



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

PRISCILA CHAMMAS DÁU

O ORKUT E A CIBERCULTURA: EMISSÃO, CONEXÃO E
RECONFIGURAÇÃO

Salvador
2006

PRISCILA CHAMMAS DÁU

O ORKUT E A CIBERCULTURA: EMISSÃO, CONEXÃO E
RECONFIGURAÇÃO

Monografia apresentada ao curso de graduação em Comunicação Social com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção da graduação em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. André Luiz Martins Lemos

Salvador
2006

RESUMO

Este trabalho pretende investigar o *site* Orkut, criado em 2004 pelo programador de *software* Orkut Büyükkökten, pela ótica da cibercultura, associando seus elementos aos três princípios gerais propostos por André Lemos (2003): *Liberção da emissão*, *Conectividade generalizada* e *Reconfiguração*. Para isso foi feito um estudo inicial sobre cibercultura, sua história, seus conceitos e seus princípios, através de livros de especialistas no tema, para posteriormente destrinchar cada um dos elementos desse *software* social, tentando relacioná-los aos princípios supracitados e assim chegar à conclusão de que estes estão realmente ligados àqueles. O Orkut nada mais é do que um subproduto desses princípios da cibercultura contemporânea.

Palavras-chave: Comunicação, Cibercultura; Internet; Orkut.

Lista de Figuras

Figura 1 – Protocolo de detalhamento da denúncia

Figura 2 – Depoimentos em um perfil

Figura 3 – Perfil de uma usuária

Figura 4 – Comunidade “*Eu odeio acordar cedo*”, a maior do Orkut

Figura 5 – Ferramenta de busca de comunidades

Figura 6 – Exemplo de comunidade “eu conheço”

Figura 7 – Termo de aceitação de um amigo

Figura 8 – Página de fãs de uma usuária

Figura 9 – Usuários se referindo aos recados como “*scraps*”

Figura 10 – Ferramenta para apagar todos os recados de uma vez

Figura 11 – Ferramenta para responder um recado sem sair de sua própria página

Figura 12 – Recado banal, deixado para um usuário

Figura 13 – Comunidade “*Quer privacidade? Sai do Orkut*”

Figura 14 – Campo de comunidades relacionadas

Figura 15 – Membros de uma comunidade conversando em tempo real

Sumário

INTRODUÇÃO.....	06
CAPÍTULO 1 - A CIBERCULTURA.....	09
1.1 - História.....	10
1.2 - O ciberespaço.....	16
1.3 - Acesso ao ciberespaço.....	19
1.4 - Os princípios da cibercultura.....	21
1.4.1 - <i>Liberção da emissão</i>	21
1.4.2 - <i>Conectividade generalizada</i>	24
1.4.3 - <i>Reconfiguração</i>	25
CAPÍTULO 2 – O ORKUT.....	29
2.1 - Perfil.....	35
2.2 - Comunidades.....	39
2.3 - Amigos.....	44
2.4 - Scraps (recados) e Mensagens.....	46
CAPÍTULO 3 – OS INSTRUMENTOS DO ORKUT X OS PRINCÍPIOS DA CIBERCULTURA.....	51
3.1 - A liberação da emissão no Orkut.....	51
3.2 - Orkut: Uma grande rede.....	53
3.3 - A reconfiguração definida pelo Orkut.....	55
CONCLUSÃO.....	59
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61

Introdução

Vivemos numa era marcada pela emergência das novas tecnologias de informação e de comunicação às quais a economia, a política, a cultura e as relações sociais precisam se ajustar. O universo comunicativo tem se visto sensivelmente influenciado pelos novos *media* (cada vez mais interativos) nos últimos anos, e as novidades técnicas têm revolucionado, mesmo que superficialmente, os valores e aspectos culturais de nossa sociedade (BETTETINI, 1995). Vivenciamos a convergência entre telecomunicações e computadores, do comércio eletrônico e do governo, dos novos computadores e o universo sem fio. A esse panorama atual, damos o nome de Cibercultura.

A Cibercultura possui três princípios gerais (LE MOS, 2003): a *Liberção da emissão*, a *Conectividade generalizada* e a *Reconfiguração*. O primeiro princípio, o da *Liberção da Emissão*, vem contrariar as leis da sociedade de massa, onde apenas alguns agentes falam para todo o resto da população receptora. A Cibercultura possibilita que vozes e discursos, antes reprimidos pela edição da informação pelos *mass media*, possam se expressar. O segundo princípio, o da *Conectividade*, diz respeito ao fato de a modernidade ter facilitado a conexão entre as pessoas e as máquinas (através de celulares, Internet, etc), independente da distância física entre elas. Por último, a Cibercultura não substitui nem aniquila práticas, modalidades midiáticas ou espaços. Diferente disso, o que há é uma *Reconfiguração* desses elementos; e esse é o terceiro dos seus princípios.

Esses princípios podem ser exemplificados através de vários instrumentos, tais como as redes *peer to peer*¹, os *softwares* livres², os *blogs*³, os *fotologs*⁴, o *podcasting*⁵ e, finalmente, os *softwares* sociais⁶, categoria na qual se enquadra o site de relacionamentos *Orkut*, que será nosso objeto de estudo. O objetivo deste trabalho é o de demonstrar a hipótese de que o Orkut, como um exemplo de rede de relacionamento na atual cibercultura, possui em seu sistema os três princípios acima explicitados.

O Orkut é um site de relacionamentos criado pelo *Google* no início do ano de 2004.

Segundo a descrição no próprio site:

O orkut é uma comunidade *online* criada para amigos. O objetivo principal de nosso serviço é tornar 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 e a conhecer mais gente. Você decide com quem quer interagir. Antes de conhecer alguém no orkut, você pode até ver todos os relacionamentos de amigos que levaram a pessoa até você. Com o orkut é fácil conhecer pessoas que tenham os mesmos *hobbies* e interesses que você, que estejam procurando um relacionamento afetivo ou contatos profissionais. Você também pode criar comunidades *online* ou participar de várias delas para discutir eventos atuais, reencontrar antigos amigos de faculdade ou até mesmo trocar receitas de biscoitos.

Desde que foi criado, o Orkut encontrou no Brasil uma grande adesão, se transformando rapidamente num fenômeno de interação social via *web* e gerando também

¹Programas que possibilitam a distribuição de arquivos em rede, permitindo o acesso de qualquer usuário dessa rede a este recurso.

² Qualquer programa de computador que pode ser usado, copiado, estudado, modificado e redistribuído com algumas restrições. (fonte: Wikipedia)

³ Ou *weblogs*, são páginas da web cujas atualizações são organizadas cronologicamente e com total liberdade.

⁴ Uma espécie de *blog* de fotos.

⁵ Junção de *iPod* com *broadcasting*, é uma forma de publicação de programas de áudio, vídeo e/ou fotos pela internet que permite aos utilizadores acompanhar a sua atualização. (fonte: Wikipedia)

⁶ São sistemas da web que possuem ferramentas de auto-regulação, de forma que são mantidos principalmente pelos próprios usuários.

muita polêmica, envolvendo a Polícia Federal e questões jurídicas⁷. Há muita especulação e nenhuma conclusão acerca do motivo de tanta visibilidade entre os brasileiros.

Essa monografia visa demonstrar através das ferramentas do Orkut (comunidades, recados, mensagens, amigos, perfis, etc), os três princípios da Cibercultura. Para tanto, esta será dividida em três capítulos, que por sua vez se dividirão em tópicos e sub-tópicos, seguidos por uma conclusão.

O primeiro capítulo será dedicado à cibercultura, seus elementos, conceitos e sua história. Será feita uma análise das mudanças socioeconômicas impostas por ela ao longo dos anos, tais como a nova reconfiguração espaço-temporal e as novas práticas comunicacionais (LEMOS, 2003), apresentando a seguir um estudo sobre os três princípios da cibercultura, já citados acima, através de uma análise mais detalhada de cada um deles, explicando cada conceito e citando exemplos gerais. O segundo capítulo apresentará o Orkut em si: o que é, como funciona, quais são as suas ferramentas e como cada uma delas é utilizada. Finalmente, no capítulo 3, chegaremos ao ponto central deste trabalho: mostrar como as diversas ferramentas do Orkut atuam a partir desses três princípios gerais. Vamos aqui relacionar os três princípios da Cibercultura com as diversas ferramentas comunicacionais do sistema Orkut. Na conclusão, fecharemos este estudo de forma a deixar claro se podemos dizer que os três princípios são operacionais para compreender o Orkut.

⁷ Essas questões dizem respeito à exigência brasileira, não acatada pelo *Google* (empresa responsável pelo Orkut) de quebra do sigilo de usuários fora da lei. Esse assunto será tratado mais adiante.

CAPÍTULO 1

A cibercultura

Não há dúvidas de que o universo da comunicação vem sendo sensivelmente influenciado, nos últimos anos, pela intervenção de novidades técnicas que fazem emergir novas formações socioculturais. Nesse contexto, a velocidade ocupa uma posição de destaque, facilitada pela supressão das distâncias físicas, colocando em questão as noções de cultura e identidade coletivas. A essa cultura irreversível e indeterminada, marcada pelas tecnologias digitais, damos o nome de *cibercultura*. Para André Lemos (coletiva, 2003), a cibercultura nada mais é do que a cultura contemporânea em sua interface com as novas tecnologias de comunicação e informação. A cibercultura

(...) está ligada às diversas influências que essas tecnologias exercem sobre as formas de sociabilidade contemporâneas, influenciando o trabalho, a educação, o lazer, o comércio, etc. Todas as áreas da cultura contemporânea estão sendo reconfiguradas com a emergência da cibercultura.

O filósofo francês, Pierre Lévy (1999:17), por sua vez, define a cibercultura como “*o conjunto de técnicas (...) de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço*”. A cibercultura se estabelece na medida em que usamos formas mediadas de comunicação digital. O prefixo *ciber*, originado de *cibernética*, simboliza hoje no mundo inteiro a revolução das novas tecnologias da informação e da comunicação. A palavra *cibernética* foi criada por Norbert Wiener em 1948 para descrever uma nova ciência que unia a teoria da comunicação com a teoria do controle (*kubernetes* = cultura pilotada, controlada). O prefixo foi mantido, já que

as tecnologias digitais funcionam sob o princípio da teoria matemática da informação e da cibernética.

Estamos enfrentando o universo dos novos *media*, que têm modificado sensivelmente nosso modo de comunicar e de desenvolver numerosas atividades. Esse, no entanto, não é um processo recente, ao contrário, considerando sua história nos damos conta de que é o resultado de tendências, investigações e manifestações vivas em nosso contexto cultural desde, ao menos, os anos sessenta. Cada novo instrumento que o homem utiliza, ao mesmo tempo em que responde a exigências já presentes, transforma o contexto e o entorno (BETTETINI, 1995). Toda grande inovação causa transformações sociais, tem sido assim desde que o ser humano inventou a escrita. A cibercultura é só mais uma das grandes transformações ocorridas na cultura planetária, desde o início dos tempos.

História

Segundo Lúcia Santaella (2003:77), a cibercultura é a última (no sentido de mais recente) das seis eras culturais existentes. "*(...) para contextualizar a emergência da cibercultura, tenho trabalhado com uma distinção de seis eras culturais: oral, escrita, impressa, de massas, das mídias e digital*". Nenhuma era cultural desaparece com o surgimento da outra, assim como nenhuma nova mídia dissipa sua antecessora. Elas reajustam seu papel social e passam a conviver. Esse é o princípio da reconfiguração (LEMOS, 2003), que será visto mais adiante. Não deixamos de falar quando surgiu a escrita, e nem de escrever quando surgiu a televisão. Sendo assim, vivemos agora um

período de sincronização de todas as linguagens e de quase todas as mídias que já foram inventadas, como afirma Bettetini (1995:22):

Trata-se de uma revolução que não tem provocado o desaparecimento dos “velhos” novos media em prejuízo de outros (...). Atualmente, também por causa da brevidade desta história, estão simultaneamente presentes meios que pertencem às diversas etapas da revolução tecnológica.⁸

A primeira grande transformação na ecologia das mídias, segundo Pierre Lévy (1999:114), foi a passagem da cultura oral para a escrita, onde emissor e receptor não dividiam mais o mesmo contexto. Os primeiros passaram a se esforçar para criar mensagens auto-explicativas, que pudessem ser entendidas universalmente:

A escrita abriu um espaço de comunicação desconhecido pelas sociedades orais, no qual tornava-se possível tomar conhecimento das mensagens produzidas por pessoas que encontravam-se a milhares de quilômetros, ou mortas há séculos, ou então que se expressavam apesar de grandes diferenças culturais ou sociais. A partir daí, os atores da comunicação não dividiam mais necessariamente a mesma situação, não estavam mais em interação direta.

Posteriormente, o surgimento da imprensa colaborou com as produções em série que, na tentativa de atingir o maior número de leitores, reduzia a informação a um nível que pudesse ser entendido por todos. Inicialmente, a imprensa apenas tomou mais disponíveis produtos tradicionais de informação, mas com a grande circulação da *Bíblia Alemã* de Lutero, o protestantismo conquistou metade da Europa, ao mesmo tempo que Maquiavel chocava a sociedade com a publicação de *O Príncipe*. Logo surgiram os romances, os livros de história, ciências, política e economia (Drucker, 1998). O conhecimento deixou de pertencer a uma sociedade oral (os membros mais velhos de uma comunidade), para passar a ser domínio da cultura escrita (os livros).

⁸ Tradução nossa: “Se trata de una evolución que no ha provocado la desaparición de los “viejos” nuevos media en perjuicio de otros (...). Actualmente, también a causa de la brevedad de esta historia, están simultáneamente presentes medios que pertenecen a las diversas etapas de la evolución tecnológica.”

No final do século XIX e começo do século XX, começa a emergir uma outra fase, a era da cultura de massas, que se originou no jornal, mas só se solidificou com o surgimento da mídia audiovisual (o rádio e a televisão). A principal característica das mídias de massas é o sentido unidirecional da mensagem (emissor-receptor), que não permite interação com o público, hierarquicamente situado na base da pirâmide (“*one way of communication*”). Muito já se escreveu sobre a cultura de massas. Grandes pesquisadores, como os da *Escola de Frankfurt*⁹, já fizeram dela seu objeto de estudo e incontáveis teorias já foram criadas, não cabendo aqui entrar nessa discussão.

Nos anos setenta começaram a surgir os microcomputadores, a TV a cabo, o videocassete, os videogames, os aparelhos de fax, e tantos outros artefatos que marcaram o início de uma nova era: a era das mídias eletrônico-digitais, caracterizada por uma nova base tecnológica onde a informação codificada de forma numérico-eletrônica passa a ser a base da convergência tecnológica entre a informática e as telecomunicações. Surgem os microcomputadores pessoais, as redes de computadores, os celulares e toda uma nova gama de mídias digitais. Assim, ao invés da lógica da homogeneização da sociedade pelos detentores da emissão, passou a preponderar a lógica da estratificação, quando se busca atingir cada camada da população de uma forma diferente.

Nos anos oitenta, os microcomputadores começaram a penetrar no mercado doméstico, transformando os telespectadores também em produtores. A relação receptiva começou a

⁹ Escola de Frankfurt é o nome dado a um grupo de filósofos e cientistas sociais que, nos anos 20, desenvolveram a chamada *Teoria crítica da sociedade*, criando os conceitos de *Indústria Cultural* e *Cultura de massa*.

mudar e o computador passou a ser, além de instrumento de cálculo, instrumento de criação e transformação de informações codificadas (textual, gráfica, etc.), através de programas básicos, como o *Word*, o *Paint*, e outros. O usuário já não era só o indivíduo dotado de forte competência informática, com condições de programar o computador com base em complexos códigos, mas o usuário que utiliza um instrumento já programado como suporte de suas atividades. Agora era possível interagir com o novo equipamento através de suas interfaces gráficas amigáveis. Lévy (1999:37) define *interfaces* como “*aparatos materiais que permitem a interação entre o universo da informação digital e o mundo ordinário*”, dividindo-as em dois grupos: *Interfaces de entrada*, que capturam e digitalizam a informação, operando no sentido usuário-máquina (scanners, teclado, mouse...) e *Interfaces de saída*, que traduzem as informações digitais para uma linguagem inteligível e prática por parte do usuário comum (impressora, tela, caixa de som...). Para Santaella (2003), uma interface ocorre quando duas ou mais fontes de informação se encontram através de um ponto de contato. Assim, a interface divide e conecta dois mundos que estão alheios, mas dependentes um do outro. Graças às interfaces gráficas, o usuário não precisa mais compreender os protocolos de comunicação ou redirecionamento de dados para acessar a rede, pois elas traduzem tudo em imagens e sons auto-explicativos.

Assim como a interface, a interatividade é uma palavra chave da cibercultura, pois graças a ela, o receptor ganhou mais autonomia sob o seu consumo. Sobre interatividade, Gianfranco Bettetini (1995:17) escreve:

A interatividade consiste em troca, na imitação da interação por parte de um sistema mecânico ou eletrônico, que contemple como seu objetivo principal ou colateral, também a função de comunicação com um usuário (ou entre vários usuários). (...) A partir do nosso ponto de vista, poderíamos definir a interatividade propriamente dita, como um diálogo homem-máquina, que

possibilite a produção de objetos textuais novos, não completamente previsíveis a priori.¹⁰

Segundo ele, as mídias interativas são caracterizadas pela pluridirecionalidade do deslizamento das informações, pelo papel ativo do usuário na escolha das informações solicitadas e pelo ritmo particular da comunicação. Lévy (1999:79) define a interatividade como “*a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação*”. A interatividade, junto com a multimídia (convergência de todos os recursos em um mesmo suporte), traz as mensagens de volta ao seu contexto, como ocorria nas sociedades orais, mas em outra escala e em uma órbita completamente diferente. Os sistemas de realidade virtual atuais podem imergir o usuário no contexto da ação, caracterizando a comunicação pelo constante intercâmbio entre os atores.

A nova era digital é marcada pela substituição do modelo analógico de transmissão de dados, pelo numérico, que traduz todos os tipos de informação em linguagem binária (uns e zeros). O desenvolvimento da microeletrônica permitiu uma maior velocidade de cálculo por parte de dispositivos cada vez menores e mais baratos, mas em condições de desenvolver operações cada vez mais complexas. Graças à digitalização, a confluência das mídias em direção a uma só é uma tendência.

¹⁰ Tradução nossa: “*La interactividad consiste, en cambio, en la imitación de la interacción por parte de un sistema mecánico o electrónico, que contemple como su objetivo principal o colateral también la función de comunicación con un usuario (o entre varios usuarios). (...) Desde nuestro punto de vista, podríamos definir la interactividad propiamente dicha como un diálogo hombre-máquina, que haga posible la producción de objetos textuales nuevos, no completamente previsibles a priori.*”

A internet¹¹ (de *internetworking*, ou “ligação entre redes”) veio transformar o antigo PC (Computador Pessoal) em CC (Computador Conectado) (LEMOS, 2003), sendo esse o marco principal da cibercultura. Se as mídias clássicas não permitiam a comunicação entre aqueles que percebem a mesma realidade, e se os antigos computadores tornavam possível apenas a interação entre o homem e sua máquina, agora os homens já podem se comunicar entre si, por intermédio de seus computadores. Os instrumentos informáticos, que eram concebidos basicamente como instrumentos de transformação e tratamento da informação, passam a ser vistos também como instrumentos de suporte da comunicação em rede. Além da emissão, é possível a conexão generalizada.

A idéia de unir computadores em rede já existia desde a década de sessenta, quando o exército americano buscava projetar um sistema de comunicação invulnerável a ataques nucleares. Porém, até começar a se espalhar e se popularizar, graças a um movimento de estudantes e pesquisadores, a internet percorreu um longo caminho, durante algumas décadas. Até hoje ela continua a se ampliar, tanto em número de usuários quanto nos tipos de aplicação, e transformou o computador no gatilho e símbolo da chamada Revolução da Informação. Da internet discada passamos à internet a cabo, com velocidade muito superior, e desta à internet móvel, sem fio, inaugurando a era do Computador Conectado Móvel, o CCm (LEMOS, 2003).

¹¹ A Internet deriva da ARPANET, criada no período da Guerra Fria pelo governo americano para trocar informações militares; e consiste em um conglomerado de redes em escala mundial de milhões de computadores interligados que permite o acesso a informações e todo tipo de transferência de dados. (fonte: Wikipedia)

Hoje, a informática não se limita às telas dos computadores, e esses não precisam mais, necessariamente, permanecer fixos fisicamente, como mais um eletrodoméstico na casa. Graças aos *laptops*¹² e às redes *wi-fi*¹³ tornou-se possível se conectar na rua, no carro ou no shopping, através dos *hot spots*¹⁴, sem ser necessária a utilização de cabos de conexão. Além dos computadores, os celulares e *palms*¹⁵ também se conectam à rede. A era do CCmóvel é caracterizada pela conexão generalizada (“tudo em rede”) e pela mobilidade. Trata-se de uma tendência à valorização do movimento, de uma resposta à necessidade do homem de estar sempre localizável, sempre conectado com outros usuários ou com informações em qualquer momento e em qualquer lugar.

Fica impossível se falar em “consumo médio” quando se trata de cibercultura, já que cada usuário faz uma utilização pessoal e mais ou menos imprevisível do ciberespaço. Convivem agora, além de uma cultura de massas homogeneizadora e uma cultura das mídias estratificadora, uma cultura digital que respeita a individualidade de seus usuários e, mais do que isso, os torna a um só tempo potenciais emissores e receptores de informações.

O ciberespaço

O ciberespaço é o principal elemento da cibercultura. Trata-se de uma grande rede interconectada mundialmente. O ciberespaço constitui um espaço que não é físico, nascido

¹² Computadores portáteis (*lap* = colo; *top* = em cima)

¹³ *Wireless Fidelity* - protocolo de comunicação sem fios projetado com o objetivo de criar redes wireless de alta velocidade para transferência de dados. (fonte: wikipedia)

¹⁴ Pontos de conexão sem fio

¹⁵ Com menor capacidade de memória e uma caneta que substitui os teclados e o *mouse*, *palmtops* são definidos como “computadores que cabem na palma da mão”.

da conexão entre computadores. É um universo indeterminado, desterritorializado, abrigado pela comunicação digital e alimentado pelas pessoas que nele navegam; uma realidade composta de dados eletrônicos. O senso comum o traduz como “espaço virtual”. A palavra *ciberespaço* foi utilizada pela primeira vez em 1984, por William Gibson (em *Neuromancer*), autor de ficção científica, para designar o universo das redes digitais, a nova fronteira econômica e cultural. Atualmente, existem diversas descrições para o termo, Santaella (2003:99) escreve que:

Hoje o “ciberespaço” sedimentou-se como um nome genérico para se referir a um conjunto de tecnologias diferentes, algumas familiares, outras só recentemente disponíveis, algumas sendo desenvolvidas e outras ainda fictícias. Todas têm em comum a habilidade para simular ambientes dentro dos quais os humanos podem interagir.

A estrutura do ciberespaço é hipertextual, isto é, seu formato não-linear permite que o usuário navegue a partir de *links*¹⁶ que tornam cada navegação diferente da outra. Hipertexto é um sistema para a visualização de informação cujos documentos contêm referências internas para outros documentos. As informações são dispostas em rede, permitindo que o leitor construa seu próprio texto a partir de seus interesses particulares. Qualquer coisa armazenada em forma digital pode ser acessada em qualquer tempo e em qualquer ordem. Essa estrutura descontínua permite duas atitudes opostas de navegação, denominadas por Lévy (1999:85) como *caçada* e *pillagem*. A primeira diz respeito à procura por uma informação precisa. A segunda, ao contrário, está mais propensa a desvios, ocorrendo quando o internauta não sabe exatamente o que procura, tendo apenas uma idéia vaga do assunto sobre o qual está interessado. Em meio a um fluxo tão grande de

¹⁶ *Link*, ou *hiperlink*, pode ser traduzido como uma “ligação” entre um documento e outro, situados em um hipertexto. (fonte: wikipedia)

informações, os sites de busca¹⁷ têm sido uma opção muito utilizada pelos navegadores da *web* para encontrarem o que procuram.

O hipertexto digital é construído a partir de cada contribuição particular de seus usuários. O ciberespaço alimenta a cibercultura na medida em que ele próprio é alimentado. Sua memória é cumulativa, instantânea e múltipla. Contendo apenas aquilo que as pessoas nele colocam, esse hipertexto pode ser definido através de seis princípios: o da *metamorfose* (está em constante mudança); o da *heterogeneidade* (pela diversidade de nós e laços); o da *multiplicidade* (pela organização, onde toda parte carrega em si o todo); o da *exterioridade* (pela dependência a uma dimensão externa); o da *topologia* (a rede não está no espaço, ela é o próprio espaço) e o da *mobilidade dos centros* (a rede tem vários centros emissores, ao invés de um). (LÉVY, 1991 *apud* CUNHA, 2003).

O ciberespaço surge da interconexão mundial dos computadores, constituindo a infraestrutura material da comunicação digital, um novo espaço de comunicação que aproxima pessoas não em função do nome ou posição geográfica, mas a partir de seus interesses. Seu crescimento resulta de um movimento ávido pela experimentação coletiva de novas formas de comunicação, diferentes das propostas pelas mídias clássicas (LÉVY, 1999). Por mídias clássicas, entendemos as mídias de massas, pautadas numa comunicação “um-todos”, na qual o receptor não tem voz ativa.

¹⁷ Sites que têm como objetivo a busca de qualquer informação na web, apresentando os resultados de uma forma organizada. Entre os maiores estão os sites do *Yahoo* e do *Google*, empresas que valem milhões de dólares.(fonte: wikipedia)

A informática pessoal partiu de um movimento social de reapropriação da potência técnica em favor dos indivíduos. No mundo digital, não há espaço para o domínio, todos os usuários podem expor suas idéias, todos são potenciais emissores de informação, e os diferentes pontos de vistas se encontram no mesmo plano. Esse é o princípio da liberação da emissão, que voltará a ser tratado mais à frente. A capacidade de intervenção dos usuários introduz significativas doses de imprevisibilidade nos fluxos informacionais. A veracidade e validade destes não dependem de nenhuma autoridade central, mas da própria entidade que os disponibilizou na *web*, colocando em jogo sua reputação, ou até da opinião pública da rede, que dirige mais *hiperlinks* aos sites de maior valor informacional.

Acesso ao ciberespaço

Exclusão/ Inclusão digital é um assunto que está muito em voga atualmente. E quase tão frequentemente, temos escutado críticas à cultura digital, por ela produzir essas exclusões. Ora, toda grande transformação social cria seus excluídos. Antes da escrita não existiam analfabetos, a impressão introduziu a divisão entre aqueles que publicam e os outros. Em 1999, pouco mais de 20% da população mundial possuía telefone. Esses argumentos nunca foram suficientes para se condenar a escrita, a imprensa ou o telefone. (LEVY, 1999)

De fato, as áreas de maior densidade de acesso ao ciberespaço e de uso das tecnologias digitais coincidem com os principais núcleos de pesquisa científica, de atividade econômica e de transações financeiras. Levantamentos feitos em 2000 e 2001 indicam a prevalência,

no ciberespaço de uma população norte americana branca, com alto grau de escolaridade e renda familiar considerável (FRAGOSO, 2003). Mesmo entre a elite privilegiada com acesso ao mundo digital existem diferenças quando se trata da qualidade da conexão (que pode ser discada, a cabo, ou sem fio).

As exclusões produzidas, em verdade, não são mais que reflexos da conjuntura social. Paulo Cunha (2003:206) escreve que “*o processo de organização tecnológica não é uma instância independente da organização econômico-financeira*”. A técnica em si não é a culpada, afinal, como diria Lévy, a técnica condiciona a sociedade, mas não a determina; influencia, mas não a manipula. As tecnologias são produtos de uma sociedade e uma cultura, não são boas, nem más, nem neutras. São apenas ferramentas que podem tanto facilitar a dominação, quanto ajudar a reação, não podendo ser responsabilizadas pelas conseqüências, positivas ou negativas, de seu uso. Só há pessoas digitalmente excluídas porque há pessoas socialmente excluídas. E essa exclusão não é meramente econômica, mas também cultural. Para se incluir digitalmente, não basta que o indivíduo disponha do aparato técnico, é preciso também dispor de todo um universo cognitivo que permita a sua inserção no ciberespaço. (LEMOS; COSTA, 2005)

Por outro lado, nenhum sistema de comunicação apresentou um crescimento da apropriação social tão veloz, quanto o ciberespaço. A escrita, os jornais e a televisão demoraram décadas, ou até séculos (no caso da escrita) para se popularizarem. A internet começou a se difundir no final da década de 80, e de lá pra cá o número de “cibernautas” vem aumentando, sobretudo entre os jovens, em ritmo exponencial (LÉVY, 1999). Isso porque está cada vez mais fácil e barato conectar-se, graças aos avanços tecnológicos.

Desse modo, os excluídos serão, numericamente, cada vez menos, embora talvez nunca se atinja o nível zero de exclusão.

Aliada ao barateamento do aparato técnico, a disseminação de *Lan Houses*¹⁸ e Telecentros¹⁹ também tem papel importante na luta pela inclusão. De forma gratuita ou com preços acessíveis para a maioria da população, esses estabelecimentos permitem que o cidadão sem condições econômicas para possuir seu próprio computador possa adentrar o ciberespaço, desde que possua o capital cognitivo necessário, ou conte com o auxílio de monitores bem preparados nesses locais.

Os princípios da Cibercultura

Chegamos ao ponto principal desse capítulo, onde será explicitado cada princípio fundador da cibercultura. Como já foi dito, segundo Lemos (2003), eles são três: *Liberção da emissão*, *Conexão generalizada* e *Reconfiguração*. É importante frisar que eles não operam de maneira estanque, mas sim conjuntamente.

Liberção da emissão

A cibercultura possui uma diferença fundamental em relação à cultura de massas: o fato de que todos os participantes podem se expressar livremente, ou seja: o dispositivo

¹⁸ Estabelecimentos comerciais onde as pessoas podem pagar para utilizar um computador com acesso à internet.

¹⁹ Espaços com computadores conectados à internet para uso público. Geralmente geridos por órgãos públicos.

comunicacional *todos-todos*, no qual todos são, ao mesmo tempo, potenciais emissores e receptores de informações de todos os tipos. *Potenciais* porque estamos falando de possibilidades das quais o indivíduo pode ou não querer tirar proveito. A esse fenômeno dá-se o nome de *Liberção do pólo da emissão*, que é marcada pela emergência de vozes e discursos anteriormente reprimidos pela edição da informação pelos *mass media* (LE MOS, 2005). O ciberespaço encoraja uma troca recíproca e comunitária, enquanto as mídias clássicas praticam uma comunicação unidirecional, com receptores isolados entre si.

O ciberespaço é um universo indeterminado, na medida em que cada novo nó na rede de conexão pode tornar-se produtor ou emissor de novas informações. Ele atenua a separação entre administradores e administrados, professores e alunos, organizadores e visitantes, autores e leitores (LÉVY, 1999). Basta estar conectado à internet para o indivíduo ter em mãos a possibilidade de transmitir o que quiser para os outros usuários, sem precisar passar pela aprovação de nenhuma espécie de editor ou poder central. O próprio desenvolvimento da internet se deve a uma espécie de cooperativa, sem a existência de um plano centralizador. Nesse ambiente todos podem emitir mensagens e confrontar informações, dificultando a manipulação.

O fluxo “todos-todos” da comunicação traz como consequência positiva o desenvolvimento da “inteligência coletiva” (conceito amplamente discutido por Pierre Lévy, que diz respeito à coletivização das produções intelectuais) por meio de comunidades virtuais (grupos de indivíduos com interesses comuns que trocam experiências e informações no ambiente virtual), listas de discussão e pela própria navegação hipertextual. O ciberespaço constitui um dos instrumentos da “inteligência coletiva”, sendo seu suporte e

uma das principais condições de seu desenvolvimento. Esta, por sua vez, é um dos principais motores da cibercultura, e quanto mais seus processos se desenvolvem, melhor é a apropriação das alterações técnicas pelos seus usuários. O projeto da “inteligência coletiva”, que consiste em colocar em sinergia os saberes, as imaginações e as energias espirituais, foi propagado pelos visionários dos anos sessenta e é defendido por alguns “gurus” da cibercultura, podendo ser considerado hoje, o ideal mobilizador da informática (LÉVY, 1999).

A inteligência coletiva exprime a potência cognitiva da liberação da emissão. Ela possui três fortes características. Primeiro, sua propagação não depende de um poder central, os beneficiários são também os responsáveis. Segundo, ela constitui muito mais um problema em aberto que uma solução pronta para ser usada. Trata-se de uma cultura a ser inventada. Terceiro, os suportes técnicos não garantem que ela seja utilizada apenas de maneira positiva para o desenvolvimento humano. Condicionar não é determinar (LÉVY, 1999). Cada vez mais, a “inteligência coletiva” vem sedimentando-se, tornando a internet um cérebro coletivo vivo, que nunca para de trabalhar.

Segundo Lemos (2003:22), “*a liberação do pólo da emissão está presente nas novas formas de relacionamento social, de disponibilização da informação e na opinião e movimentação social da rede*”. Como exemplos desse princípio podem ser citados os *chats*²⁰, *weblogs*, *sites*, listas de discussão, e-mails e comunidades virtuais, embora os *chats* e e-mails geralmente se pautem numa comunicação *um-um*.

²⁰ Segundo o site wikipedia, *chat*, que significa “conversação”, é um neologismo para designar aplicações de conversação em tempo real.

Conectividade generalizada

Esse princípio tem início com a transformação do PC em CC, após o advento da internet. Conexão significa interligação ou comunicação entre dois elementos quaisquer. A conectividade foi, desde o início o principal objetivo da internet, pondo em contato homens e homens, homens e máquinas, e também máquinas e máquinas, que passam a trocar informações de forma autônoma e independente (LEMOS, 2003). Ela faz com que tudo esteja em rede e seja capaz de se comunicar: pessoas, máquinas, objetos, monumentos e até cidades. Sem a conectividade não existiria o ciberespaço.

As informações também são dispostas em rede dentro do ciberespaço, através dos *hiperlinks*. A internet é um grande hipertexto digital, onde tudo está conectado e as possibilidades de navegação nunca cessam. Graças a essa infra-estrutura da rede de computadores, o usuário da internet consome as informações de uma forma fragmentada, num documento que não tem início nem fim definidos. O consumo, nesse caso, é individualizado, cada um pode ler os dados contidos na rede da maneira e na ordem que quiser.

A conectividade suprime as distâncias e economiza tempo. Se uma carta pode até levar semanas para ser entregue, um e-mail chega ao seu destinatário em questão de segundos, não importa em que lugar do globo terrestre ele se encontre. Na era do CCm (LEMOS, 2003), a mobilidade produz uma “deslocalização”, ou seja, torna-se possível fazer praticamente qualquer coisa, de qualquer parte. A comunicação móvel é possibilitada pelo uso de celulares, *laptops*, *palmtops* e outros produtos da cibercultura contemporânea.

Agilizando e facilitando a comunicação, a conectividade agiliza e facilita as grandes transformações do mundo, rompendo as fronteiras entre os países e transformando o planeta numa grande “aldeia global”, como anunciou McLuhan.

O homem moderno necessita estar o tempo todo conectado, localizável. Se há duas décadas se vivia muito bem sem celulares e computadores conectados, a vida contemporânea chega a se tornar inimaginável sem esses artefatos, pelo menos no que diz respeito aos digitalmente incluídos. A conectividade é irreversível, e a irreversibilidade é uma característica não só da cibercultura, mas de todas as grandes novidades técnicas que têm surgido desde o início dos tempos.

Reconfiguração

Esse princípio, segundo André Lemos (2005:3), se pauta na máxima: “*tudo muda, mas nem tanto*”, que abomina a lógica da substituição. Na maioria das expressões da cibercultura, trata-se de reconfigurar práticas, modalidades mediáticas e espaços, sem o aniquilamento de seus antecedentes. O mundo dentro das telas dos computadores não substitui o mundo palpável, e a comunicação mediada não substitui os contatos diretos. Cada nova tecnologia comunicacional que surge reorganiza o sistema global das funções anteriores, deslocando, e não suprimindo, as formas mais antigas de se comunicar.

É indubitável que a cibercultura venha mudando alguns hábitos na sociedade. Aos poucos as ferramentas *skype*²¹, *msn*²² e similares começam a tomar o lugar das ligações

²¹Software que permite comunicação visual e sonora de forma gratuita

interurbanas, as cartas começam a ter que dividir seu espaço com o e-mail, os telefones celulares passam a ter inúmeras funções diferentes das de fazer e receber ligações fora de um ambiente fixo, as pessoas se conhecem, conversam e trocam idéias via internet sem nunca terem se visto pessoalmente, profissionais podem trabalhar juntos mesmo estando a centenas de quilômetros um do outro. No entanto, o telefone continua sendo utilizado; todos os dias milhares de correspondências são entregues pelos correios; o número de celulares no Brasil cresce a cada dia e estes, mais que instrumentos de conversação, passam a ser instrumentos completos de comunicação, graças às suas inúmeras funções; as pessoas não deixaram de sair, freqüentar festas, bares e boates, e os escritórios continuam existindo fisicamente. Nenhum desses elementos e práticas foi aniquilado, mas tiveram de se reorganizar com a chegada das novas técnicas, capazes não de desempenhar melhor a mesma função, mas sim se desempenhar outras funções.

Há uma reconfiguração do tempo e do espaço, uma vez que informações e arquivos podem ser recebidos do outro lado do planeta em questão de segundos. O ciberespaço, como já foi dito, de certa forma, encurta as distâncias, ou melhor, praticamente as anula, continuando um processo que havia se iniciado com a evolução dos meios de transporte. A distância, que havia sido dominada pela ferrovia na época da Revolução Industrial, é eliminada pela internet em tempos de Revolução da Informação.

A internet reconfigura também os espaços público e privado, uma vez que sem sair da frente do nosso computador pessoal, dentro da nossa casa, podemos entrar em contato com

²² Programa de mensagens instantâneas criado pela *Microsoft Corporation* que permite que um usuário da Internet se comunique com outro que tenha o mesmo programa em tempo real, podendo ter uma lista de amigos "virtuais" e acompanhar quando eles entram e saem da rede.

o mundo. Nesse sentido, há um movimento de continuidade em relação a outros meios de comunicação, como o telefone e a televisão. O espaço público passa a ocupar o território privado residencial, na medida em que as informações são acessadas e pessoas são contatadas sem ser necessário o deslocamento do ambiente íntimo (a casa). A grande novidade é o movimento inverso, que se dá através dos fenômenos das *webcams*²³, *weblogs*, diários virtuais²⁴, etc. O mundo passa ter acesso ao indivíduo (seja em termos de imagem ou em termos de informações pessoais) que se encontra dentro do ambiente privado da sua residência. Assim, na cibercultura contemporânea, os espaços se misturam e se reordenam.

Não houve uma substituição, mas uma reconfiguração. Os costumes mais tradicionais não desaparecem, mas são obrigados a ceder um pouco do seu espaço para as novas tecnologias, que chegam para reordenar todo o sistema. Assim, as estruturas sociais, as instituições e as práticas comunicacionais se modificam, mas continuam existindo. É muito raro que um novo modo de comunicação ou de expressão suplante completamente os anteriores.

Dessa forma, ao longo das evoluções sofridas pela humanidade, desde o início dos tempos, as transformações vão se acumulando, de forma a não substituir os antigos sistemas, mas a reordenar todo o contexto, obrigando as práticas tradicionais a encontrar seu lugar nessa nova conjuntura.

²³Câmeras que, ligadas a computadores com acesso à Internet, podem fazer de qualquer usuário um emissor de imagens

²⁴Diários pessoais disponibilizados na rede

Assim, a cibercultura é apenas mais uma das eras culturais, sendo constituída por três princípios básicos: Liberação da Emissão (o receptor é também emissor), Conectividade Generalizada (tudo está em rede e pode se comunicar) e Reconfiguração (abolição da lógica da substituição). Essa nova era, assim como todas as outras que a antecederam (e provavelmente também as que a seguirão), também fabrica seus excluídos, o que não constitui argumento contra ela, já que essas exclusões são apenas reflexos de um problema social maior.

CAPÍTULO 2

O Orkut



O Orkut é um site de relacionamentos criado em 22 de janeiro de 2004 pelo então programador do Google, o engenheiro de *software* turco *Orkut Büyükkökten*. A rede foi desenvolvida como um projeto independente, enquanto ele estudava na universidade de Stanford, e trabalhava no *Google*. O Orkut se configura um *software social*, tal como o *Mutiply*, o *Myspace*, o *Gazzag* e o *Uolkut*. *Software Social* é um sistema que agrega diversas ferramentas, de forma a ser mantido pela própria comunidade, através de instrumentos de auto-regulação. Seu conteúdo depende do que os usuários nele colocam, mas isso não quer dizer que não haja uma empresa por trás (no caso do Orkut, o *Google*), responsável pelas questões maiores.

Os *softwares sociais* constituem um fenômeno mundial de interação social, no qual o Orkut é o mais utilizado no Brasil. Nos Estados Unidos, por exemplo, é o site *MySpace* que ocupa um lugar de destaque no ciberespaço, apesar da dimensão do fenômeno não chegar nem perto do que ocorre com os brasileiros e o Orkut (KUGEL, 2006). Segundo dados do próprio site, cerca de 62% dos seus mais de 31 milhões de usuários são naturais do Brasil (isso sem contar os brasileiros que, por brincadeira ou qualquer outra razão, se registram

como naturais de outros países), motivo pelo qual o mesmo teve suas páginas traduzidas do inglês para o português há cerca de um ano.

Os campeões de adesões ao Orkut são os jovens de 18 a 25 anos, que constituem mais ou menos 60% dos usuários do sistema (o Orkut não inclui nos dados a participação de menores de 18 anos, pois não existe essa opção no perfil), no qual a maioria (mais de 74%) está interessada em amigos (seja em fazer novas amizades, reencontrar amigos antigos, ou apenas se conectar a eles). Na questão de relacionamentos, 39% se dizem solteiros, enquanto 34% preferem não divulgar seu estado civil (dados atualizados em 02/10/2006).

Marina A. M. de Oliveira, em seu livro *Orkut* (2004), o define como uma ferramenta fascinante de interação social que vem revolucionando a forma como as pessoas se relacionam via *web*. Segundo ela, são poucos os que não sucumbem ao vício de gastar horas navegando em suas páginas. Fazendo sucesso principalmente entre os jovens, o Orkut virou uma verdadeira febre entre os brasileiros internautas. Chegar em casa do trabalho, ou faculdade e checar o Orkut se tornou tão, ou mais rotineiro, para algumas pessoas, quanto checar os e-mails.

(...)já percebeu que hoje em dia, quando você conhece alguém, o cara logo te pergunta se você tem Orkut e diz que vai te adicionar? Ninguém mais pergunta se você tem e-mail, perguntam se tem Orkut! O Orkut agora é o RG digital das pessoas (...) (MAROLDI, 2006).

O Orkut faz parte de uma seqüência de fenômenos de interação social via *web* iniciado pelos *chats* (bate-papo), que foram substituídos posteriormente pelos canais do IRC²⁵, que

²⁵ “*Internet Relay Chat*”, protocolo de comunicação utilizado basicamente como bate-papo e troca de arquivos, permitindo a conversa em grupo ou privada.

por sua vez se esvaziaram com a chegada do ICQ²⁶. Este não resistiu à chegada do MSN, dos *fatologs* e diários virtuais. Recentemente o *Google* lançou uma nova ferramenta de comunicação em tempo real, o *Google talk*. Associado ao Orkut, ele cadastra instantaneamente os e-mails de toda a lista de amigos do usuário, e funciona de forma semelhante à do MSN.

Desde sua criação, o Orkut tem sido utilizado de diversas formas, como por exemplo, para reencontrar velhos amigos. Pessoas que não se vêem há muitos anos, colegas do primário e até do “Jardim de Infância” retomam o contato através da ferramenta. Há também os que o utilizam para fazer novas amizades, o que consiste em visitar perfis alheios e adicionar como amigo as pessoas que lhe parecerem agradáveis. É claro que o *voyeurismo* e o narcisismo também possuem espaço garantido no Orkut: por um lado a liberação do pólo da emissão possibilita a publicização de si (LEMOS, 2002) através da construção do perfil pessoal. A identidade é construída como uma forma de auto-promoção de si mesmo, um produto a ser consumido. Ao mesmo tempo, o caráter *voyeurístico* de cada um é exercitado. Os *voyeurs* querem ver, saber mais sobre a vida do outro. Os dois lados em questão estão sempre trocando de lugar, pois quem é visto também quer ver, e vice-versa.

Outra característica do Orkut é a possibilidade de estar sempre mantendo contato com os amigos, apesar da correria diária, de uma forma rápida, descontraída e relativamente sem custos, através de recados rápidos deixados em suas páginas pessoais. Funcionando também como fórum de discussão, permite que as pessoas discutam e debatam acerca de

²⁶ Criado em 1997, foi o programa de comunicação instantânea via internet mais popular durante anos.

assuntos de seu interesse por via das comunidades (possibilitando a inteligência coletiva), podendo até vir a servir como banco de dados para empresas (apesar desse recurso ainda não ser muito disseminado) (BAGGIO, 2006).

Diversas atividades ilegais também encontram morada nas comunidades e ferramentas do Orkut. A Polícia Federal encontra em suas páginas uma rica fonte de informações sobre essas atividades marginais, como a pedofilia e o racismo (CAVALCANTI, 2006). A posição do *Google* sobre a quebra do sigilo de seus usuários foi alvo de muita polêmica, recentemente. Por um lado a determinação judicial brasileira exigia que fosse fornecido o número do IP²⁷ de certos usuários, classificados como criminosos virtuais. Por outro, a filial brasileira do *Google* alegava que esses dados só eram possuídos pela matriz norte americana, e que esta só precisaria cumprir determinações judiciais do seu país de origem. A justiça brasileira chegou a ameaçar fechar o *Google Brasil*, mas a questão parece estar contornada agora. Em carta divulgada aos usuários em 03/10/2006, os responsáveis pelo site afirmam:

(...) Ultimamente, o orkut tem sido grande foco de atenção da mídia brasileira, dando a impressão de que nossa comunidade está impregnada de atividades ilegais e usuários insatisfeitos. (...) Na realidade, as 50 principais comunidades do orkut, com o total de mais de 37 milhões de membros e aproximadamente 1,3 milhão de visitantes por dia, não têm nenhum tipo de conteúdo ilegal.

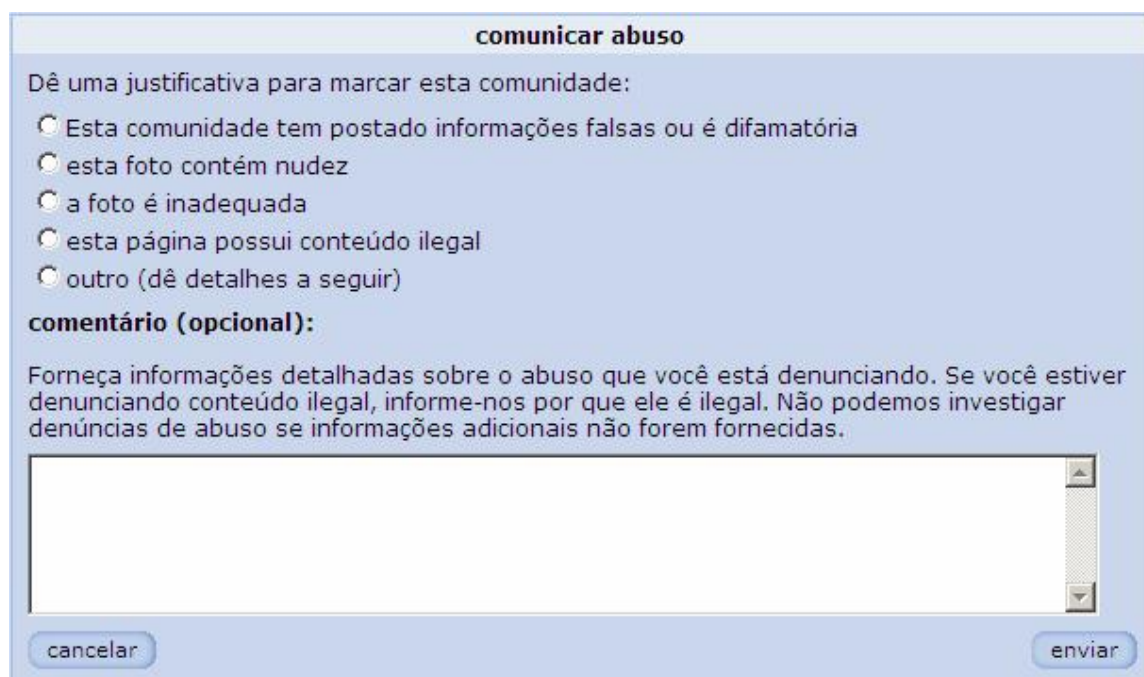
No entanto, assim como no mundo "off-line", sempre haverá algum conteúdo que para algumas pessoas poderá ser ofensivo ou impróprio. Pedimos desculpas se demos a impressão de que não levamos a sério essa questão relacionada a conteúdo ilegal ou ofensivo que possa ser encontrado no orkut. Concordamos que o *Google* devia ter se empenhado mais em comunicar sua posição e seus planos para os usuários à medida que surgiram essas questões. Sabemos que ainda temos muito por fazer para minimizar as interações negativas no orkut e fazer com que continue sendo a comunidade segura, vibrante e valiosa atualmente desfrutada pela grande maioria de nossos usuários. Nesse aspecto, queremos que você saiba como pretendemos realizar esses objetivos - e o que você pode fazer para nos ajudar.

(...) contamos com nossos usuários e pedimos que nos notifiquem sobre possíveis violações de nossos Termos de Serviço. Isso pode ser feito por e-mail

²⁷ *Internet Protocol*, ou protocolo da internet, capaz de identificar qualquer computador.

ou clicando no link "denunciar abuso" exibido em destaque em todas as páginas do orkut.com. De nossa parte, nós analisaremos individualmente o perfil ou a comunidade em questão e, se verificarmos que houve alguma infração a nossos termos de serviço, removeremos o conteúdo e desativaremos a conta através da qual a infração foi cometida. (...) É importante observar que o Google está e continuará cooperando ao máximo com as investigações e instaurações de processos de crimes, e que poderá fornecer às autoridades jurídicas informações sobre usuários que abusam do orkut, com o compromisso, ao mesmo tempo, de procurar um equilíbrio e levar em conta os interesses dos usuários, as solicitações das autoridades governamentais e a necessidade de instauração de um processo legal correto e eficaz.

A opção “denunciar abuso” é uma ferramenta de auto-regulação que o Orkut, na condição de *software social*, possui em todos os perfis pessoais, com a variante “falso!denunciar”, no caso das comunidades. Ao clicar em uma dessas opções o usuário precisa dar detalhes do abuso cometido pelo perfil ou pela comunidade (ver figura 1), informações que serão prontamente enviadas aos administradores do site, que irão analisar a denúncia e tomar as providências cabíveis (retirar a página do ar, se for o caso).



O formulário, intitulado "comunicar abuso", solicita uma justificativa para marcar uma comunidade. Ele apresenta cinco opções de radio buttons: "Esta comunidade tem postado informações falsas ou é difamatória", "esta foto contém nudez", "a foto é inadequada", "esta página possui conteúdo ilegal" e "outro (dê detalhes a seguir)". Abaixo das opções, há um campo de texto rotulado "comentário (opcional):" com o seguinte texto: "Forneça informações detalhadas sobre o abuso que você está denunciando. Se você estiver denunciando conteúdo ilegal, informe-nos por que ele é ilegal. Não podemos investigar denúncias de abuso se informações adicionais não forem fornecidas." O campo de texto é grande e possui uma barra de rolagem. Na base do formulário, há dois botões: "cancelar" à esquerda e "enviar" à direita.

Figura 1

Os crimes praticados via internet são motivo de muita preocupação por parte dos atuais governos. Recentemente tramitou no congresso um projeto de lei (nº. 89, de 2003) que

identificaria todos os usuários da rede pelos números de seu CPF e RG, fornecidos através de um cadastro, que deveria ser feito por todos os cidadãos que desejassem obter o acesso à internet. A lei causou muita polêmica, e a preocupação política com o tema está longe de terminar. Sobre esse assunto Lévy (1999) escreve que graças à desterritorialização do ciberespaço, o Estado vem perdendo o controle sobre uma parte cada vez mais importante dos fluxos econômicos e informacionais. Basta que um servidor que distribua ou organize a comunicação proibida esteja instalado do outro lado da fronteira para estar fora da jurisdição nacional e as leis nacionais se tornarem inaplicáveis. De fato, o certo é que a criminalidade se aproveita da rede da mesma forma que se aproveita dos aviões, das estradas e do telefone.

O Orkut é um site de encontro dos mais variados tipos de pessoas, no qual o indivíduo, que até bem pouco tempo precisava ser convidado por um usuário já cadastrado, monta um perfil pessoal com fotos e informações sobre sua personalidade (liberação da emissão), se cadastra em comunidades (conectividade), adiciona amigos à sua lista e pode se comunicar com outros usuários através dos recados (ou *scraps*) e das mensagens, criando novas formas de relação social via *web* (reconfiguração das relações sociais). Sem convite prévio, não havia como ter acesso a nenhuma página do site. Há alguns dias, no entanto, essa regra mudou. Ao acessar o site (www.orkut.com), deparamos com a seguinte mensagem: “*Ainda não é membro? ENTRE JÁ!*”, com um *hiperlink* que leva até uma página de cadastro.

Descreveremos agora cada um dos elementos desse sistema, em constante mudança, a fim de compreender como eles se relacionam com os três princípios gerais da atual cibercultura.

Perfil

O perfil é o início de tudo, o elemento principal do Orkut, onde estão dispostos todos os outros elementos (*scraps*, lista de amigos, lista de comunidades...) e onde o indivíduo faz uma espécie de auto-apresentação. Após aceitar o convite para adentrar o site (ou entrar por conta própria, como já foi mostrado anteriormente), a pessoa faz uma construção de si no ciberespaço: escreve algumas linhas falando de sua personalidade, diz se é solteiro, casado, comprometido, etc, a idade, o dia do aniversário, se tem filhos, a etnia, os idiomas que fala, sua religião, posição política, tipo de humor, orientação sexual, estilo, se fuma, se bebe, se gosta de animais de estimação, com quem mora, onde mora, suas preferências esportivas, musicais e culinárias, filmes, livros, programas de televisão preferidos...enfim, o suficiente para que qualquer um que entre na sua página do Orkut possa conhecer um pouco sobre ela. Além disso, ainda tem o perfil pessoal, onde o usuário fala sobre relacionamentos e sua aparência física, e o profissional, que trata da escolaridade, profissão, habilidades e interesses profissionais. Vale ressaltar que não é obrigatório o preenchimento de todos os campos citados, não sendo muito comum que os usuários se prestem a preencher absolutamente todos eles.

No perfil principal ficam expostos também os depoimentos (ver figura 2), que são espécies de testemunhos que os amigos dão sobre o usuário em questão. Os depoimentos

estão sujeitos a aprovação e, depois de aceitos pelo dono do perfil, ficam visíveis pra qualquer outro usuário do Orkut.

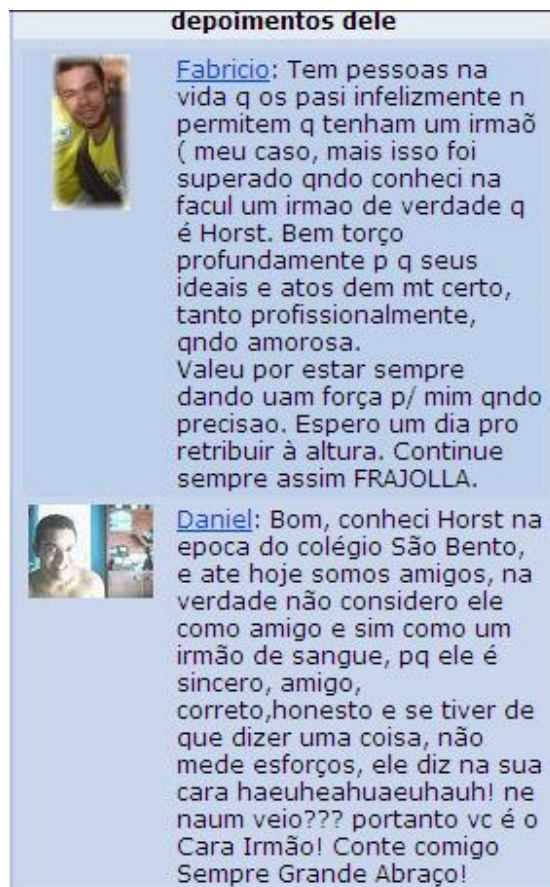


Figura 2

No canto direito superior da página, ficam expostos os amigos que se conectaram ao site mais recentemente, e no canto direito inferior, as comunidades afiliadas que foram visitadas mais recentemente. No canto esquerdo superior fica a foto da pessoa e, mais ao centro, a quantidade de recados, fãs e fotos no álbum (ver figura 3). O álbum de fotos comporta no máximo 12 fotos de tamanho igual ou inferior a 500 MB e é o espaço do perfil que é o maior alvo de curiosos. A quantidade de carinhas, cubinhos e corações demonstra o quanto confiável, legal e *sexy* os amigos a consideram.



Figura 3

Até o mês de Abril de 2006 não era possível saber quem visitava o perfil de um usuário, agora, porém, ficam expostos os últimos cinco usuários a entrar na página. Essa informação é visível apenas ao dono da conta e só é atualizada uma vez por dia. Junto com essa, veio outra novidade: agora o usuário pode saber quantos curiosos entraram no seu perfil desde fevereiro de 2006 e quantos entraram na semana e no dia anteriores. Se a pessoa quiser entrar anonimamente, ela pode desativar essa ferramenta, mas fazendo isso ela também não terá acesso a essas informações.

Há quem tenha mais de um perfil, bastando para isso, ter mais de um e-mail. Muitos perfis são criados com desenhos, fotos de famosos e até fotos pornográficas no lugar da foto de exibição, apesar dessa prática ser teoricamente proibida pelo site (alguns chegam a ser deletados através das ferramentas de denúncia). Esses perfis, geralmente, contêm informações inventadas sobre pessoas, imaginárias ou não, e são chamados “fakes”. Os

objetivos das pessoas que criam esses *fakes* podem variar muito: há os que fazem isso para criar confusão nas comunidades sem serem identificados, os que querem fazer propaganda de algum produto e temem a reação dos outros usuários, os que distribuem vírus através de recados em massa, os que entraram na rede escondidos dos pais ou do cônjuge, e recentemente, têm sido criados inúmeros *fakes* com o objetivo de exercitar a prática do voyeurismo, visitando o Orkut alheio anonimamente, sem ser identificado e, por outro lado, sem precisar desativar a ferramenta de visualização dos visitantes do seu perfil. A novidade do sistema, que permite o ingresso de usuários dispensando o convite prévio vem facilitando a criação de *fakes*.

Podemos identificar aqui o princípio de *Liberção da Emissão* na construção da página pessoal, que é feita com toda a liberdade pelo usuário, que se vê desobrigado inclusive de qualquer compromisso com a veracidade das informações que são dadas. Ele faz a publicização de si da forma que desejar, através das informações passadas e das imagens dispostas no álbum de fotos, mesmo que acabe criando uma imagem errônea de si mesmo. Para André Lemos (2002), essa publicização é uma forma de construção identitária, de “*apresentação do eu na vida cotidiana*”. Segundo ele “*a internet serve (...) como uma forma de escoamento de discursos pessoais que foram há muito tempo inibidos pelos mass media*”. Nesses casos os depoimentos podem servir para atestar ou não a veracidade e dar ou não validade à imagem que está sendo passada. As informações dadas pelo dono do perfil são consumidas por outros usuários que, por sua vez, também são emissores de informações, estabelecendo o fluxo “*todos – todos*”.

O princípio da conexão também está presente neste tópico, já que cada perfil está conectado, direta ou indiretamente, a milhares de outros, através da sua própria lista de amigos, das listas de amigos dos seus amigos, e assim sucessivamente, estando dispostos em rede a partir de uma infra-estrutura hipertextual.

Comunidades

O conceito tradicional de *comunidade*, diz que esta se trata de um agrupamento humano dentro de uma determinada base territorial. Uma *comunidade virtual* é um agrupamento humano que surge no ciberespaço, através da comunicação mediada pelas redes de computadores. Ela é construída sobre as afinidades e projetos mútuos, independentemente de proximidades geográficas. Rachel Recuero (2001:6) destaca como “*elementos formadores da comunidade virtual as discussões públicas, as pessoas que se encontram e reencontram, ou que ainda, mantêm contato através da Internet (para levar adiante a discussão), o tempo e o sentimento*”. Ela salienta ainda, que a existência de um espaço público, onde a maioria da interação se desenrole é uma condição para a comunidade virtual.

As comunidades do Orkut constituem sua parte mais interativa. Trata-se de um espaço para discussão sobre um tema pré-determinado. Qualquer pessoa pode criar uma comunidade sobre absolutamente qualquer tema (à exceção das atividades ilegais, que vêm sendo tiradas do ar). É difícil estimar o número de comunidades existentes na rede, pois elas se multiplicam a cada segundo. Numa comunidade virtual, os fóruns são espaços de

trocas de informação e de debates (LÉVY, 1999). Não é diferente com as comunidades do Orkut: uma vez membro da comunidade, o usuário fica livre para criar tópicos e eventos²⁸, tal como comentar nos tópicos já existentes. Dependendo do tipo de comunidade, a “inteligência coletiva” é facilitada pela sinergia das idéias, opiniões e conhecimentos.

Para Marina A. M. de Oliveira (2004), uma característica marcante das comunidades é que elas têm “cara de clube”: uma associação de pessoas com algum interesse em comum, num espaço no qual certas práticas só são permitidas aos associados. Ao criador da comunidade é conferido o poder de “gerenciar” tudo o que acontece dentro dela (com a ajuda, ou não, de até dez mediadores²⁹, escolhidos por ele). Assim, como administrador desse espaço virtual, ele tem a competência de deletar tópicos, comentários e até expulsar membros na hora que bem entender, utilizando seus próprios critérios.

As comunidades do Orkut não são, necessariamente, exemplos de comunidades virtuais. Algumas acabam se tornando, graças à colaboração mútua acerca de um assunto e à comunhão das inteligências. A vida de uma comunidade virtual (tal como a de uma comunidade do Orkut) é povoada de conflitos e afinidades. Manipulações e enganações sempre são possíveis, como o são em qualquer outro lugar. As comunidades do Orkut são regidas por um conjunto de leis consuetudinárias, originárias das comunidades virtuais em geral, que Lévy (1999:128) chama de “*netiqueta*”.

Essa “netiqueta” diz respeito, antes de mais nada, à pertinência das informações. Não se deve enviar uma mensagem a respeito de determinado assunto em uma conferência eletrônica que trata de outro assunto. É recomendável consultar a

²⁸ Como o nome diz, trata-se de eventos organizados pelos membros da comunidade, mas essa opção tem sido mais utilizada para fins publicitários de produtos de todos os tipos.

²⁹ Mediadores são membros selecionados pelos donos das comunidades para ajudá-los a gerenciá-la. É outra novidade do Orkut.

memória da conferência eletrônica antes de exprimir-se e, em particular, nunca fazer perguntas para a coletividade se as respostas já estiverem disponíveis nos arquivos da comunidade virtual. A publicidade comercial é não apenas desaconselhável mas, em geral, fortemente desencorajada em todos os fóruns eletrônicos. (...) Os ataques pessoais ou argumentações pejorativas para qualquer categoria de pessoas (nacionalidade, sexo, idade, profissão, etc.) em geral não são permitidas. Os que fazem isso de forma repetida são excluídos pelos administradores (...)

Ao lado do título da comunidade, há um símbolo indicando a que categoria ela pertence (o criador seleciona uma entre as quase trinta opções, tais como *música, viagens, artes e entretenimento, jogos, religiões e crenças*, entre outros). É muito fácil criar uma comunidade, porém não é tão simples angariar adesões entre os outros usuários. Para isso o Orkut possui ferramentas de divulgação. O novo proprietário pode, por exemplo, solicitar ao dono (ou *owner*) de uma comunidade populosa que adicione sua comunidade no campo de “comunidades relacionadas”. Cada comunidade possui, no canto direito inferior, espaço para divulgar nove outras comunidades. A forma como cada um utiliza essa ferramenta varia bastante. Algumas pessoas só relacionam comunidades que tenham a ver com a sua, outras só relacionam se também forem relacionadas. Há ainda os donos de várias comunidades que só relacionam as suas comunidades entre si. E há também os que deixam esse campo vazio, sem relacionar nenhuma comunidade. Outra alternativa de divulgação são as mensagens e recados em massa (estes são enviados de forma clandestina, através de programas não autorizados pelo *Google*). Essa técnica, porém, não é vista com bons olhos pela maioria dos usuários do Orkut, até porque não costuma ser usada para divulgar apenas comunidades, mas também produtos de todos os tipos e até vírus. O fracasso da divulgação resulta em comunidades vazias com um ou dois membros. Atualmente a maior comunidade do site é a “*Eu odeio acordar cedo*” (ver figura 4), que possui quase três milhões de participantes.



Figura 4

Para procurar uma comunidade relacionada a um determinado tema, basta utilizar a ferramenta de busca de comunidades (figura 5), digitando as palavras-chaves no espaço definido e dar o comando para pesquisar.

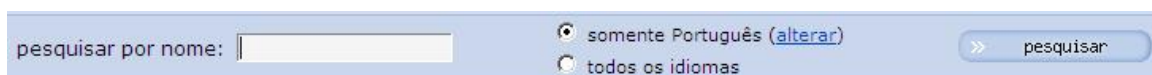


Figura 5

A popularização do Orkut se refletiu muito nos tipos de comunidades que passaram a ser criadas. No início de 2004, o perfil dos usuários era muito diferente do de hoje. A maioria absoluta era de pessoas culturalmente mais esclarecidas, que se importavam com questões mais elevadas. “As comunidades da Orkut tratavam de assuntos que, se não eram elevados, tampouco eram tão rasteiros quanto a discussão de telenovelas ou a idolatria de cantoras de funk” (POLZONOFF, 2006). Nessa época costumava-se criar comunidades

como: “Karl Marx-Brasil”, “Mozart” ou “Desenvolvimento sustentável-Br”. As comunidades criadas hoje obedecem a um padrão não tão erudito assim. Além das já citadas acima, são muito comuns as comunidades dedicadas a desenhos animados, detalhes irrelevantes do cotidiano (“Eu rabisco a borracha” ou “Eu já quebrei a janela da escola”) ou ainda as tão criticadas comunidades “eu conheço fulano” (figura 6), ou “eu adoro fulano” as quais, muitas vezes são criadas pelos próprios “fulanos” para se auto-promover.



Figura 6

No Orkut existem comunidades tratando sobre quase todos os assuntos que se possa imaginar. A popularidade de artistas e grupos musicais, por exemplo, pode ser medida pelo site, como escreve KUGEL (2006):

Espera-se dos dicionários brasileiros que adicionem “orkut” nas suas próximas edições. O Globo, o maior jornal impresso do Rio de Janeiro, refere-se a ele sem muitas explicações. E a mídia brasileira frequentemente mede a popularidade de grupos musicais e atores pelo número de usuários das comunidades dedicadas a eles no Orkut.³⁰

³⁰ Tradução nossa

Recentemente a Revista *Época*, ao tratar do tema “Espiritismo” utilizou a ferramenta de busca de comunidades para provar sua tese de que o Catolicismo estava perdendo espaço para a doutrina Espírita. Há quem afirme que o que não está no Orkut é porque não existe.

O espiritismo vem crescendo no Brasil, principalmente entre jovens de classe média. No site de relacionamentos Orkut, já existem 366 comunidades sobre “espiritismo” e outras 808 quando se busca a palavra-chave “espírita”. (*Época*, nº. 424, de 02 de julho de 2006).

Nesse item, vemos em pauta o princípio da *Conectividade*, pois através de uma comunidade o sujeito está conectado com uma gama de indivíduos com interesse igual ao seu, podendo se comunicar com todos eles através dos fóruns de discussão, ou com cada um deles através da lista de membros. As comunidades também estão dispostas em rede, através do campo de “comunidades relacionadas”, que conecta cada uma a outras nove (se o campo for completamente preenchido), fornecendo *hiperlinks*. A *Liberção da Emissão* também está em jogo aqui, quando se trata da criação de comunidades por qualquer membro do Orkut e da emissão de informações por qualquer integrante da comunidade. Há ainda uma *Reconfiguração* do conceito de comunidade, que não se trata aqui de um agrupamento de pessoas em um espaço físico, mas virtual.

Amigos

Após a construção do perfil, o usuário começa a cadastrar amigos. Para achar pessoas conhecidas ele pode pesquisar pelo nome e sobrenome ou procurar na lista de amigos de outra pessoa do seu círculo de amizades, assim como entre os membros das comunidades. O convite para se tornar amigo de alguém é sujeito a aprovação, ou seja, para que uma pessoa faça parte da lista de amigos da outra, é preciso que as duas partes concordem com

isso. Assim, ao adicionar alguém como amigo, essa pessoa recebe um termo de aceitação (conforme figura 7).

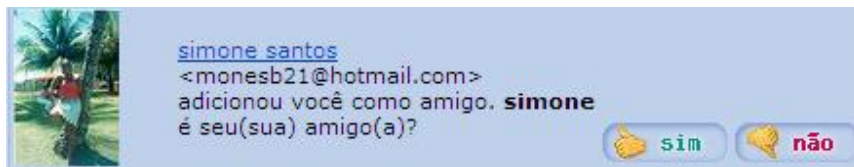


Figura 7

Como já foi dito anteriormente, os amigos conectados mais recentemente ficam visíveis no canto direito superior do perfil, assim como o número de amigos de cada um deles. Na corrida para ter mais amigos, e com isso se sentir (e ser visto como) mais popular, há aqueles que saem adicionando os outros à revelia, sem sequer conhecê-los. Sobre esse assunto, Marcelo Maroldi (2006) diz que “*num ambiente competitivo como o Orkut, em que preciso me ‘vender’, as pessoas só ‘compram’ os melhores, os mais cultos, os mais bonitos, os mais legais, os que tenham mais amigos*”.

Essa prática não pode ser completamente abominada, afinal, é o próprio Orkut que abre a possibilidade de adicionar como “amigos” pessoas desconhecidas. O dicionário define a palavra “amigo” como aquele que quer bem, que é aliado, possui um laço de amizade. No Orkut, no entanto, não é bem assim que acontece. Enquadram-se nessa categoria também os conhecidos e até os desconhecidos. Isso porque após adicionar alguém como amigo, pode-se classificá-lo como *melhor amigo, bom amigo, amigo, conhecido ou não conhecido*; e atribuir-lhe um *karma*, ou seja, quantificar com coraçõezinhos, cubinhos e carinhas o quão *sexy, legal e confiável* é a pessoa, respectivamente. Pode-se também declarar-se fã da pessoa, clicando na estrelinha, sendo que essa opção é a única que ficará visível para os outros usuários. Isto porque, em cima de cada perfil ficam expostos o número de fãs, assim

como o de recados e de fotos, da pessoa, e clicando no link, qualquer um pode ver quem são esses fãs (figura 8).



Figura 8

As relações pessoais no Orkut sofrem uma *Reconfiguração*, já que para duas pessoas se encontrarem no orkut não importa o seu posicionamento físico, mas se elas estão *on-line* ou *off-line*. Além disso, a palavra “amigo” não significa no Orkut, o mesmo que significa na vida ordinária. A idéia de rede também está presente nesse item, já que é através da lista de amigos que cada usuário está conectado não só às pessoas adicionadas em seu perfil, mas também aos amigos destas, e assim sucessivamente, como já foi dito no tópico sobre os perfis.

Scraps (recados) e Mensagens

A gíria americana “*scrap*” já passou a integrar o dicionário dos internautas brasileiros para designar os recados curtos que são deixados nos perfis alheios e que podem ser visualizados por qualquer usuário da rede (KUGEL, 2006). Tanto que a recente tradução do Orkut, que passou a chamá-los de “recados” foi ignorada por muitos usuários, que continuaram a se referir a eles como *scraps* (ver figura 9).

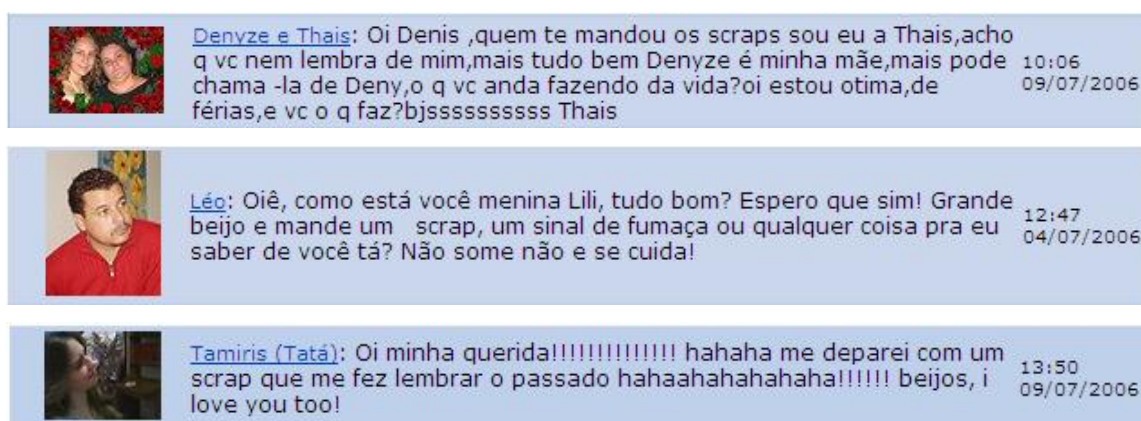


Figura 9

O *scrapbook* (ou página de recados) faz parte do perfil. Um usuário pode deixar *scraps* para qualquer outro usuário, não é necessário que eles sejam amigos. O conteúdo destes pode ser dos mais variados, desde que não se prolongue muito nem revele nada de comprometedor sobre nenhuma das partes, afinal, qualquer um poderá ter acesso a eles depois. Se após o envio de um *scrap*, o remetente se arrepender, basta que ele o delete, sem problemas. Ao destinatário também é permitida a exclusão dos recados que o desagradarem. O sistema vai se aperfeiçoando a partir do uso. Por exemplo, com a recente onda de apagar todos os *scraps*, o Orkut passou a disponibilizar a opção de apagar todos eles de uma vez (figura 10). Outra novidade recente é que já dá para responder um recado

sem precisar ir à página da outra pessoa, basta clicar em “responder”, digitar o recado na caixa de texto que irá abrir (figura 11), e depois clicar em “enviar”. Tudo sem sair da sua própria página de recados.

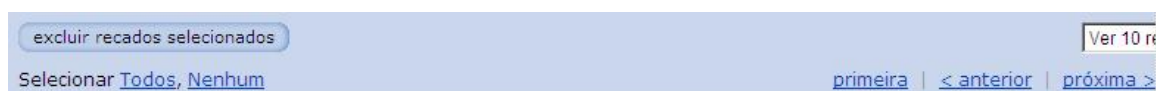


Figura 10



Figura 11

A ferramenta de ignorar uma pessoa faz com que ela não possa mais interagir com o perfil de quem a ignorou. Por exemplo, ela poderá continuar lendo os recados, mas não poderá mais enviá-los.

Os *scraps* são os maiores alvos de “modismos” no Orkut. Houve um tempo em que as pessoas os colecionavam, pois viam nisso uma forma de se sentirem populares (a lógica era: quem recebia mais *scraps* era mais popular do que quem recebia menos). Nessa época começaram a surgir mecanismos (clandestinos) que permitem o envio de scraps em massa. Muitos mandavam (e ainda mandam) esse tipo de recado impessoal para toda a sua lista de amigos com mensagens banais (ver figura 12), como “*bom dia*”, ou piadas, versos e até correntes, com o claro objetivo de obter um retorno e assim aumentar o seu número de *scraps*.

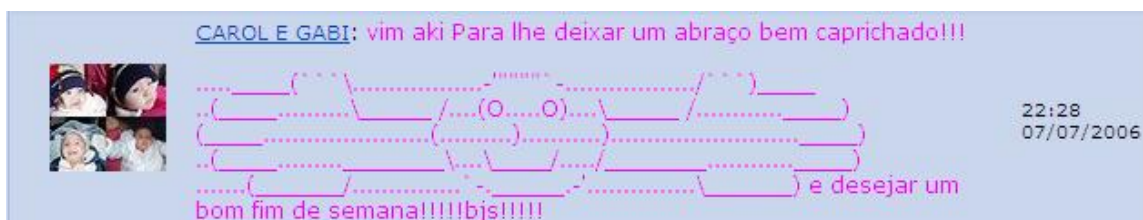


Figura 12

Essa prática não foi deixada de lado (apesar dos esforços do Orkut em eliminar os chamados *spams*³¹), mas se tornou ultrapassada no momento em que entrou em moda a nova prática, já citada acima: a de apagar todos os *scraps*. A justificativa é paradoxal: privacidade! Paradoxal porque a privacidade não faz parte dos valores do Orkut. Apagam-se os *scraps*, mas ficam os depoimentos, as comunidades, as fotos, a rede de amigos e toda uma série de informações que fazem cair por terra qualquer tentativa de ter privacidade. Como diz uma comunidade criada no próprio Orkut: “Quer privacidade? Sai do orkut” (ver figura 13).



Figura 13

³¹ Spam é o envio abusivo, em grande quantidade, de mensagens não solicitadas, geralmente de propaganda, por vias eletrônicas.

As mensagens, por outro lado, só são visíveis ao dono do perfil. Também não é necessário ser amigo do usuário em questão para enviar-lhe uma mensagem. Funciona da mesma maneira que uma caixa de *e-mail*. Quando há mensagens novas, o Orkut avisa, e o usuário pode salvar, responder, ou apagá-la, após a leitura. Esse recurso, no entanto, é mais utilizado para divulgar comunidades e festas, já que há a ferramenta de enviá-las para todos os amigos ou para todos os membros de uma comunidade.

Mais uma vez, vemos o princípio da *Conectividade*, afinal, mandar recados ou mensagens para alguém, nada mais é do que uma forma de estar conectado com essa pessoa, aliás, essa comunicação não seria possível se não houvesse uma conexão. Ao se cadastrar no site, a pessoa automaticamente se conecta com todas as outras já cadastradas, mesmo que elas nunca interajam entre si. Deixar um recado ou uma mensagem para alguém, implica também, necessariamente, em deixar um *link* do seu perfil, colaborando com o formato de hipertexto do sistema Orkut. Embora não se diferencie do telefone ou do e-mail no que diz respeito ao dispositivo comunicacional (um-um), os *scraps* e mensagens também são exemplos de *Liberção da Emissão*, já que são ferramentas que dão voz ao usuário sem submetê-lo a controle algum. Também vemos aqui uma *Reconfiguração* das relações sociais, através de uma nova forma de se comunicar via *web*: os recados curtos, enviados de maneira informal e descomprometida.

Capítulo 3

Os instrumentos do Orkut X os princípios da Cibercultura

Chegamos ao capítulo crucial deste trabalho, onde iremos nos aprofundar mais um pouco na correspondência entre cada ferramenta do Orkut e os princípios da Cibercultura, através dos três próximos tópicos.

A liberação da emissão no Orkut

Na condição de *software social*, o Orkut é mantido pelos próprios usuários. O *site* tem administradores, mas sua participação se restringe às situações maiores e mais gerais. Muitas vezes sua reação depende das denúncias dos usuários (no caso de comunidades e perfis com conteúdo ilegal). Todo usuário desse sistema é um potencial emissor de informações. No Orkut, só não emite informações quem não quiser. Isso porque cada pessoa que se cadastra no sistema tem que, no mínimo, construir sua página pessoal, que poderá ser consumida por outros usuários. Dessa forma, o Orkut redefine o sentido do fluxo da informação que de “*um-todos*” (mídias de massa) passa a ser “*todos-todos*” (todos são emissores, mas também consumidores de informação), ou até “*todos-um*”, quando tratamos das ferramentas de comunicação com a administração do *site*, às quais todos podem ter acesso (ferramentas de denúncia e de suporte técnico).

Na construção do perfil, o autor disponibiliza apenas o que quer ou não se importa que os outros fiquem sabendo, as fotos que podem (e devem) ser vistas, autoriza só os depoimentos que lhe parecerem agradáveis, apaga os *scraps* que possam lhe comprometer, ou seja, nessa etapa ele é completamente dono da emissão. Constrói seu perfil de acordo com a imagem que deseja passar. Nada entra ou permanece em sua página contra a sua vontade. Até mesmo os *fakes* podem ser emissores de informação, afinal, mesmo que sejam falsas, não deixarão de ser informações e não deixarão de ser consumidas.

Sem dúvida, o ápice da liberação da emissão se dá com a criação de comunidades. Essa ferramenta é liberada para qualquer usuário e o dono de uma comunidade pode fazer o que quiser dentro dela, afinal os outros membros são apenas consumidores daquilo que ele construiu. Consumidores porque mesmo os atos de criar e responder os tópicos de uma comunidade são, de certa forma, maneiras de consumi-la, não um consumo passivo, mas um consumo. Qualquer usuário tem total liberdade para criar a comunidade que quiser, escrever a descrição que quiser e colocar a foto que quiser. Ele também pode decidir quem poderá ou não entrar na sua comunidade, tornando-a moderada³², e expulsar os membros que não o agradem. Pode permitir ou não a postagem de tópicos anônimos e deletar os tópicos que lhe convirem. Se não quiser mais a comunidade, pode passar o comando para uma outra pessoa, ou simplesmente deletá-la, sem que ninguém possa interferir. Pode também decidir se quer a ajuda de mediadores ou não. Em suma, o dono de uma comunidade é completamente dono da emissão, dentro desse seu território pessoal. Mesmo que os usuários não a consumam de forma passiva, como consomem a televisão e o rádio, em geral.

³² Numa comunidade moderada, todo novo membro deve passar pela aprovação do moderador (o dono).

No entanto, há outras formas de emitir informação dentro de uma comunidade, mesmo que não se seja o dono. Pode-se escrever o que quiser nos seus fóruns, (desde que não desagrade ao dono) seja abrindo um novo tópico, seja opinando nos tópicos já existentes. Essa possibilidade abre caminho para o desenvolvimento da “inteligência coletiva” acerca de um tema, na medida em que põe em sinergia o conhecimento de um grupo de pessoas. Pode-se também criar “eventos”, no espaço destinado a isso. A forma de consumir uma comunidade não obedece aos padrões dos meios massivos, pois dentro dela, todos os membros (consumidores) são potenciais emissores de informações.

Os recados (*scraps*) e mensagens também constituem exemplos da liberação da emissão no Orkut, mesmo que não signifiquem uma grande inovação em relação ao telefone, fax, e outros meios de comunicação “*um-um*”. O diferencial básico do *scrap* é que ele fica visível para qualquer outro usuário do Orkut, ou seja, todos podem enviar e todos podem ler (embora ele seja direcionado a uma pessoa em particular). Não seria errado então, classificá-lo como um dispositivo comunicacional “*todos-todos*”. Já as mensagens, funcionando como uma caixa de *e-mail*, têm um caráter mais pessoal, embora elas sejam mais utilizadas para divulgação de comunidades, festas e outros produtos. Nesse caso, um texto padrão é elaborado e enviado a um grupo de pessoas, da mesma forma que ocorre com as mídias de massa, com a diferença de que, no Orkut, assim como nos *e-mails*, o emissor pode ser qualquer um.

Orkut: uma grande rede

O próprio Orkut é definido como “*uma comunidade on-line que conecta pessoas através de uma rede de amigos confiáveis*”. A idéia de rede, de conectividade, é uma das

bases desse software social, disposto em formato de hipertexto, o que pode ser demonstrado através de algumas de suas ferramentas. As comunidades, por exemplo, servem para conectar pessoas com algum interesse em comum, antes dispersas pelo mapa. Através delas, usuários de todo o mundo podem conversar, trocar informações, tirar dúvidas e fazer comentários sobre um determinado assunto. Pela lista de membros é possível ter acesso aos perfis de todos os integrantes de uma comunidade, e assim poder interagir com cada um deles. Cada perfil contém uma série de comunidades adicionadas, e as comunidades em si também estão dispostas em rede, na medida em que cada uma delas tem espaço para relacionar outras nove (figura 14), disponibilizando seus *hyperlinks*. No Orkut, tudo está de alguma forma conectado: usuários e usuários; comunidades e usuários; comunidades e comunidades.



Figura 14

Ao entrar em sua página inicial, o Orkut informa: “Você está conectado a x pessoas através de y amigos”, ou seja, todos os usuários estão de conectados uns aos outros, direta ou indiretamente, seguindo a lógica da navegação hipertextual. Cada perfil, como já foi dito, tem à sua direita uma lista de amigos, e cada um desses *hiperlinks* leva o “cibernauta” a uma série de outros, nunca cessando as possibilidades de navegação. E mesmo que nenhuma comunidade e nenhum amigo sejam adicionados ao perfil, ele pode ser encontrado através das ferramentas de busca. A ferramenta de visualização dos visitantes do perfil, uma vez ativada, também disponibiliza ao usuário os *links* de cinco outros perfis (os últimos, antes da atualização mais recente), que tenham entrado no perfil em questão. Assim, as possibilidades de navegação hipertextual no Orkut são intermináveis.

Um usuário do Orkut, fazendo parte de uma grande rede pode se comunicar com qualquer outro usuário, através de recados e mensagens, lembrando que, ao deixar um recado, deixa-se também um *link* do seu perfil na página do destinatário, abrindo mais uma possibilidade de navegação hipertextual. O mesmo ocorre com as mensagens, com a diferença de que o link deixado só pode ser acessado pelo dono do perfil.

A reconfiguração definida pelo Orkut

Como qualquer elemento da cibercultura, o Orkut reconfigura práticas, não as elimina. Desse modo, a comunicação à distância sofre modificações, ganhando um caráter mais informal, através dos *scraps*. Além disso, os amigos separados fisicamente por centenas de quilômetros passam a participar mais, a ter mais conhecimento sobre a vida um do outro.

Isso porque um pode visitar o perfil do outro, ver suas fotos, saber quem são seus novos amigos, garimpar informações pelos recados e depoimentos. Os *scraps* permitem que essas pessoas se correspondam todos os dias por recados rápidos, porém não necessariamente em tempo real, como ocorre nos *chats* e no *MSN*. Essa característica possui a vantagem de que os indivíduos não precisam estar conectados exatamente na mesma hora para poderem se comunicar, e a comunicação ocorre de uma maneira mais dinâmica se comparada aos e-mails. Tão dinâmica que há quem faça verdadeiros *chats* em sua página de recados ou nos tópicos das comunidades (figura 15), aproveitando os usuários on-line naquele momento. O *Google Talk*, ferramenta criada recentemente pelo *Google*, veio para tirar proveito dessa tendência.

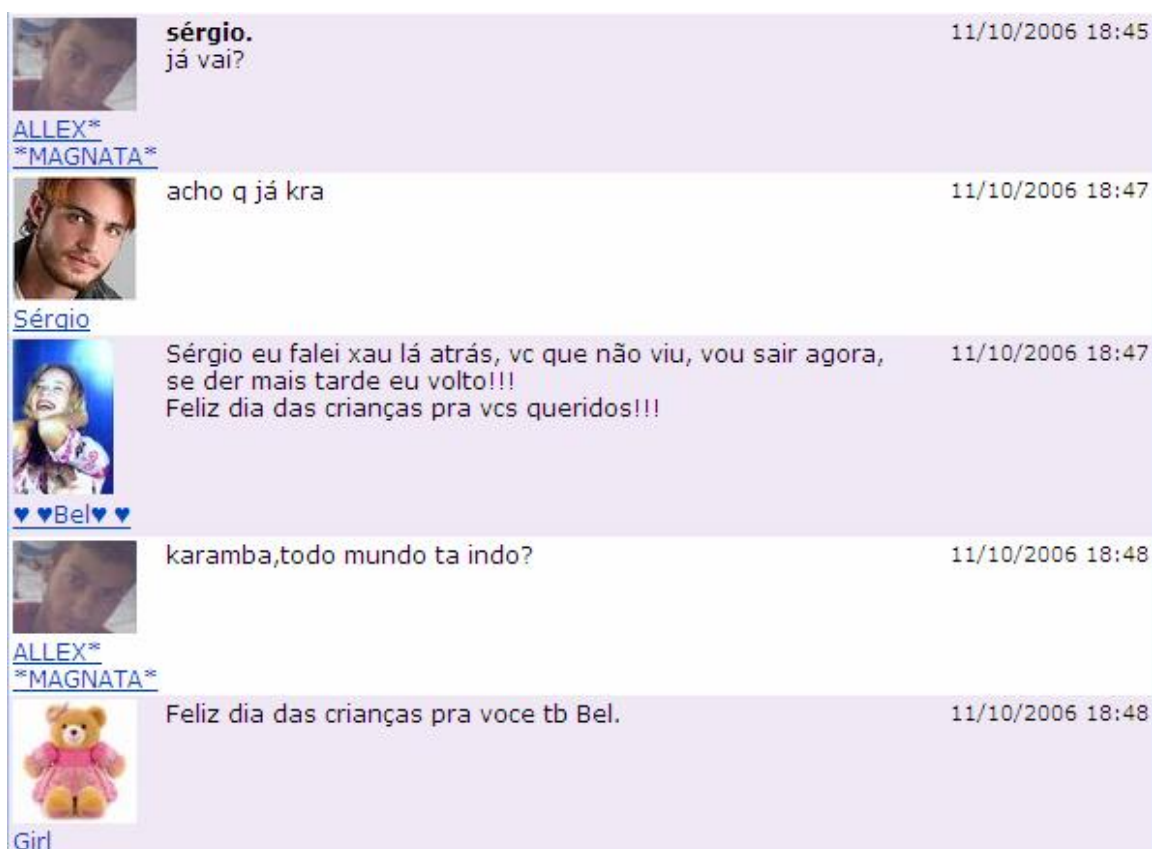


Figura 15

As comunidades sofrem uma mudança com relação às comunidades clássicas. Aqui uma comunidade deixa de ser um agrupamento humano dentro de uma base territorial física, para se tornar um agrupamento humano dentro de um território situado no ciberespaço. As comunidades territorialmente físicas não deixaram de existir, mas agora precisam ceder espaço para as comunidades virtuais, categoria na qual as comunidades do Orkut podem ou não se encaixar. O próprio Orkut é uma grande comunidade virtual que possui dentro de si milhares de outras comunidades virtuais menores.

Como já foi dito anteriormente, a palavra “amigo”, no Orkut é utilizada para se referir a algo bem diferente de “alguém por quem se sente estima e afeição”. Parece até contraditório depois de adicionar alguém à sua lista de amigos, ter dentre as possibilidades de classificação as opções “conhecido” e “não conheço”. É estranho e inaceitável na vida ordinária (fora do mundo do Orkut) ter um “amigo desconhecido”, mas os usuários do Orkut já assimilaram e aceitaram essa noção de amigo como algo “normal”. Assim, a palavra “amigo” sofreu uma modificação no seu significado dentro do Orkut, mas fora desse território, “amigo” continua significando a mesma coisa.

Outra redefinição feita é a dos espaços público e privado. O território pessoal de um usuário (seu perfil, suas comunidades) não é um espaço privado (todos os outros usuários podem acessar), e muito menos público (afinal, só o dono desse território pode modificá-lo). Apesar de os recados e depoimentos terem sido feitos para ele, podem ser vistos por qualquer outra pessoa que adentre esse território, ou seja, qualquer usuário que esteja interessado. Por outro lado, ninguém pode alterar as informações dispostas em um perfil ou

em uma comunidade, salvo seu dono. As comunidades, mesmo as “públicas”³³, são território de quem as criou, e o dono pode gerenciá-las da forma que quiser. A noção de “público”, no Orkut, foi redefinida. Assim, o Orkut, como outros elementos da cibercultura (blogs, diários virtuais) se utiliza de um espaço híbrido, público e privado ao mesmo tempo.

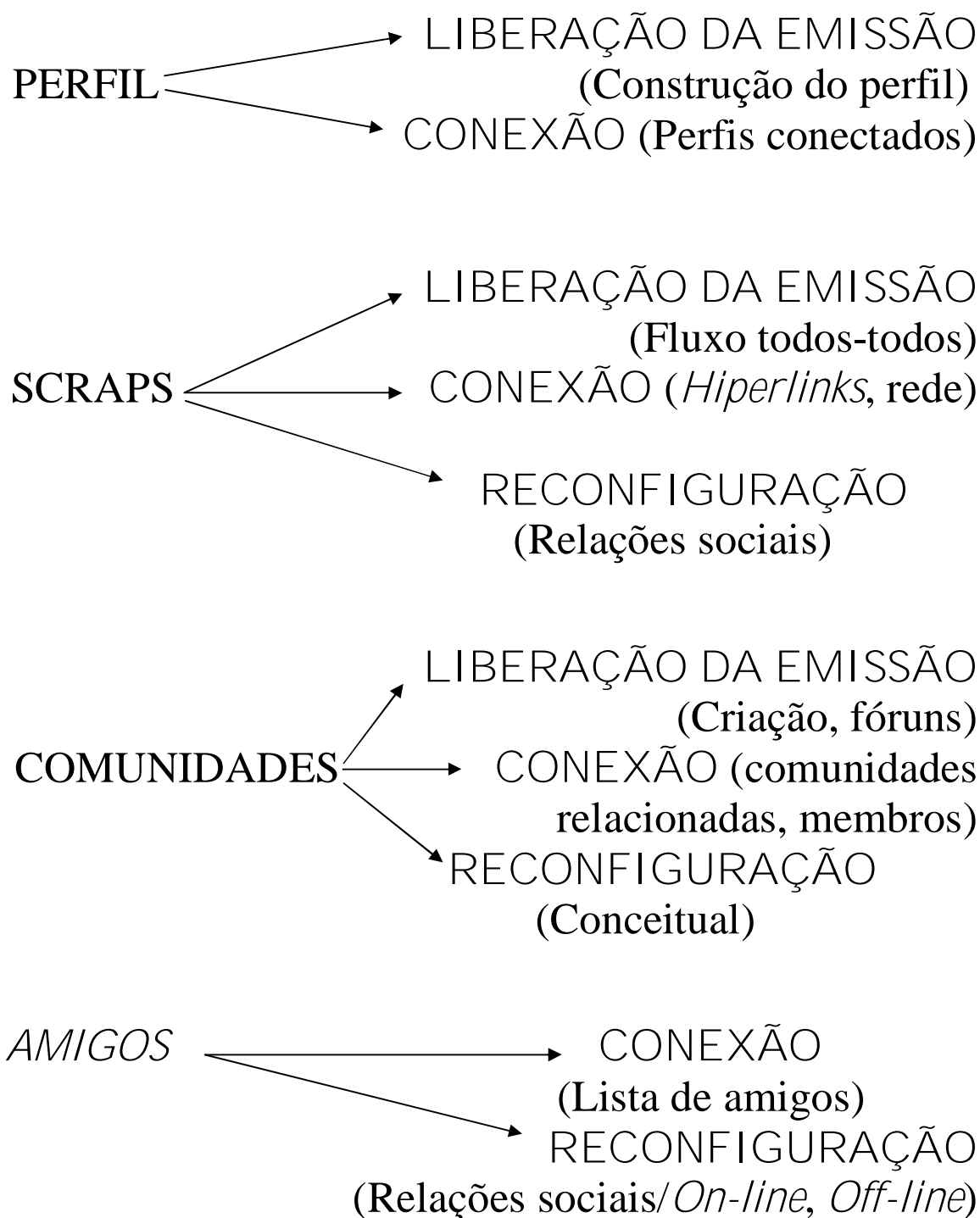
³³ Comunidades públicas são as que não são moderadas, ou seja, qualquer usuário do sistema pode adentrá-la, sem passar pelo crivo do moderador ou mediadores.

CONCLUSÃO

O Orkut é um *software* social e, como tal, depende da colaboração dos seus usuários para continuar existindo. Seu conteúdo é o que as pessoas nele colocam: perfis e comunidades, basicamente. O emissor é o cidadão comum, e não os grandes conglomerados midiáticos. O site é repleto de *links*, nele tudo está disposto em formato de hipertexto, tudo está em rede. Da página inicial (*home*) pode-se ir para a página de recados, e dessa partir para a página pessoal de um outro usuário qualquer (que tenha lhe enviado um recado), daí para uma comunidade desse usuário, e assim sucessivamente. As possibilidades de navegação não cessam nunca. Alguns conceitos sofrem modificações dentro desse território. Por exemplo, os amigos não precisam se conhecer, e uma comunidade “pública” não é necessariamente de todos, ela tem um dono.

Concluimos, portanto, que as ferramentas do Orkut são sim, operacionais para se compreender a cibercultura. Como um de seus produtos, o Orkut também possui em sua estrutura cada um dos três princípios explicitados. Assim, na condição de uma rede de relacionamentos, ele constitui uma grande comunidade virtual (conectividade), na qual os indivíduos têm total autonomia para expressar suas opiniões e emitir informações (liberação da emissão), e na qual o território pessoal de cada um se torna público e privado ao mesmo tempo, amigos não precisam se conhecer, o tempo é suprimido e as distâncias parecem que não existem (reconfiguração).

No Orkut, como em qualquer produto da cibercultura, os princípios analisados operam em conjunto, assim, cada ferramenta do Orkut têm em si mais de um princípio. O esquema abaixo tem por objetivo resumir a relação entre eles aqui estudada:



Referências bibliográficas:

BAGGIO, Adriana. Eles vão invadir seu Orkut. In *Digestivo cultural*, São Paulo. Disponível em <www.digestivocultural.com/colunistas>. Acesso em 24 mar 2006.

BRUNO, Fernanda. Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. *Contemporânea*, vol. 3, N. 2, julho/dezembro 2005. Disponível em <www.poscom.ufba.br>. Acesso em: 24 mar 2006.

BRUNO, Fernanda. Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação. *Poscom – tics*, 2004. Disponível em <www.comunica.unisinos.br/tics>. Acesso em 24 mar 2006.

BETTETINI, Gianfranco. Tecnología y comunicación. In COLOMBO, Fausto; BETTETINI, Gianfranco. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona: Paidós, 1995.

CAVALCANTI, Jardel Dias. Orkut, ame-o ou deixe-o. In *Digestivo cultural*, São Paulo. Disponível em <www.digestivocultural.com/colunistas>. Acesso em 24 mar 2006

CUNHA, Paulo. Espaço tecnológico e espaço comunicacional- ciberespaço, novas centralidades, novas periferias. In LEMOS, André; CUNHA, Paulo. *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

DRUCKER, Peter. Para além da Revolução da Informação. In *Revista HSM Management*, n. 18, ano 3, 1998.

FRAGOSO, Suely. Um e muitos ciberespaços. In LEMOS, André; CUNHA, Paulo. *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

GIBSON, William. *Neuromancer*. Nova York: Ace Books, 1984.

Icoletiva, São Paulo. Disponível em < www.icoletiva.com.br>. Acesso em 20 out 2006.

KUGEL, Seth. A Web Site Born in U.S. Finds Fans in Brazil. *New York Times*, abril 2006.

LEMOS, André. Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época. In LEMOS, André; CUNHA, Paulo. Olhares sobre a cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LEMOS, André. Agregações eletrônicas ou comunidades virtuais? Análise das listas Facom e Cibercultura. *Ciberpesquisa*, ano 2, vol. 1, N. 14, março 2002. Disponível em <www.facom.ufba.br/ciberpesquisa>. Acesso em 24 mar 2006.

LEMOS, André. Ciber- Socialidade. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea. *Poscom – tics*, 1998. Disponível em <www.comunica.unisinos.br/tics>. Acesso em 04 abr 2006.

LEMOS, André. A arte da vida. Diários pessoais e webcams na internet. *Poscom – tics*, 2002. Disponível em <www.comunica.unisinos.br/tics>. Acesso em 04 abr 2006.

LEMOS, André; COSTA, Leonardo. Um modelo de inclusão digital: o caso da cidade de Salvador. In *Eptic Online. Revista Eletrônica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*. Volume VII, número VI, Setembro a Dezembro de 2005.

LEMOS, André. Ciber- cultura – remix. In seminário “Sentidos e Processos”, dentro da mostra “Cinético Digital”, 2005, São Paulo.

LEVY, Pierre. Cibercultura. Tradução Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34, 1999. Tradução de: *Cyberculture*.

MAROLDI, Marcelo. Orkut way of life. In *Digestivo cultural*, São Paulo. Disponível em <www.digestivocultural.com/colunistas>. Acesso em 24 mar 2006.

OLIVEIRA, Marina dos Anjos Martins. *Orkut*. Rio de Janeiro: Brasport, 2004.

ORKUT. Disponível em www.orkut.com. Acesso ao longo de 2005 e 2006.

POLZONOFF, Paulo. Orkut: terra de ninguém. In *Digestivo cultural*, São Paulo. Disponível em <www.digestivocultural.com/colunistas>. Acesso em 24 mar 2006.

RECUERO, Raquel da Cunha. Um estudo do capital social gerado a partir de redes sociais no Orkut e nos Weblogs. *Poscom – tics*, 2005. Disponível em <www.comunica.unisinos.br/tics>. Acesso em 24 mar 2006.

RECUERO, Raquel da Cunha. Teoria das redes e redes sociais na internet: considerações sobre o orkut, os weblogs e os fotologs. In: *XXVII INTERCOM*, 2004, Porto Alegre-RS. Disponível em <www.rits.org.br>. Acesso em 24 mar 2006.

RECUERO, Raquel da Cunha. Comunidades virtuais. Uma abordagem teórica. *Ecos revista*, Pelotas/RS, v. 5, n. 2, p. 109-126, 2001.

SANTAELLA, Lúcia. *Substratos da Cibercultura*. In *Culturas e artes do pós humano: Da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

