



Texto Livre: Linguagem e Tecnologia

E-ISSN: 1983-3652

revista@textolivre.org

Universidade Federal de Minas Gerais

Brasil

Fiorini de Carvalho, Woodson

AS REDES DE RELACIONAMENTO E OS SITES DE NAMORO E AMIZADE

Texto Livre: Linguagem e Tecnologia, vol. 2, núm. 2, julio-diciembre, 2009, pp. 38-47

Universidade Federal de Minas Gerais

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=577163635006>

- ▶ [Como citar este artigo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Mais artigos](#)
- ▶ [Home da revista no Redalyc](#)



Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal  
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

## AS REDES DE RELACIONAMENTO E OS SITES DE NAMORO E AMIZADE



Woodson Fiorini de Carvalho/Universidade Federal de Minas Gerais

**RESUMO:** O presente trabalho compara os sites de *Amizade* e de *Namoro* em sua estrutura e finalidades: o Orkut e Mach.com (antigo “Almas Gêmeas”). O texto parte da concepção de uma Internet enquanto matriz do que se tornaram as *Redes de Relacionamento*, considerando-as como suas legítimas herdeiras.

**PALAVRAS-CHAVE:** Redes Sociais. Redes de Relacionamento. Internet. Orkut. Site de Namoro.

**ABSTRACT:** Este trabajo compara los sitios de amigos y sitios de citas en su estructura y propósitos, el Orkut y Mach.com (ex "Almas Gêmeas"). El texto parte de la concepción de Internet como una matriz que se convirtió en el servicio de red, considerando como sus legítimos herederos.

**KEY-WORDS:** Redes Sociales. Servicio de red. Internet. Orkut. Sitio de citas.

## INTRODUÇÃO

A Internet é um fenômeno recente que cresceu vertiginosamente, “explodiu” em popularidade e teve um desenvolvimento tecnológico espantoso em curto período de existência se comparado ao tempo que levou o desenvolvimento e difusão de outras tecnologias na história da humanidade. Tendo sido concebida, a princípio, para ser um meio de interação, de difusão de informações; logo tornou-se um laboratório e uma vitrine, reunindo todo o processo da cadeia produtiva em um só lugar: desde a concepção criativa do produto; seu desenvolvimento; teste de viabilidade técnica (versões *beta*); local de avaliação da popularidade; do potencial de comercialização e, também, de aperfeiçoamento de produtos. Em razão desse seu caráter múltiplo, tornou-se um lugar supostamente autossuficiente e autossustentável, o que viabilizou alavancar seu crescimento, desenvolvimento e sucesso. Porém, muito desse sucesso é calcado no mito criado a partir dos discursos produzidos e difundidos nas outras mídias e nela mesma, como o “Matrix” da série de filmes<sup>i</sup>, que possibilita que tudo e todos tenham seu lugar, independente de sua origem e intenção. Ela é um espaço que permite ter liberdade de ação e experimentação, promover a instantânea exposição dos indivíduos e de uma diversidade iniciativas. Por essas razões, ela pode ser considerada a nova *Shangri-La*<sup>ii</sup>, onde todos que a encontram, podem alcançar a felicidade.

Entretanto, como toda tecnologia, ela se sustenta em dispositivos físicos que podem

falhar<sup>iii</sup> e, com o aval da sociedade e do poder constituído, ter cassada ou cerceada sua concessão, modificando o atual formato, desvirtuando sua concepção libertadora, enrijecendo sua estrutura<sup>iv</sup>, apesar de sua tecnologia ter sido concebida com intuito menos nobre, o de permitir que os EUA resistisse à uma possível guerra nuclear com URSS<sup>v</sup>. Além disso, as tecnologias que dão a ela, essa sustentabilidade, também criam formas e efeitos que a ameaçam. À medida que se consegue um grau de interatividade maior e um ambiente mais seguro, as atividades da vida humana vão migrando para a Internet<sup>vi</sup>, o que vem tornando a sua existência cada vez mais vital para nossa sobrevivência e maior é o risco que isso implica, já que é previsível que possa acontecer um colapso no sistema<sup>vii</sup>.

A introdução do ambiente gráfico WEB, na Internet, permitiu que pessoas que não têm formação em informática possam se aventurar nela, desenvolver seu potencial criativo e de colaboração e se conhecerem. Esses encontros na Internet muitas vezes acontecem como nos antigos bate-papos das redes de telefone 145 (Disque Amizade)<sup>viii</sup>, sem a necessária intermediação de outras pessoas e ao acaso, porém, em escala infinitamente maior e com a integração e intermediação de inovadores dispositivos em formatos multimídia do ambiente WEB. Muitas opções de comunicação surgiram, e com elas, a expectativa de estarmos realizando um antigo sonho humano: o de nos tornar efetivos cidadãos do mundo. A impressão é de que temos a nosso dispor uma infinidade e diversidade de relacionamentos – de amizade, amor, compartilhamento das mesmas inclinações, desejos, experiências profissionais, utopias – pois agora estamos sempre conectados através de *chats*, fóruns, *blogs*, comunidades virtuais, em diferentes partes do globo. Além dos relacionamentos, que já existiam antes do advento da Internet, vão surgindo novas formas, heterodoxas, próprias ao ambiente virtual ou estimuladas por ele, como a do “sexo virtual”, a da “vida virtual” (*Second life*<sup>ix</sup>), e a de pseudo-comunidades do Orkut ou de outras redes<sup>x</sup>, que reúnem usuários interessados em temas banais e ou polêmicos, até mesmo bizarros.

Essa interatividade e liberdade criou um mito de que, com a Internet, não mais ficaremos sós, pois ela nos permite superar esse mal-estar de que Freud falou em sua clássica obra (FREUD, 1988). Esse “não ficar só” nos remete a pensar nas relações sociais em torno dos idealizados lugares comuns de *Amizade* e de *Amor*, como parte do nosso imaginário e rito social, que é reproduzido nos discursos que circulam nas mídias. Esses, normalmente, desembocam no recursivo tema da *busca da felicidade*.

A Internet, enquanto um lugar que possibilita essa infinidade de relações, para além dos limites geográficos, temporais, culturais, cognitivos, é, então, o lugar ideal em que tudo floresce com maior profusão, em diferentes formas, com maior possibilidade de acontecer e de “*dar certo*”, porque o limite é o universo de pessoas conectadas a ela, no mundo. Isso amplia a expectativa dos usuários navegantes de encontrar parceiros, aqueles que o irão completar, com quem poderão compartilhar seus desejos e inclinações. Um sintoma disso, são as manchetes das revistas que ditam a moda e os costumes, que estão sempre retomando o tema da traição virtual<sup>xi</sup>. A Internet, portanto, mais que facilitar e permitir o encontro do outro, leva-nos a estender indefinidamente essa busca. É a reedição do mito do Andrógeno: a procura das pessoas por um parceiro ideal de quem foram originalmente separados, que resulta em tantas iniciativas de encontrá-las na Internet. É uma forma de burlar e mascarar, pela proliferação de meios virtuais que fomentam os encontros, essa solitária condição humana, de que Freud nos falou: a “Babel”, imposta por barreiras culturais e pela estrutura psicológica humana como empecilhos intransponíveis à realização da utopia de sermos finalmente felizes ou de atingir a plenitude dessa felicidade.

O tema principal do livro *Mal-estar* é o conflito irremediável entre as pulsões e as barreiras impostas pela civilização. Tema e referência à compreensão da vida em sociedade. As próprias instituições criadas para proteger a sobrevivência da humanidade trazem dentro de si ingredientes que deflagram o mal-estar. Compreendendo esta premissa, Freud não acredita que a felicidade que os homens perseguem possa existir, a não ser pontualmente quando conseguem uma trégua entre o desejo e o controle (ARANTES, 2007, p. 44).

Estudar as interações nas *redes de relacionamento* permite entender a própria Internet e a sociedade que a fundou, pois essas redes herdaram o legado que concebeu-a como um lugar privilegiado para estabelecer interações e relacionamentos em escala global.

O presente ensaio pretende fazer uma discussão sobre essas redes de relacionamento virtual e suas motivações. O objetivo é tecer um panorama que irá balizar a pesquisa que estamos realizando sobre as formas discursivas que a paixão amizade assume no Orkut, tomando como base os estudos semióticos de linha francesa.

Esse panorama visa levantar questões que essas *redes de relacionamento* nos suscitam, concebidas a partir de desejos de seus internautas e criadores e do imaginário das “paixões” do amor e da amizade que são projetados por eles no mundo virtual da Internet.

São essas paixões do *amor carnal* (namoro, casamento, etc.), e da amizade que motivam a existência de parte dessas *Redes de Relacionamento* ou *Redes Sociais*. É nelas que nos deteremos a seguir.

## 1 AS REDES DE RELACIONAMENTO

Vários sites cumprem o papel de conectar pessoas por afinidades – amizade, amor, atividade profissional, *hobbies*, inclinações, posicionamentos, polêmicas, fã-clubes, história pessoal – enfim, são diversas razões que motivam a aproximação das pessoas. Eles vão se especializando em um ou outro tema, a fim de atrair determinados grupos sociais de usuários de acordo com o que eles buscam nas *Redes de Relacionamento*: querer encontrar um amor, querer fazer amizades ou reencontrar amigos que não vê há muito tempo, querer dividir experiências do cotidiano ou profissionais, querer compartilhar uma visão de mundo, um estilo de ser, um gosto particular, uma crença, ideologia, uma história em comum.

Contextualizamos, até aqui, o problema de que vamos tratar, conjecturando sobre o contexto e motivações dos usuários de redes de relacionamento. Nos deteremos, a seguir, na diferenciação entre os sites de *amizade*, Orkut e de *amor*, “*Almas Gêmeas (Match.com)*” de “*encontros amorosos*”, avaliando-os a partir da descrição de seus mecanismos. O viés dessa abordagem visa descrever essas *redes de relacionamento* e, ao confrontá-los, começar a entender o que são o *amor* e a *amizade* quando projetados no mundo virtual.

A escolha desses sites deveu-se ao grau de popularidade que eles alcançaram, pelo menos no Brasil, tornando-se uma referência entre os demais. O Orkut, em especial, por ser metonimicamente tomado, na nossa imprensa, como um quase sinônimo de *rede de relacionamentos*

## 2 AMOR OU AMIZADE

Em antológico programa de TV, da rede SBT, o apresentador Silvio Santos fazia a clássica pergunta “É namoro ou amizade?” aos candidatos que iam ao programa “Namoro na TV” à procura de sua “cara-metade”. Em razão da grande audiência do programa, essa frase ficou gravada na memória coletiva dos falantes brasileiros e revela o quão essas duas paixões são, de alguma forma, antagônicas e mutuamente excludentes no imaginário da língua, enquanto uma projeção idealizada de como vemos uma e outra forma de relacionamento. Isso, por si só, explica a segmentação dos sites, ora voltados para o *amor*, ora para a *amizade*. Não é nosso objetivo definir como se dão os relacionamentos de *amizade* e *amor* entre as pessoas, mas é fato que fazemos esse tipo de distinção e, de alguma forma, isso é reproduzido nos discursos circulantes na sociedade e pela Internet. Porém, os sites que iremos analisar, não são apenas projeções desse imaginário social, mas eles são também um produto mercadológico concebido e desenvolvido a partir de estratégias de mercado e sujeito às limitações do dispositivo e a uma cultura de fazer virtual.

O Orkut é um dos diversos sites que têm a finalidade de fazer amigos e, embora não tenha sido concebido originalmente no Brasil e esteja acessível para todo o globo, é um lugar dominado por “brasileiros”. Esse é um fenômeno complexo e difícil de desvendar, mas há pistas que podem nos levar a descobrir o porquê dessa hegemonia brasileira em um site internacional. Levanto duas pistas: a amizade é uma marca reconhecida na estereotipia cultural brasileira com o qual os “brasileiros” usuários da Internet se identificam e o formato do Orkut possui elementos que se adequam ao gosto e ao modo de ser e de se comportar no meio virtual enquanto pertencentes à comunidade de *brasileiros*. Os mecanismos do Orkut, então, facilita o estabelecimento de relações de amizade e a manutenção delas no formato proposto pelo mecanismo. Os usuários que se declaram *brasileiros* estão propensos a aderir às restrições e a dinâmica com a qual é concebido a forma e o conteúdo dessa rede. Isso não significa que esses usuários sigam e respeitem os avisos e restrições que são claramente mostrados durante a inscrição do site, muitos usuários os ignoram (o limite mínimo de 18 anos de idade, por exemplo)<sup>xii</sup> e essa liberdade de fazer um uso ampliado dos recursos oferecidos pelo site que o torna tão popular, já que a criatividade e despojamento são outro traço característico da identidade brasileira. Em função disso, muitos usuários extrapolam limites legais e socialmente aceitáveis e se aproveitam de falhas na programação do site para realizar atos ilícitos e indesejáveis. Em função disso, alguns mecanismos do Orkut vem sendo continuamente modificados e aperfeiçoados no intuito preservar a privacidade, segurança e a integridade de seus usuários. A Internet não só tornou-se um lugar de experimentação social, mas também, um lugar de desvios de conduta.

Como o Orkut é um site voltado para promover amizades, como tantos de seu gênero, ele é “gratuito”<sup>xiii</sup>. Os sites de encontros amorosos, sexuais, por outro lado, são pagos. Essa diferença é um claro sintoma de que *amor* e a *amizade* possuem valores sociais universalmente diferenciados, pelo menos na cultura virtual. Isso nos faz supor que a estereotipia do amor e da amizade são paixões semióticas que possuem alguns traços isotópicos comuns, porém com valores opostos.

Nos sites de relacionamento amoroso, o usuário tem de pagar para ter acesso integral a todos os recursos do dispositivo. Para se inscrever no Match.com<sup>xiv</sup> deve-se, como no Orkut, preencher o perfil com questões relacionadas à vida pessoal e profissional. Esse preenchimento no primeiro site não é *obrigatório*, mas é “recomendável” porque ele é exigido do usuário para que lhe seja liberado o acesso a recursos que o permitam mostrar-se à comunidade. Essas informações irão

munir o mecanismo do site com informações que permitam ao Match.com buscar um parceiro “compatível” ao confrontar as características preenchidas nos perfis pelos usuários. Elas permitem conferir se o *usuário/assinante* está cumprindo as regras arbitradas pelo site<sup>xv</sup>.

Nossos usuários realmente adoram este site		
Tantas formas de se conectar	Assinantes	Usuários
<b>Entre em contato com outras pessoas solteiras!</b>	✓	
Envie e receba mensagens de correio eletrônico	✓	
Responda a mensagens de correio eletrônico	✓	
Remova associados da visualização	✓	
Veja quem está conferindo seu perfil	✓	
Com Máximo contacto deixe que todos os membros lhe escrevam	✓	
Busca por tipo	✓	✓
Busca por pares	✓	✓
Criar um perfil	✓	✓
Colocar uma foto	✓	✓
Enviar/ Receber piscadinhas virtuais	✓	✓
Comunique-se com os assinantes de Máximo contacto.	✓	✓

Ilustração 1: Comparação dos privilégios entre Assinantes e Usuários

Assim, nos sites de amizade, o objetivo é encontrar relacionamentos que não impliquem um compromisso evidente e o preenchimento do *perfil* é opcional, pois não comporta nenhuma sanção pragmática, seja positiva ou negativa. Os sites de amizade geralmente estabelecem pouco ou nenhum controle sobre os dados do perfil, nem comportam qualquer censura prévia. Só recentemente que foi incorporado no Orkut um mecanismo de denúncia para que os próprios usuários que se sentirem incomodados denunciem. Os sites de namoro, por outro lado, fazem uma auditoria nos dados dos perfis dos usuários, a fim de evitar que essas informações ultrapassem certos parâmetros que possam comprometer ou desagradar seus usuários, muitos deles *assinantes* do serviço que pagam o site para procurar e ou sugerir bons candidatos do banco de dados a fim de encetar relações amorosas.

### 3 OS SITES DE NAMORO (MATCH.COM) E DE AMIZADE (ORKUT)

Empreendimentos especializados em promover encontros para estabelecer um relacionamento amoroso não são uma invenção do *mundo virtual*, mas popularizaram o trabalho antes feito pelas Agências de Namoro que, para dinamizar o serviço prestado, se transferiram para o meio virtual. Os sites de amizade, por outro lado, realmente surgem com o desenvolvimento da WEB. A novidade nesses sites foi incorporar, em um ambiente virtual, várias formas de agregar

pessoas: em comunidades de interesses, conexões de hipertexto a partir de verbetes, mais recentemente, por um ambiente para postagem de imagens. No Orkut, até as fotografias de grupos de pessoas também são interligadas por hipertexto e possuem um mecanismo que permite que o usuário seja identificado nas fotos. Outra novidade incorporada são os mecanismos RSS<sup>xvi</sup> que mantêm a página do usuário atualizando-se à medida que vão ocorrendo modificações e manifestações de seus amigos na rede. As redes de amizade vêm evoluindo e se especializando. Foram criadas redes com objetivo de aproximar pessoas que pretendam viajar para destinos compatíveis. A WAYN<sup>xvii</sup>, por exemplo, divulga os destinos daqueles pretendem viajar para aproximá-los daqueles que tenham o mesmo destino de viagem ou que vivem nos locais desse destino. O “Linked in” querem aproximar seus usuários segundo suas funções e profissões a fim de que possam trocar informações e experiências e divulgar seus currículos para as empresas. Outros sites, embora tenham surgido com outro objetivo como armazenar, difundir e trocar vídeos, arquivos, textos, imagens, incorporaram, para isso, mecanismos das *Redes de Sociais*. Por essa razão que a Google<sup>xviii</sup>, uma empresa que se popularizou pelo seu poderoso e incomparável mecanismo de busca, incorporou o YouTube<sup>xix</sup>, site popular de difusão de vídeos, como um novo serviço e recurso ao Orkut e a outros de seus serviços.

Como no mundo presencial, existe um mundo virtual *marginal* que forma redes que congregam um submundo com “perigosos” sites que divulgam conteúdo ilegal e pornografia. Muitos se associam com temas adultos, especializados na troca de vídeos e imagens pornográficas, pedofilia, prostituição. Essas redes normalmente são de navegação insegura. Os códigos de programação neles contidos normalmente expõem, sorrateiramente, os dados particulares dos incautos navegantes – senhas, armazenadas nos computadores – que são atraídos por facilidades e acabam contaminados por vírus, *trojans*, etc. Um fenômeno a ser investigado desses sites, semelhante ao que acontece nas atividades marginais na sociedade, há uma associação de imagens, pornografia e cenas picantes com o fornecimento do conteúdo arquivos e conteúdos ilegais. Os sites que possuem esse conteúdo ilegal frequentemente estão associados, através de banners, com conexões de hipertextos para sites de conteúdo pornográfico que se abrem espontaneamente, como se as pessoas que procuram os primeiros estão propensos a fazer uso do segundo. A pornografia é, então, um chamariz para o ilícito. O curioso, no mundo virtual, é que o caminho inverso, em direção oposta não é comum. Quem entra em num site de pornografia não costuma encontrar banners oferecendo sites de conteúdo ilícitos ou afrontem leis de direito autoral.

Os sites de *encontros amorosos* podem ser subdivididos em: aqueles que voltados para estabelecer relações duradouras como namoro e casamento e aqueles que propõem outros tipos de relacionamento sexual, porém, mais casuais e fortuitas. Interessante notar que nos sites de relações duradouras, namoro e casamento, existe a opção para quem está buscando relacionamentos *homossexuais*, mas o questionário de preenchimento do perfil desses sites não possui opções sexuais como *swing*, *sadomasoquismo* e nem tampouco oferecem *garotas de programa*, como fazem sites alternativos e de conteúdo pornográfico. Isso reforça o argumento que distingue esses sites pelo traço da durabilidade da relação. Nos sites de namoro, pressupõe-se que as pessoas estão realmente expondo sua verdadeira identidade e suas identificações, sua intimidade. O risco de que essa revelação possa vir a público e comprometer a imagem social do usuário e do próprio site faz com que se evite a expressão desses comportamentos polêmicos: *swing*, *sadomasoquismo* etc. Portanto, comportamento polêmicos, que têm o traço durativo variável e descontínuo, devem ser suprimidos ou discretizados e só aquilo que é parte do comportamento dito normal, invariável e contínuo, aceito pela média da sociedade, é permitido. Essa constatação reforça a impressão de que os comportamentos no mundo virtual espelham os da sociedade que ele reflete.

Os termos selecionados no questionário da 1 na (pág. 42) reforçam o que observamos acima, já que há uma preocupação de fazer com que se evite divulgar comportamentos ou preferências sexuais fora do padrão moral admitido pela esfera pública da sociedade, ainda que na esfera particular, na intimamente dos usuários esse tipo de prática possa não ser tão incomum, já que o site se esmera em manter uma atmosfera positiva, estimulante, “feliz”, dentro dos parâmetros sociais da cultura a que ele se destina. Como prova disso, encontramos uma recente ferramenta no site *Match.com*, denominada *Cupido* (2 - Pág.44), que é um teste psicológico da personalidade do usuário, cuja utilidade é permitir que os usuários tenham mais uma ferramenta que forneça subsídios para a harmonização dos candidatos amorosos. A ferramenta permite comparar as personalidades do pretendente e do pretendido, sugerindo aqueles que podem dar certo. A efetividade desses testes é questionável do ponto de vista da própria psicologia, pois trata-se de uma espécie de simulacro de um teste psicológico, semelhantes a testes encontrados em numerosas revistas impressas e virtuais que ditam a moda, costumes e comportamento. Esses testes não têm valor científico, pois os resultados e sua interpretação são computados automaticamente e não passam pelo crivo de um especialista. O resultado desse teste é claramente tendencioso porque produz um texto automático, pré-programado, que descreve a personalidade do usuário em seus aspectos positivos e jamais negativos.

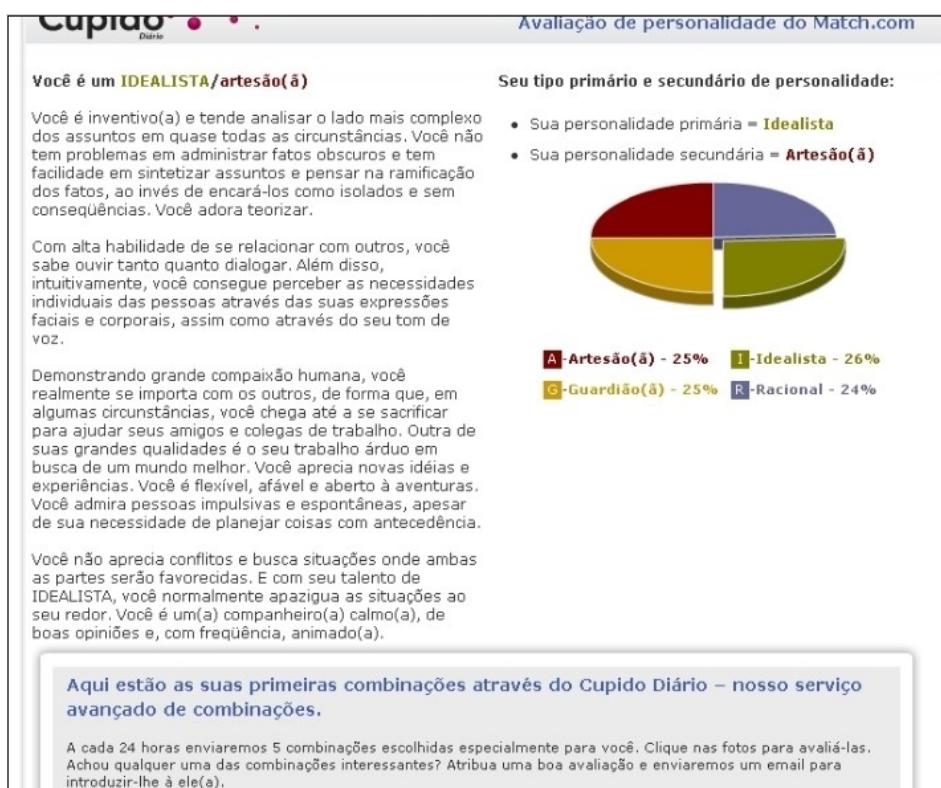


Ilustração 2: Cupido Resultado de um teste

Esse texto, resultado do teste, acima, revela que nesses sites de namoro há um caráter também prescritivo, pois, como já dissemos, ele evita expor conteúdos que possam ameaçar a face dos usuários, publicamente, por serem íntimos e privativos. Existe aí um contrato publicitário, que torna pública a imagem de um indivíduo, porém, não necessariamente a “vende”, já que, num Estado de Direito, existe a premissa de que não se pode negociar os indivíduos. Por essa razão que

nos parece interessante retomar a ideia de *Contrato* (enquanto um saber partilhado) no estudo do mundo virtual. Tendo em vista essa perspectiva, uma classificação das formas de *Contrato Midiático* foi proposta por nós, abaixo, que divide o *Contrato de Publicidade* (que visa tornar pública, às demandas da sociedade) em contrato de *Vendas* e de *Fé*, pelas diferentes estratégias, meios e objetivos da publicidade de Fé, com relação à publicidade que apenas deseja vender um produto ou serviço, pois o primeiro pressupõe uma sincera adesão do destinatário.

É, talvez, nesse contrato (**publicidade de fé – grifo meu<sup>xx</sup>**), que são tornados públicos a dinâmica contraditória dos interesses dos cidadãos e os desejos mais utópicos. De certa forma, o indivíduo é tomado por uma inversão de papéis sociais, em que o que é privado se torna público e o desejo de um grupo é incorporado pelo membro, enquanto um desejo íntimo. É esse contrato que parece promover o efeito mais gregário, aglutinador, em torno de teses, ideias, ações de solidariedade, sonhos, utopias, crenças, etc. que tendem a compensar, por serem partilhadas dentro de um segmento social qualquer, a profunda sensação de solidão e de fragilidade do homem diante da precária realidade do mundo (CARVALHO, 2001, p. 135).

No Orkut, há uma profusão e variedade de perfis e de comunidades, não havendo mecanismos que atribuem a mesma rigidez e seletividade dos conteúdos que são expostos nos sites de namoro. A exposição de conteúdos polêmicos é livre, embora, nos últimos dois anos, tenha havido um esforço de incorporar progressivamente mecanismos que autorregulam a exposição dos usuários, em que eles próprios denunciam abusos. Esse mecanismo de regulação é uma pós-censura e atribui ao usuário a responsabilidade e missão de selecionar e julgar, em primeira instância, a adequação do conteúdo exposto, cabendo ao provedor apenas sancionar, advertindo ou fechando a comunidade ou o perfil<sup>xxi</sup>. Os sites de namoro, por outro lado, fazem uma pré-seleção dos conteúdos expostos, recaindo a responsabilidade deles sobre o provedor do serviço, porque eles têm que passar pela sua aprovação, não cabendo apenas ao usuário interferir nesse processo. A incorporação recente de mecanismos que convocam e facilitam os usuários a fazer denúncias no Orkut se deveu a uma série de problemas amplamente divulgados na imprensa, em razão da proliferação de comunidades e perfis que fazem apologia a comportamentos perigosos, imorais, ilegais e constrangedores. Alguns suscitaram processos contra a Google, empresa responsável pelo site<sup>xxii</sup>.

Enquanto o Orkut se mantém completamente gratuito, havendo distinção de tratamento por parte do site aos seus usuários, os sites de namoro procuram promover o usuário *assinante*, que paga uma mensalidade pelo serviço prestado. No entanto, o usuário básico, que não paga, não é desligado, uma vez que ele é incorporado às estatísticas de popularidade do site e pode vir a ser um futuro *assinante*. O assinante tem, com isso, uma leque maior de opções de escolha na sua procura por um parceiro amoroso. O *assinante* do site tem acesso a recursos diferenciados e vantagens dependendo do plano a que ele está disposto a pagar.

O Orkut se sustenta graças ao *merchandising* ali exposto ou feito em torno dele. Existe, também, uma variedade de aplicativos virtuais feitos por colaboradores que foram, aos poucos, se desenvolvendo e se incorporando externamente às suas funções. Essa colaboração resulta da filosofia e ideal de amizade que concebe o site. Porém, essa maleabilidade do Orkut comprometeu sua segurança e desempenho. Então, após o Orkut ter sido encampado pela Google como parte de seus múltiplos serviços, optou-se por permitir acesso apenas a aplicativos aprovados e oferecidos internamente: os APPS. Não foi possível apurar se essa colaboração voluntária ainda ocorre, apesar das alterações. Entretanto, essa infinidade de funções e atrativos que o Orkut possui o manteve na liderança entre as redes sociais por longo período aqui no Brasil<sup>xxiii</sup>.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As diferenças que encontramos no confrontamento dos sites de Amizade e Amor carnal (namoro) são indícios de que a sociedade virtual atribui à essas formas de relacionamento, diferentes valores, com expressão e conteúdo diferenciados e, por essa razão, esses sites procuram diferentes formas de manipular seu público alvo. O objetivo de fazer essa comparação, sem usar, nesse trabalho, a terminologia semiótica para dissecar seus textos foi mostrar um panorama geral deles, contrastando genericamente seus mecanismos e objetivos como um ensaio exploratório de caráter meramente descritivo e contrastivo.

Vimos que os mecanismos delimitam e restringem os textos postados pelos usuários e *assinantes* do site. Esses textos estão, então, submetidos aos interesses e objetivos das corporações que conceberam os sites. Essas corporações concebem e manipulam esses mecanismos com fim de atingir um público cada vez maior direcionando e controlando a forma como o imaginário em torno do amor e da amizade no meio virtual. Não se pretende um aperfeiçoamento das formas de estabelecer essas relações de amor ou amizade, com objetivo de ampliar as possibilidades de encontros, experiências e conhecimento sobre o tema. A potencialidade de aproximação de uma pluralidade de culturas e uma infinidade de indivíduos que aderem a esses sites é meramente retórica. O objetivo desses sites é tão somente difundir um modelo standards, cristalizado e segmentado, imposto por uma cultura de marketing que adapta regionalmente uma cultura hegemônica às demais para conquistar e fidelizar um público potencial.

Me pergunto se esses sites submetidos à lógica do interesse das grandes corporações e de uma cultura hegemônica torna seus usuários, indivíduos igualmente assujeitados? Ou será que os usuários se aproveitam da relativa autonomia dada pela complexidade do mecanismo e criativamente usam os recursos dos sites de forma não prevista pela concepção do sistema para divergir do modelo imposto e compartilhar sua visão de mundo? Com o advento da Internet, estamos fatalmente destinados a alcançar uma Cultura realmente Livre ou estaremos sempre submetidos massivamente ao controle das Majors da cultura?

A análise dos textos produzidos pelo usuários nesses sites nos permitirá observar as projeções do mundo real no virtual. Essas projeções podem revelar um espelho distorcido da realidade, correspondente a um imaginário cultural estereotipado que converge suas manifestações para o discurso monológico dos sites ou, ao contrário, diverge dele, tendendo a um discurso polissêmico dos usuários. O estudo desses textos podem revelar algumas características importantes dessas paixões: os discursos circulantes, lugares comuns e outros. Eles revelarão esse imaginário em torno da *amizade* e do *amor* que podem nos fazer entender o quanto decisivas são essas paixões no estabelecimento das interações humanas virtuais.

Embora, por uma questão metodológica, o recorte da investigação se limite à paixão amizade, esse ensaio contrasta os sites de namoro e amizade porque notamos que são paixões semióticas que se correspondem na nossa cultura e que estão interconectadas discursivamente no imaginário social. Então, sondar a paixão semiótica Amor parece delimitar a Amizade e vice-versa. Esse imaginário carrega um estereótipo social que corresponde a idealidade desses relacionamentos imposta pelos meios de comunicação de massa. Entretanto, às práticas dos usuários nas comunidades do Orkut podem não corresponder a essa idealidade, afinal, o Orkut herda características dos novos dispositivos virtuais que permitem a liberdade de construir iniciativas colaborativas que dá uma grande margem de manobra aos usuários, possibilitando experimentações

imprevistas. Isso dificilmente acontece em sites de namoro como o “*Almas Gêmeas (Match.com)*” em razão da rigidez do mecanismo que promove os encontros.

Em razão disso, podemos pensar na hipótese de que a sociedade mantém um rígido controle sobre a sexualidade também no meio virtual. Ela usa dessa forte pulsão sexual para manter um controle econômico e simbólico sobre o imaginário dos indivíduos. Isso parece não ocorrer com a mesma intensidade em relação a amizade. Talvez seja por essa razão que *usuários* nos sites de namoro sejam compelidos a se tornarem *assinantes* que pagam pelo serviço, mais que potenciais amantes, eles devem ser para os sites de namoro meros consumidores realizados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARANTES, M. A. (2007). A liquidez de um enigma. (S. American, Ed.) *Viver mente e cérebro*, xvi (174), p. 43-49.
- BARROS, D. L. (2007). Paixões e Apaixonados: exame semiótico de alguns percursos. In: D. L. BARROS, *Artigo do curso da Profa Gláucia M. P. Lara* (p. 60). São Paulo: Universidade de São Paulo.
- CARVALHO, W. F. (2001). *Formas de Contrato de Comunicação em Programas de Educação na Mídia*. (O. D. Mari, Ed.) Belo Horizonte: Dissertação de Mestrado em Lingüística Faculdade de Letras da UFMG.
- FREUD, SIGMUND. Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud (ESB) \_ *O mal-esta na civilização*, (1930 [1929]), vol. XX Rio de Janeiro, Imago Editora, 1988.
- MARCUSCHI, L. A. (2005). Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: L. A. Marcuschi, & A. C. Xavier, *Hipertexto e Gêneros Digitais* (p. 13-67). Rio de Janeiro: Lucerna.
- Wikipédia Internet. (s.d.). Acesso em 10 de Outubro de 2008, disponível em Wikipédia: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Internet>>.
- Wikipedia Redes de relacionamento. (11 de 11 de 2006). Acesso em 03 de 08 de 2007, disponível em Wikipedia: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/>>.
- Wikipédia: Internet. (2008). Acesso em 10 de Novembro de 2008, disponível em Wikipédia: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Internet>>.
- Wikipédia: Jeitinho. (22 de julho de 2007). Acesso em 22 de julho de 2007, disponível em Wikipédia, a encyclopédia livre.: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Jeitinho>>.
- Wikipédia: World\_Wide\_Web. (2008). Acesso em 10 de 11 de 2008, disponível em Wikipédia: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/World\\_Wide\\_Web](http://pt.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web)>.
- Wikipedia: História da Internet. (2009). Acesso em 22 de 06 de 2009, disponível em Wikipedia: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/História\\_da\\_Internet](http://pt.wikipedia.org/wiki/História_da_Internet)>.
- Wikipedia: Hipermídia. (2008). Acesso em 10 de 11 de 2008, disponível em Wikipedia: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Hipermídia>>.

- i <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Matrix>>.
- ii <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Shangri-La>>.
- iii <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Internet#Poss.C3.ADvel\\_colapso](http://pt.wikipedia.org/wiki/Internet#Poss.C3.ADvel_colapso)>.
- iv Ver <<http://webinsider.uol.com.br/index.php/2005/08/08/china-censura-web-microsoft-e-google-ajudam/>> e <[http://pt.wikinews.org/wiki/ONI\\_divulga\\_estudo\\_sobre\\_censura\\_da\\_internet\\_pela\\_China](http://pt.wikinews.org/wiki/ONI_divulga_estudo_sobre_censura_da_internet_pela_China)>.
- v "...o governo dos Estados Unidos temia um ataque russo às bases militares. Um ataque poderia trazer a público informações sigilosas, tornando os EUA vulneráveis. Então foi idealizado um modelo de troca e compartilhamento de informações que permitisse a descentralização das mesmas. Assim se o Pentágono fosse atingido, as informações armazenadas ali não estariam perdidas."
- <[http://pt.wikipedia.org/wiki/História\\_da\\_Internet](http://pt.wikipedia.org/wiki/História_da_Internet)>.
- vi <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Internet#Crime\\_na\\_Internet](http://pt.wikipedia.org/wiki/Internet#Crime_na_Internet)>.
- vii <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Internet#Poss.C3.ADvel\\_colapso](http://pt.wikipedia.org/wiki/Internet#Poss.C3.ADvel_colapso)>.
- viii <<http://www.disqueamizade.com.br/conheca.html>>.  
<<http://br.answers.yahoo.com/question/index?qid=20070628194622AAeSsgL>>.
- ix <<http://secondlife.com/>>.
- x Comunidades que se iniciam pelos motes: (Eu) odeio...., (Eu) amo..., (Eu) detesto, etc.
- xi <[http://veja.abril.com.br/250106/p\\_076.html](http://veja.abril.com.br/250106/p_076.html)>.
- xii <<https://www.google.com/accounts/NewAccount?continue=http%3A%2F%2Fwww.orkut.com%2FRedirLogin%3Fmsg%3D1&service=orkut&hl=pt-BR>>.
- xiii Essa *gratuidade* é relativa, uma vez que o site é sustentado pelo merchandising nele imbutido.
- xiv Antes, chamado Almas Gêmeas quando pertencente ao provedor Terra.
- xv O perfil deve ser avaliado e aprovado por profissionais do site.
- xvi A abreviatura do RSS é usada para se referir aos seguintes padrões: Rich Site Summary (RSS 0.91), RDF Site Summary (RSS 0.9 e 1.0) e Really Simple Syndication (RSS 2.0). RSS é um subconjunto de "dialetos" XML que servem para agregar conteúdo ou "Web syndication", podendo ser acessado mediante programas ou sites agregadores: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/RSS>>.
- xvii <<http://www.wayn.com>>.
- xviii <<http://google.com>>.
- xix <<http://youtube.com>>.
- xx Aqui, trabalho com a ideia de *contrato*, que redunda na aceitação entre os parceiros da comunicação de restrições linguísticas e situacionais no processo de comunicação. Nas mídias convencionais, Carvalho supõe que exista um contrato de Fé e de Vendas (Carvalho, 2001) entre os de Educação, Entretenimento, Informação e Vendas.
- xxi Houve, no Brasil, em função das pressões da CPI da Pedofilia e do site SAFERNET (<<http://www.safernet.org.br>>) um ajustamento da conduta da Google em que o site Orkut passa a promover um controle mais restrito do conteúdo postado, mas isso não resultou na opção por passar a fazer uma censura prévia do que é postado (pelo menos não declaradamente) Ver notícia: <<http://www.safernet.org.br/site/noticias/mp-rj-google-fecham-acordo-sobre-orkut>>.
- xxii <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut#Cr.C3.ADticas\\_negativas](http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut#Cr.C3.ADticas_negativas)>.
- xxiii Referências: <<http://blogpagseguro.com.br/2009/04/redes-de-relacionamento-e-blogs-sao-mais-buscados-que-e-mail>>.  
<[http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen\\_globalfaces\\_mar09.pdf](http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf)>.