

## **ORKUT: perfil do uso e dos usuários do site de redes sociais virtuais<sup>1</sup>**

Ruleandson do Carmo Cruz\*

### **Resumo**

Conceitua redes sociais, redes sociais virtuais, comunidades e comunidades virtuais. Descreve a evolução das redes sociais virtuais e das comunidades virtuais. Reúne resultados de alguns dos recentes levantamentos quantitativos sobre o uso e os usuários de sites de redes sociais virtuais em todo o mundo, destacando o grande uso desses pelos países latinos e enfatizando o Orkut no Brasil. Contextualiza o referido site historicamente, conceituando-o enquanto ferramenta agregadora de redes sociais virtuais e comunidades virtuais. Apresenta as principais modificações realizadas no Orkut, a partir de solicitações dos próprios usuários. Destaca algumas constatações qualitativas sobre o uso do site e as principais causas apontadas para justificar o grande acesso ao Orkut pelo internauta brasileiro.

**Palavras-chave:** Orkut. Histórico do Orkut. Redes Sociais Virtuais. Comunidades Virtuais. Usuários do Orkut. Usos do Orkut.

### ***ORKUT: profile of virtual social networks use and users***

#### ***Abstract***

*This article conceptualizes the social networks, the virtual social networks, communities and virtual communities. It describes the social networks and the virtual communities' evolution. It also congregates the results of some recent qualitative researches about networks uses and users from all over the world, highlighting the great use of those features in Latin countries, and also emphasizing the Orkut in Brazil. It contextualizes historically the mentioned site, appraising it as a digital tool which aggregates social networks and virtual communities. It presents the main modifications accomplished at Orkut based upon users' requests. It points out some qualitative findings about the use of the site and the main causes pointed to justify the great access to Orkut by Brazilian internet users.*

**Keywords:** Orkut. Orkut Historcial. Virtual Social Networks. Virtual Communities. Orkut Users. Orkut Uses.

### **Introdução**

Dentre os vários websites voltados diretamente à formação de redes sociais virtuais, o Orkut pode ser citado como o principal desses em uso no Brasil. O Orkut é o site mais acessado pelo usuário brasileiro da Internet (MARTINS, 2008). Tal usuário corresponde a cerca de 50% dos mais de 60 milhões de membros do citado site (NUNES, 2009a).

---

<sup>1</sup> Artigo publicado na Revista Eletrônica Memex do PPGCI-UFMG (2009).

Entretanto, mesmo com o êxito do Orkut no Brasil, a quantidade de acessos e usuários do site no restante do mundo aponta para uma situação diferente do cenário nacional. Em ranking dos números de acesso mensal, pelos usuários norte-americanos (KAZENIAC, 2009), aos principais sites voltados à formação de redes sociais virtuais, o Orkut ocupa apenas a 21<sup>a</sup> posição. Comparando os dados sobre o Orkut, anteriormente apresentados, percebe-se o maior impacto do site no Brasil.

Além das avaliações quantitativas, alguns cientistas têm realizado análises qualitativas relacionadas ao uso do Orkut, identificando, por exemplo, a apropriação do site pelo brasileiro (Recuero, 2009a, 2009b), dentre outros estudos<sup>1</sup>.

No entanto, apesar da importância dada ao Orkut pelo internauta no Brasil, os dados de utilização do site, bem como informações históricas e constatações qualitativas acerca dos usuários, encontram-se espalhados por diversos estudos. Assim, percebe-se uma lacuna nas pesquisas, relacionada à falta de um estudo que agrupe as citadas questões e descreva o constante desenvolvimento do site.

Desse modo, o objetivo principal deste artigo é reunir os principais levantamentos quantitativos concernentes ao acesso do brasileiro ao Orkut, traçando, assim, um perfil geral do uso e dos usuários do Orkut no Brasil. Objetiva-se também revisar as considerações qualitativas sobre tais questões e acerca das motivações para o êxito do site entre o internauta brasileiro. Acredita-se que, ao agrupar tais informações, esse trabalho possa sensibilizar novas pesquisas a dedicarem atenção a alguns dos aspectos do Orkut a serem apresentados.

## **1 Redes sociais virtuais, comunidades virtuais e o Orkut nesse cenário**

Antes de contextualizar e definir o Orkut faz-se necessária a apresentação objetiva de alguns conceitos intrínsecos ao site em estudo, como: redes sociais; redes sociais virtuais; comunidades; e comunidades virtuais.

### **1.1 Redes sociais e redes sociais virtuais**

A Internet é a espinha dorsal da comunicação mediada pelo computador (CMC), por ser a rede que liga a maior parte das redes. Apesar das desigualdades e de fatores como a exclusão digital, a Internet é hoje o meio de comunicação interativo universal via computador da Era da Informação<sup>2</sup> (CASTELLS, 2002).

No entanto, rede social não é realidade exclusiva à Internet. Bem antes da teia mundial de computadores agrupar pessoas com interesses comuns, a definição de redes e comunidades era discutida, por exemplo, pela sociologia, clássica e contemporânea (Recuero, 2001). A idéia de redes sociais também já estava presente nas vias de comunicação informais dos cientistas, os chamados colégios invisíveis, discutidos desde os anos 1960 (Moreira, 2005).

Segundo Alcará, Di Chiará e Tomaél (2005) “a própria natureza humana nos liga a outras pessoas e estrutura a sociedade em rede” (p. 93). Nessa estruturação, “os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos” (Recuero, 2009c, p. 25). Assim, ao conceituar rede social, Marteleto (2001) a define como: “conjunto de participantes autônomos, unindo idéias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” (p. 72).

Transpondo a metáfora de rede para o ambiente *online*, Recuero (2009c) define rede social virtual como a “teia de conexões que espalham informações, dão voz às pessoas, constroem valores diferentes e dão acesso a esse tipo de valor [capital social]” (p. 25). Para Marteleto e de Oliveira e Silva (2004), capital social são “normas, valores, instituições e relacionamentos compartilhados que permitem a cooperação dentro ou entre os diferentes grupos sociais” (p. 44)

Segundo Recuero (2009c) um site que proporciona conexões entre as pessoas não é uma rede social, é apenas um site (p. 25). Assim, pode-se compreender que os sites voltados exclusivamente à formação de redes sociais virtuais são, por si só, apenas sites, pois as redes sociais virtuais e as comunidades virtuais são formadas a partir do uso desses sites, que só não são redes sociais.

## **1.2 Comunidades e comunidades virtuais**

Ao analisar o conceito de comunidade, Recuero (2001) diz que o termo “evoluiu de um sentido quase ‘ideal’ de família, comunidade rural, passando a integrar um maior conjunto de grupos humanos com o passar do tempo” (p. 4).

Nesse sentido, Sennet (1997) apud Recuero (2001) observa que a visão da comunidade como território limitado foi substituída pela noção de pessoas com pensamentos semelhantes. Assim, a autora diz que a CMC, ao afetar a sociedade e a noção de comunidade, motivou grande parte dos autores a definir as comunidades surgidas em seu âmbito como comunidades virtuais (p. 6).

Desse modo, para Rheingold (1996) apud Castells (2002), a comunidade virtual, formalizada ou formada espontaneamente por redes sociais, caracteriza-se como uma rede eletrônica de comunicações interativas e organizacionais ao redor de interesses ou fins em comum, embora às vezes a comunicação se torne a meta.

Primo (1997) analisa a interatividade entre os membros como a base de uma comunidade virtual. Sobre tal interatividade, Jones (1997) apud Recuero (2001) diz que nas comunidades virtuais os membros interagem a partir de tópicos que os interessam, por meio de: (1) Interatividade que pressupõe respostas a mensagens anteriores; (2) Grande número de pessoas que se comunicam; (3) Espaço público em comum na CMC; (4) Quantidade mínima de usuários que mantenham a interatividade.

### **1.3 Sites voltados à formação de redes sociais virtuais no mundo, nos países latinos e no Brasil**

A ARPANET é a primeira rede de computadores. Iniciada em 1969, ela origina a Internet, formada em 1980 (CASTELLS, 2002). Spyer (2007) citado por Lima Junior (2008) ressalta que o primeiro software para comunicação coletiva de grande escala é o *Electronic Information Exchange System*, lançado em 1972, com o objetivo de preservar o anonimato dos participantes, organizar a comunicação entre muitas pessoas, e facilitar o contato entre os indivíduos, independentemente da localidade física territorial.

Anos depois, em 1979, segundo Lima Junior (2008), é lançada a Usenet, um sistema mundial de discussões, que permite a transferência de arquivos, e-mails e, por meio da postagem em *newsgroups*, a troca de mensagens entre computadores. De acordo com o autor, em seu auge, a Usenet torna-se a maior rede de fóruns, com 6.000 grupos de discussão e 30 milhões de usuários.

Para Lima Junior (2008), a WELL (*Whole Earth' Lelectronica Link*), comunidade virtual criada em 1985 em meio ao impacto da contracultura nos EUA, é uma das pioneiras e mais influentes comunidades virtuais do mundo. Tendo como temáticas a educação e o acesso às ferramentas informacionais, a WELL é baseada na publicação impressa *Whole Earth Catalog*, que circula em alguns países entre 1968 e 1998.

De acordo com o autor, a WELL é um “local digital para a troca de informações, estabelecendo-se como uma das primeiras redes sociais que tinha como foco o desenvolvimento pessoal e profissional dos usuários” (p. 26). Desse modo Turner (2005) citado por Lima Junior (2008) observa que a WELL criou o modelo das possibilidades interativas da CMC, enquanto Hafner (1997) citado por Lima Junior (2008) ressalta que os *scraps* - sinônimo de recado nas comunidades virtuais contemporâneas - são criados na WELL, assim como a possibilidade de criação de um perfil permanente dentro do sistema, como verifica-se hoje em outros sites voltados à formação de redes sociais virtuais.

Assis, Dias e Rojo (2005, *online*) dizem que a WELL é a primeira comunidade virtual a realizar o compartilhamento de interesses por meio de fóruns, sendo que:

Na década seguinte, outros recursos passaram a integrar as comunidades virtuais, como o sistema BBS (*Bulletin Board Systems*) e os Grupos de Discussão via e-mail. Após o desenvolvimento dessas tecnologias, vários outros programas que permitem a formação de redes sociais *online* surgiram no ciberespaço, como as salas de bate-papo e os comunicadores instantâneos (DIAS; ROJO, 2005, *online*)

Entre os usuários da Internet o que, inicialmente, provoca grande empolgação é a comunicação via e-mail, que se torna, nesse período, o uso mais popular da comunicação entre computadores em escala mundial (CASTELLS, 2002). No entanto, se o e-mail ocupa, no início, a posição de ferramenta dentre as TIC (tecnologias da informação e da comunicação) com maior uso na Internet, o quadro hoje está alterado. Estudo realizado pela Nielsen Online indica que o tempo utilizado pelos internautas para acessar sites voltados à formação de redes sociais virtuais supera o tempo utilizado para acessar ao e-mail. A pesquisa aponta, conforme anteriormente citado, que cerca de 10% do tempo mundial conectado à Internet

refere-se à visitação dos sites voltados à formação de redes sociais virtuais, hoje, acessados por dois terços da população global *online* (KEBEDE, 2009).

Para Martins (2007) o sucesso de tais sites de relacionamentos em formato de comunidade virtual começa em 1995. Para o autor, os principais e primeiros sites do tipo são: Classmates, o primeiro deles, lançado em 1995, nos EUA, com o objetivo de os usuários encontrarem antigos amigos da escola; SixDegrees, lançado em 1997, precursor da visualização que mostra quem é amigo de quem; Friendster, lançado em 2002, responsável por popularizar as comunidades virtuais, e que recebe, quando lançado, cerca de 1 milhão de visitantes por mês; My Space, lançado em 2003, com inclinação musical, torna-se, em 2004, a maior comunidade virtual do mundo com cerca de 100 milhões de usuários; Orkut, lançado em 2004, com acesso restrito a convidados; FaceBook, lançado em 2004 para reunir estudantes, mas que se abre a todos em 2006.

O estudo anteriormente apresentado da Nielsen Online revela que o Facebook é hoje o website dedicado à formação de redes sociais virtuais mais popular do mundo, com cerca de 108,3 milhões de usuários, entretanto, as preferências variam de acordo com o país. Segundo a pesquisa do referido instituto, países como, por exemplo, Austrália, Espanha, Suíça, França, Reino Unido e Itália utilizam mais o Facebook, enquanto os norte-americanos preferem o MySpace, o Japão acessa com mais frequência o Mixi, e os brasileiros tem o Orkut como campeão de acessos (KEBEDE, 2009).

Pesquisa publicada pelo jornal Le Monde (2008) apresenta um mapa de como os sites de redes sociais virtuais se espalham pelos cinco continentes do globo. O estudo mostra os cinco sites de redes sociais virtuais mais acessados, na ocasião, em cada continente, revelando serem eles - em listagem dos continentes por ordem alfabética e dos sites mais acessados por ordem decrescente: Facebook, Hi5, Netlog, Yonja, e Skyblog, na África; MySpace, Facebook, Bebo, GaiaOnline, e Nexopia, na América do Norte; Orkut, Hi5, Metroflog, MySpace, e Windows Live Spaces, na América Latina; Friendster, Cyword, Orkut, Mixi e MySpace, na Ásia; e Bebo, My Space, SkyBlog, Facebook e Netlog, na Europa.

Nesse sentido, reportagem da revista Carta Capital sobre estudo do Ibope Net Ratings (PINHEIRO, 2008) mostra que os países de cultura latina estão entre os

líderes globais na participação de seus internautas em tais redes, ficando entre os cinco primeiros colocados, sendo eles, pela ordem: Brasil (78,4%), Japão (73,7%) – única exceção, França (62,9%), Itália (62,7%) e Espanha (59,9%). Enquanto isso, segundo o estudo, países anglo-saxões participam menos dos sites de redes sociais virtuais, como Reino Unido (57,7%), Estados Unidos (57,3%), Austrália (53,2%), Suíça (38,9%) e Alemanha (35%). Marcelo Coutinho - diretor de análise de mercado do Ibope Inteligência e estudioso das interações entre usuários das ferramentas da chamada Web 2.0 - ao comentar a citada pesquisa, ressalta, na referida reportagem:

estamos falando da vanguarda da internet, o uso de redes sociais, um baluarte da chamada Web 2.0 e acabamos reproduzindo um estereótipo velhíssimo, o da sociabilidade dos latinos, aquela coisa gregária, de aproximação, de menos formalidade, oposto à suposta frieza dos anglo-saxões. Estamos reproduzindo no século XXI um conceito que vem de centenas de anos (PINHEIRO, 2008, *online*)

Enquanto líder mundial em participação nos sites de redes sociais virtuais e inserido no contexto de maior participação dos países de cultura latina em tais sites, o Brasil é também campeão no tempo de conexão a estes sites, com 23% do período *online* (KEBEDE, 2009). Dentre os sites voltados à formação de redes sociais virtuais mais usados pelos brasileiros, estudos recentes do Ibope apontam ser o Orkut o mais utilizado, seguido pelo Twitter (NUNES, 2009b). Assim, apresenta-se abaixo o site Orkut de modo mais aprofundado.

## **2 O Orkut enquanto ciberespaço para redes sociais virtuais e comunidades virtuais**

O Orkut, lançado na Internet em 24 de janeiro de 2004 (Johnson, 2009a), é um projeto do engenheiro de software Orkut Buyukkokten - turco da Konya e criado na Alemanha - formado na Universidade Bilkent, em Ancara, e pós-doutor em ciência da computação pela Universidade de Stanford, nos EUA. Buyukkoten começa a construir o site em 2001, em um projeto dentro de Stanford chamado Club Nexus, com o objetivo de ajudar os alunos calouros dessa universidade a fazer novos amigos pela Internet (DÁVILA, 2005).

Em 2002, Buyukkoten projeta e lança o In Circle, com a mesma base funcional do Club Nexus, mas voltado aos alunos formados. Em 2003, o engenheiro

começa a trabalhar no Google e, por meio de um programa da empresa em que os funcionários podem dedicar até 20% do expediente para projetos pessoais, desenvolve, utilizando as experiências e conhecimentos do Club Nexus e do In Circle, o site Orkut, lançado em língua inglesa na Internet em 2004 (PACHECO, 2009).

Segundo Assis, Dias e Rojo (2005), o Orkut é criado com base na teoria dos seis graus de separação. Sobre tal teoria, Pivetta (2004) esclarece ser ela um trabalho do psicólogo social da Universidade Harvard Stanley Milgram, realizado em 1967, segundo o qual apenas seis graus de separação interpõem-se entre as pessoas em todo o mundo. Assim, Recuero (2006) ressalta que, no início, o Orkut apenas permite a entrada de pessoas convidadas por usuários pré-cadastrados, sendo o objetivo do site, na época, a construção de uma rede social virtual através dos laços anteriormente criados pelo indivíduo no meio físico. Em um primeiro momento, o Orkut permite visualizar os seis graus de separação ao visitar o perfil de um membro do site, entretanto, hoje, são contados no máximo dois graus, por meio da visualização dos “amigos em comum”.

Atualmente, o Orkut se auto-define como uma comunidade *online* de acesso gratuito criada para tornar a vida social de seus membros mais ativa e estimulante, por meio da troca de fotos e mensagens entre amigos e da possibilidade de conhecer novas pessoas. No Orkut, os usuários podem interagir com membros que possuam os mesmos interesses e idéias, ao participar das comunidades virtuais, que agrupam pessoas que se identificam com seus temas. De acordo com o site “Nossa missão é ajudá-lo a criar uma rede de amigos mais íntimos e chegados” (ORKUT, 2009a).

Pelo site do Orkut, o usuário pode criar seu perfil em três categorias: a) social, reunindo informações como nome, idade, cidade, paixões, filmes, livros e programas de TV preferidos, site pessoal do usuário, e falar sobre si no “quem sou eu”; b) profissional, em que é possível informar formação acadêmica e local de trabalho; e c) pessoal, em que podem ser registradas informações sobre aparência física e ainda definir qual é o tipo de parceiro ideal e o que mais se valoriza em uma relação amorosa. Além disso, é possível adicionar fotos e vídeos à página pessoal dentro do site.

Após criar o perfil, o usuário é avisado em sua página inicial sobre o aniversário dos amigos de sua rede, e também pode receber ou enviar depoimentos.



Tais depoimentos são testemunhos sobre quem é aquela pessoa, geralmente destacando qualidades, e que, se aprovados, serão exibidos na página principal dos perfis. No entanto, com o tempo, alguns usuários passam a usar os depoimentos para trocar mensagens secretas que não podem ser lidas por todos, assim, o amigo que as recebe as lê pelo depoimento, recusa-o (não exibindo a todos) e está mantido o “segredo”.

Na interação entre os usuários, que podem adicionar no máximo mil amigos, é possível que um amigo (usuário que aceitou o outro em sua rede) avalie o outro, em graus de um a três, nas qualidades confiável, legal e sexy. É possível ainda tornar-se fã de um amigo no site, formando uma rede de fãs dentro do perfil de quem se admira, e exibindo publicamente tais aspectos da reputação de cada ator da rede.

## **2.1 Cronologia: principais mudanças no Orkut atendendo aos usuários**

De acordo com Viviana Agostinho, da equipe de operações do Orkut, as alterações e novas funcionalidades acrescentadas ao Orkut têm como principal motivação os pedidos mais freqüentes dos usuários, realizados através da Página de sugestões ou pelo fórum do Grupo de Ajuda do Orkut (AGOSTINHO, 2007).

No entanto, a própria página do Orkut não traz dados sobre a história e a evolução do mesmo, sendo necessário recorrer aos registros dos próprios membros do Orkut, em *blogs* e outros sites, pois o *blog* oficial do Orkut, que traz este tipo de informações, entra no ar somente em julho de 2007, elencando alguns desses dados, mas sem retroceder ao tempo anterior ao lançamento do referido blog.

Segundo usuários do site, a participação no Orkut deixa de exigir convite, permitindo o simples cadastro, a partir de sete de novembro de 2006 (BORGES, 2006). Na época, o então chefe do Orkut, o engenheiro David Jeske, em janeiro de 2007, explica os motivos para a mudança: “Muita gente não conhece alguém que esteja no Orkut. Acabamos com o convite [há dois meses] para facilitar o acesso em outros países” (MARTINS, 2007).

Devido ao grande acesso de brasileiros, em cinco de abril de 2005, a versão totalmente em português do Orkut é lançada, cerca de dois meses após a Central de Ajuda ter sido publicada no mesmo idioma (CHERNIJ, 2005). Três meses depois, o site é lançado em dez novas línguas: francês, italiano, alemão, castelhano, japonês,

coreano, neerlandês, russo e chinês, em 27 de julho de 2005 (ORKUT.ETC.BR, 2006).

Em 2006 o usuário do Orkut passa a ver, em “visitantes recentes”, quem visualiza o perfil dele, podendo desativar o serviço, passando a não deixar rastros de suas visitas, mas também a não saber quem o visita (ZMOGINSKI, 2006).

No ano de 2007, são feitas várias alterações no Orkut (Schwartz, 2008a). Em janeiro, o site inicia a possibilidade de troca de recados pelo celular. No mês de fevereiro, é lançada a função de inserir vídeos no Orkut - entre o lançamento do serviço e o início de janeiro do ano seguinte, são publicados mais de 300 milhões de vídeos nos perfis dos usuários. No mesmo ano, em abril, as comunidades virtuais do site passam a oferecer enquetes, e, em maio, o site lança a integração com *feeds* RSS<sup>3</sup>.

Em agosto de 2007, o Orkut passa por sua maior reformulação, lançando o novo design, com alterações nas cores (tons de azul), inserção de cantos arredondados nos quadros da página, novos ícones e melhorias na navegação pelo site, que, quando lançado, fica constantemente fora do ar. O blog do Orkut diz que, no início, alguns usuários são resistentes ao novo design do site, mas a maioria se adapta em seguida. Em setembro do mesmo ano, o Orkut passa a exibir as atualizações dos amigos na página inicial dos usuários. No mês de outubro, o limite de fotos é ampliado de 12 para 100 fotos.

Em novembro, o Orkut se abre a desenvolvedores através do Open Social, plataforma *online* que permite o acesso a aplicativos, com várias funcionalidades, compatíveis com diversos sites do gênero, como Hi5 E Facebook, mas somente em julho de 2008 o Orkut permite o uso de tais recursos a todos os seus membros (ZMOGINSKI, 2008).

No fim de 2007, em dezembro, o site do Orkut lança recursos de privacidade, permitindo ao usuário decidir quem terá acesso ao perfil, fotos, vídeos e depoimentos dele. Além de atender ao pedido dos próprios usuários, essa mudança, crucial na história do site por mudar a filosofia do tudo visível a todos, até então, predominante no Orkut, tentou também se adequar ao grande número de ações judiciais que o site sofre no Brasil, principalmente relacionadas à pedofilia (MUNIZ, 2008).

Em 2008, o Google intensifica as mudanças para melhorar a qualidade e a organização do conteúdo postado no site, e em janeiro inicia as opções de

“denunciar spam”, dentro das comunidades, e de dividir as fotos por álbuns. No mês de fevereiro, mais medidas para garantir a privacidade dos usuários são adotadas e as comunidades ganham configurações de privacidade, podendo assim restringir o acesso ao seu conteúdo somente aos membros participantes (REDKAR, 2008a).

Atento ao grande número de usuários que postavam suas fotos no site o Orkut amplia a capacidade máxima de fotos para mil, também em fevereiro de 2008, melhorando ainda a velocidade do envio das fotos ao site (SURANA, 2008a).

No mesmo mês, o site aprimora o serviço de agrupamento dos amigos de um usuário, que passa a poder colocar o amigo em um grupo logo após adicioná-lo ou aceitá-lo (CORDEIRO, 2008). Além disso, os níveis de amizade que podem ser marcados na página de gerenciamento de amigos (desconhecido, conhecido, amigo, bom amigo, melhor amigo) são transformados em grupos, para o usuário organizar melhor seus contatos. Ainda sobre os amigos, em março de 2008, o Orkut amplia o banco de dados da ferramenta “encontrar amigos”, que busca conhecidos dos usuários em outras redes sociais virtuais, incluindo provedores de e-mail além do Gmail (NARAYAN, 2008). Outra novidade no período é a permissão ao usuário de decidir de quais amigos gostaria de ver as atualizações em sua página inicial (GENOVES, 2008a). No mesmo mês, o Orkut melhora a busca do site, incluindo sugestão de correções para palavras possivelmente digitadas erradas. Além de incluir uma opção de busca geo-referenciada com base no país e cidade do usuário (THULER, 2008a).

Em abril de 2008, o site expande o serviço de envio de recados por celular para novas operadoras (KROPIWIEC, 2008a), e adiciona a opção de permitir a “amigos de amigos” a visualização dos conteúdos disponíveis no perfil dos usuários (PATRYSHEV, 2008). Também em abril do citado ano, o site passa a permitir aos usuários a reorganização e reordenação das fotos nos álbuns, que ampliam sua capacidade para 10 mil fotos ao todo (SURANA, 2008b).

No mês de maio do mesmo ano, o Orkut lança a possibilidade de comentar as fotos dos amigos (Schwartz, 2008b), e, em estratégia parecida com a do serviço de *micro-blogs* Twitter, passa a permitir que os usuários digam o que estão fazendo no momento através de mensagens curtas no perfil (GENOVES, 2008b), além de incluir dados demográficos dos membros no site, atendendo a pedidos dos usuários (SCHWARTZ, 2008c). Também em maio, o Orkut lança uma versão mais rápida e leve do site, voltada aos usuários com conexão lenta (REDKAR, 2008b).

Em junho de 2008, o Orkut inicia o serviço de marcação de fotos, através do qual o usuário pode marcar quem é quem nas fotos postadas, incluindo um link ao perfil de quem estiver na foto (GOTO, 2008). No mês de julho o site libera para os brasileiros o acesso a todos os aplicativos do Open Social (THULER, 2008b), inclui as teclas de acesso - combinações de teclas que apontam o foco para determinados links, visando a melhor navegação por deficientes visuais (PUKKUNURI, 2008) - e lança filtros de pesquisa na busca do site (FERNANDES, 2008).

Em setembro do mesmo ano, o Orkut modifica o visual dos e-mails enviados pelo site, deixando-os com cores semelhantes às do Orkut (KROPIWIEC, 2008b). No mês de outubro, o site lança uma versão otimizada para iphone (SHAH, 2008), e inclui um aplicativo de gerenciamento de eventos no Orkut, permitindo ao usuário convidar amigos para tais eventos (BALADINHA, 2008). No mesmo mês, para facilitar a identificação de a qual conversa se refere um determinado recado, o Orkut estreia a opção “exibir essa conversa” que exibe, na mesma janela, todos os recados, ligados ao original, que tenham sido trocados entre os usuários que os enviaram (SHANGI; VOLPATO, 2008).

Ainda em 2008, em novembro, o Orkut integra serviço de bate-papo ao site, assim como já existente no concorrente Facebook (G1, 2008), e, desde então, o Gtalk, *software* de *chat* do Google, é disponibilizado também dentro do site. No mesmo mês, o Orkut amplia as possibilidades de privacidade das fotos postadas no site, permitindo ao usuário escolher quais amigos podem ver cada álbum (DE, 2008), para em dezembro permitir o compartilhamento das fotos com pessoas que não estejam no site, por e-mail (GHARAT; VENKATRAMAN, 2008).

Novamente tentando minimizar as ações judiciais contra o site, o Orkut, em 12 de dezembro de 2008, lança o filtro de segurança que exibe um aviso em perfis de pessoas e comunidades que possam apresentar conteúdo adulto (pornografia ou linguagem vulgar), para que assim o usuário que for acessar tais perfis ou comunidades decida se quer mesmo visitá-los (KUNAL, 2008).

Em 2009, a primeira novidade vem em março na Central de Ajuda aos usuários, que é reformulada, passando a reconhecer os membros mais participativos e experientes no uso do site como “principais contribuidores”, usuários que o próprio Google chama de Orkuteiros (VITÓRIA, 2009). No mesmo mês, o site passa a permitir a inclusão dos aniversários dos amigos do Orkut no serviço Google Agenda (KIRKWOOD, 2009); lança as possibilidades de comentar as fotos dos amigos

através da própria exibição das atualizações na página inicial do usuário (ROBSON, 2009), e de atualizar o *skin* (visual) do site para algumas opções disponíveis (RAFAEL, 2009).

Em abril de 2009, é inserido o aplicativo Google Latitude, que permite aos usuários do Orkut atualizarem, pelo site ou pelo celular, a informação sobre onde se encontram fisicamente (G1, 2009). No entanto, no citado mês, a mudança mais significativa para a troca de informações pelo site refere-se à retirada da opção “postar como anônimo”, então existente nos fóruns das comunidades e que permite aos membros criar tópicos ou enviar mensagens a eles sem identificar-se. De acordo com o Google a idéia é trazer “pessoas de verdade de volta para a conversa”, pois os *posts* anônimos podem dificultar conversas significativas, impedindo postagens de qualidade, devido aos *spams* (mensagens indesejadas de propagandas) e comentários abusivos (KULKARNI, 2009a).

Assim, essas são as principais mudanças no site, até o momento.

## **2.2 Perfil quantitativo de alguns usos e usuários do Orkut**

Segundo o Google Brasil, a rede de relacionamentos Orkut possui hoje mais de 61 milhões de usuários (NUNES, 2009a). O levantamento demográfico sobre a utilização do site, realizado pelo próprio Orkut (ORKUT, 2009b), mostra que cerca de 49,79% dos usuários são brasileiros, seguidos por EUA (20,77%), Índia (17,29%), Paquistão (0,92%), e, pela ordem decrescente, com menos de meio por cento de representatividade, Afeganistão, Reino Unido, Japão, Paraguai, Portugal e Austrália.

Com relação à faixa etária, os usuários do Orkut tem a seguinte representação, segundo o referido levantamento: 18 a 25 anos (54,46%); 26 a 30 anos (13,79%); 31 a 35 anos (6,11%); 36 a 40 anos (3,87%); 41 a 50 anos (3,81%); e com 50 anos ou mais (2,93%). Dentre os principais interesses dos membros do Orkut estão manter contato com amigos (51,80%); namoro (17,20%); companheiros para atividades (16,03%); e contatos profissionais (15,49%). Acerca da condição do relacionamento amoroso dos usuários o relatório mostra que: não há resposta (53,27%); solteiro (29,21%); casado (9,30%); namorando (5,99%); casamento aberto (0,23%); relacionamento aberto (1,97%).

Um dos estudos realizados pela própria equipe do Google revela que a página de recados é o principal canal de interação no site (SPERTUS; NELSON, 2008), o que motiva a permissão da inclusão de vídeos, fotos e linguagem HTML<sup>2</sup>, para melhorar e facilitar esta interação. A mesma pesquisa apresenta resultados estatísticos acerca da troca de recados no Orkut, excetuando, obviamente, os recados apagados pelos usuários, indicando de qual país são os usuários que mais enviam e recebem recados. Os usuários que mais enviam são do Paquistão, seguidos por Madagascar e República Centro Africana. Por outro lado, os usuários que mais recebem recados são de Grenada, seguidos por Ilhas Cayman, Paquistão, EUA, Índia e Brasil.

Em relação às comunidades virtuais do site, o Orkut agrupa mais de 45 milhões de comunidades virtuais - em que os donos podem especificar o idioma e país de origem – sendo que, dentre elas, o idioma mais comum é o português com cerca de 10 vezes mais comunidades (40.460.878) do que o segundo idioma, o inglês (3.738.534). Na sequência, o ranking das comunidades por idioma traz inglês britânico (469.538), espanhol (186.323), híndi (43.837), estoniano (37.199), todos – opção marcada pelos usuários ao definir o idioma da comunidade - (34.294), francês (25.118), e telugu (23.925) (SPERTUS, 2008).

Ao verificar os países mais representados nas mais populares das 28 categorias das comunidades do Orkut, o estudo (SPERTUS, 2008) revela a seguinte relação categoria *versus* % de comunidades *versus* alguns principais países: **Pessoas**, 23%, Madagascar e Brasil; **Outros**, 21%, Benin; **Alunos e Escolas**, 6,8%, Índia; **Música**, 6,5%, Noruega e Canadá; **Esportes e Lazer**, 4,2%, Argentina; **Romances e Relacionamentos**, 3,8%, Polinésia Francesa e Mônaco; **Família e Lar**, 3,6%, México e Estados Unidos; **Atividades**, 3,3%, Paraguai e Paquistão; **Moda e Beleza**, 3,2%, Mônaco; as demais categorias (Animais; Artes e Entretenimento; Automotivo; Cidades e Bairros; Computadores e Internet; Culinária, Bebidas e Vinhos; Culturas e Comunidade; Empresa; Gays, Lésbicas e Bi; Governo e Política; História e Ciências; Hobbies e Trabalhos Manuais; Jogos; Negócios; Países e Regiões; Religiões e Crenças; Saúde, Bem-estar e Fitness; e Viagens) representam menos de 3% do total, sendo **História e Ciências** a menos popular com 0,4%.

---

<sup>2</sup> “(sigla para *Hyper Text Markup Language*): é o código de linguagem próprio para se veicular textos e imagens na World Wide Web” (HELP! Sistema de Consulta Interativa, Klick Editora, 1997, p.317)

Conforme se percebe, por meio de alguns dados apresentados ao longo deste estudo, é notório o grande uso pelos brasileiros do site Orkut. Assim, faz-se necessária a apresentação mais aprofundada da presença do internauta brasileiro neste site.

### **2.2.1 Perfil dos usos e usuários brasileiros do Orkut**

Em março de 2004, aproximadamente dois meses após o lançamento do Orkut, 51,36% dos usuários do site são dos Estados Unidos, seguido por Japão (7.74%) e Brasil com apenas 5.16% (HDHD, 2004; BEZERRA, 2006). Assim, somente em 23 de junho de 2004 iniciasse a chamada dominação brasileira do Orkut, pois, na data, o Brasil ultrapassa os americanos em número de usuários no Orkut, sendo, na ocasião, responsável por 30.63% dos usuários do site, contra 30.12% dos EUA (MESQUITA, 2004). Algum tempo depois, em julho de 2005, o Orkut tem seis milhões de usuários, sendo 71,92% de brasileiros (DÁVILA, 2005). Em setembro de 2006, o Orkut tem 17 milhões de usuários, sendo 75% de brasileiros (O GLOBO ONLINE, 2006). No momento, desde 2008, o Orkut tem mais de 60 milhões de usuários, sendo sempre cerca de 50% de brasileiros.

Acerca da participação do internauta brasileiro no Orkut, pesquisa do Ibope NetRatings revela que 70% dos internautas no Brasil são freqüentadores assíduos do site, visualizando cada um, em média, 1.300 páginas do site por mês (MARTINS, 2008). Sobre a idade real dos usuários - o termo de uso do Google veta o acesso aos menores de 18 anos ao site, mas muitos desconsideram tal cláusula – o estudo traz outras considerações. Cerca de 58% das crianças entre dois e 11 anos com acesso à Internet no Brasil são usuárias do Orkut, visualizando, em média, 700 páginas do site mensalmente. Dos adolescentes brasileiros e internautas, entre 12 e 17 anos, 87% usam o Orkut, acessando duas mil páginas do site por mês, sendo que as adolescentes visitam, em média, 2.500 páginas. Entre os adultos internautas dos 18 aos 34 anos, 78% são usuários do site, acessando uma média mensal de 1.300 páginas do Orkut, sendo que a participação entre os internautas acima dos 35 anos é de 58%, com média de visitas a 700 páginas do site. Por fim, o levantamento indica que 50% dos internautas brasileiros na terceira idade estão no Orkut.

### **2.3 Constatações qualitativas acerca do uso brasileiro do Orkut**

Pesquisando o Orkut há alguns anos, Recuero (2009a, 2009b) pondera sobre a apropriação cultural do site no Brasil. Para a autora, tal apropriação dos sites de redes sociais virtuais é mutante, dependente do capital social gerado pela ferramenta (o Orkut, por exemplo) e consiste na “ressignificação através da qual uma ferramenta passa ao ser incorporada ao dia a dia de um grupo de pessoas”, de acordo com os valores que as pessoas enxergam no uso dela (2009a).

Acerca da apropriação do Orkut no Brasil, Recuero diz que o site começou a ser apropriado pelos brasileiros, em 2004, por eles verem, principalmente, os seguintes valores no uso do site:

- 1) proporcionar uma forma de contato com amigos e familiares que estavam longe;
- 2) proporcionavam um possível contato com pessoas interessantes que poderiam ser visualizadas na rede;
- 3) permitiam uma representação de si (visibilidade);
- 4) agregavam comunidades onde esses usuários "interessantes" estavam que tinham informações relevantes (não ordenei por importância) (RECUERO, 2009a)

De acordo com a autora, desse modo, os primeiros usuários do Orkut valorizam conectar-se com alguém que julgavam interessante, estar visível aos outros membros do site, e poder construir reputação por meio da participação nas comunidades - que deixaram de ser o lugar criado para priorizar a interação e se tornaram lugares de representação e identidade, com algumas exceções.

Recuero (2009a) pondera que inicialmente os usuários brasileiros adicionavam apenas as pessoas conhecidas, mas com o uso do Orkut passaram a adicionar desconhecidos, aumentando o número de amigos da rede e criando uma prática não prevista pelo site: colecionar amigos e perfis.

Assim, a autora observa que toda apropriação é criativa e não estática, pois muda de acordo com o grupo e também com o tempo, modificando também o uso de outros usuários. Para ilustrar, Recuero (2009a) diz que durante a apropriação brasileira do Orkut, os brasileiros entravam em comunidades de idiomas estrangeiros e conversavam em português, o que levou os membros de outros países a deixarem o site, até o Google dividir as comunidades por país e idioma.

Dentre as apropriações gerais do Orkut pelos usuários brasileiros a autora (2009b), cita ainda os usos do site em relação à identidade e à conversação. Acerca



da identidade, Recuero diz ser ela um modo de dizer quem o usuário é para a própria comunidade, um discurso sobre si construído por textos, fotos, e pelas comunidades que o usuário participa. Em relação à conversação, a autora observa que no Brasil o Orkut é uma ferramenta principalmente social, ficando a conversação, por meio dos perfis, recados, ou comunidades, sob uma perspectiva socializante, que usa o sistema para construir e reconstruir laços sociais.

Sintetizando os resultados desses usos do Orkut pelo internauta brasileiro, Recuero (2009b) pondera que o uso no Brasil das comunidades para construção de identidade, do *scrapbook* (livro de recados) como chat, e da lista de amigos para demonstrar popularidade, desviaram o uso planejado do site, caracterizando-o em nosso país como, principalmente, uma grande lista de pessoas, em análise generalista da apropriação. No entanto, a autora pondera existirem

apropriações diferentes dentro das diferentes classes sociais, dentro dos diferentes grupos de interesse e dentro das diferentes comunidades lingüísticas. O Orkut tornou-se um universo e, por isso, extremamente diferente nas suas minúcias (RECUERO, 2009b, *online*)

## 2.4 O Orkut no Brasil: algumas razões para o grande acesso

Reportagem replicada na seção Cultura Digital do site do Ministério da Cultura (FELITTI, 2008a) questiona:

O que faz com que uma rede social criada como projeto extra-profissional de um engenheiro chame tanta atenção e reúna tanto usuários em um mercado de internet tão marcado pela exclusão digital [estima-se que 60% dos brasileiros nunca acessaram a Internet<sup>3</sup>], transformando o Orkut no primeiro legítimo fenômeno brasileiro na internet? (FELITTI, 2008<sup>a</sup>, *online*)

A matéria define o Orkut como fenômeno no Brasil ao constatar a participação em massa dos internautas brasileiros no site, em uma representação demográfica tendenciosa às classes altas, mas com grande representatividade entre as baixas.

A apuração realizada pela reportagem indica que os 100 primeiros convites para participar do Orkut começam a circular em janeiro de 2004 entre engenheiros

---

<sup>3</sup> (FELITTI, 2008b, *online*)

do Vale do Silício, onde se localiza o Google. Nesse sentido, John Barlow, co-fundador da Eletronic Frontier Foundation, explica que ao receber um dos 100 convites iniciais enviados pelo criador do Orkut, com direito a enviar mais 100 outros convites para participarem do site, envia tais convites a 100 brasileiros, como experiência, por acreditar que o Brasil é uma sociedade naturalmente em rede, em que todos conhecem todos, o que se encaixaria com exatidão na proposta do Orkut (MURILO, 2008).

Na matéria (FELITTI, 2008a), também é citado estudo realizado por Recuero a pedido do Google para mapear o desenvolvimento do Orkut no Brasil. Neste relatório, Recuero observa que a partir de março de 2004 é registrado grande crescimento no número de usuários do site em determinadas cidades, indicando possível concorrência entre as regiões – segundo o Google o Rio Grande do Sul, principalmente por meio da comunidade do *software* livre, lidera o Orkut nos primeiros meses, o que justifica, em termos de competição, a adesão da comunidade de software livre de São Paulo e Rio de Janeiro – e, em um segundo momento, disputa contra os norte-americanos.

Assim, a rivalidade entre cidades, nos primeiros meses, é incentivada por matérias na imprensa sobre o novo site, atraindo mais usuários. Aumentando o número de usuários completava-se o ciclo com novas matérias. Além disso, a curiosidade gerada pela necessidade de ter um convite para participar do Orkut auxiliou a expansão do site no país, bem como a inicial mensagem irônica do servidor do site, quando começam as sobrecargas de acesso, “*Bad bad server, no donut for you*” (Servidor mau, sem rosquinhas para você – tradução nossa) faz o usuário confiar no site, segundo o Google (FELITTI, 2008a).

O relatório de Recuero pondera que o internauta brasileiro é acostumado com *fotologs* e *blogs*, portanto, o Orkut, uma rede social com perfis, representa algo para ser testado. Outro apontamento é o de que o Orkut passa quase três anos e meio sem concorrência direta, até que o MySpace inicie sua operação brasileira. Mas, a interface simples faz com que o Orkut inicie e mantenha sua liderança, pois, por ser propícia a novos usuários, tal interface exige pouco conhecimento de *web* e dispensa o domínio do inglês, idioma do site até 2005. A reportagem observa que apesar do fácil uso o Orkut agrada com a possibilidade de personalizar os recados, gerando um grande ecossistema de sites com imagens destinadas a tal fim.

Assim, definidos teoricamente redes sociais e redes sociais virtuais, assim como discutido o site Orkut e alguns apontamentos qualitativos e quantitativos acerca de tal site, apresenta-se a seguir estudo sobre o amor, para, após a associação das teorias sobre sites voltados à formação de redes sociais virtuais - em especial o Orkut - e sobre o sentimento amoroso, possa-se avaliar a circulação da informação amorosa no Orkut, objetivo dessa pesquisa.

### **Considerações finais**

Conforme discutiu o presente artigo, o Orkut é hoje o principal site voltado à formação de redes sociais virtuais e comunidades virtuais em uso no Brasil. No entanto, assim como a Internet é recente para conclusões científicas precisas, o Orkut, com apenas cinco anos de existência, também é bastante novo para ser compreendido em sua complexa totalidade ou prever-se de forma exata por quais transformações o site e/ou seus usuários passarão.

Apesar disso, justamente por tratar-se de um fenômeno novo, é preciso acompanhar as mudanças realizadas no Orkut a fim de verificar o impacto dessas entre seus usuários; buscar a compreensão dos motivos que levam tantos internautas brasileiros a usarem constantemente o site; e identificar os distintos usos do Orkut em cada período de seu desenvolvimento.

Nesse sentido, por ser este o momento em que o próprio Orkut altera as configurações das comunidades presentes no site, para amplificar e melhorar a troca de informações de qualidade entre os usuários, como apontado nesse trabalho, faz-se pertinente que novas pesquisas no campo da Ciência da Informação atentem-se ao comportamento informacional dos usuários do Orkut, estudando-os além da troca de recados e fotos entre amigos.

### **Referências Bibliográficas**

AGOSTINHO, Viviana. Nós ouvimos você!. **Blog Oficial do Orkut**, 18 de dez. de 2007. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2007/12/ns-ouvimos-voc.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro; TOMAÉL, Maria Ines. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, v. 34, n. 2, Brasília, maio/ ago.,

2005. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/642/566>>. Acessado em: 01 de abr. de 2009.

ASSIS, Ana Borges de; DIAS, Cláudia Latorre Fortes; ROJO, Marina Luiza. A ciberidentidade no Orkut: aspectos contextuais. **III Congress Online - Observatório para la CiberSociedad**, 2006. Disponível em: <<http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=330&llengua=es>>. Acessado em 01 de abr. de 2009.

BALADINHA, Waldivino. Eventos no orkut. **Blog Oficial do Orkut**, 13 de out. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/10/o-orkut-promoes-e-eventos.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

BEZERRA. Orkut: ranking de usuários por países. Orkut (blog de usuário), 19 de dez. de 2006. Disponível em: <<http://orkutorkut.blogspot.com/2006/12/ranking-de-usuarios-por-pases.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

BORGES, Luan. Orkut não precisa mais de convite. **Direto ao ponto**, Seção Tecnologia, 7 de nov. de 2006. Disponível em: <<http://bloginternacional.wordpress.com/2006/11/07/orkut-nao-precisa-mais-de-convite/>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed., v.1, São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CHERNIJ, Carlos. Orkut agora também em português. **INFOonline**, Plantão, 05 de abr. de 2005. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/aberto/infonews/042005/05042005-5.shl>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

CORDEIRO, Eduardo. Gerenciando seus amigos on line. **Blog Oficial do Orkut**, 18 de fev. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/02/gerenciando-seus-amigos-on-line.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

DÁVILA, Sérgio. Orkut não entende seu sucesso no Brasil. **Folha Online**, Caderno Dinheiro, 3 de Jul. de 2005. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u97858.shtml>>. Acesso em: 3 de mar. de 2009.

DE, Arijit. Álbuns de foto no Orkut – o controle está em suas mãos. **Blog Oficial do Orkut**, 26 de nov. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/11/lbuns-de-foto-no-orkut-o-controle-est.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

FELITTI, Guilherme. Orkut: as razões para o sucesso da rede social do Google entre brasileiros. **Ministério da Cultura**, Cultura Digital, 10 de jul. de 2008a. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2008/07/10/orkut-as-razoes-para-o-sucesso-da-rede-social-do-google-entre-brasileiros/>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

\_\_\_\_\_. PC popular e LAN houses conduzem inclusão digital em 2007, aponta NIC.br. **IDG Now!**, 14 de mar. de 2008b. Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/internet/2008/03/14/pc-popular-e-lan-houses-lideram-inclusao-digital-em-2007-aponta-nic.br/>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

FERNANDES, Diego. Novos filtros de pesquisa do orkut. **Blog Oficial do Orkut**, 25 de jul. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/07/novos-filtros-de-pesquisa-do-orkut.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

G1. Google integra comunicador instantâneo ao Orkut. **G1**, Tecnologia, 11 de nov. de 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL867951-6174,00-GOOGLE+INTEGRA+COMUNICADOR+INSTANTANEO+AO+ORKUT.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

\_\_\_\_\_. Usuários do Orkut ganham ferramenta para localizar amigos nas ruas. **G1**, Tecnologia, 14 de abr. de 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1084721-6174,00.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

GENOVES, Luiz. Atualizações mais recentes dos seus amigos. **Blog Oficial do Orkut**, 25 de mar. de 2008a. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/03/as-atualizaes-mais-recentes-dos-seus.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

GENOVES, Luiz. Qual é a nova?. **Blog Oficial do Orkut**, 8 de maio de 2008b. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/05/qual-nova.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

GHARAT, Kuldeep; VENKATRAMAN, Shivaram. Compartilhe a riqueza (fotográfica)! Agora você pode compartilhar suas fotos do orkut com quem quiser. **Blog Oficial do Orkut**, 8 de dez. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/12/compartilhe-riqueza-fotografica-agora.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

GOTO, Sam. Marcações de foto!. **Blog Oficial do Orkut**, 10 de jun. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/06/marcaes-de-foto.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

HDHD. Rede cresce no Brasil. **Marketing Hacker**, 30 de mar. de 2004. Disponível em: <<http://marketinghacker.com.br/index.php?itemid=2999>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

IBOPE. Brasil superou o número de 40 milhões de pessoas com acesso à internet. **IBOPE**, 2008. Disponível em: <[http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortallBOPE&pub=T&db=caldb&comp=pesquisa\\_leitura&nivel=null&docid=F0BA65FF8A513A48832574750050527E](http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortallBOPE&pub=T&db=caldb&comp=pesquisa_leitura&nivel=null&docid=F0BA65FF8A513A48832574750050527E)>. Acesso em: 01 de Ago. de 2008.

JOHNSON, Miles. O Orkut está fazendo 5 anos!. **Blog Oficial do Orkut**, 2009. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2009/01/orkut-is-turning-five.html>>. Acesso em: 03 mar. 2009.

KAZENIAC, Andy. Social Networks: Facebook Takes Over Top Spot, Twitter Climbs. **Compete**, 2008. Disponível em: <<http://blog.compete.com/2009/02/09/facebook-myspace-twitter-social-network/>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

KEBEDE, Rebekah. Redes Sociais superam o e-mail. **Reuters**. 13 de mar. de 2009. Disponível em: <<http://br.hsmglobal.com/notas/43543-redes-sociais-superam-o-e-mail>>. Acesso em 11 de abr. de 2009.

KIRKWOOD, Scott. Nunca mais perca um aniversário com os aniversários do orkut no Google Agenda. **Blog Oficial do Orkut**, 17 de mar. de 2009. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2009/03/nunca-mais-perca-um-aniversario-com-os.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

KROPIWIEC, Diogo. Orkut expande serviço de SMS. **Blog Oficial do Orkut**, 8 de abr. de 2008a. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/04/orkut-expande-servio-de-sms.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

KROPIWIEC, Diogo. Uma nova cara para os e-mails do orkut. **Blog Oficial do Orkut**, 25 de set. de 2008b. Disponível em: <[http://blog.orkut.com/2008/09/uma-nova-cara-para-os-e-mails-do-orkut\\_25.html](http://blog.orkut.com/2008/09/uma-nova-cara-para-os-e-mails-do-orkut_25.html)>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

KULKARNI, Rahul. Trazendo pessoas de verdade de volta para a conversa. **Blog Oficial do Orkut**, 13 de abr. de 2009a. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2009/04/trazendo-pessoas-de-verdade-de-volta.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

KUNAL, Ranveer. Preservando a beleza do orkut. **Blog Oficial do Orkut**, 12 de dez. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/12/preservando-beleza-do-orkut.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

LIMA JUNIOR, Walter. Fatores estruturantes das comunidades virtuais pioneiras permanecem como elementos primordiais nas redes sociais conectadas. Comunidades Virtuais. Disciplina do curso de pós-graduação stricto-sensu da **Cásper Libero**. Apresentação em formato PDF. São Paulo, 2008. Disponível em: <[http://www.walterlima.jor.br/academico/pos/casper/comunidades/aula0\\_5.pdf](http://www.walterlima.jor.br/academico/pos/casper/comunidades/aula0_5.pdf)>. Acessado em 01 de abr. de 2009.

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, v. 30, n. 1, Brasília, jan./abr. 2001. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/226/201>>. Acessado em 01 de abr. de 2009.

MARTELETO, Regina Maria; DE OLIVEIRA E SILVA, Antonio Braz. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. **Ciência da Informação**, v. 33, n. 3, Brasília, set./ dez., 2004. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/518/472>>. Acessado em 01 de abr. de 2009.

MARTINS, Rodrigo. "Queremos crescer no resto do mundo", diz chefe do Orkut. **Último Segundo**. Agência Estado. 24 de jan. de 2007. Disponível em: <[http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo\\_virtual/2007/01/24/queremos\\_crescer\\_no\\_resto\\_do\\_mundo\\_diz\\_chefe\\_do\\_orkut\\_502143.html](http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo_virtual/2007/01/24/queremos_crescer_no_resto_do_mundo_diz_chefe_do_orkut_502143.html)>. Acessado em 01 de abr. de 2009.

\_\_\_\_\_. "Queremos crescer no resto do mundo", diz chefe do Orkut. **Último Segundo**, caderno Mundo Virtual, 24 de jan. de 2007. Disponível em: <[http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo\\_virtual/2007/01/24/queremos\\_crescer\\_no\\_resto\\_do\\_mundo\\_diz\\_chefe\\_do\\_orkut\\_502143.html](http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo_virtual/2007/01/24/queremos_crescer_no_resto_do_mundo_diz_chefe_do_orkut_502143.html)>. Acesso em: 30 de ago. de 2008.

\_\_\_\_\_. Site é o mais acessado do Brasil, sem sinais de queda. **Yahoo! Tecnologia**, 2008. Acesso em: <<http://br.tecnologia.yahoo.com/article/30012008/25/tecnologia-noticias-site-acessado-brasil-sinais-queda.html>>. Acesso em: 03 de mar. de 2009.

MESQUITA, Renata. Ultrapassamos os americanos no Orkut. **INFOonline**, 23 de de jun. de 2004. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/aberto/infonews/062004/23062004-11.shl>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

MOREIRA, Walter. Os colégios virtuais e a nova configuração da comunicação científica. **Ciência da Informação**, v. 34, n.1, Brasília, jan./ abr., 2005. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/635/563>>. Acessado em 01 de abr. de 2009.

MUNIZ, Diógenes. Internauta brasileiro fica três vezes mais no Orkut do que no e-mail. **Folha Online**, São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u356362.shtml>>. Acesso em: 30 ago. 2008.

\_\_\_\_\_. Se Google não colaborar, CPI pode fechar Orkut, diz senador. **Folha Online**. Seção Informática, 9 de abr. de 2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u390292.shtml>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

MURILO, José. 2008. John Barlow explica o fenômeno Orkut no Brasil. **Ecologia Digital**, 02 de fev. de 2008. Disponível em: <<http://ecodigital.blogspot.com/2008/02/john-barlow-explica-o-fenmeno-orkut-no.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

NARAYAN, Vidya Rangasayee. Encontre mais amigos no Orkut. **Blog Oficial do Orkut**, 14 de mar. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/03/encontre-mais-amigos-no-orkut.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

NUNES, Vanessa. Raio-X do Orkut. **Blog da Vanessa Nunes**, 2009a. Disponível em: < <http://www.clicrbs.com.br/blog/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer,getBlog&uf=1&local=1&template=3948.dwt&section=Blogs&post=209236&blog=222&coldir=1&topo=3951.dwt>>. Acesso em: 30 jul. 2009.

\_\_\_\_\_. Twitter tem o dobro de acessos do Facebook no país. **Blog da Vanessa Nunes**, 20 de ago. de 2009b. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/blog/jsp/default.jsp?source=DYNAMIC,blog.BlogDataServer,getBlog&uf=1&local=1&template=3948.dwt&section=Blogs&post=217567&blog=222&coldir=1&topo=3951.dwt>>. Acesso em: 18 de out. de 2009.



O GLOBO ONLINE. Tempo gasto por brasileiros na internet chega a 24 horas mensais. **O Globo**, 24 de Abr. de 2008. Disponível em: <[http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2008/04/24/tempo\\_gasto\\_por\\_brasileiros\\_n\\_a\\_internet\\_chega\\_24\\_horas\\_mensais-427036168.asp](http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2008/04/24/tempo_gasto_por_brasileiros_n_a_internet_chega_24_horas_mensais-427036168.asp)>. Acesso em: 1 de Ago. 2008.

\_\_\_\_\_. MP quer responsabilizar Orkut por comunidades que incentivam motoristas ao consumo de álcool. **O Globo**, 11 de set. de 2006. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/mat/2006/09/11/285608839.asp>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

ORKUT. Sobre o Orkut, **Orkut**, 2009a. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/About.aspx>>. Acesso em: 1º de set. de 2009.

\_\_\_\_\_. Membros. **Orkut**, 2009b. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#MembersAll.aspx>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

ORKUT.ETC.BR. Cronologia: conheça a história do Orkut em datas. **Orkut.etc.br**, 2006. Disponível em: <[http://www.orkut.etc.br/portal/historia\\_orkut](http://www.orkut.etc.br/portal/historia_orkut)>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

PACHECO, Thaís. Confira matéria sobre o criador do Orkut. **Ragga Drops**, Seção Notícias, 29 de jan. de 2009. Disponível em: <[http://www.new.divirta-se.uai.com.br/html/sessao\\_16/2009/01/29/ficha\\_drops\\_noticia/id\\_sessao=16&id\\_noticia=7153/ficha\\_drops\\_noticia.shtml](http://www.new.divirta-se.uai.com.br/html/sessao_16/2009/01/29/ficha_drops_noticia/id_sessao=16&id_noticia=7153/ficha_drops_noticia.shtml)>. Acesso em 22 de abr. de 2009.

PATRY SHEV, Vlad. Atualização de Recurso de Privacidade. **Blog Oficial do Orkut**, 28 de abr. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/04/atualizacao-de-recurso-de-privacidade.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

PAVARIN, Guilherme. Brasil, o país que reina nas redes sociais. **INFOonline**, Plantão, 06 de Abr. de 2009. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/brasil-o-pais-que-reina-nas-redes-sociais-06042009-41.shl>>. Acesso em: 25 de Jul. de 2009.

PIVETTA, Marcos. A pequena pátria em chuteiras - Apenas 3 graus de separação se interpõem entre todos os jogadores brasileiros, craques ou pernetas. **Revista Pesquisa Fapesp**, Caderno Ciência - Física estatística, ed. 106, dez. 2004. Disponível em: <<http://www.revistapesquisa.fapesp.br/?art=2631&bd=1&pg=1&lg=>>>. Acesso em 01 de abr. de 2009.

PRIMO, Alex F.T. A Emergência das Comunidades virtuais. Texto apresentado em **G.t. de Teoria da Comunicação no XX Congresso da Intercom** – Santos/SP, 1997. Disponível em: <<http://usr.psico.ufrgs.br/~aprimo/pb/comuni.htm>>. Acesso em: 30 de ago. de 2007.

PUKKUNURI, Rama. Tornando o orkut mais acessível. **Blog Oficial do Orkut**, 15 de jul. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/07/tornando-o-orkut-mais-acessvel.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

RAFAEL. Atualizações de skins nos streams de atividade. **Blog Oficial do Orkut**, 24 de mar. de 2009. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2009/03/atualizacoes-de-skins-nos-streams-de.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

RECUERO, Raquel. **Comunidades virtuais - uma abordagem teórica**. 2001. Trabalho apresentado no V Seminário Internacional de Comunicação, no GT de Comunicação e Tecnologia das Mídias, promovido pela PUC/RS. Disponível em: <<http://pontomidia.com.br/raquel/teorica.pdf>>. Acessado em 30 de ago. de 2007.

\_\_\_\_\_. **Apropriação e sites de redes sociais**. 2009a. Disponível em: <[http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/apropriacao\\_e\\_sites\\_de\\_redes\\_sociais.html](http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/apropriacao_e_sites_de_redes_sociais.html)>. Acessado em 01 de abr. de 2009.

\_\_\_\_\_. **Dinâmicas de redes sociais no Orkut e capital social**. 2006. Disponível em: <<http://pontomidia.com.br/raquel/alaic2006.pdf>>. Acessado em 01 de abr. de 2009.

\_\_\_\_\_. **Futures of learning, o Orkut e o Brasil**. 2009b. Disponível em: <[http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/futures\\_of\\_learning\\_o\\_orkut\\_e\\_o\\_brasil.html](http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos/futures_of_learning_o_orkut_e_o_brasil.html)>. Acessado em: 01 de abr. de 2009.

\_\_\_\_\_. Redes sociais. 2009c. In: SPYER, Juliano (Org.). **Para entender a Internet**: noções, práticas e desafios da comunicação em rede. Não Zero, 2009. Disponível em: <<http://stoa.usp.br/oerworkshop/files/1333/7925/Para+entender+a+Internet.pdf>> Acesso em: 19 mar. 2009.

REDKAR, Nishant. Cria uma comunidade privada. **Blog Oficial do Orkut**, 8 de fev. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/02/crie-uma-comunidade-privada.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

\_\_\_\_\_. Uma versão mais rápida e mais leve do orkut. **Blog Oficial do Orkut**, 4 de jun. de 2008b. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/06/uma-verso-mais-rpida-e-mais-leve-do.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

ROBSON. Apresentação dos comentários de fotos inline em suas atividades. **Blog Oficial do Orkut**, 20 de mar. de 2009. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2009/03/apresentacao-dos-comentarios-de-fotos.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

SCHWARTZ, Natalie. Destaques do Orkut em 2007. **Blog Oficial do Orkut**, 7 de jan. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/01/destaques-do-orkut-em-2007.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

\_\_\_\_\_. O que está acontecendo ao lado do nosso blog. **Blog Oficial do Orkut**, 19 de maio de 2008c. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/05/o-que-est-acontecendo-ao-lado-do-nosso.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

\_\_\_\_\_. O que você acha da minha foto? Faça um comentário!. **Blog Oficial do Orkut**, 6 de maio de 2008b. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/05/o-que-voc-acha-da-minha-foto-faa-um.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

SHAH, Saurav. orkut no iPhone – a realização do um sonho de uma socialite. **Blog Oficial do Orkut**, 9 de out. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/10/orkut-no-iphone-realizao-do-um-sonho-de.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

SHANGI, Ritika; VOLPATO, Nilton. De quem é a vez de responder? Dê uma olhada na exibição de conversas dos recados. **Blog Oficial do Orkut**, 16 de out. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/10/de-quem-vez-de-responder-d-uma-olhada.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

SPERTUS, Ellen. 2008. A comunidade global. **Blog Oficial do Orkut**, 24 de mar. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/03/comunidade-global.html>>. Acesso em 01 de abr. de 2009.

SPERTUS, Ellen; NELSON, Torsten. Tendências do orkut: Quem envia mais recados?. **Blog Oficial do Orkut**, 28 de jan. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/01/tendncias-do-orkut-quem-envia-mais.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

SURANA, Abhishek. Carregue mais fotos com maior rapidez. **Blog Oficial do Orkut**, 12 de fev. de 2008a. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/02/carregue-mais-fotos-mais-rpido.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

\_\_\_\_\_. Reordenar e reorganizar suas fotos nos álbuns do orkut. **Blog Oficial do Orkut**, 30 de abr. de 2008b. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/04/reordenar-e-reorganizar-suas-fotos-nos.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

THULER, Eduardo. Os apps estão no ar para o Brasil. **Blog Oficial do Orkut**, 10 de jul. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/07/os-apps-esto-no-ar-para-o-brasil.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

\_\_\_\_\_. Constante busca por uma pesquisa melhor. **Blog Oficial do Orkut**, 28 de mar. de 2008. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/03/constante-busca-por-uma-pesquisa-melhor.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

VITÓRIA. Novo Fórum de Ajuda do orkut. **Blog Oficial do Orkut**, 10 de mar. de 2009. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2009/03/novo-forum-de-ajuda-do-orkut.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

ZMOGINSKI, Felipe. Poucos brasileiros vêm Open Social no Orkut. **INFOonline**, Plantão, 10 de jul. de 2008. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/aberto/infonews/072008/10072008-23.shl>>. Acesso em: 22 de abr. de 2009.

\_\_\_\_\_. Recurso mostra quem visitou seu perfil no Orkut. **INFOonline**, Plantão, 26 de abr. de 2006. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/aberto/infonews/042006/26042006-6.shl>>. Acesso em: 22 de abr. de 2006.

\* Mestrando em Ciência da Informação - ECI/UFMG; Especialista em Criação e produção em Mídia Eletrônica, UNI-BH; Bacharel em Jornalismo, UNI-BH. Contato: ruleandson@gmail.com

<sup>1</sup> Pode-se citar alguns estudos que identificaram, por exemplo, a relevância da utilização do Orkut para troca de informações que dinamizam a sociedade (Pithan e Timm, 2007); o Orkut como reflexo dos sentimentos e da expressividade do cidadão pós-moderno (Pithan, 2006 apud Lana, 2007); a linguagem própria dos usuários e o marketing pessoal no Orkut (Telles, 2006); dentre outros.

<sup>2</sup> Nova época, seguinte à Contemporânea ou à Modernidade (sécs. XVIII-XX), iniciada em uma revolução de matriz tecnológica (meados do séc. XX), com um acelerado e generalizado impacto na vida e sociedade humanas, causados pelo novo valor dado à informação. Dicionário Eletrônico de Terminologia em CI. <http://www.ccje.ufes.br/dci/deltci/def.asp?cod=37> Acesso em 01 de abr. de 2009.

<sup>3</sup> Serviços de notícias alimentados automaticamente quando o site ou blog ao qual se relacionam é atualizado. Por meio de um software leitor o usuário não precisa acessar ao site para ver o novo conteúdo [nota do autor]