

**ANTEPASSADOS DO ORKUT: UMA ANÁLISE DA CONVERGÊNCIA
MIDIÁTICA** Angela Helena Zatti¹

Resumo

O trabalho faz uma análise comparativa de mídias que são precursoras e convergentes do Orkut. Observa-se o papel dessas mídias na interação social entre os indivíduos e seu grupo, bem como a convergência de “agenda-diário”, “álbum de recordações” e “caderno de confidências” em “perfil”, “página de recados” e “meus depoimentos” no Orkut. Para fundamentação, a pesquisa permeia conceitos sobre convergência midiática, ciberespaço, grupo afinitário, representação do “eu” e visibilidade.

Palavras-chave

Convergência midiática. Grupo afinitário. Representação.

Abstract

This paper makes a comparative analysis on media which are converging and precursors of Orkut. It is observed the role of those media in social interaction among individuals and their group, and the convergence of "diaries-agenda", "scrapbooks" and "tender confidences" in "Profile", "scrapbook" and "My testimony" on Orkut. In support, this research permeates concepts of media convergence, cyberspace, affinity group, representation of self and visibility.

Keywords

Media convergence. Affinity group. Representation.

1 Introdução

A revolução industrial propiciou melhoria de vida dos seres humanos – e isso não é novidade – no que tange conforto e diversão, tratamentos de saúde e, até, a possibilidade de se comunicar com quem está do outro lado do mundo, como se estivesse do outro lado da sala. O que é novidade são as conseqüências dessa revolução, pois não se pode dissociar tecnologia e cultura. Assim, em matéria de meios de comunicação, ocorre um fenômeno chamado de convergência midiática, oriundo dessa transformação, inicialmente tecnológica, mas que se estende à política, ao mercado, às relações sociais e à cultura, pelo menos. Como sendo um tópico relativamente novo e em constante transformação, se justifica qualquer estudo que vislumbre o entendimento, a classificação, a definição e registro desse fenômeno.

Para este estudo se levanta o seguinte problema: como ocorre a convergência midiática no caso do Orkut? Nessa linha, o objetivo desse artigo é discutir a convergência de três mídias de interação social que usam o papel como suporte – agenda-diário, álbum de recordações e caderno de confidências – para o Orkut, uma das mídias virtuais mais populares da atualidade. A análise trata não apenas das semelhanças e diferenças dos suportes midiáticos, físico *versus* virtual, mas, também, de algumas similaridades e alterações na interação social que se dão por meio de tais mídias, observando-se a convergência.

Para tanto, foi adotado como metodologia de solução o método comparativo de procedimento, que realiza comparações com a finalidade de verificar similaridades e explicar divergências, partindo-se do princípio de que o estudo das semelhanças e diferenças entre mídias precursoras e mídias emergentes contribui para uma melhor compreensão das transformações do comportamento e relacionamento humano. Ainda, a observação sistemática foi a técnica escolhida para coleta de dados.

2 Convergência midiática

A cultura da convergência surgiu, obviamente, com o aparecimento de novos meios de informação e comunicação. Para discutir a convergência de mídias é necessário, primeiramente, que se defina convergência. Segundo Henry Jenkins (2008), “convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais”. Paula, André e Tavares (2009) colocam que

estamos numa era de mídias em todos os lugares, na qual há uma mistura de meios antigos com meios emergentes, mas, os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos: suas funções e status estão, sim, sendo transformados pela introdução de novas tecnologias. Desta forma, a convergência pode ser vista como uma afluência de mídias que envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação. Jenkins (2008) coloca, ainda, como “o fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação”.

A convergência midiática, de acordo com Suely Fragoso (2005, p.17), tem três grandes frentes de realização: “a convergência (1) dos modos de codificação; (2) dos tipos de suporte e (3) dos modos de distribuição dos produtos midiáticos”. A autora explica que, por “convergência dos modos de codificação”, entende-se a possibilidade de “empacotar”, em um único formato (no caso, o código binário), enunciados originalmente pertencentes a categorias semióticas distintas (texto, som e imagem). Fragoso afirma que essa indiferenciação viabiliza a reunião de tipos distintos de mensagens em um único suporte. Na prática, diz ela, “trata-se da possibilidade de utilizar uma mesma unidade de armazenamento (um disquete ou CD, por exemplo) para guardar indiferenciadamente e ao mesmo tempo o texto de uma carta em andamento, um conjunto de imagens fotográficas e uma seqüência melódica (Fragoso, 2005, p.17). Das colocações feitas sobre a convergência, justifica-se o detalhamento tanto das mídias precursoras quanto da mídia emergente que constituem o objeto desta pesquisa. Desta forma, seguem as características e funções de agenda-diário, álbum de recordações e caderno de confidências – as mídias precursoras.

Com função de interação social, as três mídias aqui abordadas são usadas por um público adolescente, predominantemente. A interação social é imprescindível aos seres humanos de qualquer idade, mas, nessa faixa etária, adquire um caráter ainda mais importante. Isso porque, como afirma Natalia Justino (2007), a adolescência – dadas as transformações biológicas e psicológicas - é o momento em que o adolescente procura a sua identidade, não mais se baseando apenas nas orientações dos pais, mas também, nas relações que constrói com o grupo social no qual está inserido, principalmente o grupo

de amigos. Nery Filho e Torres (2002, citados por Justino, 2007) apontam que a amizade torna-se uma relação de pessoas específicas no qual o adolescente cria novos laços afetivos estabelecendo assim, um círculo social reduzido e homogêneo, em que os jovens encontram sua própria identidade num processo de interação social. Por esse motivo, é tão comum a presença das mídias citadas como uma afirmação e explicitação de inclusão no grupo afinitário – ou tribo, da proposição de Weber e Maffesoli.

Para conceituar grupo afinitário, parte-se das idéias de Weber e Maffesoli, reunidas e apresentadas por Francisco Coelho dos Santos (2000: 97), de que as tribos surgem do compartilhamento de um produto estético. Entende-se por produto estético aquele que é adquirido não por uma necessidade física, mas por uma necessidade de consumir o que a comunidade pede, para que se possa fazer parte dessa comunidade. É uma necessidade vital para um determinado grupo, pois é o consumo desse produto estético que identifica o indivíduo como pertencente a esse grupo; uma “senha” de acesso à tribo.

Ainda, essas “comunidades emocionais”, assim intituladas por Weber, têm uma linguagem própria que dificulta o entendimento de uma pessoa que não seja membro da tribo, o que faz com que a informação que atravessa o grupo seja uma espécie de segredo compartilhado apenas pelos iniciados. Como as três mídias aqui analisadas fazem uso do código verbal escrito, a observação dos jargões e signos utilizados pelos adolescentes que interagem por meio delas se faz relevante. Vejam-se, então, os elementos que compõem cada uma dessas mídias.

Agenda-diário: uma agenda é uma caderneta ou livro, datado, que se destina a anotar, dia a dia, compromissos e lembretes, fundamentalmente. Um diário, por sua vez, é o registro daquilo que se faz ou que acontecem todos os dias. Portanto, tanto a agenda quanto o diário, originalmente, é um utensílio pessoal. Porém, como um objeto social no meio adolescente, possuir uma agenda ou possuir um diário é sinônimo de possuir uma senha de acesso ao grupo. Mas, para que um diário ou uma agenda utilitária se transformem em objetos estéticos, o conteúdo deve sofrer alterações: além dos compromissos e lembretes, as agendas precisam conter recados tais como poesias, poemas, pensamentos, figurinhas, desenhos, ou mesmo pequenos objetos possíveis de serem colados às páginas da agenda ou diário. Tais recados podem ser escritos pelo proprietário da agenda-diário, ou pelos colegas do grupo. Assim, escrever ou desenhar

na agenda ou no diário de alguém é igualmente importante quanto possuir uma agenda-diário.

É uma mídia adaptada do utilitário para o estético e híbrida de ambos. Percebe-se o uso mais constante de codificação. As declarações de amor e confidências de informações secretas são despistadas por termos criados pelo grupo – jargões – e criptografia. Diferentemente dos álbuns de recordação e cadernos de confidências que passarão de mão em mão e serão lidos por todos que os acessarem, as agendas e diários são restritos aos mais íntimos. Isso justifica sua criptografia: se caírem em mãos erradas, os segredos não serão revelados.

Álbum de recordações: um álbum, por definição, é um livro de folhas de papel grosso, por vezes luxuosamente encadernado, próprio para colagem de fotografias, postais ilustrados, selos, recortes, entre outros, ou destinado ao registro de pensamentos, notas pessoais, poesias, autógrafos, trechos de música, impressões de viagem, ou congêneres. Assim, álbum remete à coleção. No caso dos álbuns de recordação, entende-se que sua função é guardar uma coleção de recordações.

Desta forma, diferente das agendas e diários que, originalmente, são utensílios, os álbuns de recordações foram projetados para fim estético, apenas. Assim, sua capa e folhas são adornadas e coloridas. Apesar de ser destinado ao grupo para que se postem recados, pensamentos, poesias – complementadas, por vezes, por ilustrações e fotos – a página inicial traz informações sobre o proprietário da mídia. Essa página funciona como um perfil construído, uma vez que não é baseado no que os outros percebem, mas na imagem que o indivíduo quer passar, isto é, na representação do seu “eu” – assim teorizado por Erving Goffman (2008). Esse aspecto da “representação do eu” é retomado mais adiante nesse artigo. Também os assinantes podem trabalhar para construir seus perfis e suas representações, mas é possível escondê-lo em um álbum de recordações porque quem assina pode limitar-se à transcrição de uma poesia, não caracterizando seus traços pessoais, sua imagem.

Caderno de confidências: assim como os álbuns de recordações, também os cadernos de confidências foram pensados para fim estético, apenas. Confidência é definida como a comunicação de intimidades e segredos em uma relação de sinceridade, honestidade e

discrição. Por consequência, um caderno de confidências é uma mídia que coleta informações mais íntimas e secretas das pessoas que o assinam. Assim, o proprietário da mídia torna-se mais íntimo de cada pessoa que lhe confia, e o oposto também ocorre, reforçando os laços sociais do grupo.

Outro ponto a ser considerado é que essa mídia, assim como os álbuns de recordação, passam de mão em mão e são lidos por todos que os assinam. Assim, todas as postagens ficam expostas e, por esse motivo há a preocupação com a imagem de cada um dos membros do grupo, bem como com a representação da coletividade. A função desse tipo de mídia é a formação do perfil de quem assina e isso inclui o proprietário do caderno, que é o primeiro a responder às questões propostas. A quantidade de perguntas não se estende muito porque o caderno padrão é o pequeno. Todas as questões estão numeradas e o assinante escolhe um número para si a fim de responder as perguntas propostas. Ainda, como uma última tarefa, há a solicitação de uma mensagem, o que transforma o caderno de confidências, em sua parte final, num álbum de recordações. Algumas das questões mais usuais são: Qual seu nome? Promete dizer a verdade? Sua idade? Seu signo? Seu peso? Qual seu esporte preferido? Qual seu prato favorito? Tem animal de estimação? Qual seu programa de TV favorito? Que estilo de música você gosta? Escreva sua música favorita. Qual a cor dos seus olhos? Qual o dia do seu aniversário? O que é matemática p/você? O que você não pode viver sem? Uma coisa q você não suporta. Deixe uma mensagem para mim...

Uma vez conhecidas as mídias precursoras, parte-se para um entendimento da mídia emergente na internet. Pierre Lévy afirma que o ciberespaço “permite não apenas uma comunicação ‘um para um’ e ‘um para muitos’ mas também do tipo ‘muitos para muitos’ e a articulação em tempo real entre os três modos, o que incentiva a inteligência coletiva”. E continua: “essas novas possibilidades já são usadas em larga para fins científicos, comerciais, políticos e artísticos, entre outros” (Lévy, 2000 en: Martins; Silva, 2004: 166). O Orkut é um local de interação social no ciberespaço, com finalidade estética, principalmente.

Segundo definição na página oficial, disponível em <http://www.orkut.com/About.aspx>, acessado em agosto de 2009, o Orkut, é uma comunidade *on-line* com a missão de ajudar o usuário a criar uma rede de amigos mais íntimos e chegados. A rede social do

Orkut mantém o contato entre as pessoas por meio de fotos e mensagens. Também possibilita conhecer pessoas que tenham os mesmos *hobbies* e interesses, que estejam procurando um relacionamento afetivo ou contatos profissionais. Pode-se, também, criar comunidades *on-line* ou participar de várias delas para discutir eventos atuais, reencontrar antigos amigos ou trocar informações. Existe a possibilidade de decidir com quem se quer interagir: antes de conhecer uma pessoa no Orkut, é possível ler seu perfil e ver como ela está conectada ao usuário através da rede de amigos.

Dessa forma, o Orkut é um álbum multimídia virtual compartilhado. Reúne vários tipos de mídia com função de interação social, que são álbuns de coleções diversas – fotografias, figurinhas, papel de carta, recordações, postais, selos, recortes, pensamentos, notas pessoais e confidências, poesias, autógrafos, músicas, vídeos, agenda de aniversários, *e-mails*, contatos, fãs-clubes, dentre outros. Contudo, o objeto dessa pesquisa foi delimitado em apenas três mídias precursoras do Orkut, já listadas e detalhadas. Da análise da mídia emergente, constatou-se que as mídias físicas figuram, agora, digitalmente, nas abas “perfil”, “página de recados” e “meus depoimentos”. As abas selecionadas são ilustradas e analisadas a seguir.

Perfil: a aba Perfil apresenta três sub-abas: social, profissional e pessoal. Todas apresentam espaço para que o usuário defina seu perfil, isto é, construa sua imagem, organize a representação do seu “eu”. Observa-se que as informações a serem preenchidas remetem às perguntas do caderno de confidências. Seguem algumas das informações solicitadas para preenchimento na página de “perfil” social e pessoal: Relacionamento; Aniversário; Idade; Idiomas que falo; Interesses no Orkut; Quem sou eu; Filhos; Etnia; Religião; Visão política; Humor; Orientação sexual; Estilo; Fumo; Bebo; Par perfeito; O que mais chama a atenção em mim; Altura; Cor dos olhos; Cor do cabelo; Tipo físico; Arte no corpo; Aparência; Do que mais gosto em mim; O que me atrai; O que não suporto; Primeiro encontro ideal; Com os relacionamentos anteriores aprendi; Cinco coisas sem as quais não consigo viver; No meu quarto, você encontra...

Página de Recados: a aba Página de Recados tem um espaço para que os membros do grupo deixem recados, pensamentos, poesias e outros que remetem à mídia física “Álbum de Recordações” e/ ou “Agenda-Diário”, inclusive, com a possibilidade de “colar figurinhas” e postar cartões animados. Veja-se exemplos de textos: “A amizade é

uma droga: Provei, gostei, viciei, e agora não consigo mais viver sem ela! Mande isso para as suas 10 droguinhas preferidas (♥) inclusive ((EU))... Se Vc Receber 2 De Volta = Vc Precisa Fazer Mais Amigos! Se Vc Receber 5 De Volta = Vc Se da Bem Com As Pessoas! Mais de 6 = Vc é Popular!”

Meus Depoimentos: a aba Meus Depoimentos, assim como a “página de recados”, tem um espaço para que os membros do grupo descrevam o indivíduo amigo. Obviamente, os recados são sempre a favor do titular da página e, normalmente, contêm elogios. Isso porque o titular é quem opta por aceitar ou não o depoimento. O amigo que faz o depoimento ajuda o titular a fazer uma boa imagem perante a comunidade, atuação essa denominada de “equipe” por Erving Goffman, ilustrada nos textos: “Sou suspeito pra falar da Gê porque somos simplesmente cúmplices! Irmãzona mesmo, seja na alegria ou na tristeza (e, que dúvida, nas brigas, pois é irmã, né?!). Como ela mesma diz, ela guarda segredos, só não esqueça de avisar que é segredo...” e “Ah, a Gê! Minha anja da guarda: sempre me defendendo... Vocês não têm noção da choca que ela virava quando alguém queria me fazer algum mal! Portanto já sabem: não mexam comigo!”

Goffman (2008) afirma que o objetivo de um indivíduo na presença de outros é “sustentar uma particular definição da situação, representando isso, por assim dizer, sua afirmação do que seja a realidade” (p. 83). Assim, qualquer grupo de indivíduos que cooperem na encenação é denominado por Goffman de “equipe de representação” (p.78). Haverá o fator da lealdade para com a equipe e os companheiros, que dará apoio à linha de ação da equipe. (p.83). O autor coloca que “uma equipe é um grupo, mas não um grupo em relação a uma estrutura ou organização social, e sim em relação a uma interação, ou série de interações, na qual é mantida a definição apropriada da situação” (Goffman, 2008: 99). E continua: “a extensão e o caráter da cooperação que tornam isso possível deverão ser dissimulados e mantidos em segredo. Uma equipe, portanto, tem algo do caráter de uma sociedade secreta” (Goffman, 2008: 99). Assim, “a platéia apreciará certamente que todos os membros da equipe sejam mantidos unidos por um vínculo do qual nenhum membro do público compartilha”, conclui o autor (2008: 99).

Os textos ilustrativos de depoimentos supra transcritos demonstram esse “saber algo dessa pessoa que a platéia não sabe” e essa cooperação na representação de “pessoa boa de coração, sentimental, chorona, sociável, amigona” para afirmar o que seja a realidade

proposta pelo indivíduo ator em uma situação de interação – seu “eu” assim exposto no Orkut.

Desta forma, “uma vez que todos nós participamos de equipes, devemos carregar no nosso íntimo algo da doce culpa dos conspiradores”, conclui Goffman (p. 100).

Essa aba remete às três mídias físicas citadas: agenda-diário, álbum de recordações e caderno de confidências. Ainda, há uma sub-aba “depoimentos que escrevi”, que está relacionada à agenda-diário, dada à condição do titular registrar qualquer informação ou comunicação do seu interesse.

Como se percebe, as abas “perfil”, “página de recados” e “meus depoimentos” são uma versão virtual das mídias físicas “agenda-diário”, “álbum de recordações” e “caderno de confidências”. Conclui-se, nesse momento, o estudo comparativo das mídias.

Todavia, a pesquisa propôs, também, analisar algumas semelhanças e modificações nas interações sociais decorrentes dessa convergência de meios, como segue.

3 A convergência midiática e as interações sociais

Não é incomum a participação do público na mídia de hoje. Antigamente, protagonizar nos meios de comunicação era privilégio de famosos. Porém, quando se abre uma página no Orkut, pode-se associar a um livro de histórias, uma narrativa da vida de uma pessoa – ela no papel de herói e sua rede social, seus amigos, seu grupo afinitário como coadjuvantes – porém, todos “atores desconhecidos”.

O Orkut é um ambiente aberto à visita de qualquer um, a qualquer tempo, feito por pessoas comuns que consideram sua página uma participação em um capítulo desse livro, dessa novela. Assim, agem e interagem como roteiristas, diretores, atores, editores e equipe técnica da formatação da apresentação representada de suas vidas – os seus capítulos. Assim é o ciberespaço.

John B. Thompson (2005), em seu artigo “The new visibility”, diz que o desenvolvimento dos meios de comunicação trouxe uma nova forma de visibilidade: o campo de visão é moldado considerando-se o social e técnico (como os ângulos câmera,

processos de edição e interesses e prioridades organizacionais). “Ver” nunca é "visão pura", nunca é simplesmente uma questão de abrir os olhos e os capturar um objeto ou evento. Pelo contrário, ver é sempre moldado por um conjunto de pressupostos culturais mais vastos, e pelas pistas faladas ou escritas que comumente acompanham a imagem visual e formam a maneira pela qual as imagens são vistas e entendidas.

O autor afirma, ainda, que com o desenvolvimento dos meios de comunicação, a visibilidade foi libertada das propriedades temporais e espaciais do aqui e agora. A visibilidade dos indivíduos, das ações e eventos é a partir da partilha de um local comum. O indivíduo já não tem de estar presente no mesmo cenário local-temporal a fim de ver a outra pessoa ou para testemunhar uma ação ou evento: uma ação ou evento pode tornar-se visível para os outros por serem gravadas e transmitidas a outras pessoas que não estão fisicamente presentes na hora e no local de sua ocorrência. O campo de visão é uni-direcional: os indivíduos podem ser vistos por muitos espectadores sem eles próprios serem capazes de ver esses espectadores, enquanto os telespectadores são capazes de ver outras pessoas distantes sem serem vistos por eles (Thompson, 2005).

Desta forma, como as pessoas sabem que estão visíveis no Orkut, há uma preocupação com a representação do seu “eu” nessa mídia. Para essa análise são usados os conceitos propostos por Goffman (2008) sobre a representação dos indivíduos em sua vida cotidiana. Erving Goffman diz que quando um indivíduo chega à presença de outros, estes, geralmente, procuram obter informações a seu respeito ou trazem à baila a que já possuem. O autor diz, ainda, que “a informação a respeito do indivíduo serve para definir a situação, tornando os outros capazes de conhecer antecipadamente o que ele esperará deles e o que dele podem esperar. Assim informados, saberão qual a melhor maneira de agir para dele obter uma resposta desejada” (Goffman, 2008: 11).

O autor conduz seu raciocínio acerca da idéia de que os indivíduos representam constantemente seus papéis e que esse trabalho se dá individualmente ou com equipes que ajudam nessa representação, auxiliados por equipamentos, tais como cenários – as fachadas. Goffman diz que os atores, quando interessados em manter uma linha de ação, escolhem companheiros cuja representação correta possam confiar (p. 88). Com base nessa teoria, é possível entender o porquê de determinadas escolhas dentro das mídias estudadas.

Um adolescente não entrega seu caderno de confidências para ser assinado por um “inimigo” de outra turma, e nem para aquele colega excluído pelo seu grupo. Se assim o fizer, está discrepante com a impressão que está sendo promovida. Da mesma forma, não se pode aceitar com “amigo” – ou, no caso, enviar o convite para ser amigo – qualquer um que não seja benquisto pela tribo. E, se isso acontecer – em função da necessidade de mostrar à platéia que sua rede de amigos é infindável e representar o seu “eu” como uma “pessoa querida e popular” – imediatamente, fora da rede, nas interações face a face com a tribo, justifica-se, usando sentimentos “nobres” como “ficar com pena” ou “não promover a exclusão social”.

A foto escolhida para o perfil do Orkut – assim como todas as do álbum, mas que não é objeto de estudo nesse trabalho – é selecionada de acordo com a representação proposta; considera-se uma pessoa é disponível aquela que usa uma foto sensual, considera-se uma pessoa dedicada à família aquela que usa a foto com um bebê ou com a vovó, considera-se uma pessoa extrovertida aquela que coloca uma foto abusada de uma situação cômica, e assim por diante.

Não preencher o perfil inteiro, assim como escrever reticências no caderno para determinadas perguntas, usar papel colorido e figurinhas caras, usar imagens trabalhadas no editor de fotos, entre outros, também determina aspectos da representação.

Assim, quando se monta um perfil, onde quer que seja, deixam-se disponíveis informações a respeito de um indivíduo e de um grupo no sentido de montar a representação desejada; afinal, essa representação é o passo inicial para qualquer tipo de interação social.

Por fim, dois últimos aspectos que não se pode deixar de considerar para a conclusão desse artigo é a faixa etária e gênero dos usuários do Orkut e o fato de que as mídias precursoras não desapareceram. Da faixa etária, atente-se que, enquanto as mídias físicas aqui estudadas são fundamentalmente buscadas e alimentadas por adolescentes, com predominância feminina, o Orkut apresenta usuários de todas as idades e sexo. Da manutenibilidade das mídias precursoras, é importante destacar que, no meio adolescente, tais mídias se mantêm ativas, circulando normalmente. Destaca-se e

simultaneidade, uma vez que as mídias são presentes apesar do cadastro no Orkut, e vice-versa.

5 Considerações finais

Essa pesquisa propôs, como objetivo geral, uma análise comparada de três mídias físicas de interação social, que usam o papel como suporte – agenda-diário, álbum de recordações e caderno de confidências – na convergência para uma mídia virtual dos dias atuais, o Orkut. Como resultados, observou-se que as abas “perfil”, “página de recados” e “meus depoimentos”, encontradas nas páginas do Orkut, são uma versão virtual das mídias físicas supracitadas.

Observou-se, também, que o Orkut não se restringe à determinada faixa etária, nem gênero, é usado apesar das mídias que foram suas precursoras e não as aboliu. É uma tecnologia que possibilita uma visibilidade maior que as mídias físicas pela sua disponibilidade no ciberespaço e, como as precursoras, exibe a representação de um indivíduo inserido em seu grupo afinitário. Por extensão, exibe a representação do grupo, que participa na representação do indivíduo perante a platéia e reforça que a existência da tribo é condição de reconhecimento do membro e sua conseqüente inserção social.

O presente trabalho limita-se a uma investigação exploratória. Poderia ser feita uma descrição melhor detalhada acerca de aspectos que podem ser levantados quantitativamente e não o foram.

Como trabalhos futuros, indica-se estudo similar com opção para análise de outras mídias precursoras, a fim de esquadrihar a mídia emergente selecionada e montar um relatório minucioso e mais completo – um estudo de caso do Orkut no contexto da convergência midiática.

Referências

Fragoso, S. (2005). Reflexões sobre convergência midiática. In *Líbero – Revista acadêmica do programa de pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero*. São Paulo, ano VIII, nº 15/16, p. 17-21.

Goffman, E. (2008). *A representação do Eu na Vida Cotidiana*. 15.ed. Petrópolis: Vozes.

Jenkins, H. (2008). *A cultura da Convergência*. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph.

Justino, N. (2007). Uso de drogas na adolescência e família. Monografia de Graduação apresentada à Faculdade Salesiana de Vitória/ES. *Monografias.com*, 2009. Disponível em:

<http://br.monografias.com/trabalhos3/drogas-adolescencia-familia/drogas-adolescencia-familia3.shtml>. Acesso em: 10 jan. 2010.

Lévy, P. (2004). O ciberespaço como um passo metaevolutivo. En MARTINS, Francisco Menezes e SILVA, Juremir Machado da (orgs.). *A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina.

Orkut. (2009). Disponível em <http://www.orkut.com/About.aspx>. Acesso em: 13 ago.

Paula, C.; André, A.; Tavares, C. (2009). *Survivor e Introdução*. Postado no blog dos estudantes da PUC/SP. Disponível em:

<http://www.midia.madriproducoes.com.br/convergencia/>. Acesso em: 13 ago. 2009.

Santos, F. (2000). Sob o brilho frio dos tubos de raios catódicos. En MARTINS, Francisco Menezes e SILVA, Juremir Machado da (orgs.) *Para navegar no século XXI. Tecnologias do imaginário e cibercultura*. 2. Ed. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs.

Thompson, J. (2005). The new visibility. *Theory, Culture and Society*, vol. 22 (6), p. 31-51.

¹ Professora da Universidade Tuiuti do Paraná – UTP e do Instituto Tecnológico de Desenvolvimento Educacional – ITDE, em Curitiba/PR, Brasil. Graduada em Letras Português/Inglês (1994) e Especialista em Língua Inglesa (1996) pela Fiset/PR (Tuiuti). Atualmente, é aluna do Programa de Mestrado em Comunicação e Linguagens da UTP. E-mail: angela.zatti@utp.br.