

Orkut e Sociabilidade: mediação comunicacional em ambientes virtuais

Patrícia Justo Moreira¹
UDESC/PPGE
patijusto@hotmail.com

Resumo: Com o estudo do ambiente virtual Orkut busca-se descrever e analisar como alguns jovens brasileiros tecem suas redes de amizades através deste site, bem como formam sociabilidades, destacando qual a importância deste dispositivo comunitário no cotidiano e na educação destes protagonistas juvenis. O presente estudo evidencia o papel mediador do site de relacionamento Orkut para estes protagonistas juvenis, tendo em vista que a comunicação fundada na participação não é apenas emissão, mas produção conjunta de mensagem.

Palavras-chave: Orkut, jovens, comunicação.

Introdução

Nas últimas décadas ocorreram profundas transformações culturais, sociais, econômicas e políticas. Mudanças ocasionadas pelo crescente desenvolvimento tecnológico e que vêm alterando rotinas, comportamentos, sistemas de produção, estruturas de mercado e circulação de capital, padrões de consumo, espaços de formação etc. Tais mudanças ocasionam também uma reconfiguração nos modelos tradicionais de família, trabalho, vestuário, alimentação, lazer, relacionamentos, dentre outros. Na comunicação foram desenvolvidos novos modos possibilitados pela interconexão da sociedade em rede (CASTELL, 2005). A Internet e a World Wide Web introduziram elementos radicalmente novos: a interconexão geral, a desintermediação e a comunicação de todos com todos Lèvy (2005).

Jesús Martín-Barbero (1996) chamou de ecossistema comunicativo o ambiente tecnológico e comunicativo que nos envolve, com hegemonia da linguagem audiovisual que remodela as formas de aquisição do saber e do conhecimento. Nesse sentido, o ciberespaço é um dispositivo de comunicação interativo e comunitário (LÉVY, *op cit.*), no qual se dá a circulação de idéias, informações e a aproximação virtual. Essas são maneiras de fazer que

¹ Pedagoga, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Educação- PPGE na Universidade do Estado de Santa Catarina-UDESC, sob orientação de Dra. Ademilde Silveira Sartori.

originam a cibercultura. Podemos dizer que a cibercultura se constitui a partir de um conjunto de técnicas materiais e intelectuais, de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem justamente com o crescimento do ciberespaço. Trata-se de uma cultura na qual novas configurações sociais vão se formando, são novas formas de estar junto e tecer laços sociais, formas identitárias que plasmam novos discursos que socialmente as expressam e legitimam.

As distâncias são minimizadas pela comunicação no ciberespaço, ou seja, podemos manter contato com pessoas que se encontram localidades distantes de forma imediata, ou quase imediata. O espaço geográfico é ressignificado e o tempo é comprimido. Tais aspectos já podiam ser percebidos antigamente por meio do uso de cartas, telefones etc, mas agora a conexão mundial de computadores possibilita a comunicação com diversas pessoas no mesmo momento e em tempo real, com múltiplas linguagens interligadas em um mesmo equipamento, no qual textos, hipertextos, imagens, vídeos e sons configuram novas formas de comunicação e inter-relação pessoal.

Certeau (1999) afirma que as pessoas se apropriam dos mais variados espaços de circulação, inventando maneiras de fazer e de estar nestes 'lugares', tomando posse de algo que não lhes pertencia e tornado-se protagonistas ao produzirem novos modos de vida. Os nativos digitais, nascidos em uma época em consonância com o desenvolvimento massivo das tecnologias digitais, se apropriam com muita facilidade do ciberespaço, inventando novas formas de utilização, sendo protagonistas ao participarem desta nova cultura. Como afirma Martín-Barbero (2005), as mudanças mais profundas são mais perceptíveis no mundo dos jovens urbanos. Eles vivem a emergência de novas sensibilidades e possuem total empatia com as novas tecnologias, caracterizadas pelo uso de linguagens audiovisuais, musicais, que rompem com a língua e com o território e produzem novos modos de perceber e viver no mundo. O ciberespaço é um ambiente possibilitador de novas formas de encontro, novas formas de criar e reforçar laços de amizade, novas formas de entendimento e vivências da noção de espaço e tempo. A contemporaneidade se apresenta com novas formas de fazer, novos modelos comunitários, novas configurações de relacionamentos, novos agrupamentos de pessoas em um novo espaço de sociabilidades disposto em rede por meio da interconexão de milhares de computadores pelo mundo todo.

Usos e apropriações no ciberespaço

Martín-Barbero (2001) afirma que a unidade da emoção e do pensamento, bem como a solidariedade e os laços concretos definem uma comunidade. Nesse sentido, Rheingold (2003, p. 34) argumenta que a Internet viabiliza às pessoas a realização de atos separadas dos seus corpos, mas sem que percam a noção do que é real. No ambiente propiciado pelo ciberespaço emergem novas identidades e identificações e conseqüentemente comunidades virtuais que se formam a partir de interesses comuns, seja âmbitos econômicos, das amizades, profissionais, dentre outros.

Para FernBack e Thompson (1995) comunidades virtuais surgem por meio de relações sociais que se formam no ciberespaço. Essas relações, segundo esses autores, se dão por meio do contato repetido cujo interesse manifesta-se em um espaço definido simbolicamente. As comunidades virtuais são vistas como espaço de identificações entre os participantes. No entanto, não se trata de uma identificação homogênea, pelo contrário, são identificações que se expressam justamente na diversidade das identidades expostas. Trata-se de um lugar de expressão de subjetividades.

Michel de Certeau, em seu livro “A invenção do cotidiano” – artes de fazer (2005) aborda as invenções humanas, as estratégias e as táticas de uso, as práticas sociais e apropriação dos espaços que inventam o cotidiano do homem comum. Essa invenção do cotidiano modifica os códigos, os objetos e seus usos. Para esse autor, as estratégias são produtivas ao passo que as táticas utilizam, manipulam e modificam. Nesse sentido, os jovens inventam táticas desviacionistas, utilizando, manipulando e se apropriando do ciberespaço, criando vídeos, bricolando álbuns de fotografias, publicando recados personalizados, criando comunidades e se comunicando através de ambientes tais como o Orkut, espaço virtual de maior recorrência destes protagonistas sociais juvenis no Brasil².

Os jovens inventam a partir de usos e apropriações dos ambientes virtuais, espaços nos quais se exercitam formas de pensar, de ser, de fazer e de se comunicar. Essas invenções criam um jogo que exprime por meio da utilização dos instrumentos possibilitados, novas maneiras de movimentar-se em um espaço determinado, burlando, de certa forma, a ordem imposta do lugar. De acordo com Certeau (1999, p.93) “essas operações de reemprego, se

² O orkut conta atualmente com 24 milhões de usuários no Brasil.

multiplicam com a extensão dos fenômenos de aculturação, ou seja, com os deslocamentos que substituem maneiras ou métodos de transitar pela identificação com o lugar”. Podemos ressaltar linguagens e expressões características do mundo juvenil que são transportadas, recriadas e re-apropriadas nos ambientes virtuais, algumas palavras que em redes sociais tais como Orkut ou MSN tiveram uma reelaboração, uma invenção que demarca um outro lugar, uma nova forma de escrita que carrega em si identidades e identificações.

Os jovens utilizam o Orkut seduzidos por um mundo no qual a comunicação e as amizades constituem um ambiente dinâmico e interativo, que permite o uso, a criação e a expressão com múltiplas linguagens e possibilita a identificação entre os participantes da rede de relações no Orkut. Muitos destes jovens se conectam diariamente e trocam informações com amigos, se comunicam com pessoas distantes, com colegas de aula, com antigos colegas, até mesmo com vizinhos, criam vídeos, modificam fotos, enviam *scraps*³ com mensagens e utilizam diversas formas de interação social e interpessoal re-significando assim seus laços sociais.

Rede de sociabilidades: novas formas de estar junto.

O Orkut é uma comunidade on-line criada em 24 de janeiro de 2004 e filiada ao Google⁴, uma das maiores marcas globais na atualidade. Seu nome é originado do projetista chefe, Orkut Büyükkökten, engenheiro turco do Google. Segundo consta no próprio site, no item “sobre o Orkut”, este espaço foi criado com o objetivo de ajudar seus membros a manter contato com seus amigos atuais por meio de fotos e mensagens e conhecer mais pessoas, tornando sua vida social e a de seus amigos mais ativa e estimulante.

No site também encontramos a afirmação de que no Orkut é fácil conhecer pessoas que tenham os mesmos *hobbies* e interesses, que estejam procurando um relacionamento afetivo ou contatos profissionais. Pode-se criar comunidades on-line ou participar de várias delas para discutir eventos atuais, reencontrar antigos amigos de escola, ou até mesmo trocar

³ Scrap é um site em que se podem criar mensagens personalizadas, cartões, piadas, etc. e enviar para seus amigos do Orkut. Ver por exemplo <http://www.scrap.mixplanet.com.br>.

⁴ Google subiu para o topo do ranking deste ano, ocupando a posição número um, com valor de marca de US\$66,434 milhões. Em seguida vem a General Electric (US\$61,880 milhões), Microsoft (US\$54,951 milhões) e a Coca-Cola (US\$44,134 milhões).

<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=Noticias&docid=C839C4C3CAF43D02832572D1006F3209>. Data de publicação: 04/05/2007

receitas favoritas. São comunidades menores dentro da grande rede social virtual. Basta digitar no espaço da busca do Google um nome e aparecem todos os integrantes que são registrados por este nome ou até que tenham algo publicado que leve este nome. Desta forma se pode navegar pelo Orkut, olhando as fotos e os perfis dos demais integrantes até encontrar uma pessoa conhecida ou que tenha um interesse em comum, aumentando a rede de relacionamentos.

Nos itens de apresentação na página inicial do Orkut podemos encontrar frases tais como: você decide com quem quer interagir; antes de conhecer uma pessoa no Orkut, você pode ler seu perfil e ver como ela está conectada a você através da rede de amigos; nossa missão é ajudá-lo a criar uma rede de amigos mais íntimos e chegados; esperamos que em breve você esteja curtindo mais a sua vida social. Estas frases estimulam os usuários a navegarem pelo Orkut procurando novos amigos para aumentar sua rede de relacionamentos.

Atualmente é a rede social com mais de 24 milhões de usuários que se autodenominam brasileiros. Os usuários cadastrados no Orkut registram um perfil que contém desde informações básicas de acesso como informações secundárias. Nesse ambiente virtual os usuários podem aumentar consideravelmente seu ‘círculo de amizades’ através do acesso aos amigos dos seus amigos e ainda através de buscas em comunidades ou na própria rede Orkut e ainda selecioná-los por grupos tais como: escola; família; melhores amigos; e trabalho. O usuário pode visitar outros perfis da rede e convidar várias pessoas a fazerem parte ou do seu perfil ou de sua comunidade. Nestes espaços os usuários têm a possibilidade de algumas escolhas e de criar sua própria rede de relacionamentos de acordo com identificações próprias, além de poder inventar sua própria linguagem e maneiras de escrever pessoais ou de grupo.

Trata-se de uma estrutura já pronta, previamente definida que não possibilita alterações na sua forma, dando apenas uma sensação de autonomia e uma sensação de identidade única, mas todas as contas são ‘iguais’, o que muda são os conteúdos dispostos pelo usuário que pode escolher, por exemplo, qual foto vai publicar e fazer vários álbuns diferentes e nomeá-los, mas nunca escolher onde colocar estas fotos. Observemos que o fator homogeneidade é a base destes sites, mas ao mesmo tempo o que os move é a heterogeneidade representada na diversidade de usuários, que se apresentam através dos usos e maneiras de fazer, no uso de códigos e linguagens criadas neste ambiente.

Jovens buscam se cadastrar no Orkut justamente por viverem na sociedade da informação. Em contato direto com as tecnologias digitais, os jovens se sentem atraídos pelas novas dinâmicas que se apresentam no ciberespaço e passam a se apropriar e a construir este ambiente utilizando as possibilidades disponíveis, além de criarem novas formas de estar junto, novas formas de se comunicar e portanto novas formas de ser e estar nos tempos atuais, demarcando um local, um espaço, uma rede entrelaçada de significados e de maneiras variadas de fazer no ambiente virtual.

O papel mediador comunicacional

A multiplicidade de afinidades possíveis no espaço da Internet leva a uma reflexão sobre como se compreende essa multiplicidade de interações nos processos contemporâneos de sociabilidade. Manuel Castells (1999) diz que as comunidades virtuais são mais uma expressão da diferenciação entre indivíduos que se fecham em suas identidades próprias, quase numa forma de individualização dos grupos em que cada participante pretende se afirmar a partir daquela identidade: "A formação de comunidades virtuais é apenas uma das expressões dessa diferenciação" (CASTELLS, *op. cit.* p.393). São semelhantes que se separam do resto; não há o diferente. Em uma comunidade do Orkut podemos escolher quem fará parte do nosso grupo de amigos e, portanto podemos perceber que tais grupos se formam por afinidades, já que a lógica da identificação tem como pólo básico o semelhante.

O processo de identificação tende a ter um caráter muito mais fugaz e temporário que a identidade. As múltiplas identificações podem ser passageiras. Em determinado momento você pode adicionar alguém no seu espaço do Orkut porque houve uma identificação devido a um, por exemplo, estilo de se vestir, música ou grupo musical. Mas se você mudar o seu gosto e não se identificar mais com determinada pessoa basta deletá-la, excluí-la de seu espaço.

Manuel Castells reforça esta idéia com uma noção que podemos chamar de "encastelamento" e com a formação de "guetos ricos" (*op. cit.*, p. 362), ambas se referindo ao isolamento de grupos fechados em suas igualdades e/ou semelhanças, e assim não confrontando o diferente, a alteridade, que lhes possibilitaria reconhecer e afirmar suas identidades. Um exemplo de consequência desse "encastelamento" também sugerido por Castells é o walkman e destacamos também os CD players e mp3 players, mp4 players, mp5

players, I-pod, telefones celular, dentre outros, que "dão oportunidade às pessoas, em particular aos adolescentes, de construir suas paredes de sons contra o mundo exterior" (*idem*, p. 362). A identificação é fugaz e temporária, se justifica em si mesma enquanto ocorre; sua existência consiste na interação, em sua atualização; sua virtualidade como grupo seria quase nula, pois não é sustentada por uma identidade (não há provavelmente nada que identifique o indivíduo como do grupo quando não está no grupo). E os membros de um grupo podem (e provavelmente o fazem) participar de outras formas de coletividades do mesmo tipo, mesmo que por motivações diferentes.

Originalmente pode-se pensar a noção de grupo a partir do pertencimento de indivíduos a uma coletividade claramente identificada, com regras e objetivos bem definidos. O modo como cada indivíduo lida com o grupo é que constrói o pertencimento para com o mesmo, como é o caso do Orkut.

O Orkut permite que o usuário monte seu espaço de acordo com suas intenções de como ele quer ser visto e identificado, não é necessário que a sua identidade seja verdadeira. O usuário pode escolher um nome, montar um perfil, colocar qualquer foto ou vídeo e navegar a procura de pessoas que possam fazer parte desta rede, muitas vezes como se fosse um "avatar", um personagem que possui uma identidade própria, que ganha vida no mundo virtual. O anonimato também é comum, muitas pessoas o fazem para não serem reconhecidos e ter a sua identidade pessoal preservada, assim pode-se entrar em outras contas, saber da vida virtual e pessoal de outras pessoas sem ser identificado. Para outros, o que atrai é justamente o fato de poder "ser visto", ser pesquisado, ser reconhecido, saber que alguém foi atraído pelo seu perfil, demonstrando alguma identificação com você.

O Orkut é um mediador entre pessoas que interagem por meio da Internet, pessoas que dispostas em diferentes lugares trocam informações, fazem negócios, constroem saberes em torno de temas específicos, partilham vivências e experiências e assim constroem para além da rede Internet, para além do mundo virtual significados e significações para suas vidas, tecendo uma rede de significados, parcerias, identidades, identificações, solidariedade, cooperação e construção partilhada de saberes e fazeres.

O Orkut é um mediador comunicacional, pois se trata de um espaço que possibilita a articulação entre práticas de comunicação e práticas sociais no ambiente virtual. É utilizado como um recurso no qual pessoas que tem acesso a um mesmo espaço interagem, se inter-

relacionam, trocam opiniões, idéias, se comunicam e mantêm laços, vínculos afetivos que são reforçados a cada acesso, a cada recado, a cada foto ou vídeo, a cada novo amigo na rede, a cada manifestação de amizade, afeto, parceria, cumplicidade.

Como nos diz Pierre Lévy (2005, p.367):

As mídias interativas e as comunidades virtuais desterritorializadas abrem uma nova esfera pública em que floresce a liberdade de expressão. A Internet propõe um espaço de comunicação inclusivo, transparente e universal, que dá margem à renovação profunda das condições da vida pública no sentido de uma liberdade e de uma responsabilidade maior dos cidadãos.

Neste sentido, as Comunidades Virtuais do Orkut são impulsionadoras da criatividade humana, da imaginação, devido à visibilidade e à disponibilidade de material que circula na rede, permitindo que a comunicação se intensifique, ou seja, promovem o convívio, o contato, enfim, uma maior aproximação entre as pessoas. Locais em que se estabelecem os laços sociais, espaços em que as pessoas se encontram para conversar sobre assuntos triviais mesmo não estando presentes fisicamente.

Sínteses provisórias

O desenvolvimento do ciberespaço propiciou mudanças significativas nas formas de estar junto. Comunidades virtuais são criadas a partir de uma vontade de comunicação em torno de pontos comuns, pessoas passam a se comunicar constantemente, movidas por identificações que podem ser duradouras ou transitórias, fazendo com que se manifestem a solidariedade, a cooperação, a construção coletiva, a troca de saberes, a ajuda mútua entre quem está distante geograficamente.

A autonomia também se faz presente nestes ambientes quando o protagonista juvenil escolhe as comunidades nas quais tem interesse em participar, na hora de aceitar alguém na sua rede de amigos, ou de fazer parte da rede de alguém, ou ainda quando convida alguém para a sua rede. Neste caso a motivação é individual, é eletiva, subjetiva. É possível inclusive apagar recados enviados para uma pessoa e excluí-la da rede.

Podemos observar que é necessário e fundamental se ter regras de convívio, mesmo no espaço virtual. São regras que permeiam tais relações interpessoais que envolvem ética, bom

senso, respeito, e quando alguém rompe este acordo implícito, são deixadas de lado por um tempo ou excluídas, ‘deletadas’ da rede. Isso faz com que os jovens tenham certos cuidados na hora de mandarem seus recados para não gerarem conflitos maiores, já que este espaço é de acesso público. Quando se criam comunidades do tipo “Eu estudei no...”, “Eu odeio o professor tal” tem que se ter a noção de que outras pessoas terão acesso às manifestações e informações publicadas, o que pode gerar desconfortos, desentendimentos fora do ambiente virtual. Algumas brincadeiras as vezes podem se tornar motivos de crimes, ou processos. A responsabilidade de quem é autor neste espaço passa pela responsabilidade de assumir atos de toda ordem na Internet, pois o que é publicado pode ser rastreado e seu autor pode ser identificado, portanto não se trata de um espaço livre e impessoal e saber lidar com tais fatores é aprender a viver em sociedade.

Destacamos neste estudo o uso do Orkut como mediador comunicacional e o fato de ser um instrumento muito utilizado por jovens brasileiros para estreitar seus laços sociais na era da “sociedade em rede⁵” ou “sociedade da comunicação⁶” burlando de certa forma as ordens estabelecidas dos lugares e criando novas formas de relacionamentos e interação interpessoal.

Referencias

- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede: A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**, v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTELLS, Manuel. Internet e Sociedade em Rede. In MORAES, Dênis de. **Por uma outra comunicação**. 3.ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Tradução de Ephraim F. Alves, 11. ed. Petrópolis: Vozes, 2005, p. 92.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34, 1999.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronaldo Polito e Sérgio Alcides. 2.ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- RECUERO, R. C **Comunidades virtuais - uma abordagem teórica**. Disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel/teorica.htm>. Acesso em 25/05/2008.

⁵ Ver: Castells, Manuel. A Sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

⁶ A sociedade da comunicação é a sociedade em que podemos localizar, construir e compartilhar diferentes ontologias, em uma capacidade intensa de comunicação, pelas tecnologias de produção, transmissão e acesso à informação. As pessoas precisam ser preparadas para lidar com múltiplas identidades decorrentes das múltiplas ontologias com que construirão suas relações. Acesso em 19/06/2008, p.16.

<http://209.85.215.104/search?q=cache:vPDnCbqg0hsJ:www.anped.org.br/reunioes/30ra/trabalhos/GT16-3323--Int.pdf+sociedade+da+comunica%C3%A7%C3%A3o&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=27&gl=br>

RHEINGOLD, Howard. **The Virtual Communit**. Disponível em www.rheingold.com/index.html. Acesso em 26/05/2008.