

## 2

### O Orkut

#### O que é Orkut?

No Brasil, a Internet já reúne 30 milhões de usuários<sup>4</sup>. É a maior consolidadora de audiência do país, atrás apenas da televisão aberta, que atinge 44 milhões de telespectadores. No mundo, o brasileiro é o internauta que passa mais tempo conectado, à frente dos franceses, americanos e japoneses.<sup>5</sup>

O Brasil é o 1º país em usuários cadastrados no *Orkut*, serviço de rede social criado em 2004, cujo nome remete ao engenheiro do *Google* que o desenvolveu, Orkut Buyukkokten. O *site*, que é fruto de um projeto independente com o objetivo de estimular a interação entre as pessoas do mundo inteiro, já congrega 8,7 milhões de participantes brasileiros.








Quando foi criado em 2004, o Brasil figurava em terceiro no ranking de usuários por países, com apenas 5,16% da população total do *Orkut*. Em 2007, o brasileiro tornou-se o maior público do site, responsável por 55,82% de sua audiência. O site só ganhou versão em português um ano após a sua criação, em 2005.

---

<sup>4</sup> Fonte: <http://www.internetworldstats.com>.

<sup>5</sup> Fonte: Pesquisa realizada pelo Ibope/NetRatings, divulgada em dezembro de 2006.

### Ranking de usuários por países<sup>6</sup>







<b>Demografia do Orkut em 31 de Março de 2004<sup>[1]</sup></b>			
	<a href="#">Estados Unidos</a>		51.36%
	<a href="#">Japão</a>		7.74%
	<a href="#">Brasil</a>		5.16%
	<a href="#">Países Baixos</a>		4.10%
	<a href="#">Reino Unido</a>		3.72%
<b>Demografia do Orkut em 12 de Abril de 2007</b>			
	<a href="#">Brasil</a>		55.82%
	<a href="#">Estados Unidos</a>		18.94%
	<a href="#">Índia</a>		13.99%
	<a href="#">Paquistão</a>		1.46%
	<a href="#">Irã</a>		0.72%
	<a href="#">Reino Unido</a>		0.61%
	<a href="#">Japão</a>		0.43%
	<a href="#">Portugal</a>		0.41%
	<a href="#">Canadá</a>		0.37%
	<a href="#">México</a>		0.37%





Os números expostos nos quadros acima não apresentam exatidão, já que muitos usuários criam mais de um perfil ou declaram residir em outros países. Isto se deve a um boato disseminado na rede: os internautas do Brasil, por representarem a maior parte da população do *site*, estariam sendo vítimas de um boicote. Por acreditarem que a lentidão e os erros no sistema o afetavam pelo fato de serem brasileiros, muitos usuários passaram a assumir novas identidades e nacionalidades diferentes.

<sup>6</sup>Fonte: [www.orkut.com](http://www.orkut.com) > notícias (dados extraídos em maio de 2007).

Polêmicas à parte, o *Orkut* é o site mais visitado do país, ultrapassando até mesmo a organização que o gerencia: o *Google*, o maior buscador da Internet. O *Orkut* forma a segunda maior rede social do mundo. E, por isso, tornou-se objeto de análise, devido às suas inúmeras implicações no cotidiano das pessoas que dele fazem parte.

### Dados demográficos<sup>7</sup>

idade		
18-25		58,25%
26-30		11,60%
31-35		5,14%
36-40		2,96%
41-50		3,13%
50+		2,48%

interesses		
Amigos		65,57%
companheiros para atividades		19,89%
Contatos profissionais		20,44%
Namoro		17,90%

relacionamento		
não há resposta		41,19%
solteiro(a)		36,57%
casado(a)		10,92%
Namorando		9,26%
casamento aberto		0,24%
relacionamento aberto		1,81%

A faixa majoritária de idade do usuário do *Orkut* está entre 18 e 25 anos, representando 58,25% dos participantes. De acordo com as estatísticas do *site*, o interesse predominante deste público jovem é na amizade gerada pela rede, apesar de o *Orkut* ser conhecido pelas conexões e tensões que gera nos relacionamentos amorosos. Curiosamente, a maioria dos usuários (41,19%) não declara o seu

<sup>7</sup> Fonte: [www.orkut.com](http://www.orkut.com) > notícias (dados extraídos em 6 de maio de 2007).

estado civil e 36,57% afirmam ser solteiros. Estes números indicam que o *Orkut* pode ser um cenário propício ao encontro de pessoas à procura de um par.

Há, inclusive, um recurso disponibilizado pelo *site* que facilita e torna as relações sociais entre seus membros mais pragmáticas. É a “*crush list*”, uma ferramenta que permite ao sujeito adicionar a uma lista privada – cujo acesso é restrito ao próprio usuário – todos os contatos pelos quais haja algum interesse afetivo ou que reúnam características desejadas para um possível relacionamento amoroso. Esta estratégia permite, ainda, a manutenção da privacidade, uma vez que os alvos do usuário só tomarão conhecimento do interesse se houver reciprocidade. Com a garantia do sigilo eletrônico, essa ferramenta acaba por possibilitar que se invista, simultaneamente, em várias frentes.

Se houver interesse mútuo, a ferramenta se encarrega da aproximação, enviando um e-mail para as ambas as partes envolvidas. Assim, o *Orkut* torna-se o cupido da contemporaneidade. Em lugar da aljava, a rede; da flecha, o correio eletrônico. Para atingir o alvo desejado – o encontro –, basta que o “objeto do desejo” também o adicione à sua lista. Neste sentido, a mediação tecnológica, ao cruzar as informações dos usuários, a partir do recurso da *crush list*, “sem exposição, sem possibilidade de rejeição, sem percalços”, produz uma “espécie de pragmatização do afeto.”<sup>8</sup>

### **O *Orkut* pelo *Orkut***

Em sua página de abertura, o *Orkut* é apresentado como “uma comunidade on-line que conecta pessoas através de uma rede de amigos confiáveis.” Quando foi concebido, a entrada no *site* só era possível mediante convite de um usuário já cadastrado. Hoje, seu uso já está tão disseminado, que basta ter uma conta no *Google* para fazer parte desta grande rede de relacionamentos.

Segundo o próprio *Orkut*, o sucesso do *site* se deve à habilidade dos seus membros de “criar conteúdo e comunidades interessantes.” Hoje, apenas as 50

---

<sup>8</sup>ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de. EUGENIO, Fernanda. *O espaço real e o acúmulo que significa: uma nova gramática para se pensar o uso jovem da Internet no Brasil*. In: NICOLLACI-DA-COSTA, 2006: 75.

principais comunidades do *Orkut* recebem aproximadamente 1,3 milhão de visitantes por dia e contam com mais de 37 milhões de membros<sup>9</sup>.

Ao lado das estatísticas de acesso, é possível ler depoimentos sobre os usuários do próprio *site*, em uma seção intitulada “Como o *Orkut* mudou a minha vida.”

Eu amo o Orkut pq eu conheci o homem da minha vida por causa dele!!! Bru, te amo!!!

**-Camila**

Eu amo Orkut foi através dele q encontrei uma amiga q fazia 25 anos e ã sabia onde ela andava, achei aqui no Orkut. ã é maravilhoso isso? Abraço.

**-Joseneide**

Cara...encontrei o João!!! Pô, um amigo meu que tinha ido embora pros EUA em 1994 e perdemos contato me adicionou ontem...fiquei muito feliz! E pasmem...ele trabalha hoje na mesma área que eu, fazendo exatamente a mesma coisa! :) Já liguei pra ele ontem mesmo e combinamos de nos encontrar na minha próxima ida aos EUA que será em breve! Fantástico!!!

**-Beto<sup>10</sup>**

Mas como explicar a possibilidade de tantos (re)encontros entre pessoas tão distantes? O *Orkut* é baseado na “Teoria dos seis graus de separação,” que resulta de experimentos feitos pelo cientista Stanley Milgram, em 1967, nos Estados Unidos. O experimento foi realizado com 160 pessoas que viviam em Boston e Omaha (Nebraska).

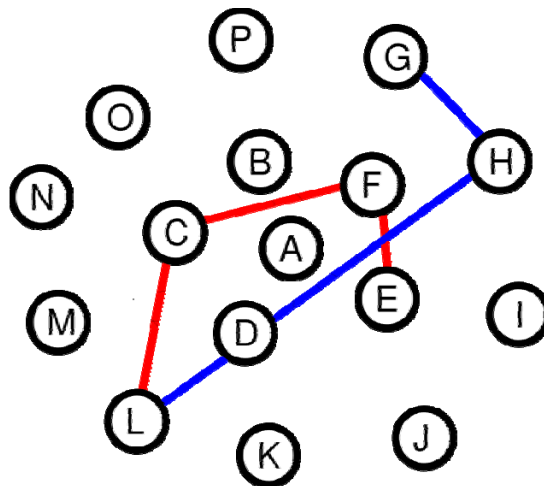
Para cada um dos participantes, o cientista enviou uma correspondência com instruções para chegar a uma pessoa-alvo, originária de Sharon, Massachussets, mas que trabalhava em Boston. A correspondência não poderia ser enviada diretamente à pessoa-alvo. Para entregá-la, era necessário buscar amigos, contatos e pessoas que a conhecessem pessoalmente.

Cada participante deveria escrever o seu nome na correspondência, permitindo que depois fosse possível monitorar o caminho percorrido até o seu destino final. Ao término da experiência, Milgram descobriu que o número médio de intermediários entre os participantes era de seis pessoas. Ou seja, a correspondência passou por, aproximadamente, outros seis atravessadores antes de chegar ao destinatário pretendido.

<sup>9</sup>Fonte: [www.orkut.com](http://www.orkut.com) > notícias.

<sup>10</sup>Fonte: [www.orkut.com](http://www.orkut.com) > notícias.

O método criado por Milgram ficou conhecido como “*small-world*” (mundo pequeno). Neste experimento, o cientista concluiu que é preciso estabelecer apenas seis contatos para atingir qualquer pessoa no mundo. As redes virtuais de relacionamento podem ser formas pós-modernas de comprovar este postulado, já que o engenheiro Orkut Buyukkokten pôde estabelecer uma relação intermediária entre todos os usuários do globo a partir do seu invento.



Legenda: Demonstração gráfica da rede social construída virtualmente no *Orkut*. Suponha que cada amigo é uma letra e está conectado ao outro através do traço. Perceba que uma das distâncias entre L e G (em azul) é de dois degraus, e de L a E (em vermelho) é de três<sup>11</sup>.

Assim como o *Orkut*, a experiência de Milgram nos mostra que vivemos em um mundo relativamente pequeno, se comparado ao tamanho de nossas redes sociais, cujos elos podem ser muito maiores do que o nosso conhecimento. Transpondo a lógica do experimento para o mundo virtual: se tenho dez amigos no *Orkut* e cada um destes têm dez amigos, a rede formada no primeiro grau de separação é de somente dez amigos. E, no segundo, é de dez vezes dez. Ou seja, em apenas dois graus de separação, o sujeito está ligado a cem pessoas. Em seis graus de separação, o número de contatos gerados é 10 elevado à 6ª potência, o que resulta em um milhão de amigos.

Além de oferecer a possibilidade de multiplicar exponencialmente redes de relacionamento, o *Orkut* se destaca pela facilidade de estabelecer contatos entre seus participantes, que ficam disponíveis nas listas de amigos e nas comunidades

<sup>11</sup>Fonte: Wikipédia (<http://pt.wikipedia.org>).

encontradas nos perfis. Estes espaços organizados servem de atalhos para “uma espécie de planta-baixa de um interlocutor qualquer.”<sup>12</sup>

O *Orkut* opera como um catálogo de amigos, em que todos se tornam acessíveis a um clique em um mesmo espaço presentificado. A acessibilidade do Outro torna possível o diálogo – em equidistância espacial – entre “pessoas que, na biografia dos sujeitos, estariam distantes no tempo: amigos de infância, primos de outra cidade, gente que não se vê há muito tempo e com quem talvez não fosse voltar a encontrar.”<sup>13</sup>

Para analisar este fenômeno de comunicação no país, faz-se necessário buscar as tensões que subsistem no ciberespaço – relações entre tempo e espaço; presença e ausência; agregação e dispersão. No *Orkut*, tais binômios não se configuram como antinomias, mas como categorias opostas que não se repelem. Ao contrário, se potencializam pela energia inventiva do sujeito.

Para investigar as novas formas de sociabilidade em rede, é necessário apresentar as principais regras do *site* e as funcionalidades, que fazem dele uma “nova plataforma de vida.”<sup>14</sup> É a partir da utilização heurística de ferramentas pré-formatadas que o usuário se converte em produtor. Nesta apropriação, também se revelam traços do “jeitinho brasileiro”: a disposição para receptividade e experimentação de novidades.

### **As ferramentas para construção de perfis e comunidades no *Orkut***

Para criar um perfil no *Orkut*, o usuário deve cadastrar informações que são separadas em três segmentos: social, profissional e pessoal. O primeiro é destinado para o usuário falar de si mesmo, expor seus interesses, características e visões de mundo.

Além de campos delimitados para religião, orientação sexual, estilo e visão política, há um espaço denominado “Quem sou eu”, que é livre para que o

<sup>12</sup>ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de. EUGENIO, Fernanda. *O espaço real e o acúmulo que significa: uma nova gramática para se pensar o uso jovem da Internet no Brasil*. In: NICOLLACI-DA-COSTA, 2006: 72.

<sup>13</sup>ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de. EUGENIO, Fernanda. *O espaço real e o acúmulo que significa: uma nova gramática para se pensar o uso jovem da Internet no Brasil*. In: NICOLLACI-DA-COSTA, 2006: 73.

<sup>14</sup>NICOLLACI-DA-COSTA, 2006: 29.

sujeito construa sua própria narrativa, com uma grande quantidade de caracteres disponível.

Neste espaço, não há limites para a criatividade. Em uma área supostamente reservada para descrição da personalidade, encontramos textos de autoria do usuário, apropriação de provérbios, piadas, poesias e até mesmo a freqüente advertência: “só adiciono quem eu conheço.”

Interesses como paixões, esportes que pratica, atividades, música, filmes, programas de TV, livros preferidos e gastronomia são também colocados em espaços de discursividade, em que o usuário torna-se autor de seu perfil. Já no segmento profissional, o participante deve selecionar a atividade que exerce e, se desejar, incluir informações sobre seu grau de instrução e planos para carreira.

No terceiro segmento (o pessoal), o perfil do indivíduo é apresentado de forma a facilitar as relações interpessoais. Aqui, a maioria dos campos exige respostas fechadas sobre atributos físicos e até mesmo a respeito de características acerca do tipo de pessoa com a qual gostaria de ser relacionar. No final desta seção, o sujeito é instado a escrever sobre o “par perfeito”; experiências aprendidas em “relacionamentos anteriores”; cinco coisas sem as quais “não consegue viver” e o que “não suporta”. Além disso, pode descrever sua concepção de “encontro ideal” e até mesmo objetos que podem ser vistos no seu quarto. O grau de detalhamento das perguntas – a maioria delas discursivas – revela o objetivo do *site* de se colocar como um canal de exposição da intimidade. Mas este desvelamento é feito a partir do consentimento e da escolha do sujeito, já que os itens são de preenchimento opcional.

Após este extenso cadastro, o participante passa ter sua própria página virtual (*home-page*). Apesar da gramática de campos pré-estabelecidos, percebe-se que os principais espaços destinados à construção do perfil no *Orkut* são textuais, personalizáveis e abertos à liberdade formal. Os nomes das áreas do espaço digital em que o sujeito passa a territorializar sua identidade já revelam a dimensão de propriedade: “meus amigos” e “minhas comunidades.”

A seção mais famosa do *Orkut* é o álbum de recados (*scrapbook*). Cada usuário dispõe de uma página de comentários para interação com seus “amigos”. O termo *scrap* (recado, em inglês) tornou-se tão popular que já foi incorporado ao “dialeto” dos membros do *site*. Nos álbuns pessoais, não é permitida a postagem de mensagens anônimas, já que esta funcionalidade está atrelada ao perfil do



sujeito. Logo, ao publicar a mensagem na página, é divulgado o nome do remetente, junto à sua foto.

Para manter a privacidade, muitos apagam as mensagens recebidas, enquanto outros as mantêm como mais um indicador de popularidade. Neste espaço, o sujeito tem o poder de editar sua própria narrativa, que é costurada pela fala do Outro. Apesar de haver um canal privado para troca de mensagens (o e-mail do *Orkut*), o recurso é ignorado pela maioria dos membros do *site*. Este comportamento reflete a pré-disposição dos usuários à midiaticização de sua vida íntima.

Na página pessoal, o sujeito ainda dispõe de um espaço denominado “Próximos aniversários”, que serve de lembrete para os aniversários dos amigos que estão em sua lista. Este espaço também tem sido apropriado pelo sujeito e transformado em mídia. Os usuários costumam criar perfis falsos para representar e divulgar festas e eventos. Como colocam a data de aniversário do suposto personagem coincidindo com o dia de realização da festividade, garantem um espaço publicitário diário no perfil de todos que o adicionam.

Como o *Orkut* também disponibiliza os números de visitantes que o perfil recebe, é possível ainda medir o impacto destas ações de comunicação, a partir das mesmas métricas que são usadas em um *site* qualquer. Esta funcionalidade está disponível desde de 2006, revelando não apenas o número de visitas que a página recebeu, como também o nome dos cinco último membros do *Orkut* que a visualizaram.

Assim, as estatísticas de acesso podem indicar a popularidade da página e servir como uma ferramenta de “detetive”, por possibilitar a identificação dos usuários. Por conta da repercussão gerada por este recurso, o *Orkut* criou um mecanismo para desativar esta opção, voltando a permitir o acesso anônimo aos perfis. Em contrapartida, esta configuração não permite que o usuário saiba que visitou sua página.

Além do painel de dados e números de acesso, cada usuário tem um espaço reservado para testemunhais de amigos, que podem ser também rejeitados. Caso o sujeito considere que o depoimento escrito agregará valor à sua imagem na rede, ele aceita e, automaticamente, a declaração aparecerá em sua página para que todos os membros do *Orkut* possam vê-la.

Apesar de os testemunhais se destinarem à exposição para o Outro, muitos participantes têm transfigurado o seu uso, utilizando o canal para conversas ocultas. Como a visualização do depoimento na página exige a autorização do usuário, em vez de aceitá-lo, ele lê a mensagem e rejeita. Com isso, cria-se uma comunicação subterrânea, em que as pessoas já avisam o que, na maioria das vezes, está explícito no conteúdo da mensagem: “não é para aceitar este depoimento.”

Além de expor suas opiniões sobre os participantes em depoimentos, no *Orkut* é possível declara-se fã de qualquer amigo de sua lista. A cada fã recebido, uma estrelinha amarela que aparece no perfil. Eis mais um índice de popularidade do site.

No *Orkut*, há a possibilidade de cada participante reunir um grupo de amigos que pode atingir, no máximo, mil pessoas conectadas diretamente. O usuário tem ainda acesso a expressões destinadas a classificá-los como: “desconhecido”, “conhecido”, “amigo”, “bom amigo” e “melhor amigo.” Os amigos também podem ser divididos em subgrupos, criados pelo próprio usuário para melhor organizar sua lista. “Além de amigos, coleciona-se também comunidades.”<sup>15</sup>

Embora as comunidades não possuam restrições à quantidade de participantes, mil é o limite de comunidades que podem ser adicionadas. Na tela, nove é o número máximo de comunidades que permitem a visualização imediata, prescindindo do clique em “ver todas” para abrir a lista completa de grupos. Quando o sujeito pretende construir uma identidade mais seletiva, pode optar pela estratégia de escolher poucas comunidades. Dessa forma, quem acessa os perfis consegue identificar mais claramente os gostos e preferências dos usuários.

Nas comunidades, há duas áreas de interação: o fórum e os eventos. O fórum funciona por meio de tópicos, que são elaborados a partir de um assunto, com um título e texto, permitindo que outros possam lê-los e deixar mensagens. Assim, torna-se possível o diálogo no *Orkut*, porém não de forma instantânea. A não ser que os usuários em questão estejam *online*. Os *eventos* são explanações fixas, que normalmente comunicam algum acontecimento e não podem ser respondidos. Muitos usuários aproveitam a fixidez característica do canal para

---

<sup>15</sup>ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de. EUGENIO, Fernanda. *O espaço real e o acúmulo que significa: uma nova gramática para se pensar o uso jovem da Internet no Brasil*. In: NICOLLACI-DA-COSTA, 2006: 74.

fazer propaganda de si mesmos e até mesmo vender ou divulgar produtos e serviços.

As 195 mil comunidades são os maiores atrativos do *Orkut*. Os grupos de discussões são criados pelos próprios usuários a partir de 28 categorias oferecidas pelo *site*:

- Alunos e Escolas;
- Artes e Entretenimento;
- Automotivo;
- Negócios;
- Cidades e Bairros;
- Empresa;
- Computadores e Internet;
- Países e Regiões;
- Cultura e Comunidade;
- Família e Lar;
- Moda e Beleza;
- Culinária;
- Bebidas e Vinhos;
- Jogos;
- GLS (Gays, Lésbicas e Bi);
- Governo e Política;
- Saúde;
- Bem-estar e *Fitness*;
- Hobbies e Trabalhos manuais;
- Pessoas;
- Música;
- Animais de estimação ou não;
- Esportes e Lazer;
- Religiões e Crenças;
- Romances e Relacionamentos;
- Escolas e Cursos;
- História e Ciências;
- Viagens.

Cada comunidade possui um dono, que pode escolher até dez moderadores para autorizar – ou não – a entrada de um novo membro. Esta opção só está disponível em comunidades moderadas, cujo entrada é restrita. Quando algum usuário comete algum ato considerado impróprio na comunidade, ele também pode ser banido pelo dono ou por algum dos moderadores, temporária ou definitivamente.

O *Orkut* conta ainda com um grande sistema de busca de comunidades e amigos. Recentemente, a ferramenta foi reformulada para que as comunidades pudessem ser localizadas a partir dos tópicos e não apenas por seus nomes. Ao realizar pesquisas, o *site* utiliza um critério decrescente para elaborar um *ranking* de comunidades, partindo das que possuem mais para as que têm menos integrantes.

A busca de pessoas está cada vez mais segmentada. Quando foi criado, o *Orkut* só permitia a localização por nome. Hoje, já é possível recorrer a filtros como sexo, local, idade, tipo de relacionamento, interesses, etnia, orientação sexual, visão política, religião, etc.

### **Regras do *Orkut***

Apesar de pretensa liberalidade que impera na Internet, o *Orkut*, como todo site, possui uma série de regras de acesso e responsabilidades que devem ser assumidas por seus usuários, como liberar o direito para o uso de informações declaradas no perfil, conforme cláusula encontrada no termo de adesão:

Ao submeter, postar ou mostrar quaisquer materiais no ou através do serviço orkut.com, você automaticamente nos dá direitos mundiais, não-exclusivos, sublicenciáveis, transferíveis, sem *royalties*, perpétuos e irrevogáveis, para copiar, distribuir, criar trabalhos derivativos ou executar e exibir publicamente tais materiais.<sup>16</sup>

Há ainda um documento denominado “Estatuto da Comunidade”, que pretende estabelecer os valores compartilhados nas comunidades do *site* e promover um “ambiente positivo.” Assim como as próprias relações estabelecidas via rede, o estatuto é “dinâmico”, passível de alterações “de acordo com as necessidades da ampla comunidade e das ferramentas disponíveis”.

As diretrizes têm o objetivo de “proteger a privacidade, os direitos legais e a satisfação geral dos membros do *Orkut*”. Em todas as comunidades do *Orkut*, há o botão “denunciar abuso”, canal a partir do qual são reportadas as possíveis violações de suas normas. Já nos perfis, está disponível a opção “Falso!

---

<sup>16</sup>Cláusula presente no termo de adesão do *Orkut* ([www.orkut.com](http://www.orkut.com)).

Denunciar”, que gera um relatório para que o *site* possa aplicar políticas de imagem e remover conteúdos considerados inadequados.

A política do *Orkut* sugere que os perfis dos usuários sejam fidedignos à realidade e atendam a “requisitos básicos de identidade.” Como o *site* se propõe a “incentivar interações abertas entre pessoas reais”, as contas devem ser “criadas pela pessoa descrita e retratada na foto.”

É necessário ainda “fornecer informações verdadeiras, exatas e completas ao efetuar a sua inscrição como membro do *orkut.com*.”<sup>17</sup> Além disso, o *Orkut* exige que “todos os usuários deverão estar vivos e ter, no mínimo, 18 anos de idade.” Esta cláusula tem como objetivo inibir a criação de comunidades de ode a pessoas mortas, que hoje já somam milhares de grupos. Também visa a impedir a disseminação de conteúdos que violem as leis do mundo real, como pornografia infantil.

Quanto à publicação de conteúdos no *Orkut*, as restrições formais são ainda mais severas e o não cumprimento pode implicar a suspensão ou cancelamento da conta do usuário. Mas, na prática, as regras não costumam ser respeitadas:

As imagens que aparecem no *orkut.com* não deverão conter nudez, material gráfico de conteúdo sexual ou qualquer outro material que seja considerado explícito pela equipe do *orkut*. A conta não deverá publicar, transmitir ou conter material de ódio ou ofensa à raça, etnia, nacionalidade, religião, sexo ou orientação sexual. A conta não deverá conter ameaças diretas de violência contra qualquer pessoa viva, nem deverá promover atividade perigosa e ilegal.<sup>18</sup>

Apesar da política do *Orkut* determinar que suas contas não devam ser utilizadas para fins comerciais, o serviço tem sido freqüentemente destinado a finalidades que transcendem o uso pessoal. Além de ter se convertido em mídia para o próprio sujeito, o *site* hoje abriga perfis com clara intenção publicitária, cujos personagens são festas, eventos e até mesmo lojas.

Assim, o *Orkut* funciona como um canal de divulgação fácil de usar e gratuito. Por exemplo, um usuário pode criar um perfil com o nome do evento que pretende comunicar e colocar a data em que será realizado no campo destinado à data de seu aniversário.

---

<sup>17</sup>Fonte: [www.orkut.com](http://www.orkut.com) > notícias.

<sup>18</sup>Dados extraídos do *Orkut* em maio de 2007.

A partir desta estratégia, a “carinha” criada para representar o evento aparecerá no perfil de todos os seus “amigos” como aniversariante do mês, no espaço destinado a esse tipo de lembrete. Com isso, a visibilidade para a ação está garantida, já que a imagem só sairá de cena depois que o evento acabar.

Além disso, é possível criar uma comunidade sobre o evento, chamando o seu público-alvo para participar. Ali, estarão reunidos os futuros convidados, que poderão interagir e se conhecerem virtualmente antes de mesmo do evento acontecer. Nesta perspectiva, o *Orkut* se configura como uma eficiente ferramenta de marketing de relacionamento, uma vez que permite ao sujeito dirigir-se apenas a quem lhe interessa.

### **Convergência de mídias**

Com a transformação dos espaços das comunidades e dos próprios perfis em ferramentas de comunicação, os usuários do *Orkut* podem exercitar práticas de “marketing viral”, propagando imagens, idéias e conceitos de si mesmos ou de fatos. Como um “produto”, o sujeito pode construir sua própria “marca” com os dispositivos oferecidos. Mas, como neste *site* não há um emissor central, não há também como controlar o trânsito nem a apropriação de sentido das mensagens. Como um vírus, a imagem do usuário também pode ser infectada.

O poder de disseminação característico das novas mídias interativas gera uma grande ruptura nas relações sociais e na forma de atingir o público. Agora, a partir do canal digital, o sujeito pode escolher o horário e a plataforma em que pretende se comunicar.

No *Orkut*, assistimos à convergência de mídias como forma de agregação de valor ao *site* e, conseqüentemente, ao usuário que dele se beneficia. Texto, imagem, vídeo, SMS (mensagem por celular), ferramentas de busca refinadas e de comunicação instantânea em tempo real se imbricam para ampliar as possibilidades de interlocução entre os atores sociais, aumentando suas funções e instâncias de relacionamento. E, quanto maior forem as instâncias de relacionamento, maiores são as vias de transformação e criação.

A partir do *Orkut* SMS, o usuário pode ser avisado sobre as mensagens que são postadas em sua página. É possível ainda realizar filtros, em que pode ser autorizada a notificação somente de recados enviados por “amigos”. Para evitar a

superlotação da caixa de entrada do celular, há a opção de controlar a quantidades de mensagens a serem recebidas.

Devido à parceria com o maior *site* de vídeos livres da Internet, foi criado um mecanismo que permite ao usuário do *Orkut* adicionar ao seu perfil vídeos postados no *You Tube*.<sup>19</sup> Assim, o sujeito passa a dispor de mais uma poderosa ferramenta audiovisual para projetar sua identidade de forma dinâmica, que supera a retórica da imagem das fotografias estáticas do seu álbum de fotos.

Já a integração com o *Google Talk* – mais novo aplicativo de comunicação instantânea – ofereceu aos *orkutianos* mais um canal de interação com a sua rede de “amigos.” A partir deste programa, toda a lista de amigos do *Orkut* é automaticamente migrada para o comunicador, que avisa imediatamente quando o usuário recebe um novo recado no *Orkut*.

Além de enviar e receber mensagens de texto, o *Google Talk* possibilita a comunicação mediada no computador com uma lógica semelhante a do telefone, usando a tecnologia de voz sobre IP, a mesma já disseminada pelo *Skype*. Para iniciar conversas em tempo real com os “amigos” da lista em qualquer parte do mundo, basta ter um microfone e um alto-falante. O serviço é gratuito e o usuário pode usá-lo durante o tempo que desejar.

### **Orkut: meio frio arrefecido pelo sujeito**

Se o teórico McLuhan ainda estivesse entre nós, como ele analisaria o fenômeno *Orkut*? Resgatando o arcabouço conceitual de um dos maiores entusiastas dos meios de comunicação, encontramos caminhos que podem orientar a nossa reflexão.

O autor propalava a máxima “o meio é mensagem”, sustentando que “o conteúdo de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo.”<sup>20</sup> Bem antes da chegada das novas mídias digitais, McLuhan já antevia seus efeitos, ao observar que os meios de comunicação geram mudanças de padrão, escala ou cadência em nossas vidas. Para ele, as transformações são tão céleres que uma nova tecnologia já nos prepara para a próxima que virá. “As tecnologias começam

---

<sup>19</sup>[www.youtube.com](http://www.youtube.com).

<sup>20</sup>MCLUHAN, 1964: 22.

a desempenhar a função de arte, tornando-nos conscientes das conseqüências psíquicas e sociais da tecnologia.”<sup>21</sup>

Na visão do autor, a arte poderia prover imunidade à sociedade contra as incisões feitas pelos novos meios e tecnologias. No corpo social, as novas mídias provocam efeitos de “vastas cirurgias coletivas”<sup>22</sup>, sem anestésicos. Mas as conseqüências mais profundas de suas tecnologias recém-incorporadas não são sentidas de imediato: “Ao se operar uma sociedade com uma nova tecnologia, a área que sofre a incisão não é a mais afetada. A área da incisão e do impacto fica entorpecida.”<sup>23</sup>

McLuhan enxergava os meios de comunicação como extensões do próprio homem, uma vez que provocam alterações em nossa maneira de nos relacionar com mundo: “qualquer invenção ou tecnologia é uma extensão ou auto-amputação de nosso corpo, e essa extensão exige novas relações e equilíbrios entre os demais órgãos e extensões do corpo.”<sup>24</sup> Os efeitos da tecnologia atingem as estruturas da percepção, introduzindo novos hábitos. Segundo o autor, “é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas.”<sup>25</sup>

Além de descrevê-los como prolongamentos humanos, McLuhan classificava os meios em quentes e frios, de acordo com o grau de interação do sujeito e o volume de informação que ele opera: “um meio quente permite menos participação do que um frio.”<sup>26</sup> Enquanto os meios quentes se referem à grande saturação de dados, os meios frios são de “baixa definição, pois fornecem pouca informação visual.”<sup>27</sup> O autor explicava que “os meios quentes não deixam muita coisa a ser preenchida ou completada pela audiência.”<sup>28</sup>

Nos critérios mcluhanianos, o *Orkut* se enquadraria como meio frio, em que há baixa definição da informação e uma maior participação sensorial do sujeito. Com a possibilidade de troca de mensagens entre inúmeros usuários, o *site* de relacionamento estimula o efeito dos sentidos. O *Orkut* se transforma em um ambiente sinestésico, onde são realizadas novas experiências não apenas

---

<sup>21</sup>MCLUHAN, 1964: 12.

<sup>22</sup>MCLUHAN, 1964: 84.

<sup>23</sup>MCLUHAN, 1964: 84.

<sup>24</sup>MCLUHAN, 1964: 63.

<sup>25</sup>MCLUHAN, 1964: 23.

<sup>26</sup>MCLUHAN, 1964: 39.

<sup>27</sup>MCLUHAN, 1964: 38.

<sup>28</sup>MCLUHAN, 1964: 38.



comunicacionais, mas cognitivas e significacionais. “Se a tecnologia gera signos, do ponto de vista da cultura gerenciada pelos meios, a tecnosfera é manancial significativo na constituição da semiosfera – o domínio da semiose, da produção e da interação dos sistemas de signos da cultura.”<sup>29</sup>

Enquanto os meios de comunicação de massa propalavam discursos para a estandardização do sujeito, as novas mídias não são voltadas para arquétipos, histórias pré-fabricadas e uniformes. Nestes canais, é outorgado ao usuário o direito de criar suas próprias narrativas a partir dos recursos tecnológicos disponíveis. Assim, é acionada possibilidade de diferenciação, numa tentativa de resgatar a autoria e ativar as pulsões por alteridade.

### **A escrita no *Orkut***

*“Texto é como uma partitura musical, suscetível de execuções diferentes.”<sup>30</sup>*  
(Paul Ricoeur)

No *Orkut*, tudo é texto. Refletir sobre este site de relacionamento também é pensar na resistência de uma forma de comunicação que é, em si, primitiva – a escrita. O *Orkut* constrói um ambiente virtual baseado em texto, em que se entrelaçam linguagens gráficas. Aqui a imagem é coadjuvante e o texto exerce o papel central em uma cultura cada vez mais audiovisual.

A imagem da palavra desliza na superfície, gerando pertencimentos que se dão no plano. Todas as relações sociais são tecidas pela via discursiva. É o discurso que compõe o canal. Enquanto o texto nas novas mídias é caracterizado pelas transversalidades do hipertexto, a construção textual no *Orkut* segue uma gramática que tem como regra principal garantir a interlocução.

Na rede digital, a polaridade entre um centro emissor ativo e receptores passivos é desfeita. As interfaces tecnológicas instituem um espaço transacional, que proporciona uma interação entre todos e todos. E não mais entre um e todos.

---

<sup>29</sup>MACHADO, Irene. *Mídias como expansão dos códigos culturais: a história da cultura segundo Mc Luhan*. In: CONTRACAMPO: Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação, p. 52.

<sup>30</sup>RICOEUR, 1997: 287.

No ciberespaço, cada um é potencialmente emissor e receptor. Valorizam-se a experiência e a competência comunicativa dos receptores.

O novo imaginário imaterial dissolve a dicotomia sujeito-objeto e a relação produtor-produto, com suas possibilidades infinitas de conexão e retroalimentação. Na medida em que a técnica amplia o circuito da recepção, o agente – o emissor – se perde. O ruído vem do emissor e não mais do canal, subvertendo os papéis. Contrariando a teoria matemática da comunicação, o ruído, em vez de gerar entropia, agora é propulsor de novas narrativas.

O ruído, que ativa a interlocução entre os usuários do site, torna-se mais uma via para potencializar a comunicação. É a explosão narrativa, que faz do leitor um colaborador. Os *scrapbooks* (álbum de recados) do *Orkut* tornam-se trabalhos inacabados, a serem concluídos pelos seus próprios membros, que enviam e recebem mensagens. Com o apagamento dos recados, borram-se os caminhos percorridos pelo sujeito no ciberespaço, dificultando a “investigação” de sua subjetividade.

Mas a “recepção de uma mesma mensagem por diferentes sistemas não é a garantia de mesmos significados.”<sup>31</sup> No *Orkut*, o trânsito de significados deslocados de seus significantes ampliam a polissemia. Qualquer usuário-leitor pode interpretar o texto do Outro, o que pode gerar atritos e curtos-circuitos na comunicação.

Para dar conta de fenômenos contemporâneos como o *Orkut*, é preciso realizar uma revisão dos referentes teóricos dos modelos clássicos de comunicação: “As teorias da comunicação precisam ser reconfiguradas em termos de interatividade, dispersão e representação tecnológica.”<sup>32</sup> A linearidade não pode mais ser a perspectiva que orienta a comunicação. É necessário abarcar as transversalidades do processo, as diferentes vozes e os deslocamentos dos lugares de fala.

No *Orkut*, podem-se verificar estes deslocamentos na participação ativa de emissores e receptores. Um dos maiores emblemas do site é a possibilidade do usuário gerar seu próprio conteúdo. Esta rede de relacionamentos constitui-se como um fenômeno de produção de conteúdos descentralizados.

---

<sup>31</sup>PEREIRA, Vinícius Andrade. *As tecnologias de comunicação como gramáticas: meio, conteúdo e mensagem na obra de Mc Luhan*. In: CONTRACAMPO: Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação, p. 13.

<sup>32</sup>DRUCKREY, Timothy. *Fronteiras da mudança*. In: LEÃO, 2005: 392.

Nas novas mídias, as mensagens são separadas – no tempo e no espaço – de sua fonte de emissão. Muitas vezes, por serem recebidas fora de contexto, estão suscetíveis a interpretações divergentes. Os sentidos são ativados com a entrada da subjetividade humana no circuito. O texto só adquire significado à medida que o leitor-produtor trilha suas vias de leitura: “O espaço do sentido não preexiste à leitura. É ao percorrê-lo, ao cartografá-lo que o fabricamos, que o atualizamos.”<sup>33</sup>

Para compreender o processo de produção de sentido nas interfaces digitais, será necessário resgatar conceitos de Pierre Lévy, que diferenciam “atualização” de “realização.” Segundo o autor, o ato de leitura é uma “atualização das significações de um texto”<sup>34</sup> e não uma “realização”, que limita a polissemia do texto. O texto, em uma mídia impressa, é mais propenso à realização, enquanto, no ciberespaço, transforma-se em “problemática textual.”<sup>35</sup>

Na tela, por não estar realizado por completo, o texto ganha uma nova plasticidade. O suporte digital amplia as condições de produção de sentido, possibilitando diversos tipos de escritas e leituras coletivas.

Escutar, olhar, ler equivale finalmente a construir-se. Na abertura ao esforço de significação que vem do outro, trabalhando, esburacando, amarrotando, recortando o texto, incorporando-o em nós, destruindo-o, contribuimos para erigir a paisagem de sentido que nos habita. O texto serve aqui de vetor, de suporte ou de pretexto à atualização de nosso próprio espaço mental.<sup>36</sup>

Cada usuário pode participar da estruturação de um hipertexto, formando novas ligações. O hipertexto resulta do agenciamento de conexões entre os sujeitos e da própria estrutura da interface de navegação. “A partir do hipertexto, toda leitura se tornou um ato de escrita.”<sup>37</sup>

Segundo Lévy, o texto virtualiza-se quando seus significados são “atualizados” a partir da leitura. É como se o texto adquirisse vida própria. De acordo com o autor, a virtualização não aniquila nem decreta o seu desaparecimento, mas desvela a sua essência – o “devir do texto.”<sup>38</sup>

---

<sup>33</sup>LÉVY, 1996: 36.

<sup>34</sup>LÉVY, 1996: 41.

<sup>35</sup>LÉVY, 1996: 42.

<sup>36</sup>LÉVY, 1996: 37.

<sup>37</sup>LÉVY, 1996: 46.

<sup>38</sup>LÉVY, 1996: 50.

Não há mais um texto, discernível e individualizável, mas apenas texto, assim como não há uma água e uma areia, mas apenas água e areia. O texto é posto em movimento, envolvido em um fluxo, vetorizado, metamórfico.<sup>39</sup>

Ao afirmar que “não há mais um texto”, Lévy parece decretar a morte do sujeito, já que o texto circula no ciberespaço livremente sem autor. Apesar da autoria também estar dessacralizada no *Orkut*, na medida em que todos podem se tornarem autores, o *site* resgata a escritura “discernível e individualizável”, devido à sua forma de publicação que não permite que o texto seja dissociado de seu emissor, ainda que virtualizado e passível aos movimentos, fluxos e intervenções do leitor.

Na tela do *Orkut*, o texto desloca-se em diversos movimentos de virtualização, que podem ser analisados a partir das três operações recortadas por Lévy: as gramaticais, as dialéticas e as retóricas. A primeira consiste em recortar e articular elementos virtuais. Já a segunda promove substituições, colocações em correspondência e processos rizomáticos de desdobramentos. E a terceira caracteriza-se pela emergência de mundos autônomos e pela criação de agenciamentos de signos, de coisas ou de indivíduos, independente de qualquer referência a uma “realidade” prévia. Neste sentido, a operação retórica torna-se a principal fonte de novas idéias.

Os textos digitais, construídos a partir da colaboração de diversos atores, tornam-se obras de criação coletiva. Como todos podem se tornar escritores de suas próprias histórias em contextos interativos, as novas interfaces como o *Orkut* problematizam a dessacralização do autor e nos trazem diferentes ângulos de leitura. Segundo Lévy, a digitalização estabelece um “imenso plano semântico, acessível em todo lugar”<sup>40</sup>, em que é possível interferir na produção.

Flutuando no oceano de signos do ciberespaço, os textos desterritorializados encontram suportes de ancoragem no *Orkut*. Apesar de tenderem à fragmentação e à dispersão, os textos sempre serão remetidos ao seu emissor, já que a fotografia do usuário o acompanha em seus trajetos digitais. No *Orkut*, não é possível enviar uma mensagem a outro participante sem se identificar, pois a autenticação do usuário é inerente à própria estrutura de navegação do *site*.

---

<sup>39</sup>LÉVY, 1996: 48.

<sup>40</sup>LÉVY, 1996: 49.

Além disso, os espaços destinados à discussão e os álbuns de recados dos perfis podem ser analisados como espaços de territorialização dos comentários, que encontram moradas virtuais até serem apagados ou substituídos por outras mensagens. Em seus álbuns de recados (*scrapbooks*), usuários que têm o hábito de apagar textos recebidos costumam falar diretamente com seus leitores, avisando-os sobre o provável “destino” das mensagens postadas. Ao mesmo tempo em que esta advertência pode revelar a vontade do sujeito de minimizar sua exposição na rede, ela é o próprio reconhecimento de que o espaço referido está aberto ao olhar do Outro. E este aviso pode gerar ainda mais curiosidade, fazendo com que o público acesse o *site* com maior frequência, na tentativa de ler os comentários alheios antes que sejam apagados.

Inicio | Amigos | Mensagens | Comunidades | Pesquisar | Notícias

Configurações | Ajuda | Sair

pesquisar **orkut**

visualizar  
dicas de formatação  
enviar

seu texto contém 0 caracteres

**página de recados de Allan**

primeira | < anterior | próxima > | última

04/08/06

primeira | < anterior | próxima > | última

**Allan Simon**  
masculino, 26  
Brasil

ver perfil  
ver amigos

**Allan:**  
LEITO E APAGO. LEITO E APAGO.

Inicio | Amigos | Mensagens | Comunidades | Pesquisar | Notícias

Configurações | Ajuda | Sair

pesquisar **orkut**

visualizar  
dicas de formatação  
enviar

seu texto contém 0 caracteres

**página de recados de Laiza**

primeira | < anterior | próxima > | última

30 Abr

primeira | < anterior | próxima > | última

**Laiza Lopes**  
feminino, namorando  
Brasil

ver perfil  
ver amigos

**Laiza:**  
"Eu te deixo ser, deixa-me ser então."  
Clarice Lispector

Inicio | Amigos | Mensagens | Comunidades | Pesquisar | Notícias

Configurações | Ajuda | Sair

pesquisar **orkut**

visualizar  
dicas de formatação  
enviar

seu texto contém 0 caracteres

**página de recados de Patriza**

primeira | < anterior | próxima > | última

08/12/06

primeira | < anterior | próxima > | última

**Patriza Landi**  
feminino, namorando  
Brasil

ver perfil  
ver amigos

**Patriza:**  
quer saber da minha vida vai na macumba!

Como observamos nos exemplos acima, no *Orkut*, é o usuário que orienta os caminhos do hipertexto e cria suas veredas levando em conta a recepção do leitor. Ele é quem decide se deixará ou não rastros no espaço digital. “Nesse novo ambiente, cabe ao leitor escolher seu percurso de leitura entre os diferentes *links* e construir a coesão e a coerência entre os diferentes segmentos textuais acessados.”<sup>41</sup>

Em contrapartida, os usuários que optam por deixar seus recados expostos oferecem ao público trilhas para sua intimidade, uma vez que o leitor pode acompanhar os percursos atravessados pelo sujeito no ciberespaço. Ao clicar de recado em recado, o leitor envolve-se na trama da escritura do Outro e se enreda nos desdobramentos dos seus textos, além de ter a possibilidade de conhecer novos perfis e diferentes formas de produção de subjetividade.

Os trajetos a serem percorridos pelo hipertexto podem ser vistos como processos semióticos, já que são sistemas abertos de representações e de signos. Nestes percursos, estabelecem-se também operações dialéticas: a troca recíproca de argumentos entre os sujeitos e a relação entre partes que passam a significar-se mutuamente. “Um hipertexto é a matriz de textos potenciais, sendo que alguns deles vão se realizar sob o efeito da interação com um usuário.”<sup>42</sup>

Neste sentido, o hipertexto possui uma topologia livre, propensa a associações, caminhos, sinuosidades, portas, filtros e ligações. Seu relevo é mutante, resulta da fusão de elementos visuais, sonoros e táteis.

Os novos modos de enunciação digital imbricam texto, imagem e som, gerando uma escrita idiossincrática e icônica. A integração de várias mídias cria ambientes comunicacionais dinâmicos, plurais e mais envolventes. A comunicação multilateral e a integração de recursos potencializam formas de interação semiotizadas.

A escrita no *Orkut* obedece a uma gramática própria, caracterizada pela sua brevidade e capacidade de apontar diretamente suas referências. Os fragmentos de textos que transitam pelo *site* não precisam estabelecer uma relação semântica entre si. Os textos são janelas para outros textos, cujas tessituras promovem sempre novas conexões e interpretações.

---

<sup>41</sup>BRAGA, Denise Bértoli. *A comunicação interativa em ambiente hipermídia: as vantagens da hipermodalidade para aprendizagem no meio digital*. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio. XAVIER, Antônio Carlos (orgs). *Hipertextos e gêneros digitais*, p. 160.

<sup>42</sup>LÉVY, 1996: 40.

A gama de projeções discursivas e de possibilidades de colagens faz do hipertexto uma ferramenta hipermediática, que adiciona à sua superfície outras formas de (inter)textualidade. Os novos comportamentos comunicativos ativam o uso da língua enquanto prática interativa. Os dispositivos tecnológicos invocam a natureza enunciativa da linguagem.

A produção escrita no formato de diálogo, além da possibilidade de conversas paralelas entre os usuários – reservadas ou escondidas dos demais participantes –, desconstrói a oposição antes existente entre fala e escrita. Para McLuhan, a palavra escrita desafia o que é imediato e implícito na palavra falada. Assim como Lévy, McLuhan também corrobora a visão sobre os impactos da tecnologia na enunciação e nos usos sociais da língua.

Como as línguas são tecnologias, no sentido de constituírem prolongamento ou expressão (exteriorização) de todos os sentidos ao mesmo tempo, ficam elas mesmas imediatamente sujeitas ao impacto ou intrusão de qualquer mecânica de algum sentido. Isto é, a escrita afeta diretamente a palavra não só em suas inflexões e sintaxe, como também em sua enunciação e usos sociais.<sup>43</sup>

No *Orkut*, a língua é ressignificada pelos próprios usuários. Na tentativa de fazer da escrita uma fala, a comunicação que se estabelece neste *site* recai em uma função eminentemente fática. Muitas vezes, as falas se perdem na imensidão do ciberespaço. Os diálogos, algumas vezes, se limitam a reiterar a alimentação do canal, que deve estar sempre aberto à interlocução.

O *site* de relacionamentos possibilita formas de interação síncronas (em tempo real) e assíncronas (deslocadas das circunstâncias de produção). O tempo de resposta ou até mesmo o *feedback* imediato dependerá da disponibilidade e da reciprocidade dos usuários.

Como toda escritura está aberta a diferentes olhares no mundo digital, o hipertexto *orkutiano* se estrutura como um lugar de co-produção de sentidos, cuja arquitetura otimiza o espaço de livre exposição, de construção e de fluxos de múltiplos discursos. Diante das questões levantadas neste capítulo, surge uma indagação: para acompanhar as transformações da escrita neste meio, será necessário um letramento digital?

---

<sup>43</sup>MCLUHAN, 1968: 63.

No mundo virtual, o sujeito sempre encontrará um interlocutor disposto a ouvi-lo sobre qualquer assunto. Apesar de muitas vezes parecerem banais e corriqueiros, são simples impressões do dia-a-dia e detalhes da vida cotidiana que garantem a aproximação com o Outro e conquistam sua confiança.

Assim, estabelece-se uma relação de cumplicidade com o público, construindo vínculos em comum a partir de confissões, relatos e pequenas afinidades: “O leitor se sente escolhido, eleito para função de confidente, nada mais prodigioso.”<sup>44</sup> O usuário encontra no Outro um pouco de si mesmo. Para ser lido e se ver, o sujeito precisa do Outro, que lhe serve de espelho. Nesta perspectiva, vale lembrar uma passagem do romancista Bernardo Carvalho: “Livrar-se do outro é também perder a consciência de si.”<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup>SCHETTINE, 2004: 71.

<sup>45</sup>CARVALHO, 2005: 67.