os experimentos jamais terminam. Você assume uma identidade num momento, mas muitas outras, ainda não testadas, estão na esquina esperando que você as escolha. Muitas outras identidades não sonhadas ainda estão por ser inventadas e cobiçadas durante a sua vida. Você nunca saberá ao certo se a identidade que agora exhibe é a melhor que pode obter e a que provavelmente lhe trará maior satisfação". (BAUMAN, 2005, p. 91 e 92)

3.3 – Bem-vindo à Comunidade Vitrine: apresente-se e escolha o seu produto. Boas compras!

Retoma-se aqui parte da discussão do capítulo 2, na qual se vislumbra o Orkut como um produto de consumo; assim, faz-se necessário aprofundar um pouco mais esta análise, sugerindo nomeações e conceitos à “Comunidade” Orkut, nomeando-a, a partir de agora, como uma “Comunidade” Vitrine.

No Orkut, encontram-se duas comunidades que discutem o assunto: “Orkut é uma Vitrine de Gente”⁴⁵ e “O Orkut é uma Vitrine”⁴⁶.

⁴⁵ <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=4553483>

⁴⁶ <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1220146>



A comunidade “O Orkut é uma Vitrine” define o ambiente Orkut como uma vitrine e as comunidades do Orkut como lojas.

“Se vc considera o Orkut uma vitrine e cada comunidade uma loja em que você é exposto como um produto, se sabe que as pessoas ficam olhando suas fotos e te escolhendo por características físicas, mas mesmo assim não consegue abandonar o vício e se deixa coisificar venha ser um objeto conosco, vamos todos nos terapizar juntos escutando ‘as vitrines’ e chorando⁴⁷”.

Encontrar exemplos do Orkut como uma vitrine, é uma prática normal no site. O cantor Leo Jaime, por exemplo, sucesso nos anos 80, após a sua entrada no Orkut, encontrou uma nova forma de voltar para o mundo da fama. Possui 9 perfis no Orkut, com o total de 9 mil amigos – estes perfis são a sua vitrine:

“Hoje, Leo mantém nove perfis no site e, na prática, se tornou uma das maiores celebridades da internet brasileira. Alimenta quase diariamente um blog, tem cerca de 9 mil amigos no Orkut e dezenas de comunidades de fãs - ou inimigos. A fama virtual não demorou a se traduzir em sucesso no mundo real: depois de fazer sucesso na rede, passou a ser cultuado como

⁴⁷ Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1220146>>.

ídolo dos anos 80. Voltou a fazer shows e está gravando um CD com músicas inéditas⁴⁸.

“Orkut é uma Vitrine de Gente” é a comunidade que mais discute o assunto. Ela é formada por pessoas que se sentem como mercadorias expostas em vitrines do Orkut. Assim, a comunidade define-se:

“Para todos aqueles que perceberam ser mercadorias dessas vitrines virtuais de pseudo-Quem sou eus. Todos nós inconscientemente:

1-Preenchemos nossos profiles com o objetivo de nos apresentarmos os mais interessantes possíveis;

2-Nunca colocamos uma foto feia -tipo 3x4- em nosso álbum, quem dirá no perfil;

3-Adicionamos quem mal conhecemos só pra aumentarmos o número de amigos, nos mostrando populares;

4-Mandamos recados pra quem mal falamos ao vivo para que essa pessoa mande outro de resposta, e assim aumente nossa lista de recados, mostrando como somos comunicativos;

Suba na prateleira mais alta dessa vitrine virtual, seja você um enlatado americano, um perfume francês, um perfume francês falsificado ou mais que uma embalagem⁴⁹.”

Todas as características apontadas na descrição desta comunidade só reforçam o Orkut como uma vitrine, na qual os produtos – os perfis – estão sempre bem organizados, bonitos, impecáveis, prontos para serem apreciados. Como mostra o quadro⁵⁰ da revista Época, com algumas dicas de como ficar popular no Orkut:

⁴⁸ Disponível em <<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT1181617-1664,00.html>>.

⁴⁹ Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=4553483>>.

⁵⁰ Disponível em <<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT1181617-1664-3,00.html>>.

Olha eu aqui!
Página inicial
Construa um perfil traçando uma imagem positiva sobre você. Textos bem-humorados ajudam. E escolha bem as fotos
Comentários
Autopropaganda funciona se não houver exageros. Evite esgotar o espaço para comentários das páginas dos amigos
Comunidades
Seja ativo nas comunidades. Fomente discussões, mas de maneira cordial. Fazer comentários de mau gosto é pedir para ser hostilizado
Respostas
Responda sempre que receber um recado ou uma visita. Um simples agradecimento já é o bastante para ser lembrado

A escolha do nome e da foto para representar a comunidade “Orkut é uma Vitrine de Gente” foi bastante interessante. O significado de vitrine⁵¹ é: vitrine, por trás da qual se expõem mercadorias que estão para ser vendidas. Os manequins vestem produtos que estão à venda, que são expostos para serem apreciados e, possivelmente, consumidos.

Observa-se que no Orkut, a lógica é a mesma, o usuário apresenta-se como um produto, participando de diversas vitrines – comunidades – e nestas ele busca apresentar-se da melhor maneira: escolhe sua melhor fotografia, a imagem que melhor lhe

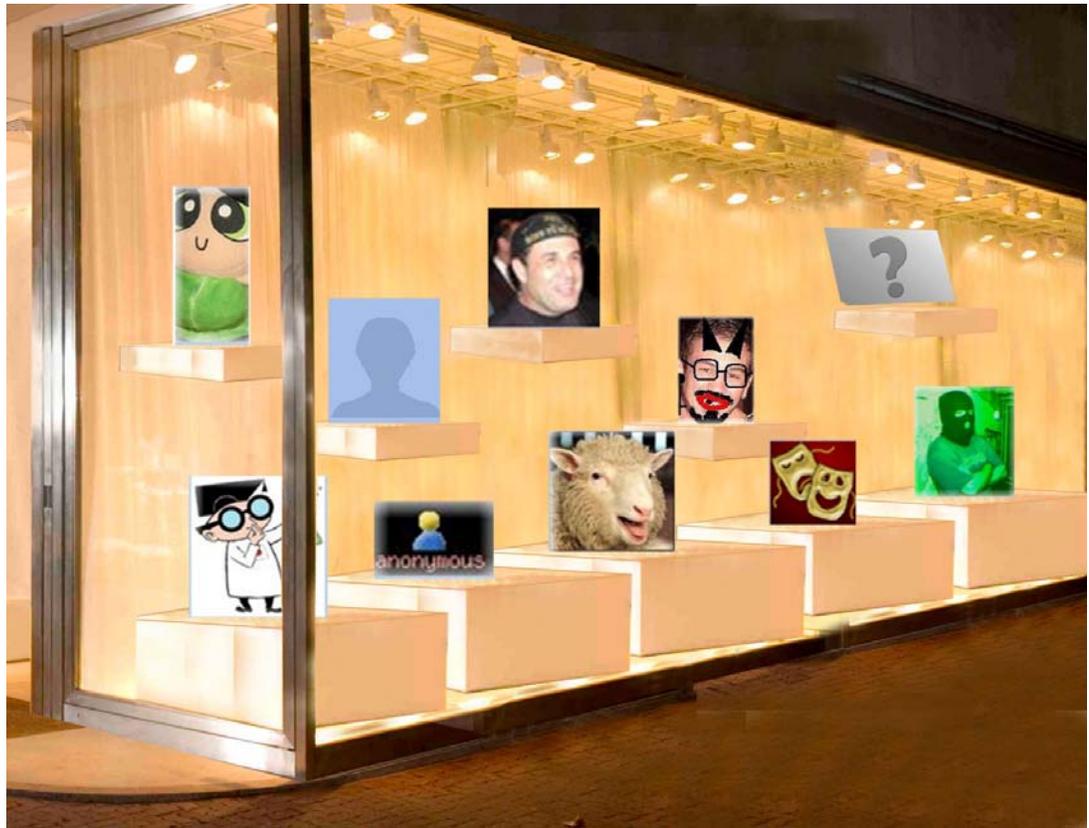
⁵¹ Disponível em <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=vitrine>>.

representa; procura dialogar por recados com o maior número de pessoas; aceita pessoas que mal conhece em seu círculo de amigos e, muitas vezes, ainda as classifica como seu fã; faz uma boa descrição de seu perfil; tudo isso para mostrar a sua popularidade – a partir destas ferramentas, ele constrói a sua identidade.

A própria comunidade discute sobre preencher o perfil da maneira mais interessante; assim, o próprio usuário utiliza o Orkut como sua vitrine, como afirma André Telles, autor do livro Orkut.com. Há dois tópicos de discussão na comunidade “Orkut é uma Vitrine de Gente” que falam sobre o assunto: “Que produto você é? E que produto o anterior é?” e “E quando a vitrine brilha mais que o produto?”, nas quais os membros comentam sobre escolher comunidades bonitas, engraçadas; possuir o maior número de amigos e recados, para mostrar que brilham tanto quanto as vitrines.

Nomeia-se, oficialmente, o Orkut como uma Comunidade⁵² Vitrine, por seus inúmeros significados e interpretações. Vitrine por ser transparente, reflete a nossa imagem como no espelho, a imagem que nos representa, a nossa identidade, que se fragmenta, conforme o ambiente.

⁵² Usa-se o termo Comunidade apenas como nomenclatura, pois é o termo utilizado pelo próprio site para se definir, já que, de fato, o site não vivencia relações de Comunidade, como foi observado.



Portanto, seja “bem-vindo” à Comunidade Vitrine⁵³, na qual se encontra uma variedade de Comunidades – que são como as lojas que estamos acostumados a freqüentar para escolher e comprar seus produtos. Cada Comunidade apresenta uma infinidade de perfis, que são como os produtos/ mercadorias que você pode estar à procura. Assim, se quiser, escolha a melhor foto, a melhor descrição de seu perfil, busque a maior quantidade de amigos e o maior número de recados, participe das melhores comunidades, além de criá-las. Desta forma, o seu perfil, ou seja, você, será exposto como um produto, aproveite e faça o seu espetáculo: suba no palco do Orkut.

⁵³ A imagem da Comunidade Vitrine foi elaborada a partir de observações e análises das discussões de teóricos e das páginas do site de relacionamentos Orkut.

Com a participação de milhões de pessoas na Comunidade Vitrine, pode-se concluir que o ser humano se apresenta hoje com uma série de mudanças em seu comportamento. Ele está, cada vez mais, preocupado com a sua estética, com a melhor construção de sua imagem, com o intuito de mostrar-se da maneira mais bonita e que chame mais atenção. É a visibilidade que provoca no ser humano esta mudança, na qual ele se apresenta, não mais como uma pessoa, mas como um produto – exposto numa vitrine para que os outros o admirem e possam consumi-lo. Tudo isso gera uma consequência para a nossa sociedade, em que o ser humano buscará, a cada dia, tornar-se uma mercadoria, deixando a sua essência de lado.

Considerações Finais

Os Perfis Identitários na Comunidade Virtual Orkut foi o título desta dissertação de mestrado, que compreendeu estudos relacionados às questões da cultura midiática com ênfase a um grupo social, o Orkut, a maior rede de relacionamentos na Internet.

Esta pesquisa nasceu com o propósito de identificar e entender a lógica de perfis identitários utilizados pelos usuários na Comunidade Virtual Orkut e, também, analisar como o conceito “Comunidade” foi usado pelo site de relacionamentos Orkut e, num segundo momento, recuperar o sentido original da “Comunidade”, fundamentando-se em teóricos respeitados, para assim, verificar se o Orkut, de fato, é uma Comunidade.

Por um lado, foi analisado por que o espaço permite ao membro participante se projetar com características que ele não tem, mas que gostaria de ter, gerando assim múltiplas identidades, perfis falsos, anônimos e clonados. E, por outro lado, por que as pessoas buscam este espaço com esta configuração.

A dissertação foi composta por três capítulos. O capítulo 1 “Orkut: o espaço que possibilita a Visibilidade e a Imortalidade” trabalhou brevemente a história do Orkut e seu funcionamento e apontou a participação de brasileiros no site. Este também mostrou o Orkut como uma extensão de mídias já existentes – como o caderno de perguntas – com o diferencial da mudança no processo de comunicação, que advém do desenvolvimento da tecnologia – com outras estruturas e aperfeiçoadas na lógica da Modernidade Líquida, apresentada por Bauman.

O capítulo também abordou o espaço público e privado e seus reflexos, que geram a visibilidade e a imortalidade. A partir da contribuição de Norval Baitello Júnior, com as questões de visibilidade e invisibilidade; Hannah Arendt e Jürgen Habermas, com os conceitos sobre o espaço público e visibilidade; foi possível fundamentar o papel da mídia Internet, com relação à visibilidade da vida íntima, num espaço público. Arendt mostrou, também, que o espaço público possibilita a imortalidade. Segundo ela, se o mundo deve conter um espaço público, ele não pode ser construído apenas para uma geração e planejado somente para os que estão vivos: deve transcender a duração da vida de homens mortais.

Chegou-se à conclusão, então, que o sentido de imortalidade no Orkut está relacionado a esta transcendência a que Arendt se refere – que sobrevive a passageira permanência do membro no Orkut, através do seu perfil, tornando-o imortal – e para isto acontecer, era preciso ter uma presença pública, o que ocorre no Orkut. Da mesma forma, entende-se, também, imortalidade com o sentido da Excelência – relacionada à manutenção da imagem – destacar-se como singular e melhor em relação ao grupo – como o sucesso de algumas celebridades, em relação a outras.

A visibilidade e a imortalidade no Orkut foram também comprovadas por meio de exemplos de perfis e de comunidades. Dentre as comunidades que discutiam o assunto, destacou-se a “Profiles de Gente Morta - PGM”, que se dedica à pesquisa de perfis de pessoas que já faleceram e reúne atualmente mais de 40 mil membros. Notou-se uma semelhança entre a comunidade “PGM” do Orkut e um cemitério. A comunidade “PGM” tornou-se o “Cemitério do Orkut” – um espaço que caracteriza a visibilidade e a imortalidade – ao reunir os links

dos perfis de usuários mortos, juntamente com a descrição de como ocorreu a morte de cada um deles. Assim como acontece no cemitério, local onde as pessoas visitam o túmulo, resgatam lembranças e fazem suas orações ao falecido, a comunidade “PGM” exerce a mesma função, os usuários visitam os perfis dos falecidos através dos links (túmulos), porém com o diferencial da visibilidade, na qual todos têm acesso às suas “orações”, recados e desabafos.

Percebeu-se, ao analisar vários perfis de pessoas falecidas que ainda têm o seu perfil ativo, que as pessoas utilizam o Orkut, também, para tentar se comunicar com aquele que já morreu. Constatou-se que, ao descobrir que alguma pessoa morreu, as pessoas vão direto ao seu perfil, para registrar a sua presença, tentar se despedir e até mesmo manter um possível contato com ela.

Concluiu-se que, na comunicação, a imortalidade mostra-se no sentido de atualização da memória e, assim, pôde-se entender a existência de inúmeras comunidades criadas em homenagem às pessoas falecidas e também esta possível aceitação de que a pessoa continuava viva, mesmo que fosse pelo seu perfil no Orkut, já que seu perfil continua existindo e ativo.

O capítulo 2 “O Orkut é, de fato, uma ‘Comunidade’?”, em primeira instância, analisou a declaração do site de relacionamentos Orkut, que se define como uma comunidade virtual. O Orkut sugere em sua definição “*um ambiente de confraternização*” através de “*uma rede de amigos confiáveis*”, porém o relacionamento com “amigos confiáveis” realiza-se, muitas vezes, com pessoas que nem se conhecem, assim, foi necessário esclarecer a diferença entre vínculo e conexão.

Partindo do raciocínio de que o Orkut conecta pessoas através de uma rede e proporciona um ponto de encontro on-line, sem dúvida, acredita-se nesta prestação de serviço, pois as redes, segundo Malena Contrera, são linhas com nós, e cada nó é um ponto de encontro. Esta rede de fato existe, e a conexão entre os usuários cria uma relação entre eles, mas não cria vínculos.

Como relatou Maurício Silva, é profunda a diferença entre um processo de vínculo: *“onde se reconhece a totalidade e profundidade do conceito de corpo”* e o de conexão: *“o estabelecimento de uma ligação fugaz entre dois elementos”*. Com esta afirmação, pôde-se constatar que o Orkut não cria vínculos entre seus membros e não favorece um relacionamento com “amigos confiáveis”, como sua declaração sugere, num ambiente (apenas) de confraternização. O Orkut estabelece uma conexão, entre eles, muitas vezes superficial, mas que não gera vínculos.

Num segundo momento, discutiu-se a parte primordial deste capítulo, na qual se buscou recuperar o sentido original da “Comunidade”, fundamentando-se em teóricos respeitados, como Zygmunt Bauman, Raquel Paiva, entre outros, além da discussão dos membros do Orkut sobre o que é e para que serve uma comunidade.

Bauman, ao descrever como funcionam as regras em uma comunidade, aponta elementos chaves, como segurança, liberdade, confiança, aconchego e proteção, que se fossem utilizados numa totalidade pelos membros participantes, estes, de fato, viveriam em comunidade. As comunidades tradicionais, segundo Bauman, exigem rigorosa obediência na troca dos serviços que prestam e tentam suprir às necessidades da comunidade real.

Estes elementos apontados pelo autor não são vivenciados no Orkut, como foi mostrado por vários exemplos e também não há fiscalização no site para punir membros que não cumprem as regras impostas. Além disso, o usuário quer ter segurança e liberdade ao mesmo tempo, porém, é uma “saia justa” para o Orkut, pois, como afirma Eric Fromm, fazemos em toda segurança a experiência da insegurança, isto é, da liberdade, pois *“o homem livre é necessariamente sem segurança”*.

No recente livro publicado, O Retorno da Comunidade, há um artigo do autor Davide Tarizzo, que se refere à comunidade atual, como uma comunidade não ativa. Esta afirmação de Tarizzo só reforçou o que os próprios usuários do site pensam sobre o que é e para que serve uma comunidade no Orkut. Pouco se discute sobre isso no site: existem apenas duas comunidades criadas, até hoje, com esta finalidade, sendo que nelas não há conteúdo relevante nos tópicos de discussão.

Constatou-se, perante toda a discussão sobre “Comunidade” no capítulo 2, que o site de relacionamentos **Orkut não é uma Comunidade**. A declaração oficial do Orkut na página principal, mostra que há, tecnicamente, um equívoco em sua definição de “Comunidade”. Assim, ressaltou-se que se usa ainda o termo Comunidade apenas como nomenclatura, uma nomeação vazia, utilizado pelo próprio site para se definir, já que, de fato, o Orkut não vivencia relações de Comunidade, como foi observado.

Por fim, em consequência desta rica discussão de Comunidade, partiu-se para a análise do Orkut como um produto cultural, que se apresenta como um produto de consumo.

Observou-se que o Orkut, na postura de prestador de serviços, oferece o seu produto cultural como um produto de consumo – uma espécie de contrato de prestação de serviços – no qual o “contratante”, neste caso o usuário, deve concordar com todos os “Termos de Serviço”. Assim sendo, ele “assina” um contrato que, em suma, isenta o “contratado”, o site Orkut, de qualquer responsabilidade. Para vislumbrar o Orkut como um produto de consumo, foi utilizado como exemplo, o convite – o primeiro contato com o futuro “cliente” – que só poderia ser enviado por qualquer membro que já fazia parte da comunidade. Os usuários sentiam-se selecionados, pois, no início, sem o convite, não era possível participar deste círculo de relacionamentos.

O último capítulo “O Espetáculo da Vida Íntima na Internet: suba no Palco do Orkut” identificou e compreendeu – a partir das reflexões propostas por Zygmunt Bauman, Arthur Meucci e Artur Matuck, entre outros – o processo de construção identitária do indivíduo na Internet, no site de relacionamentos Orkut. Para compreender este processo, foi necessário resgatar conceitos de identidade que foram discutidos por respeitadas teóricos e que deram suporte à pesquisa.

Dentre os conceitos de identidade utilizados durante o capítulo, destacaram-se os de Meucci;Matuck, ao definir identidade como *“um processo de apresentação e atribuição de qualidades a um sujeito, segundo sua cultura, atitudes, aparência, e também da expressão de seus valores. Essas qualidades, sem nunca possuírem uma correlação absoluta, uma unidade, semelhanças entre si. Somente protótipos socialmente definidos. Algo que aglutine os diversos fragmentos do que se chama ‘eu’. O eu profissional, o eu religioso, o eu torcedor, o eu paterno etc”*; o de Stuart Hall, ao afirmar que “a

identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia” e o de Bauman, ao relatar que *“em nosso mundo fluido, comprometer-se com uma única identidade para toda a vida ou por um longo tempo à frente, é um negócio arriscado. As identidades são para usar e exibir, não para armazenar e manter”*. Estes conceitos ilustraram, de maneira bem objetiva, o processo de construção identitária nos perfis do Orkut.

Com a Internet, os processos de construção identitária foram ganhando uma nova forma. A rede possibilitou, a um número maior de pessoas, a oportunidade de se relatar, além de garantir maior liberdade de mostrar e construir a própria identidade. A diagramação do Orkut trouxe uma característica aos perfis que os torna singular e esta singularidade advém do fato de se vincular uma identidade aos demais.

Constatou-se que a configuração do Orkut favorece a exposição da vida íntima, em um espaço que possibilita a aparência, a visibilidade. As informações e imagens veiculadas estão disponíveis para todos os participantes conectados à comunidade. É o ambiente ideal para buscar o destaque: através dos dados pessoais, descrição, fotos selecionadas no álbum e do avatar, número de amigos, de recados e de depoimentos que possui em seu perfil, além do número de comunidades que participa. É a ferramenta que dá a oportunidade de se destacar e de conquistar a popularidade: é o seu palco. E neste palco, assumem-se papéis – facetas de identidade – como personagens. Estes elementos que compõem o perfil de cada usuário, por meio também de sua auto-definição, constroem a sua identidade. Ressalta-se que toda a parte que se refere à visão, encontra-se substitutivamente ocupada pela capacidade discursiva. Algo como: quem tiver a melhor narrativa, ganha.

A Internet intensificou uma mudança na lógica da comunicação; torna-se real aquilo que aparece na tela, convertendo o próprio eu, em show. Tecnologias digitais registram a cena com baixo custo. Pode-se construir o personagem que gostaria de ser; para isso, é preciso espetacularizar o eu, para tornar-se atraente. Esfera íntima, que antes era protegida, passou a ser observada pela mídia. Palco onde a pessoa faz o seu show, o seu discurso que, em excesso, caracteriza a histeria.

Mediante observação participante, no site de relacionamentos Orkut, foram identificados cinco tipos de perfis identitários utilizados pelos usuários no site, todos exemplificados por meio de perfis e comunidades. Estes perfis receberam o nome de: “Personagem, Anônimo, Clonado, Furtado e Identidades Fragmentadas”.

Por fim, este último capítulo aprofundou a análise do Orkut como um produto de consumo, como foi discutido no capítulo anterior, e assim, constatou-se a necessidade de nomear e conceituar o Orkut, como uma “**Comunidade¹ Vitrine**”, por seus inúmeros significados e interpretações. Vitrine por ser transparente, reflete a nossa imagem como no espelho, a imagem que nos representa, a nossa identidade, que se fragmenta, conforme o ambiente.

Portanto, seja “bem-vindo à Comunidade Vitrine”, na qual se encontra uma variedade de Comunidades – que são como as lojas que estamos acostumados a freqüentar para escolher e comprar seus produtos. Cada Comunidade apresenta uma infinidade de perfis, que são como os produtos/

¹ Usa-se o termo Comunidade apenas como nomenclatura, pois é o termo utilizado pelo próprio site para se definir, já que, de fato, o Orkut não vivencia relações de Comunidade, como foi observado.

mercadorias que você pode estar à procura. Assim, se quiser, escolha a melhor foto, a melhor descrição de seu perfil, busque a maior quantidade de amigos e o maior número de recados, participe das melhores comunidades, além de criá-las. Desta forma, o seu perfil, ou seja, você, será exposto como um produto, aproveite e faça o seu espetáculo: suba no palco do Orkut.

Com a participação de milhões de pessoas na “Comunidade Vitrine”, pôde-se concluir que o ser humano se apresenta hoje com uma série de mudanças em seu comportamento. Ele está, cada vez mais, preocupado com a sua estética, com a melhor construção de sua imagem, com o intuito de mostrar-se da maneira mais bonita e que chame mais atenção. É a visibilidade que provoca no ser humano esta mudança, na qual ele se apresenta, não mais como uma pessoa, mas como um produto – exposto numa vitrine para que os outros o admirem e possam consumi-lo. Tudo isso gera uma consequência para a nossa sociedade, em que o ser humano buscará, a cada dia, tornar-se uma mercadoria, deixando a sua essência de lado.

Referências

Bibliográfica

- ARENDT, Hannah. **A Condição Humana**. 10ª. Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- BAITELLO JR., Norval. **A era da iconofagia**. São Paulo: Ed. Hacker, 2005.
- BAITELLO JR., Norval, Org.; CONTRERA, Malena Segura, Org.; MENEZES, José Eugênio de O., Org. **Os Meios da Incomunicação**. São Paulo: Annablume; CISC, 2005;
- BAUDRILLARD, Jean. **A Ilusão Vital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001;
- BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as conseqüências humanas**. Marcus Penchel (trad.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999;
- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Plínio Dentzien (trad.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003;
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Carlos Alberto Medeiros (trad.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005;
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líqüida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001;
- BOOTH, Wayne C.; COLOMB, Gregory G.; WILLIAMS, J. Mark G.. **A arte da pesquisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000;
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Estela dos Santos Abreu (trad.). Rio de Janeiro: Contraponto, 1997;
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002;
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Tempo Universitário, 1984.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000;
- MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Bertha Halpern Gurovitz (trad.). Petrópolis, RJ: Vozes, 1996;
- MORIN, E. **Cultura de Massas no séc. XX**. Rio de Janeiro: Forense - Universitária, 1997;
- OLIVEIRA, Marina dos Anjos Martins de. **Orkut**. Rio de Janeiro: Brasport, 2004;

- PAIVA, Raquel. **Histeria na Mídia: a Simulação da Sexualidade na Era Digital**. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.
- PAIVA, Raquel, Org. **O Retorno da Comunidade**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007;
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005;
- PINTO, Álvaro Vieira. **O conceito de Tecnologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005;
- SELTZ, et alii. **Método de Pesquisa nas Relações Sociais**. Tradução de Dante Moreira Leite. São Paulo: EPU, 1974.
- SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez/Autores Associados, 1980.
- SILVEIRA, Ada C. Machado; RONSINI, Veneza V. Mayora. **Representação & Identidade**. Rio Grande do Sul: Facos, 2001;
- TELLES, André. **Orkut.com: como você e sua empresa podem tirar proveito do maior site de relacionamento do Brasil**. São Paulo: Landscape, 2006;
- VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

Artigos Acadêmicos

- AMSTEL, Frederick Van. **O Orkut mudou minha vida! Incorporando resultados de pesquisa social no design de interação**. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2007;
- BAITELLO JR., Norval. **Vítimas de um bombardeio de imagens e da violência**. São Paulo: CISC, 1999;
- BAITELLO JR., Norval. **As imagens que nos devoram: Antropofagia e Iconofagia**. São Paulo: CISC, 2000;
- BAITELLO JR., Norval. **O olho do furacão. A cultura da imagem e a crise da visibilidade**. São Paulo: CISC, s/d;
- BAITELLO JR., Norval. **Com sonhos, homem alcança a imortalidade**. São Paulo: CISC, 1997;
- FONTANELLA, Fernando Israel; PRYTHON, Angela. **Trocando figurinhas: sobre Orkut, frivolidades, neotribalismo e flânerie**. Intercom, s/d;

- MANSSOUR, Ana Beatriz Benites; BELLINI, Carlo Gabriel Porto. **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**. Revista da Faculdade de Jornalismo e Relações Públicas da Universidade Metodista de São Paulo, n. 05, p. 31-47, jun. 2005;
- MEUCCI, Arthur; MATUCK, Artur. **A criação de Identidades Virtuais através das Linguagens Digitais**. Intercom, s/d.
- MORAIS, Cleber Matos de; ROCHA, Diego Lopes. **Porque existe tanto brasileiro no Orkut? Ou as Redes Sociais e o Homem Cordial**. Intercom, 2005.
- SOUSA, Mauro Wilton. **Recepção mediática como linguagem de pertencimento: entre o comum e o público**. Bauru: COMPÓS, 2006.

Periódicos

- Revista Veja. **Que amigo é esse?**. 12 de abril, 2006;
- Revista Melhor. **RH e Orkut: sem discussão**. Abril, 2006;
- Revista Super Interessante. **Orkut para principiantes: conheça os principais recursos do site que virou mania**. Setembro, 2004;
- Revista Recall. **O criador do Orkut**. Abril, 2007.

Webgrafia

- <http://conjur.estadao.com.br/static/text/57674,1>
- http://help.orkut.com/support/bin/answer=16198&hl=pt_BR
- <http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT1181617-1664-2,00.html>
- <http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT1181617-1664,00.html>
- <http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT1181617-1664-4,00.html>
- <http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT1181617-1664-3,00.html>
- <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u17772.shtml>
- <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u19054.shtml>
- <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u19455.shtml>
- <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u19456.shtml>
- <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16038.shtml>
- <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u390461.shtml>
- <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1511200601.htm>

<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1511200604.htm>
<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1511200608.htm>
<http://www.estadao.com.br/ultimas/cidades/noticias/2005/out/14/33.htm>
<http://www.imasters.com.br/artigo.php?cn=3801&cc=310>
http://www.link.estadao.com.br/inde.cfm?id_conteudo=6573
<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=vitrina>
<http://www.orkut.com>
<http://www.orkut.com/About.aspx? page=keep>
<http://www.orkut.com/ Terms.aspx>
<http://www.orkut.com/UniversalSearch.aspx?q=seguran%C3%A7a+orkut&view=&lang=&searchFor=C&pno=1>
<http://www.orkut.com/Album.aspx?uid=14260517577315829301>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=8462892>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=87620>
<http://www.orkut.com.br/Community.aspx?cmm=946867>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1975238>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=10871957>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1991054>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=458450>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=3705068>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=229473>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=34969>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=10871957>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=3486334>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=7879282>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=38939>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=4553483>
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1220146>
<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=10871957&tid=2455573976569070584>
<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=2467840&tid=2454070037921110945>
<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=458450&tid=2465481368761635745>
<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=17143834&tid=2504678840170454185&start=1>

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=8530592&tid=2447399644481852396&start=1>

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=11347659050169281503>

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=18255174520311718984>

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=4214408180878740500>

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=424749711446450247>

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=13318061822248765267>

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=6832871914000606175>

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=17927297815268754008>

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=5871804429199678224>

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=13796819314113058178>

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=10489992149186980410>

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=16390951451691829557>

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=6900904831857955116>

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=8935030410699236559>

<http://www.orkut.com/Scrapbook.aspx?uid=2099898075278377299&na=3&nst=-2&nid=2099898075278377299-1176025748-2582174675698292501>

<http://www.orkut.com/Scrapbook.aspx?uid=2099898075278377299&na=3&nst=-2&nid=2099898075278377299-1176025748-2582174675698292501>

<http://www.orkut.com/Scrapbook.aspx?uid=16380804259248792396>

Anexos

1. “Termo de Serviços e Estatuto da Comunidade Orkut”

No Orkut existem regras, que estão disponíveis para todos os usuários na página inicial do site, antes mesmo da conexão no ambiente, porém estas regras não são cumpridas por grande parte dos usuários e, por consequência, também não há fiscalização do site para punir quem as desrespeita.

Alguns exemplos de regras, retirados do “Termo de Serviços” do Orkut¹ e “Estatuto da Comunidade” do Orkut², que não são seguidas:

- **“É necessário ter 18 anos ou mais para usar o serviço orkut.com. Ao inscrever-se no serviço orkut.com, você afirma e atesta ter 18 anos ou mais e possuir capacidade para compreender, aceitar e cumprir os presentes Termos de Serviço”.**

Perfil de uma criança com foto de 1 ano e meio³



Perfil de uma cadela⁴



¹ <http://www.orkut.com/Terms.aspx>

² http://help.orkut.com/support/bin/answer.py?answer=16198&hl=pt_BR

³ <http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=17927297815268754008>

⁴ <http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=5871804429199678224>

- “Só é possível criar uma conta por pessoa”.

Perfil I – André Torres⁵



Perfil II – André Torres⁶



- “A foto do perfil de uma conta não pode conter celebridades (a não ser, obviamente, que você seja uma)”.

Perfil com a foto do Sérgio Malandro (Falso)⁷



“Clones multiplicam dores de cabeça”⁸



⁵ “Por gentileza, queiram adicionar o outro que eu fiz: André Torres II”
<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=13796819314113058178>

⁶ <http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=1048992149186980410>

⁷ <http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=16390951451691829557>

⁸ CLONES MALLANDROS - Na comunidade virtual Orkut, existem 24 perfis falsos do apresentador Sérgio Mallandro: “O que me preocupa é que os clonadores enganam meu público.” (Disponível em <http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=6573>.)

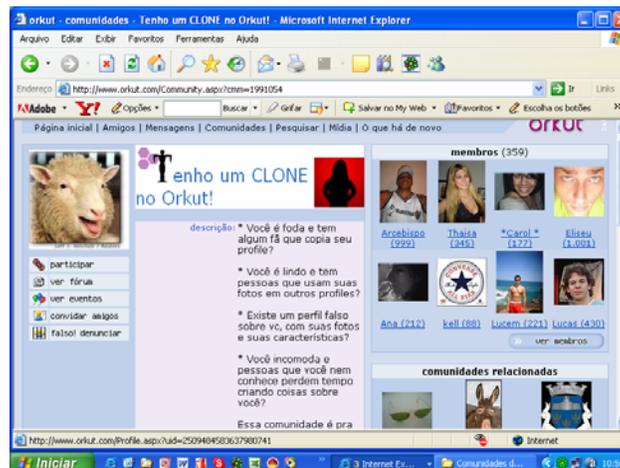
- “Modificar, adaptar, traduzir ou fazer engenharia reversa de qualquer parte do serviço orkut.com”.

Comunidade: Serviço de Scrap⁹ - Anônimo



- “Coletar quaisquer informações sobre outros membros (incluindo nomes de usuários e/ou endereços de e-mail) para fins não autorizados”.

Comunidade: Tenho um Clone no Orkut¹⁰



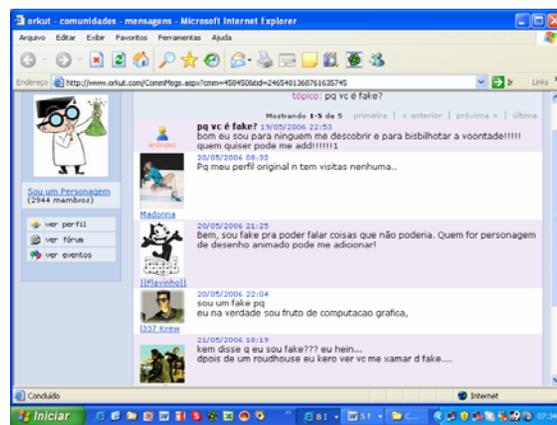
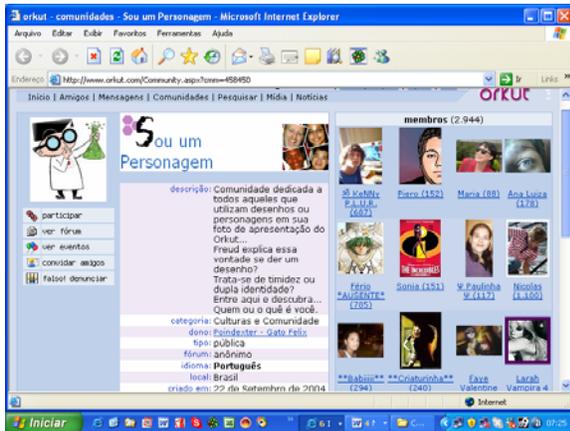
⁹ “(...) Deixe seu recado junto com o perfil da pessoa que deve recebê-lo, e em poucos dias ela receberá seu recado, e o melhor, anônimo”. (Disponível em <<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=10871957>>.)

¹⁰ <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1991054>

- “Criar contas de usuário por meios automatizados ou sob pretextos falsos ou fraudulentos”

Comunidade: Sou um Personagem¹¹

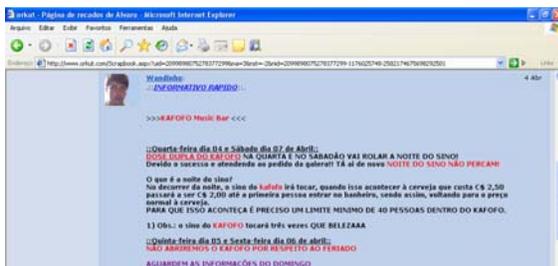
Tópico de discussão: Por que você é fake?¹²



- “Criar ou transmitir comunicações eletrônicas indesejadas como “spam” ou correntes de mensagens a outros membros”

Página de recado com spam¹³

Página de recado¹⁴ com spam¹⁵



¹¹ <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=458450>

¹² <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=458450&tid=2465481368761635745>

¹³ <http://www.orkut.com/Scrapbook.aspx?uid=2099898075278377299&na=3&nst=2&nid=2099898075278377299-1176025748-2582174675698292501>

¹⁴ <http://www.orkut.com/Scrapbook.aspx?uid=2099898075278377299&na=3&nst=2&nid=2099898075278377299-1176025748-2582174675698292501>

¹⁵ <http://www.orkut.com/Scrapbook.aspx?uid=16380804259248792396>

2. Recado relevante de “Angelina Moraes” para “Alfredo dos Santos”

“Angelina: Bom natal pra vcs seu babaca, cuide da saúde e dos estudos, mande a sua mãe não enviar emails por acrobat, é sacanagem demais. Mando a cópia tá? Dá uns livro pro seu pai e remédio pra maluca da avó Clarice.”

E-mail enviado por Marta para Maria José:

O e-mail com o assunto “indignação” foi enviado por Marta Laurindo Bastos para o e-mail particular de Maria José do Nascimento , com o anexo “Vida_Vazia.pdf” (arquivo em Acrobat Reader).

Maria Jose responde ao e-mail de Marta via Orkut como “Angelina Moraes”, no perfil de “Alfredo dos Santos”, filho de Marta.

Comprova-se assim que “Angelina Moraes” é Maria Jose do Nascimento. Existem documentos¹ que comprovam que “Angelina Moraes” é Maria Jose do Nascimento.

Descrição do perfil de Zuleika Moreti² – Zuleika Moreti é Maria Jose do Nascimento

Foto: utiliza a sua fotografia. Está sentada em uma cadeira, com as mãos cruzadas e com um olhar fixo.

Círculo de amigos: 16 amigos

Comunidades que participa: 84

¹ Dentre os documentos , há um boletim de ocorrência e um e-mail, mas por questões de preservação de imagem e segurança, estes não serão mostrados.

² Por questões de preservação de imagem e segurança, o perfil não será mostrado.

Descrição relevante do perfil

- Quem sou eu: *sou aquela que anda infinitas distâncias...*
- Relacionamento: *namorando*
- Moro: *sozinho*
- Programas de TV: *A Diarista e Desenho Animado*

Recado relevante de “Joaquim” para “Nell” sobre Zuleika:

“Joaquim: que pena não ter entendido, a louca é a sua amiga Zuleika, procure ver sua ficha de escândalos no prédio que morava em Uberlândia e veja também porque não consegue fixar residência: dívidas. A coisa está feia para o lado dela, mas vc é quem sabe...”

Recado relevante de “Joaquim” para “Maria Aparecida Santos” sobre Zuleika:

“Joaquim: cuidado com essa Zuleika, é uma pessoa perigosa, pergunte à sua irmã, fez tantas coisas que ninguém da sua família a suporta. É uma vergonha para todos estou na trilha dela qui na internet, por isso não acho aconselhável se meter com ela. Informe-se a seu respeito.”

“Joaquim: novamente, quem avisa, amigo é pergunte a alguém que conheça essa coisa quem é a bipolar. Desculpe-me mas será incomodada sempre que receber mensagem desta louca. Sei que não tem nada com isso, seu azar é o mesmo de outras pessoas: um dia ter cruzado com ela. Até logo.”

Análise dos recados de Joaquim sobre Zuleika:

Joaquim novamente mostra que conhece muito bem a Zuleika, que é Maria Jose do Nascimento, sabe de seus problemas, dívidas e ainda alerta sobre ela ser perigosa.

Programa de Mestrado em Comunicação

Formulário de Trabalho de Conclusão

IDENTIFICAÇÃO

Nome do(a) aluno(a): Aline da Silva Néto Barbosa

CPF: 299.315.968-21

Data da defesa: / (Mês)/

REFERÊNCIAS

Título da dissertação: Os Perfis Identitários na Comunidade Virtual Orkut

Resumo em Português: Os Perfis Identitários na Comunidade Virtual Orkut é o título desta dissertação que visa identificar e analisar a lógica de perfis identitários utilizados pelos usuários na Comunidade Virtual Orkut. Esta dissertação pretende discutir, também, sobre como o conceito “Comunidade” tem sido utilizado pelo site de relacionamentos Orkut, além de recuperar o sentido original da “Comunidade”, fundamentando-se em teóricos respeitados, para assim verificar se essa nomeação de “Comunidade Virtual” dado ao site é apropriada.

O objetivo desta dissertação consiste em entender o que leva os usuários a assumirem identidades diferentes. Sendo assim, objetiva-se especificamente, mapear os perfis identitários mais constantes no Orkut; analisar perfis e comunidades relacionadas aos temas identidade e comunidade que estão inseridas no Orkut; identificar que necessidades motivam a construção de novas identidades; pesquisar e entender o motivo do ser humano ser seduzido pelos meios virtuais e, principalmente, a efetiva participação na comunidade Orkut, que mobiliza mais de 60 milhões de usuários desde 2004.

A metodologia da dissertação é referenciada no método netnográfico que, segundo Vergara (2005), é um método de pesquisa que abre as portas para o estudo de outras culturas, como as comunidades virtuais. Utiliza-se, também, a pesquisa exploratória, por se tratar de um tema novo, visto que o conhecimento neste assunto foi pouco explorado.

A pesquisa divide-se em pesquisa bibliográfica e de campo, nas quais se utilizam como principais referenciais teóricos, os autores: Zygmunt Bauman, que discute as questões mais importantes da dissertação - os conceitos de Comunidade e Identidade -que foram muito bem explorados e abordados pelo autor; Norval Baitello Júnior, com os conceitos de Visibilidade e Invisibilidade, que enriquecem a pesquisa e mostram o quanto a visibilidade é a principal responsável pelo sucesso do Orkut e Edgar Morin, com a Cultura de Massa e a Sociedade do Espetáculo. Além destes, Stuart Hall, Raquel Paiva, Hannah Arendt e Jürgen Habermas, entre outros, também fazem parte da literatura para contextualizar a pesquisa.

Como fontes secundárias, foram utilizadas as matérias de jornais e revistas impressas e eletrônicas sobre o Orkut. Por meio destas matérias, conseguiu-se ilustrar e até mesmo comprovar o que foi discutido, através dos referenciais teóricos e, exemplificado, por meio dos perfis e comunidades do Orkut.

Na pesquisa de campo, realizou-se a coleta de dados nas páginas e nas comunidades dos membros do Orkut, nas quais foram encontrados perfis e comunidades com características de personagem, anônimo, clonado, furtado e identidades fragmentadas. Além destes, foram selecionados perfis e comunidades que exemplificam o consumo e o espetáculo no Orkut.

A partir da coleta de dados dos perfis e comunidades, iniciou-se o processo de observação participante. Foi um momento importante para captar informações (textos e imagens), observá-las e processá-las, com a finalidade de analisar cada perfil, por meio de recursos textuais e estéticos (fotografias) utilizados na descrição do perfil, foto do avatar, álbum de fotografias, recados, participação em comunidades, com o propósito de entender, por um lado, por que o espaço permite ao membro participante se projetar com características que ele não tem, mas que gostaria de ter, gerando assim identidades fragmentadas, perfis falsos, entre outros. E, por outro lado, por que as pessoas buscam este espaço com esta configuração.

Palavras-chave (indicar pelo menos três): Identidade, Comunidade, Orkut, Visibilidade, Imortalidade

Total de páginas: 138

Áreas de conhecimentos (indicar apenas três):

- Comunicação
- Comunicação Visual
- Jornalismo e Editoração

- Jornalismo Especializado (Comunitário, Rural, Emp. Científ.)
- Organização Comercial de Jornais
- Organização Editorial de Jornais
- Rádio e Televisão
- Radiodifusão
- Relações Públicas e Propaganda
- Teoria da Comunicação

- Teoria e Ética do Jornalismo
- Videodifusão

DADOS DA BANCA

Nome completo do orientador: Dra. Carla Reis Longhi

Nome completo do membro: Dr. Eduardo Peñuela Canizal

Nome completo do membro externo: Dr. Milton Pelegrini

ATIVIDADE FUTURA

Vínculo Empregatício: *com vínculo*

Tipo de Instituição: *Instituição de ensino e pesquisa*

Expectativa de Atuação: *Ensino e pesquisa*

- Mesma área de titulação

CONTATO

Logradouro: Rua Leon Zephir Denis, 149

Bairro: Vila Geny

Cidade: Lorena

UF: SP

País: Brasil

CEP: 12604-230

Telefones: 12 3152 6388 / 12 8156 9373

Fax: 12 3152 6388

E-mail: alineneto2000@yahoo.com.br

Em caso de dúvida para relacionar a Linha de Pesquisa, Projeto de Pesquisa e Área de Concentração, favor procurar o seu(sua) orientador(a).

Linha de Pesquisa: *(II) Cultura Midiática e Grupos Sociais*

Projeto: *(II) Interfaces entre a Produção Midiática e a Cul*

Área de Concentração: *Comunicação e Cultura Midiática*

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)