

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**

Ana Cláudia Valente Tomasini

**Globalização e Nacionalismo:**  
um estudo de caso da comunidade virtual “Brasil”  
sobre a identidade cultural brasileira no *Orkut*

São Leopoldo  
2007

Ana Cláudia Valente Tomasini

**Globalização e Nacionalismo:**  
um estudo de caso da comunidade virtual “Brasil”  
sobre a identidade cultural brasileira no *Orkut*

Dissertação de Mestrado a ser apresentada à  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos –  
UNISINOS como requisito parcial para a  
obtenção do título de Mestre em Ciências da  
Comunicação.

Orientador: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Suely Fragoso

São Leopoldo  
2007

Ana Cláudia Valente Tomasini

**Globalização e Nacionalismo:**  
um estudo de caso da comunidade virtual “Brasil”  
sobre a identidade cultural brasileira no *Orkut*

Dissertação de Mestrado a ser apresentada à  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos –  
UNISINOS como requisito parcial para a  
obtenção do título de Mestre em Ciências da  
Comunicação.

Orientador: Prof<sup>ª</sup> Dr.<sup>a</sup> Suely Fragoso

Aprovado em \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Suely Dadalti Fragoso – UNISINOS (orientadora)

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Jiani Bonin – UNISINOS

---

Prof. Dr. Alex Fernando Teixeira Primo – UFRGS

***Dedico este estudo:***

*Aos meus pais, Roque e Neusa, pessoas de bem, batalhadoras, honestas e que me transmitiram os valores mais importantes para a vida.*

*Agradecimentos especiais...*

*Agradeço primeiramente a Deus, por ter me concedido luz e força sempre que precisei.*

*À minha orientadora e professora Suely Fragoso.*

*Em especial, agradeço ao meu esposo Luís, por todo seu apoio, carinho e amor nas horas mais difíceis, como também nas mais felizes.*

*À minha família e amigos que, de longe ou perto, sempre me incentivaram e apoiaram.*

*À Isolde, por suas palavras que ajudaram a me tornar o que sou hoje.*

*E ainda, a mim mesma, por ter acreditado, insistido e vencido mais uma etapa importante em minha vida.*

## RESUMO

Trata-se de um estudo de caso sobre a comunidade virtual “Brasil”, que investiga relações que ocorrem quando a identidade cultural brasileira é exposta e ressaltada no site *Orkut*, através de depoimentos de usuários sobre seus sentimentos e opiniões em relação ao Brasil, e ao significado de “ser brasileiro”. Apontam-se questões relativas à paradoxal relação entre localismo x globalização na contemporaneidade, uma vez que a identidade cultural nacional está exposta em um ambiente potencialmente globalizado: a Internet.

**Palavras-chave:** Comunidades Virtuais. Orkut. Internet. Globalização. Nacionalismo. Identidade cultural. Comunicação.

## ABSTRACT

This case study of the virtual community “Brasil” approaches the relations which occur then Brazilian cultural identity is exposed and brought to attention in the website Orkut. To that end, it takes the declarations of users about their feelings and opinions about Brasil and the meaning of ‘to be Brazilian’. Questions about the paradoxical relation between localism and globalization in present times are signalled as national cultural identity is exposed in a potentially globalized environment: the Internet.

**Keywords:** Virtual Communities. Orkut. Internet. Globalization. Nacionalism. Cultural Identity. Communication.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	Página de entrada da comunidade <i>Bizz</i>	67
FIGURA 2	Tópicos e números de postagens – comunidade <i>Bizz</i>	68
FIGURA 3	Tópico “Quem estava na capa de sua primeira BIZZ?” - comunidade <i>Bizz</i>	69
FIGURA 4	Página de entrada da comunidade “Jogos no <i>Orkut!!!</i> (Jogue Aqui)”	72
FIGURA 5	Tópicos sobre jogos da comunidade “Jogos no <i>Orkut!!!</i> (Jogue Aqui)”	72
FIGURA 6	Tópico “***Jogo da avaliação [A,B,C,D,E]” da comunidade “Jogos no <i>Orkut!!!</i> (Jogue Aqui)”	73
FIGURA 7	Página de entrada da comunidade “Não saio de casa sem brincos!”	74
FIGURA 8	Tópico “Jogo de palavras” da comunidade “Não saio de casa sem brincos!”	75
FIGURA 9	Página de entrada da comunidade “Vivo a vida intensamente!!”	78
FIGURA 10	Página de entrada da comunidade “Comunidade do Gaúcho”	80
FIGURA 11	Alguns tópicos da comunidade “Comunidade do Gaúcho”	80
FIGURA 12	Tópico “Ser gaúcho é...” da comunidade “Comunidade do Gaúcho”	81
FIGURA 13	Página de apresentação da comunidade “ <i>Brazilians, The Plague</i> ”	86
FIGURA 14	Página de apresentação da comunidade “ <i>WTF a Crazy Brazilian Invasion</i> ”	87
FIGURA 15	Página de apresentação da comunidade “Eu odeio Norte-Americanos”	88
FIGURA 16	Página de apresentação da comunidade “ <i>WTF a Crazy Brazilian Implosion</i> ”	88
FIGURA 17	Página de apresentação da comunidade “Brasil domina o <i>Orkut</i> ” e tópico “Ta dominando <i>Huhuh</i> ”	92
FIGURA 18	Área de dados demográficos do <i>Orkut</i>	94
FIGURA 19	Página inicial da comunidade “Brasil”	104



## LISTA DE TABELAS

TABELA 1	Percentual de nacionalidades presentes no <i>Orkut</i>	84
TABELA 2	Palavra-chave “Brasil”	97
TABELA 3	Tópicos por assunto de 08/11/2004 a 08/01/2005	106
TABELA 4	Manifestações positivas e manifestações que geram dúvidas na categoria “Amor pelo Brasil”	155
TABELA 5	Frequências <i>posts</i> /dias na categoria “Amor pelo Brasil”	157
TABELA 6	Frequências (grupos por cor) na categoria “Amor pelo Brasil”	165
TABELA 7	Mensagens, fotos e comentários na categoria “Amor pelo Brasil”	167
TABELA 8	Classificação das mensagens e comentários na categoria “Amor pelo Brasil”	216

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	Frequência – tipo de mensagens	272
-----------	--------------------------------	-----

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
<b>2 MÍDIA, TECNOLOGIA, CULTURA E SOCIEDADE</b>	<b>18</b>
<b>2.1 Da Mundialização à Globalização</b>	<b>19</b>
<i>2.1.1 A superação das distâncias na modernidade</i>	<i>19</i>
<b>2.2 Internet: sua história e influência na vida social</b>	<b>32</b>
<b>2.3 Identidades Culturais num Mundo Globalizado</b>	<b>36</b>
<b>2.4 Globalização, Localismo e Nacionalismo</b>	<b>41</b>
<b>3 COMUNIDADES E COMUNIDADES VIRTUAIS</b>	<b>47</b>
<b>3.1 Entendendo o Sentido de Comunidade</b>	<b>48</b>
<b>3.2 Comunidades Virtuais: redescoberta</b>	<b>54</b>
<b>3.3 <i>Social Networking Systems</i></b>	<b>59</b>
<b>4 O ORKUT</b>	<b>62</b>
<b>4.1 O <i>Orkut</i> como Espaço Social</b>	<b>64</b>
<b>4.2 Tipologia das Comunidades do <i>Orkut</i></b>	<b>70</b>
<b>4.3 Identidades no <i>Orkut</i></b>	<b>79</b>
<i>4.3.1 Sentimentos de pertença</i>	<i>79</i>
<i>4.3.2 A “tomada” do <i>Orkut</i> pelos brasileiros</i>	<i>83</i>
<b>5 CAMINHOS METODOLÓGICOS PARA A PESQUISA</b>	<b>95</b>
<b>6. ANÁLISE DE CONTEÚDO – COMUNIDADE BRASIL</b>	<b>270</b>
<b>6.1 Caminhos Metodológicos para a Análise de Conteúdo</b>	<b>270</b>
<i>6.1.1 Analisando dados quantitativos</i>	<i>271</i>
<i>6.1.2. Analisando dados qualitativos</i>	<i>273</i>
<i>6.1.3 Análise geral dos fatos</i>	<i>284</i>
<b>7 CONCLUSÃO</b>	<b>288</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>295</b>
<b>ANEXO A - Entrevista com <i>Orkut Buyukkokten</i> por Sérgio Dávila, da Folha de São Paulo, em 03 de julho de 2005</b>	<b>298</b>
<b>ANEXO B - Reportagem do Programa Fantástico, da Rede Globo: “Um milhão de amigos”, da edição de 01 de agosto de 2004</b>	<b>300</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Era maio de 2004 quando recebi por e-mail o convite de uma amiga para participar de uma “rede virtual de amigos” chamada *Orkut*. Conforme ela, essa rede era interessante e habitada por vários publicitários, jornalistas e formadores de opinião. Curiosa, acessei o *site*, me cadastrei e explorei sua interface. Em um primeiro momento, percebi que o ambiente era todo em língua inglesa, sugerindo que a comunicação entre os membros ocorresse naquele idioma. Entretanto, o que avistei foi um grande índice de usuários brasileiros que se comunicavam em língua portuguesa. Os dias foram passando e o número de usuários brasileiros parecia aumentar cada vez mais. Logo, pude verificar que, conforme dados disponíveis no próprio *site*, isto estava realmente acontecendo, até chegar ao ponto em que o *Orkut* virou “febre” entre os brasileiros.

Ao continuar observando o *site*, detectei que dentre o grande número de brasileiros, a presença de gaúchos, na época, se destacava em relação à dos brasileiros de outras regiões do Brasil. Notei isto porque havia vários tipos de comunidades intituladas “gaúchas” com elevado número de membros, em geral maior que o de outras comunidades batizadas com nomes de outros estados do Brasil (a comunidade “Rio Grande do Sul”, por exemplo, superava a comunidade “Estado de São Paulo” na época). Nessas comunidades, era nítida a necessidade dos membros em marcar território e fixar a identidade gaúcha através de mensagens nos fóruns.

Assim, a presença perceptível da identidade cultural local (no caso a gaúcha) em um ambiente globalizado (a internet, um ambiente que favorece o contato com pessoas de diversas culturas), levou-me a fazer um anteprojeto de dissertação que buscava entender questões relacionadas à relação paradoxal entre o local x global encontrada no *site*. Entretanto, ao longo do mestrado, percebi que talvez houvesse maior potencial num estudo sobre a presença da identidade cultural no *Orkut*, mas com o foco voltado para a identidade nacional brasileira. Afinal, a maior população do *site* era (e ainda é) do Brasil, independente da região ou estado a que pertencem os usuários.

Comecei a deter minha atenção às várias comunidades intituladas como brasileiras, e percebi que brasileiros de todas as regiões do país, inclusive os gaúchos, sentiam também a necessidade de fixar uma outra identidade local no ambiente “global” do *Orkut*: a identidade nacional brasileira. Além disso, detectei a freqüente necessidade destes usuários em exaltar as qualidades do Brasil e do povo brasileiro.

A estrondosa e crescente presença de brasileiros no site, juntamente ao grande número de comunidades criadas e intituladas como brasileiras no ambiente globalizado da internet, estimularam em mim uma vontade por obter respostas e, assim, foram responsáveis para que a construção do meu problema de pesquisa tomasse forma. Perguntei-me então: *Porque os brasileiros escolhem participar ativamente de um ambiente onde podem estar em contato com diversas culturas e se relacionar com diferentes pessoas, mas dentro dele escolhem participar de comunidades que potencializam justamente a reunião com outros brasileiros e cujo tema principal é a exaltação das qualidades do Brasil e de seu povo?*

Para responder tal pergunta, percebi a necessidade de fazer, primeiramente, uma revisão teórica sobre movimentos sociais, econômicos e tecnológicos da modernidade, que precederam ao panorama pós-moderno, no qual situam-se os fenômenos que envolvem diretamente meu problema de pesquisa. Julguei necessário revisar esses temas, uma vez que possuem enorme importância para o estudo proposto nesta dissertação. Além do mais, percebi que minhas bases teóricas da graduação precisavam ser reforçadas para tratar e compreender de forma mais aprofundada e refinada esses assuntos. Nessa primeira parte do trabalho, pude compreender em que momentos ocorreram os primeiros sinais do globalismo e como este contribuiu para o surgimento de movimentos econômicos e tecnológicos encontrados no panorama atual: o da globalização. Percebi também que a tecnologia e a sociedade sempre compartilharam de uma relação retroalimentativa, pois a sociedade muda ao passo que a tecnologia avança e vice-versa.

Após a compreensão mais detalhada desses fatos e ao observar ainda mais as comunidades intituladas como “brasileiras” (voltando a atenção para o meu problema), percebi a necessidade de possuir também um maior conhecimento teórico sobre a identidade cultural em tempos de globalização. Para tanto, foram importantes, sobretudo, as obras de Stuart Hall, Manuel Castells e Zygmunt Bauman. Através dessas leituras, certifiquei-me ainda que, ao mesmo tempo em que tendências homogeneizadoras são introduzidas na sociedade contemporânea pela globalização, existe também um movimento sustentado pela “diferença”, que preza o “localismo” e a conservação de costumes. É exatamente sobre este movimento dicotômico que minha hipótese foi criada: que as comunidades intituladas como brasileiras servem como um exemplo desses movimentos que prezam a identidade cultural e regional (no caso a nacional), mas que por outro lado, se encontram em um ambiente de sistema globalizado e que pode contribuir para a homogeneização das culturas: a internet. Assim, no caso dos usuários brasileiros, estes utilizam dessa mídia global e “sem fronteiras” justamente para reforçar o sentimento de “diferença” e sua própria identidade.

Para alcançar as respostas para o meu problema e minhas hipóteses, antes de partir para a pesquisa empírica, deveria ainda buscar na teoria o conceito de comunidade e, conseqüentemente, comunidade virtual. Entender essas aglomerações identitárias foi fundamental para assimilar o que as pessoas esperam (ou pelo menos acreditam) encontrar nesses ambientes. A parti daí, procurei conhecer mais sobre a história do *Orkut*, entender que características o mesmo possui e por que pode ser considerado um espaço social.

Tendo em mente a grande quantidade e diversidade de comunidades do *Orkut*, achei que seria necessário classificá-las. Para tanto, lancei mão de minha experiência anterior com o ambiente, à qual complementei com uma observação mais ampla, selecionando comunidades a partir de perfis de modo aleatório e com a intenção de encontrar outros tipos de comunidades além das que me interessam diretamente. O “universo” de comunidades com que me deparei, aliado à leitura do artigo *A criação de identidades virtuais através das linguagens digitais* (2005), de Arthur Matuck e Arthur Meucci, me fez acreditar ainda mais que toda comunidade, a partir do momento em que faz parte do perfil do usuário, serve como uma etiqueta identitária sobre a própria identidade do sujeito. Separei então essas etiquetas identitárias em três categorias existentes: as comunidades por interesse, as comunidades que fazem uso lúdico de jogos, e as comunidades que funcionam como ícones identitários. Percebi que era justamente dentro desta terceira categoria de tópicos - as comunidades de ícones identitários -, que encontraria o tipo de comunidade que precisava analisar em minha pesquisa: uma comunidade que se intitulasse como nacionalista/brasileira, ou seja, que estampasse para todos aqueles que à avistam que se trata de um lugar virtual do qual só faz parte quem realmente cultiva o sentimento patriótico, ou, pelo menos, simpatiza com o Brasil.

Após esta classificação, e sabendo que iria trabalhar com alguma comunidade intitulada “brasileira” dentro da categoria “ícones identitários”, levantei informações sobre a “tomada” dos brasileiros no *Orkut*, como forma de entender esse movimento e o comportamento por parte destes usuários. Percebi também que para fazer um estudo sobre a presença da identidade nacional brasileira, em um território tão vasto e com milhares de comunidades intituladas brasileiras, teria que fazer vários recortes e classificações ao longo do trabalho, a fim de verificar de forma empírica e sistemática o *corpus* que iria analisar.

Assim, sabendo que iria trabalhar com uma comunidade dentro da categoria “ícones identitários”, precisei fazer um primeiro recorte: identificar uma comunidade intitulada brasileira que possuísse conteúdo sobre identidade cultural nacional e pudesse servir como objeto de estudo. Para isso realizei uma busca, através do sistema do próprio *Orkut*, pela palavra-chave “Brasil”, que indicou uma série de comunidades que possuíam esta palavra em

seus títulos. No entanto, esta busca apontou comunidades relativas a vários temas diferentes e, algumas, fugiam do assunto que eu buscava encontrar, como, por exemplo, a comunidade “*Counter-Strike* Brasil”, uma comunidade a respeito de um jogo (*Counter-Strike*) que utilizava em seu nome a palavra Brasil só para identificar que era direcionada aos fãs brasileiros do jogo. Percebi então a necessidade de fazer uma tabela contendo as comunidades que apareceram através da busca pela palavra-chave, separando os tipos de assuntos tratados em cada uma delas por categorias. Os tipos de comunidades que identifiquei trataram diretamente do tema que me interessava - identidade nacional, coloquei na categoria “amor ao Brasil”. A partir das comunidades identificadas nessa categoria, escolhi apenas uma delas como objeto para meu estudo de caso: a comunidade “Brasil”<sup>1</sup>. Esta escolha seguiu os seguintes critérios: a data de criação da comunidade, o número de membros “associados” e a frequência de tópicos postados.

Sabendo que meu estudo de caso teria como objeto de análise esta comunidade, meu objetivo geral de pesquisa ficou ainda mais evidente: verificar se minha hipótese, sobre o movimento paradoxo entre localismo x globalização, poderia ser detectada na comunidade escolhida. Já os meus objetivos específicos se concentram na: 1) descrição das características das mensagens trocadas na comunidade Brasil, bem como 2) identificar e observar se as manifestações dos usuários brasileiros na comunidade têm de fato cunho nacionalista e 3) analisar e articular essas manifestações (comentários) à luz das colocações teóricas.

No entanto, verificando mais atentamente que a comunidade “Brasil” possuía um fluxo muito grande de informações diárias, geradas por um alto número de membros<sup>2</sup>, percebi que era necessário fazer outro recorte no *corpus* de pesquisa: um recorte temporal que limitasse a quantidade de mensagens a serem analisadas.

Parti então para o recolhimento de dados relativos a 2004, ano em que o número de usuários brasileiros superou o de outros países. As mensagens que encontrei disponíveis na rede datavam a partir do dia 08 de novembro de 2004. Assim, capturei dois meses corridos de mensagens (de 08 de novembro de 2004 a 08 de janeiro de 2005) a fim de detectar, de forma contínua, um intervalo considerável de informações que pudessem servir como *corpus* de pesquisa, com o cuidado de verificar se neste intervalo ainda eram encontradas mensagens cujo conteúdo tratasse de manifestações identitárias nacionais e sobre o amor dos brasileiros por seu país.

---

<sup>1</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=4249>

<sup>2</sup> A comunidade possuía mais de 960.000 membros no ano (2006) do recolhimento dos dados para a análise.

Visto que o conteúdo das mensagens apresentava temas que envolviam essas manifestações, criei uma tabela onde categorizei todos os assuntos abordados nos tópicos da comunidade (equivalentes aos dois meses de dados capturados).

Entretanto, percebi que dentre todas essas categorias (por assuntos), teria que afinar ainda mais o material a ser analisado, tendo em mente que, em cada uma delas, havia um grande número de tópicos que apresentavam, conseqüentemente, um número maior ainda de mensagens. Escolhi então trabalhar com apenas uma dessas categorias, a categoria “Nacionalista/Amor pelo Brasil”, pois era justamente nela que deveria encontrar o eixo principal da minha análise, de acordo com o que meu próprio problema de pesquisa indicava.

A partir dessa categoria, criei outras tabelas onde verifiquei dados importantes, tais como: totais de tópicos, variações e média de mensagens (*posts*), entre outros. Assim, cheguei à construção de uma última tabela, que continha o material que realmente serviria para a análise final. Essa tabela possuía as seguintes informações: os títulos dos tópicos, nome e foto dos usuários que postaram as mensagens, comentários e classificações sobre as mensagens. As classificações foram feitas para mensurar (de modo quantitativo) o número de mensagens dos usuários brasileiros que poderiam ser consideradas positivas, negativas, neutras (e ainda desviavam) em relação ao assunto “amor pelo Brasil”.

Comecei minha análise sistematizando tanto os dados quantitativos descobertos nesta última tabela, como os dados qualitativos. O tipo de análise que optei seguir foi uma análise de conteúdo temática, sendo que os dados qualitativos foram separados pelos seguintes temas encontrados nas mensagens dos tópicos: o amor ao Brasil, o patriotismo/nacionalismo, a valorização da cultura brasileira e assuntos relacionados à xenofobia e à identidade brasileira. Após esta sistematização, segui com minha análise geral, onde os dados quantitativos e qualitativos foram cruzados, podendo assim, perceber várias questões trazidas pelo empírico que vinham de encontro às minhas hipóteses.

No próximo capítulo (após esta introdução), abordarei como tecnologias aliadas à comunicação contribuíram para a superação das distâncias geográficas e, conseqüentemente, para a aproximação de povos e culturas. Em um primeiro momento, este processo será abordado a partir de uma divisão temporal sobre 3 momentos da modernidade: a primeira modernidade (ou pré-modernidade), a segunda modernidade (ou modernidade propriamente dita), e a terceira modernidade (ou pós-modernidade). Em cada fase da modernidade será apresentada a relação retroalimentativa entre as descobertas tecnológicas e as transformações sociais e culturais. Em um segundo momento, verificarei a origem da Internet, como ela contribui para uma alteração dos sentidos de “tempo” e “espaço”, e quais as conseqüências da



mesma no modo de viver da era contemporânea. Essas transformações estariam também, modificando a forma como as identidades culturais são percebidas, e assim, em um terceiro e quarto momento, serão apresentados fenômenos globais e reativos (locais) aos quais a sociedade está submetida.

O conceito de comunidade será estudado no capítulo 3. Para tentar entendê-lo, busquei bases teóricas da sociologia clássica de Ferdinand Tönnies e Max Weber (através de uma releitura feita por Florestan Fernandes), uma vez que ambos foram estudiosos pioneiros a tratar do tema e, ainda, o pensamento de Zygmunt Bauman, para entender como o mesmo pensa o conceito em tempos de pós-modernidade. Ainda no mesmo capítulo, procurei entender também o conceito de comunidade virtual, e elementos importantes para sua formação, como a interatividade, processos de cooperação e troca, sentimentos de pertença, entre outros. Por último, comentarei sobre a formação dos SNS (*Social Networking Systems*), ou seja, sistemas que foram criados para facilitar a comunicação e a interação dos usuários em rede, já que o *Orkut* também é considerado um SNS.

O capítulo 4 é voltado para questões relacionadas ao sistema *Orkut*, sua história, características que o definem como espaço social e seus tipos de comunidades. Também abordarei a maneira como o sentimento de pertença cultural pode ser detectado em algumas comunidades, onde os membros apreciam compartilhar esse sentimento. Encerro o capítulo comentando como ocorreu a “tomada” do *Orkut* pelos brasileiros, sua repercussão e reflexos sentidos entre os usuários de outros países (e entre os próprios membros brasileiros).

A construção metodológica, bem como o problema, as hipóteses e os objetivos estão inseridos no capítulo 5, onde foram discutidas todas as escolhas, decisões e recortes realizados para que eu pudesse atingir o *corpus* de pesquisa a ser analisado. Este capítulo contém uma série de tabelas, as quais foram muito importantes para esse processo, pois ajudaram na organização, sistematização e seleção de dados. Inicialmente, considerei disponibilizar essas tabelas em Anexos, porém, para maior legibilidade optei finalmente por sua inclusão no corpo da dissertação.

A análise final dos dados está no capítulo 6. Trata-se de uma análise de conteúdo temática, onde reuni os dados quantitativos e qualitativos (previamente selecionados na última tabela do capítulo 5), abordando números revelados, como também, os temas mais encontrados entre os tópicos selecionados para a pesquisa. No final da análise, fiz um cruzamento dos dados quantitativos com os qualitativos na forma de um comentário geral sobre o que foi percebido.

O último capítulo apresenta as conclusões. Nele, cruzei os dados revelados na minha pesquisa empírica com a teoria já previamente estudada, e assim, consegui mensurar até que ponto minhas hipóteses correspondiam ou não ao que eu esperava encontrar nos dados empíricos, como também, nas informações teóricas que verifiquei ao longo da dissertação.

O trabalho realizado nesses dois anos de mestrado me trouxe a certeza de que a pesquisa é algo que não tem fim e sempre deixará no pesquisador a vontade por saber ainda mais. Mas, assim como a obra de um artista, em algum momento, o pesquisador deve parar, mesmo que esta pausa seja apenas uma etapa de tantas outras que ainda virão. Assim, espero que ao longo dessas páginas, ou ainda dessa etapa, o conteúdo trabalhado e analisado possa contribuir para o estudo das ciências da comunicação, e para aqueles que buscam o conhecimento de assuntos ligados à área, pois é somente com esse propósito, o de somar conhecimento, que uma pesquisa faz sentido.

## 2 MÍDIA, TECNOLOGIA, CULTURA E SOCIEDADE

Para entender um fenômeno contemporâneo como o *Orkut* (e a comunidade “Brasil” - objeto do meu estudo de caso) é preciso, antes de tudo, ter em mente o cenário geral do atual momento histórico que envolve fenômenos da globalização, tecnologia, economia, sociologia e comunicação. Apesar de complexo, esse panorama atual pode ser considerado apenas a “ponta de um *iceberg*” de uma história construída, longa e permeada por reações sociais, políticas e econômicas.

Ao longo deste capítulo, farei uma breve retrospectiva de como as tecnologias de comunicação potencializaram processos e influenciaram a superação das distâncias geográficas, aproximando pessoas e estreitando relações. Em outras palavras, voltarei ao passado para investigar quais as transformações importantes que influenciaram o desencadear dos acontecimentos presentes e, especialmente, entender como a tecnologia, aliada à comunicação, transformou o modo como o homem se comunica, se expressa, e, atualmente, se interliga com milhões de pessoas em todo o mundo.

Como forma de organizar essa retrospectiva de maneira temporal, abordarei três grandes momentos da história da modernidade: a primeira modernidade (ou pré-modernidade), a segunda modernidade (ou modernidade propriamente dita), e a terceira modernidade (ou pós-modernidade). Em cada fase da modernidade, serão apresentadas as descobertas tecnológicas e as transformações sociais e culturais que as engendram e por elas são engendradas. Afinal, “a tecnologia não determina a sociedade. Nem a sociedade escreve o curso da transformação tecnológica [...]” (CASTELLS, 2001, p. 25). A sociedade e a tecnologia se influenciam e modelam mutuamente, pois a “tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas” (CASTELLS, 2001, p. 25). Assim, será verificado como essa relação mútua acontece, bem como suas conseqüências em cada fase da história moderna.

## 2.1 Da Mundialização à Globalização

### 2.1.1 A superação das distâncias na modernidade

Ainda na era primitiva, o homem buscava novos territórios como forma de conseguir alimento para sua sobrevivência, através da caça, do aproveitamento de plantas comestíveis e ainda da atividade pastoril. Com a descoberta da agricultura, ele sente a necessidade de se fixar em algum território e compreende a importância de ter o domínio e controle deste espaço. Com o passar do tempo, o homem percebe também que o solo poderia ser fonte não apenas de subsistência, mas de poder, e por este motivo, partiu para a conquista de territórios cada vez maiores.

Assim, o homem sente a necessidade de experimentar novos meios de locomoção que o permitisse manter contato com regiões mais distantes, e facilitasse atividades produtivas com outros povoados.

A princípio, a informação necessária para a produção econômica era relativamente simples, através de contato pessoal, de forma oral ou gesticulada, pois a maior parte das negociações era executada presencialmente. Os sistemas de comunicação e envios de mensagens, para vários fins, também ocorriam por contato face a face. Entre esses sistemas, alguns buscavam um alcance maior entre povoados mais distantes uns dos outros. É o caso, por exemplo, do uso de mensageiros montados a cavalo, que tinham como missão a transmissão de recados importantes por parte de alguma autoridade. Entretanto, as pessoas comuns não tinham acesso a estes tipos de canais, pois eram reservados para ricos e poderosos.

Enquanto a troca de informações face a face era livre para todos, os sistemas mais novos usados para levar informações além dos confins de uma família ou de uma aldeia estavam essencialmente fechados, usados exclusivamente para fins de controle social ou político. Com efeito eram armas de elite (TOFFLER, 1998, p. 46).

Mas foi no século XV, na chamada *primeira modernidade*, que a busca do homem pela conquista do espaço ganhou suas primeiras alavancadas significativas, através dos avanços marítimos, que permitiram um contato com regiões ainda mais distantes. As grandes

navegações marítimas se destacaram como agentes movimentadores da economia, pois aceleraram e estenderam ainda mais a possibilidade de trocas comerciais e contatos culturais (encurtando distâncias e unificando a esfera mundial), facilitando para o capitalismo (oriundo do Ocidente) a oportunidade de espalhar e promover seus valores pelo mundo. Pode-se dizer que as grandes navegações do século XV marcaram o começo do processo de mundialização, pois através delas os contatos culturais e econômicos foram potencialmente alargados para um panorama mundial.

No entanto, é necessário ressaltar que apesar do inegável avanço no transporte marítimo, a comunicação e as trocas comerciais ainda eram enormemente limitadas, especialmente se o que temos em mente para comparação são os dias atuais. Conforme Toffler, “as comunicações miseráveis e o transporte primitivo restringiam o mercado drasticamente” (1998, p.40), por isso, o contato comercial ainda era arcaico de pequeno alcance e as influências interculturais bastante tênues. Além disso, os lojistas existentes trabalhavam em “pequena escala e os vendedores itinerantes tinham estoques muito limitados e freqüentemente careciam deste ou daquele artigo durante meses, durante anos até” (TOFFLER, 1998, p.40).

Embora a busca pela universalidade ganhasse significativos passos, através de perceptíveis movimentos de deslocamentos de território para território, muitas culturas e suas fronteiras ainda permaneciam bastante fechadas em seus “mundos”, sem conexões com outros povos. Com o tempo, as grandes navegações marítimas foram se intensificando e, conseqüentemente, aumentando a escala e a intensidade dos contatos culturais e comerciais possíveis. Através desse avanço, o capitalismo tornou-se cada vez menos permutativo e mais comercial e, apesar de ainda predominar o modelo organizado em torno de produtores independentes, ou seja, os artesãos começavam a generalizar-se o trabalho assalariado.

Conforme as possibilidades de desenvolvimento comercial na Europa foram se esgotando, novas regiões passaram a ser exploradas. Com vista para o lucro, investidores europeus financiaram expedições oceânicas, armando navios de guerra e remunerando tripulações. Entre os países que mais se destacaram nessa guinada para as expedições estavam Portugal e Espanha.

Ao alcançar terras mais distantes, através de viagens, as percepções do homem sobre o tempo e espaço foram sendo transformadas e expandidas. Por isso, também fez parte da reconfiguração das mentalidades durante a Renascença, “uma reconstrução radical de visões do espaço e do tempo no mundo ocidental” (HARVEY, 2005, p.221). Conforme Harvey, nessa era foi possível um “conhecimento acerca de um mundo mais amplo, que teve de ser, de

alguma maneira, absorvido e representado” (HARVEY, 2005, p.221). O mundo começou a ser percebido aos poucos de maneira mais abrangente e o conhecimento geográfico tornou-se uma mercadoria valiosa, pois estava vinculado com poder e riqueza.

A acumulação de riqueza, de poder e de capital passou a ter vínculo com o conhecimento personalizado do espaço e o domínio individual dele. Do mesmo modo, todos os lugares ficam vulneráveis à influência direta do mundo mais amplo graças ao comércio, à competição intraterritorial, à ação militar, ao influxo de novas mercadorias, ao ouro e à prata, etc. Mas, em virtude do desenvolvimento gradativo dos processos que lhe davam forma, a revolução das concepções de espaço e de tempo se manifestou lentamente (HARVEY, 2005, p.221).

Na Renascença, os mapas foram importantíssimos para a compreensão do mundo e fundamentais para as grandes navegações. A idéia de “mapa” implica um tipo altamente cientificizado de compreensão e percepção do espaço “fundamentalmente caracterizada como a descrição do espaço independente de um ponto de vista orientador” (FRAGOSO, 2005, p.51). O desenvolvimento deste tipo de representação espacial seria impossível sem a dinamização do conhecimento científico durante a Renascença. Assim também aconteceu em relação à sua principal contrapartida, o perspectivismo, que permitiu conceber o mundo a partir do olhar do indivíduo, e acentuou a capacidade das pessoas de representarem o que viam como uma coisa de certo modo “verdadeira”.

A ligação entre individualismo e o perspectivismo é relevante; ela forneceu o fundamento material eficaz aos princípios cartesianos de racionalidade que foram integrados ao projeto do Iluminismo. A perspectiva “assinalou uma ruptura na prática artística e arquitetônica, tendo substituído as tradições artesanais e nacionais pela atividade intelectual e pela ‘aura’ do artista, do cientista ou do empreendedor como indivíduo criativo” (HARVEY, 2005, p.223).

A revolução renascentista dos conceitos de espaço e tempo testemunha o nascimento do pensamento moderno, que considerava o domínio da natureza um fato importante para a emancipação humana. O espaço e o tempo eram organizados para facilitar a “liberação do Homem como indivíduo livre e ativo, dotado de consciência e vontade” (HARVEY, 2005, p.227). Os conceitos de espaço e tempo renascentistas assentaram os alicerces conceituais para o futuro projeto do Iluminismo.

Durante o Iluminismo (séculos XVII e boa parte do XVIII) as concepções de espaço e tempo foram importantes na busca de uma sociedade nova, mais democrática. Os pensadores iluministas queriam dominar o futuro através de poderes de previsão científica, da engenharia social e do planejamento racional. Sob esta forte influência do pensamento iluminista, a modernidade assistiu a um importante movimento de reformulação das condições de vida do homem em sociedade. A busca pelo progresso, juntamente com o espírito desbravador por novos espaços territoriais, criou um perfil de homem com “visão totalizante” (HARVEY, 2005, p.228) do mundo, que encontrou na cartografia uma forma para organizar a população da terra em uma única estrutura espacial. Foi também nesta época que o uso de cronômetros passou a ser largamente explorado como recurso pra registrar o tempo.

Essa primeira fase da modernidade, vista até aqui, durou até meados do século XVIII, e possibilitou, entre vários acontecimentos, a emergência do capitalismo, que mudaria futuramente vários aspectos da história humana, inclusive seu modo de comunicação com outros povos e sua organização social. Segundo Giddens, “a emergência do capitalismo, como diz Marx, procedeu o desenvolvimento do industrialismo e na verdade forneceu muito do ímpeto para sua emergência” (GIDDENS, 2001, p.67).

Os passos tomados na busca da superação das distâncias geográficas, durante esse período da modernidade, foram responsáveis, juntamente com processos econômicos e sociais, pelo início da mundialização entre culturas. No entanto, este período (antecessor à revolução industrial), ainda conservava muitas características de um tempo que, conforme Bauman, pode ser denominado de *wetware*: no qual a distância e a inflexibilidade dificultavam o relacionamento entre povos e culturas diversas.

Com a invenção do vapor e do motor, as limitações físicas da era *wetware* foram sendo superadas e a era industrial começou a surgir. As máquinas a vapor, principalmente os gigantes teares, revolucionaram e aceleraram o modo e o ritmo de produção. No setor de transportes, a invenção do trem a vapor proporcionou o transporte de mercadorias e pessoas, num tempo mais curto e com custos mais baixos. Inicialmente, ele era visto apenas como um sistema de engrenagens utilizado para o transporte de cargas, mas com o passar do tempo foi cada vez mais explorado como meio de transporte de pessoas, graças a seu poder de velocidade.

O trem revolucionou a concepção de espaço e tempo. Por um artifício de aceleração, ele “devora o espaço”. O vapor libera o esforço físico do trabalhador braçal, distanciando o homem do ritmo da natureza. Ele supera o cavalo de corrida, colocando as partes longínquas quase que “instantaneamente” (pelo menos a imaginação percebe as coisas assim) em contato (ORTIZ, 1998, p.47).

Quanto mais tecnologia empregada no setor, mais facilmente eram vencidos os limites territoriais, aumentando a oportunidade de contato entre pessoas e a agilidade das trocas de mercadorias; caracterizando assim, um tipo de tempo “moderno” que promovia a derrubada das barreiras espaciais, tudo em nome do progresso.

Assim, o período *hardware* ganha espaço e deixa para trás o período *wetware*, pois as restrições impostas pelo espaço poderiam agora serem contornadas através da rapidez das máquinas. “Algumas pessoas podiam agora chegar onde queriam muito antes que as outras; podiam também fugir e evitar serem alcançadas ou detidas” (BAUMAN, 2001, p.130).

O tempo se tornou o problema do “hardware” que os humanos podem inventar, construir, apropriar, usar e controlar; não do “wetware” impossível de esticar, nem dos poderes caprichosos e extravagantes do vento e da água, indiferentes à manipulação humana; por isso mesmo, o tempo se tornou um fator independente das dimensões inertes e imutáveis das massas de terra e dos mares. O tempo é diferente do espaço porque, ao contrário deste, pode ser mudado e manipulado; tornou-se um fator de ruptura: o parceiro dinâmico no casamento tempo-espaço (BAUMAN, 2001, p. 129-130).

Além disso, Bauman ressalta que “quem viajasse mais depressa podia reivindicar mais território - e controlá-lo, mapeá-lo e supervisioná-lo -, mantendo distância em relação aos competidores e deixando os intrusos de fora” (BAUMAN, 2001, p.130). Assim, começou uma era em que máquinas aceleraram processos, superaram distâncias até então nunca experimentadas e, conseqüentemente, impulsionaram o avanço do capitalismo.

Essa era de máquinas e do surgimento da indústria, caracteriza-se como a *segunda modernidade*, a modernidade da Primeira e Segunda Revolução Industrial, ou ainda, a era do modo de produção capitalista propriamente dito. Conforme Toffler, esse período pode ainda



ser pensado como o período da “Segunda Onda” e é datado de meados do século XVIII até meados do século XX<sup>1</sup>.

Formou-se um sistema industrial rico e multiforme. O industrialismo surgiu e mudou drasticamente a rotina de muitas sociedades. Invenções utilizadas no começo da modernidade como catapultas, alavancas, guinchos e moinhos, começaram a perder lugar para uma tecnologia de perfil totalmente novo. Máquinas eletromecânicas, parafusos, máquinas que fabricavam outras máquinas, ou seja, máquinas-ferramentas, entre outras, proliferaram. Muitas funcionavam sob o mesmo espaço e criaram, assim, o ambiente de fábrica e mais tarde, as linhas de montagem dentro da fábrica. Além do surgimento das mais variadas fábricas, o espírito do industrialismo “internalizou todas as coisas - montou-as como uma máquina” (TOFFLER, 1998, p.36), formando um sistema poderoso, coeso e expansivo: a civilização de sua época.

Com a forte presença e expansão da indústria em meio à sociedade, as famílias sentiram a tensão de uma mudança em suas estruturas. “A produção econômica deslocou-se do campo para a fábrica, a família não mais trabalhava junta como uma unidade” (TOFFLER, 1998, p.41). Assim, para que os trabalhadores pudessem dedicar seus dias ao trabalho da fábrica, funções familiares tiveram de ser distribuídas para novas instituições especializadas, como por exemplo, a educação das crianças (escolas) e o cuidados com os idosos (asilos ou casas de saúde). “Acima de tudo, a nova sociedade exigia mobilidade. Precisava de trabalhadores que seguissem os empregos de um lugar para outro” (TOFFLER, 1998, p.42). Desse modo, a formação estrutural de família que agregava um grande número de parentes em contato constante, resumiu-se em uma formação nuclear: somente pai, mãe e algumas crianças, ou seja, uma parte pequena da família, sem muitos parentes sempre presentes e reunidos. A estrutura da sociedade foi então transformada devido à necessidade de veloz adaptação à era industrial, que exigia mais mobilidade nos processos produtivos e econômicos. A busca pela oportunidade de emprego na fábrica provocou mudança de hábitos em muitas famílias, como também o seu deslocamento até novas regiões que oferecessem uma oportunidade de trabalho.

Além de toda revolução nos modos de produção e transporte já comentados, outros instrumentos importantes em prol do alastramento do contato e informação entre pessoas, foram surgindo e, conseqüentemente, mudando os hábitos do homem em sociedade.

---

<sup>1</sup> Sabemos que estes períodos e datas não podem ser demarcados tão precisamente, no entanto, optei aqui pela adoção de uma linha temporal com a intenção de organizar cronologicamente a abordagem de fatos e acontecimentos importantes.

Um desses instrumentos foi o jornal que, apesar de ter nascido antes, teria conjuntos mais significativos de notícias a partir de 1704. Fruto do aprimoramento da prensa de tipos móveis (inventada ainda na primeira modernidade por volta de 1450), juntamente com o já inventado papel (há muito tempo na China), contribuiu para importantes mudanças no modo de se comunicar do homem. O jornal colaborou para um processo de passagem da cultura oral para a cultura escrita e sua grande importância histórica se deve ao seu poder de alcance em um tipo de sistema comunicativo “um-todos” (de um ponto emissor a informação era enviada para vários receptores). Através dele, diversas pessoas ganharam acesso à informação de fatos que ocorreram longe do local onde habitavam, ou seja, o alcance desse tipo de meio de comunicação dilatou cada vez mais o acesso à informação por diversos territórios.

A partir de 1850, o capitalismo entrou em uma fase de grandes investimentos de longo prazo na conquista do espaço. Muitas mudanças importantes aconteceram e transformaram radicalmente a concepção de tempo e espaço, mudando a maneira como as pessoas se comunicavam, mantinham contato e como operavam transações econômicas: é o período em que surgem novos sistemas de crédito, inovações técnicas e organizacionais no nível da produção, a expansão de estradas de ferro, o aprimoramento da navegação, a invenção do telégrafo, a invenção do rádio, as viagens de bicicletas e as viagens de automóveis (no final do século).

Esse período viu também a chegada sequencial de toda uma série de inovações técnicas. Novos modos de ver o espaço e o movimento (derivados da fotografia e da exploração dos limites do perspectivismo) começaram a ser concebidos e aplicados à produção de espaço urbano. A viagem em balões e a fotografia aérea mudaram percepções da superfície da terra, ao mesmo tempo em que novas tecnologias de impressão e de reprodução mecânica permitiam a disseminação de notícias, informações e artefatos culturais em camadas cada vez mais amplas da população (HARVEY, 2005, p. 240).

A circulação informativa cada vez mais se acentuou por diversas e espalhadas regiões e se tornou mais dinâmica. O rádio também teve grande importância nesse processo, pois este permitia a transmissão de longo alcance e de forma simultânea. Todas essas invenções atingiram um número cada vez maior de áreas e da população. Juntamente com a expansão do comércio através de investimentos no exterior, abriram trilhas para o globalismo.

Gradativamente, as relações sociais foram deslocadas dos contextos territoriais de interação e se reestruturaram através de extensões indefinidas de tempo-espaço.

Os homens se desterritorializam, favorecendo uma organização racional de suas vidas. Evidentemente uma mudança dessa natureza só pode se concretizar no seio de uma sociedade cujo sistema técnico permite um controle do espaço e do tempo. A modernidade se materializa na técnica (ORTIZ, 1998, p.45).

Conforme Ortiz, o espaço se desagregou. “A separação do espaço e do tempo permite o ‘desencaixe’ das relações sociais. O espaço é assim esvaziado de sua materialidade, definindo-se em relação a outros espaços distantes. A circulação é o elo que os põe em comunicação” (ORTIZ, 1998, p. 48). O princípio da circulação seria o elemento estruturante da modernidade.

Esta mesma circulação foi a responsável por muitas mudanças na vida cultural e, sobretudo, pelo aumento exponencial do intercâmbio cultural entre povos. Com a possibilidade de uma circulação maior de informações e pessoas, em um tempo cada vez mais curto, a hibridação de culturas, costumes e raças foi se tornando cada vez mais fácil, quase impossível de evitar.

Durante o Antigo Regime, espaço e tempo estavam confinados a lugares seguros, conferindo estabilidade à ordem estamental. Os limites separavam as classes sociais, a cidade do campo, a cultura erudita da cultura popular, impedindo o movimento de um lado para outro. A modernidade rompe este equilíbrio. Sua mobilidade impulsiona a circulação de mercadorias, dos objetos e das pessoas (ORTIZ, 1998, p.48).

A sociedade moderna tornou-se um tipo de organização social desencaixada, privilegiando qualidades como funcionalidade, mobilidade e racionalidade. Desse modo ela se torna um conjunto desterritorializado de relações sociais articuladas entre si. Nesse contexto, os meios de comunicação se tornam fundamentais em seus papéis, pois de certo modo, interligam diversas regiões e culturas através da informação.

É particularmente importante para o tema deste trabalho o fato de que, segundo Ortiz, o primeiro momento de desterritorialização das relações sociais é percebido no nascimento do

sentido de “nação”. Para ele, a nação é uma primeira afirmação de mundialidade, e por serem modernas elas eram vistas como portadoras da missão de resgatar os povos do atraso cultural. Conforme ele, “porque a sociedade industrial inaugura um novo tipo de estrutura social ela pode ser nacional” (ORTIZ, 1998, p. 49).

Outro acontecimento extremamente radical e que mudou o cotidiano da sociedade mundial foi a progressão da hora-padrão, que no final do século XIX se impôs para todo o planeta. “O mundo no qual os homens agora circulam, para se unificar, tem que se ajustar à maneira de se contabilizar o fluir do tempo, sem o que sua racionalidade não encontraria meios para concretizar. O tempo, representação social por excelência, se adequa às exigências de uma civilização urbano-industrial” (ORTIZ, 1998, p. 51).

A relação entre tempo e o espaço na modernidade tornou-se, então, mutável e dinâmica. Buscava-se o movimento acelerado em troca da ampliação do espaço e, para isso acontecer, foram criados muitos modos de realizar mais rapidamente as tarefas, eliminando assim o tempo “improdutivo” e ocioso.

Era da modernidade de *hardware*, a modernidade pesada, obcecada pelo volume, onde “tamanho é poder, volume é sucesso” (BAUMAN, 2001, p.132), esta foi a época das “máquinas pesadas e cada vez mais desajeitadas, dos muros de fábricas cada vez mais longos guardando fábricas cada vez maiores que ingerem equipes cada vez maiores, das poderosas locomotivas e dos gigantescos transatlânticos” (BAUMAN, 2001, p.132). A conquista do espaço era o objetivo supremo, e “o tempo tinha que ser flexível e maleável, e acima de tudo tinha que poder encolher pela crescente capacidade de ‘devorar o espaço’ de cada unidade: dar a volta ao mundo em 80 dias era um sonho atraente, mas ser capaz de fazê-lo em oito dias era infinitamente mais atraente” (BAUMAN, 2001, p.134).

Esta segunda fase da modernidade pode ser datada até o final dos anos 50 do século XX, uma era quando importantes passos foram dados no desenvolvimento do processo de mundialização. Porém, em meados daquele mesmo século, muitas mudanças intensas aconteceram: sobretudo após a Segunda Guerra Mundial, a explosão da indústria cultural, grosso modo equiparável ao impulso industrial aplicado ao domínio da cultura, tomou conta e ganhou o circuito mundial com o passar dos anos. Devido à grande difusão da televisão nas três décadas após a Segunda Guerra, criou-se um novo panorama comunicativo, onde a TV era a “grande estrela” em cena. Esse tipo de mídia ganhou cada vez mais adeptos em um sistema caracterizado pelo processo de comunicação do tipo “um-todos”.

O sistema dominado pela TV poderia ser facilmente caracterizado como mídia de massa ou grande mídia. Uma mensagem similar era enviada ao mesmo tempo de alguns emissores centralizados para uma audiência de milhões de receptores. Desse modo, o conteúdo e o formato das mensagens eram personalizados para o denominador comum mais baixo (CASTELLS, 2001, p. 356).

Com a expansão da TV, muitos filmes foram adaptados para a audiência televisiva. Já o rádio ganhou maior “penetrabilidade e flexibilidade, adaptando modalidades e temas ao ritmo de vida cotidiana das pessoas” (CASTELLS, 2001, p. 355). O mesmo período marca também a expansão do cinema e da indústria fonográfica e a criação das primeiras agências de publicidade que viriam a ser fundamentais na construção do circuito de trocas culturais que se espalhou pelo globo terrestre.

A pós-modernidade, ou *terceira modernidade*, teve início entre os anos 60 e 70 do século XX e, conforme Harvey, marca “uma nova rodada da ‘compressão do espaço-tempo’” (HARVEY, 2005, p.256). O termo “compressão”, muito utilizado por David Harvey, indica processos que, conforme ele, “revolucionam as quantidades objetivas do espaço e do tempo a ponto de nos forçarem a alterar, às vezes radicalmente, o modo como representamos o mundo para nós mesmos” (HARVEY, 2005, 219). Este período é também conhecido como a era da globalização, ou seja, a etapa mais avançada do processo de mundialização que começou ainda na era das grandes navegações do século XV. Esta diferenciação entre mundialização e globalização, aqui adotada, foi proposta por Ortiz, para quem o conceito de mundialização deve ser utilizado preferencialmente em referência aos processos de caráter cultural. Já o conceito de globalização, reporta aos processos econômicos e tecnológicos. Ambos os conceitos, de mundialização e globalização, remontam às grandes navegações, ou seja, ambos são resultados da busca pelo encurtamento das distâncias e a compressão do espaço/tempo em que, processos econômicos e culturais se entrelaçam e servem como agentes movimentadores. Entretanto, é preciso ter em mente que estes processos, não são mutuamente excludentes, pois é fato que a mundialização também recebeu e se desenvolveu através de motivações econômicas, assim como a globalização teve e sofreu muitos impactos culturais.

É importante frisar que, nesta concepção, globalização é uma etapa avançada do processo de mundialização impulsionada a partir dos anos 70 pelo avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação. Para Giddens, a globalização pode ser definida como “a intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de

distância e vice-versa” (GIDDENS, 2001, p.69). Com a globalização, a compressão do espaço-tempo chega a um estágio nunca visto antes, mudando assim todo o panorama mundial. Esta superação máxima das distâncias entre os diferentes territórios do mundo é potencializada por um cenário tecnológico que, conseqüentemente, influencia todo o quadro social, cultural, político e econômico mundial.

Conforme Toffler, na pós-modernidade a percepção dos espaços em que se vive sofre constantes mudanças: “Estamos mudando os espaços reais em que vivemos, trabalhamos e nos divertimos. Como vamos para o trabalho, até que distância e a frequência com que viajamos, onde vivemos - tudo isto influencia a nossa experiência de espaço” (TOFFLER, 1998, p. 297). As Tecnologias da Informação e da Comunicação contribuíram para esta mudança de percepção sobre o espaço-tempo e “bombardeiam” continuamente o homem com inúmeras imagens, dados econômicos, políticos, educacionais, entre milhares de outros, transformando a maneira de como ele pensa e age perante o que lhe é ofertado.

Nova informação nos chega e somos forçados a revisar o nosso arquivo de imagens continuamente, com uma frequência cada vez maior. Imagens mais antigas baseadas em realidade passada devem ser substituídas, pois, a não ser que as ponhamos em dia, nossas ações ficarão divorciadas da realidade e nos tornaremos progressivamente menos competentes (TOFFLER, 1998, p.164).

Para Toffler, uma das razões que contribuem para esse descontrolado fluxo de informações no período pós-moderno decorre de uma desmassificação dos meios de comunicação de massa, ou em outras palavras, à segmentação dos meios de comunicação de massa. Cada vez mais jornais, revistas, rádios, TV, etc., por exemplo, estão sendo segmentados para atenderem diferentes tipos de públicos. Essa desmassificação é resultado de um comportamento individualizado do homem pós-moderno:

Quanto mais uniformes formos, menos precisaremos saber a respeito uns dos outros para predizermos o comportamento uns dos outros. Quanto mais individualizadas ou desmassificadas ficam as pessoas em volta de nós, mais precisamos de informação - sinais e deixas - para predizer, mesmo aproximadamente, como elas vão se comportar em relação a nós. E a não ser que possamos fazer tais previsões, não poderemos trabalhar nem mesmo viver juntos.

Em consequência disso, as pessoas e as organizações anseiam continuamente por mais informação e todo o sistema começa a pulsar com fluxo de dados cada vez mais alto (TOFFLER, 1998, p.173).

Com a tecnologia acelerada, a otimização dos processos produtivos também é beneficiada, fato que atrai a atenção de investidores financeiros. Desde os anos 80, por exemplo, novas tecnologias otimizaram processos produtivos no setor impresso e eletrônico da mídia. A elaboração e a edição de jornais já podiam ser feitas à distância, enquanto suas impressões eram realizadas em diversos pontos diferentes do mundo. Outras tecnologias como o *walkman*, o videocassete e a TV a cabo (promovida na década de 90 pela fibra ótica, e pela digitalização), são apenas alguns de muitos meios que aprimoraram o “mundo da comunicação” e o acelerado fluxo de informações.

O computador foi uma das maiores “chaves” para um avanço revolucionário na contemporaneidade. No início dos anos 50, este ainda era um equipamento que servia mais como curiosidade, e cujas aplicações eram apenas militares e científicas. Durante a década de 70, se tornou um objeto pessoal, menor e mais barato. Na década seguinte desenvolveram-se as interfaces gráficas, e deixou de ser necessário saber programação para utilizar o computador. Assim, o computador passou a ser acessível a um número maior de pessoas. Ele substituiu a máquina de escrever e transformou o ambiente de trabalho, até chegar o momento em que também se tornou máquina caseira. A difusão da inteligência da máquina também atingiu outros aparelhos eletrônicos, dando origem a toda uma nova família de eletrodomésticos, aparelhos de jogos, caixas eletrônicas, entre outros.

A tecnologia digital alterou vários processos da vida. O trabalho, por exemplo, sofreu uma descorporificação, pois já não se necessita de um grande número de trabalhadores sempre presentes dentro dos estabelecimentos, ao contrário do que ocorria na segunda modernidade.

Se a “ciência da administração” do capitalismo pesado se centrava em conservar a “mão-de-obra” e forçá-la ou subordiná-la a permanecer de prontidão e trabalhar segundo os prazos, a arte da administração na era do capitalismo leve consiste em manter afastada a “mão-de-obra humana” ou, melhor ainda, forçá-la a sair. Encontros breves substituem engajamentos duradouros. Não se faz uma plantação de limoeiros para espremer um limão (BAUMAN, 2001, p.141).

O início dos anos 70 assistiu também ao nascimento de outra das maiores e mais revolucionárias invenções tecnológicas: a agregação de vários computadores em rede e em escala internacional, nasceria assim, a Internet. Ela possibilitou, de forma nunca vista antes, a derrubada das fronteiras espaciais e revolucionou não somente o tipo de relação entre homem e máquina, como também a relação entre os próprios homens por meio da máquina.

Na economia, a revolução da tecnologia da informação, e, inclusive, ferramentas como a Internet, colaboraram na criação de uma nova “linha divisória na revolução do capitalismo” (CASTELLS, 1999, p.101), com novas práticas sociais e nova vivência do espaço e do tempo. Cria-se uma nova forma de organização social, que Castells chama de “sociedade em rede”, que é caracterizada por uma economia “informacional” e “global”. É *informacional* porque:

A produtividade e a competitividade de unidades ou agentes nessa economia (sejam empresas, regiões ou nações) dependem basicamente de sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimentos. É *global* porque as principais atividades produtivas, o consumo e a circulação, assim como seus componentes (capital, trabalho, matéria-prima, administração, informação, tecnologia e mercados) estão organizados em escala global, diretamente ou mediante uma rede de conexões entre agentes econômicos. É *informacional* e *global* porque, sob novas condições históricas, a produtividade é gerada, e a concorrência é feita em uma rede global de interação (CASTELLS, 2001, p.87).

Novas tecnologias como a Internet tornaram-se instrumentos essenciais na hora de aumentar os lucros, o giro de capital, de ampliar o mercado e reduzir os custos de produção, pois conectam vários segmentos de mercado de diversos países em rede global e fornecem uma grande mobilidade de negociações e trocas de capital. Assim, a economia, embora venha se internacionalizando desde pelo menos o tempo das grandes navegações, só passou a ser realmente “global” no final do século XX, graças à nova infra-estrutura proporcionada pelas Tecnologias da Informação e da Comunicação. Os mercados em rede possuem uma conexão



nunca vista antes e, por esse mesmo motivo, tornam-se muito mais sensíveis e sujeitos a velozes mudanças em nível global.

## **2.2 Internet: sua história e influência na vida social**

Graças ao avanço científico e à convergência das telecomunicações com os sistemas de microeletrônica e de informática, um novo patamar entre os processos de comunicação foi inaugurado: as redes digitais de comunicação. Através destas, foram abertas “novas possibilidades para a superação dos entraves à comunicação internacional decorrente das distâncias geográficas” (FRAGOSO, 2004, p.2). A Internet, conhecida popularmente como a “rede mundial de computadores”, é um dos maiores exemplos de redes de comunicação.

Criada no final dos anos 60, durante a Guerra Fria, a Internet foi desenvolvida por Bob Taylor, diretor do DARPA (Departamento de Projetos de Pesquisa Avançada da Agência de Defesa Americana), com o intuito de unir computadores em rede e, assim, impedir a tomada ou destruição do sistema norte-americano de comunicações pelos soviéticos em caso de guerra nuclear. Temendo o bombardeio em seus centros de poder, os estadunidenses pensaram então em colocar em rede os computadores

especialmente dispersos em diferentes pontos do país. A idéia era possibilitar a comunicação entre autoridades governamentais e o controle remoto de armas nucleares através de uma estrutura absolutamente descentralizada. Qualquer “nó” da rede poderia operar como ponto central, emissor e receptor, e mesmo a destruição de mais da metade do sistema não impediria a transmissão de informação entre computadores restantes (FRAGOSO, 1996, p.3-4).

Em 1969 foi instalado o primeiro nó, no campus de Los Angeles da Universidade da Califórnia. Em 1972, a rede passa a ser chamada de ARPANET, congregando trinta e sete universidades e centros de pesquisa. Em 1983, a “ARPANET foi dividida em duas redes: MILNET, para uso militar, e ARPANET para pesquisa científica” (FRAGOSO, 1996, p.4).

A importância desse tipo de rede de comunicação se tornou cada vez mais evidente, despertando o interesse de diversas áreas científicas que almejavam usufruir desse potencial comunicativo e seus possíveis benefícios.

Em última análise a ARPANET, rede estabelecida pelo Departamento de Defesa dos EUA, tornou-se a base de uma rede de comunicação horizontal global composta de milhares de redes de computadores [...] Essa rede foi apropriada por indivíduos e grupos no mundo inteiro e com todos os tipos de objetivos, bem diferentes das preocupações de uma extinta Guerra Fria (CASTELLS, 2001, p.26).

Conforme Fragoso, o tráfego de informação da rede “se tornou muito pesado para a estrutura original da ARPANET, e em 1986 a espinha dorsal da Internet começou a ser transferida para a NSFNET, criada pela Fundação Nacional de Ciência norte-americana” (FRAGOSO, 1996, p.4). Fragoso afirma ainda, que “nesse meio tempo, outros países haviam iniciado a implantação de redes similares, e a possibilidade de comunicação via satélite permitiu a conexão internacional das várias redes locais” (FRAGOSO, 1996, p.4).

Hoje, a Internet oferece em seu ambiente diversas ferramentas para a navegação, “agindo como uma verdadeira incubadora mediática, já que dá espaço para a criação de diversos dispositivos comunicacionais” (LEMOS, 2004, p.119), como por exemplo, o *e-mail*, o FTP (*files transfer protocol* - que permite a transferência e troca de arquivos de forma anônima), o WWW (*World Wide Web*), ferramentas que permitem o diálogo em tempo real (IRC, ICQ), agentes inteligentes, comunidades virtuais, entre outros.

Todas essas ferramentas mediáticas, proporcionadas pela Internet, expressam claramente a “face” tecnológica da globalização. Hoje, o homem da “sociedade em rede”, tem a possibilidade de manter-se em contato com diversas pessoas das mais diferentes culturas e partes do mundo através da Internet. Além disso, a rede permite que este contato seja feito em um curtíssimo tempo, chegando a dar a impressão de que as interações acontecem em “tempo real”. Com isso, o sentido de “tempo” se transforma na contemporaneidade. Conforme Bauman, hoje o tempo “não é mais o ‘desvio da busca’, e assim não mais confere valor ao espaço” (BAUMAN, 2001, p.137). A instantaneidade, conforme Bauman, é característica da era do *software*, da pós-modernidade. Para ele, a distância entre o começo e o fim está diminuindo e desaparecendo, graças à instantaneidade, ou seja, à realização “imediate”.

Essa instantaneidade modifica radicalmente o modo pelo qual os homens lidam com seus afazeres individuais e coletivos. Além disso, ao contrário dos *mass media* (TV, rádio, cinema, etc.) que circulam as informações em uma hierarquia de um-todos (com uma difusão centralizada da informação massiva), a comunicação digital responde a um esquema informativo de todos-todos no ciberespaço. Lévy explica que o ciberespaço corresponde à prática de uma comunicação interativa, comunitária e intercomunitária, recíproca e ainda a um:

[...] horizonte de mundo virtual vivo, heterogêneo e intotalizável no qual cada humano pode participar e contribuir. Qualquer tentativa para reduzir o novo dispositivo de comunicação às formas midiáticas anteriores (esquema de difusão “um-todos” de um certo emissor em direção a uma periferia receptora) só pode empobrecer o alcance do ciberespaço para a evolução da civilização [...] (LEVY, 2005, p. 126).

Com todos os recursos operacionais oferecidos pela Internet e seu sistema comunicacional de formato todos-todos, pode-se pensar, então, que ela permite que seus usuários sejam não apenas receptores, mas também produtores de informações, de mecanismos operacionais, de formas simbólicas e de sentido. Cada dado ou informação produzida por um usuário, pode ser trocada entre milhares de outros usuários.

Diante de uma sociedade massificada (pouca informação com redundância), passa-se a uma sociedade informacional, prevalecendo o fluxo de uma quantidade gigantesca de informações para os interagentes (Castells) que terão o poder de escolher, trilhar e buscar o que lhes interessa. O que está em jogo nesse processo de digitalização do mundo é, segundo Adriano Rodrigues, o desaparecimento da instância legitimadora clássica do discurso: emissor e receptor fundem-se na dança de *bits* (LEMOS, 2004, p. 80).

Assim, a era da pós-modernidade é marcada pela revolução das tecnologias digitais. A Internet, uma das maiores invenções dessa era, a cada dia ganha mais usuários que usufruem do leque de ferramentas interativas disponibilizadas na rede. Nela uma pessoa encontra diversas maneiras de contato via máquina (jogos, *sites* de busca, portais informativos, *downloads* de arquivos, etc.). Além disso, as redes digitais proporcionam também a conexão

via máquina com outras máquinas e conseqüentemente o contato com outras pessoas (jogos em rede, *chats*, comunidades virtuais, etc.). A aldeia global de Marshall MacLuhan, agora finalmente pode se concretizar, pelo menos no sentido do alcance dos mídias<sup>2</sup>, pois o progresso tecnológico consegue unir espalhados pontos do planeta através de sistemas comunicacionais que buscam a intercomunicação e de maneira flexível. A Internet, a “espinha dorsal da comunicação mediada por computadores (CMC)” (CASTELLS, 2001, p. 369), junto à *World Wide Web* - WWW (Rede de Alcance Mundial), constróem uma teia comunicacional mundial de dependências mútuas, embora também não tão solidária como a que propôs MacLuhan. A cooperação na rede existe, mas não de modo homogêneo em todos os ambientes do ciberespaço.

A idéia de aldeia global [...] estáse tornando uma realidade. Hoje as possibilidades já são enormes: consulta de bancos de dados, correio eletrônico, transações comerciais, fóruns de tendências as mais variadas, consultas médicas, agregações sociais (*chats*, MUDS, listas...), rádios de várias partes do mundo, jornais, revistas, música, vídeo, museus, arte (LEMOS, 2004, p.116).

A Internet se tornou um instrumento importante e característico da pós-modernidade. Ela permite um cenário nunca visto antes, e “possibilita comunicação ágil entre centenas ou mesmo milhares de especialistas, profissionais ou amadores, inaugurando um patamar intermediário entre a comunicação individual e a comunicação de massa” (FRAGOSO, 1996, p. 5). Desse modo, ela foi, e está cada vez mais sendo, uma das grandes responsáveis pela mudança de hábitos de milhares de pessoas, que a utilizam constantemente e indispensavelmente em seus afazeres, em suas vidas. Conforme Castells, “as redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de informação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela” (CASTELLS, 2001, p.22).

Conforme Rheingold as comunicações mediadas por computador têm potencial para mudar a vida das pessoas em três níveis distintos, mas fortemente independentes: o primeiro diz respeito às maneiras como as pessoas percebem, pensam e modificam suas personalidades

---

<sup>2</sup> Com exceção de alguns pontos do mundo que ainda sofrem exclusão digital, muitos dos quais também não têm energia elétrica, água encanada, rede de esgotos, etc.

e hábitos em contato com a CMC. A linguagem exigida pela CMC faz com que as pessoas mudem alguns de seus hábitos para poderem se “encaixar” no vocabulário das redes.

O segundo nível diz respeito às possíveis alterações entre as relações pessoais, as amizades e as comunidades. “A tecnologia de CMC confere uma nova capacidade de comunicação multilateral, ‘de muitos para muitos’” (RHEINGOLD, 1996, p.26). O mesmo autor ressalta a possibilidade trazida pela CMC para a formação de novas comunidades (virtuais).

O terceiro nível é relacionado às alterações que a CMC traria para nossas vidas no campo político. Para ele, o nível político “deriva do nível médio, o social, pois a política é sempre uma combinação de comunicação com o poder material, e o papel dos meios de comunicação é particularmente importante para a política nas sociedades democráticas” (RHEINGOLD, 1996, p.27).

Para esta dissertação, interessam em especial o primeiro e segundo nível, já que o objeto de estudo é uma comunidade virtual, onde são analisados informações e comportamentos oriundos da interação de seus membros.

### **2.3 Identidades Culturais num Mundo Globalizado**

Conforme já foi anteriormente mencionado, as culturas, de certa forma, sempre estiveram em contato umas com as outras. Na primeira modernidade, este contato era bastante restrito devido às limitações no sistema de locomoção e comunicação que ligavam uma região à outra. Com a era industrial, o alcance e a comunicação entre culturas foram facilitados por diversos meios de locomoção e pela cultura de mídia, encontrada nos jornais, no rádio, na TV, etc. Na contemporaneidade, a superação das distâncias entre regiões geográficas ultrapassou as limitações que ainda restavam, graças aos novos meios de transporte mais rápidos e potentes e, principalmente, através do avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação.

Hoje, em tempos de globalização, o contato entre culturas é extremamente facilitado e a Internet é um dos meios mais rápidos e poderosos para realizá-lo. A sociedade, agora interligada, está mais exposta a um fluxo grande e acelerado de informações e de ferramentas comunicacionais, transformando o modo como as pessoas percebem o mundo, como agem no dia-a-dia, como se relacionam com os novos meios de comunicação e a maneira como se relacionam com outras culturas.

O contato e troca de informações facilitadas e potencializadas entre culturas na “era da informação”, já começam a provocar mudanças nas identidades individuais e culturais das pessoas. Em um movimento de duplo sentido, as mesmas identidades são os agentes responsáveis por diversas mudanças tecnológicas e informativas dessa era. Uma comunidade virtual, por exemplo, é possível pelo avanço das tecnologias que constituem a Internet, mas são as identidades culturais em conjunto as responsáveis pela formação dessa aglomeração virtual e informativa. São elas, incorporadas em pessoas de diversas culturas, as formadoras de partes do ambiente de ciberespaço da comunidade.

Essa relação entre identidades culturais em ambiente de comunidade virtual é crucial para meu problema de pesquisa. Para entender como esses processos podem ser desencadeados, é necessário, antes de tudo, entender o significado de identidade e, em particular, identidade cultural. Três diferentes estudiosos contemporâneos, Manuel Castells, Stuart Hall e Zygmunt Bauman, abordam esse tema de forma particularmente interessante para o presente trabalho.

Castells entende identidade como a “fonte de significado e experiência de um povo” (CASTELLS, 1999, p.22). Ou ainda, inspirado em Calhoun:

Não temos conhecimento de um povo que não tenha nomes, idiomas ou culturas em que alguma forma de distinção entre o eu e o outro, nós e eles, não seja estabelecida... O autoconhecimento – invariavelmente uma construção, não importa o quanto possa parecer uma descoberta – nunca está totalmente dissociado da necessidade de ser conhecido, de modos específicos, pelos outros (CALHOUN *apud* CASTELLS, 2002, p.22).

Castells defende que, do ponto de vista sociológico, a identidade é construída, e que essa construção “vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso” (CASTELLS, 2002, p.23). No entanto o autor ressalta que “todos esses materiais são processados por indivíduos, grupos sociais e sociedades, que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espaço” (CASTELLS, 2002, p.23).

Assim, conforme Castells, as identidades são construídas e reorganizadas por atores sociais. Estes podem ser representados por suas próprias identidades ou pelos papéis que

exercem. Por exemplo, exercer um papel pode significar representar o lugar de um vizinho, de um atleta, de um trabalhador, etc., que são definidos por “normas estruturadas pelas instituições e organizações da sociedade”. O autor ainda sugere que “a importância relativa desses papéis no ato de influenciar o comportamento das pessoas depende de negociações e acordos entre os indivíduos e essas instituições e organizações” (CASTELLS, 2002, p.23).

Para ele, as identidades são fontes mais importantes de significado se comparadas aos papéis, devido ao processo de autoconstrução e individuação que envolvem. Ressalta ainda que “as identidades organizam significados, enquanto papéis organizam funções”, e define “significado como a identificação simbólica, por parte de um ator social, da finalidade da ação praticada por tal ator” (CASTELLS, 2002, p.23).

A construção da identidade, em tempos de globalização, está passando por várias reformulações, ou para alguns, está passando por uma crise. Com o avanço das Tecnologias da Informação e da Comunicação, a sociedade ganha mobilidade e o contato entre as pessoas é facilitado. Assim, o indivíduo se desterritorializa, se desliga de seu contexto local, e passa a ter contato (muitas vezes instantâneo) com outras diversas culturas ao redor do mundo. A identidade do indivíduo passa então por um processo de descentralização ou fragmentação, pois absorve características e, ao mesmo tempo, influencia na formação de outras culturas com as quais mantém contato.

Conforme o pensamento de Stuart Hall, em seu livro *A identidade cultural na pós-modernidade*, quanto mais os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, “somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar - ao menos temporariamente” (HALL, 2005, p.13).

Como vimos, para Ortiz, o primeiro momento de desterritorialização das relações sociais é percebido no surgimento do sentido de “nação”, ele mesmo resultado da modernidade-mundo, em que as identidades locais entram em contato com outras culturas mais distantes, abrangendo um território maior.

Na “era da informação”, a facilidade de interconexão entre diferentes partes do globo vai colaborar para transformações na vida social e, conseqüentemente, para a “crise” da identidade. Segundo Hall, desde o final do século XX, estão sendo fragmentadas “as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais” (HALL, 2005, p.9). Ele ainda expõe que:

Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a idéia que temos de nós próprios como sujeitos integrados. Esta perda de “um sentido de si” estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito. Esse duplo deslocamento – descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos - constitui uma “crise de identidade” para o indivíduo (HALL, 2005, p.9).

Para Hall, a concepção da identidade individual passou por três fases desde o começo da modernidade até a pós-modernidade: numa primeira fase, surge o “Sujeito do Iluminismo”:

[...] baseado numa concepção de pessoa humana como um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo ‘centro’ consistia num núcleo interior, que emergia pela primeira vez quando o sujeito nascia e com ele se desenvolvia, ainda que permanecendo essencialmente o mesmo - contínuo ou ‘idêntico’ a ele - ao longo da existência do indivíduo (HALL, 2005, p.11).

Trata-se de uma concepção extremamente individualista do sujeito e de sua identidade. Após este modelo de sujeito, surge então a noção de um “Sujeito Sociológico” que:

[...] refletia a crescente complexidade do mundo moderno e a consciência de que este núcleo interior do sujeito não era autônomo e auto-suficiente, mas era formado na relação com ‘outras pessoas importantes para ele’, que mediavam para o sujeito os valores, sentidos e símbolos - a cultura - dos mundos que ele/ela habitava (HALL, 2005, p.11).

Trata-se, portanto, de uma noção de identidade formada na interação entre o eu e a sociedade.

Em um último estágio, na contemporaneidade, surge a concepção do “Sujeito Pós-moderno”, que reflete o tipo de sujeito já comentado anteriormente, e que mais interessa a esta pesquisa. Este sujeito fragmentado é composto por várias identidades, “algumas vezes



contraditórias e não resolvidas” e, ainda, “não tem uma identidade fixa, essencial ou permanente” (HALL, 2005, p.12). Nele,

a identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. É definida historicamente e não biologicamente (HALL, 2005, p.12-13).

O mesmo autor ainda expõe que dentro de cada indivíduo existem identidades contraditórias, que são empurradas em diferentes direções, de maneira tal que essas identificações estão sendo continuamente deslocadas.

Assim como cada identidade cultural tem o poder de refletir suas características no âmbito global e vice-versa, todas essas mudanças na construção e concepção das identidades do indivíduo inevitavelmente vão refletir na sociedade e nas identidades culturais. Cada ambiente cultural e suas características exercem alguma influência, mesmo que mínima, em outras culturas, pois a globalização é marcada por essas interconexões.

Bhabha sugere que as identidades são produzidas em momentos ou processos em que a articulação entre as diferenças sociais se faz presente. Esses momentos ele denomina como “entre-lugares”, que “fornecem o terreno para a elaboração de estratégias de subjetividade - singular ou coletiva - que dão início a novos signos de identidade e postos inovadores de colaboração e contestação, no ato de definir a própria identidade da sociedade” (BHABHA, 2005, p. 20). A articulação entre essas diferenças sociais se faz em meio dos embates de fronteira, entre conflitos de traços culturais tradicionais x hibridismos culturais que têm “tanta possibilidade de serem consensuais quanto conflituosos” (BHABHA, 2005, p.21).

Assim, é nas diferenças sociais de cada cultura, que a identidade se representa e reforça suas características. Este fato acaba gerando um “sentimento de pertença” entre grupos culturais. Desse modo, muitas culturas, tentam preservar suas características regionais, ou nacionais, através de símbolos, bandeiras, hinos, vestimentas e costumes. Entretanto, de modo semelhante ao pensamento sobre as *identidades possíveis* de Hall, Bauman ressalta que a identidade na pós-modernidade e, conseqüentemente, o “sentimento de pertencimento” não são tão “sólidos”, pois estão sujeitos ao que denomina a “liquidez” da contemporaneidade:

Tornamo-nos conscientes de que o “pertencimento” e a “identidade” não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age - e a determinação de se manter firme a tudo isso - são fatores cruciais para o pertencimento quanto para a “identidade” (BAUMAN, 2005, p. 17).

Assim, a identidade, principalmente na era da pós-modernidade, sofre constantemente oscilações em sua formação. Esta oscilação está relacionada aos fenômenos contemporâneos da compressão do espaço e tempo em que vivemos, e, conseqüentemente, à facilidade de contato e informação entre culturas.

Bauman explica que na era atual, “as identidades flutuam no ar, algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta [...]” (BAUMAN, 2005, p.19).

Sendo assim, a conservação das identidades culturais dentro de um contexto tradicional é constantemente ameaçada, já que a globalização facilita as identidades a terem um caráter liquefeito ou homogeneizado. Em outras palavras, numa era de globalização onde há a oportunidade de efetuar interligações sociais e culturais em um curtíssimo espaço de tempo (oferecida pelas tecnologias de transporte e de informação), teme-se que as identidades culturais acabem diluídas e homogeneizadas.

## **2.4 Globalização, Localismo e Nacionalismo**

É curioso o fato de o próprio Stuart Hall ressaltar que, ao mesmo tempo em que fortes tendências homogeneizadoras são introduzidas na sociedade contemporânea através do poder da globalização, existe nos dias de hoje também um movimento sustentado pela “diferença”, que preza o “localismo” e a conservação de costumes.

Juntamente com as tendências homogeneizantes da globalização, existe a “proliferação subalterna da diferença”. Trata-se de um paradoxo da globalização contemporânea o fato de que, culturalmente, as coisas pareçam mais ou menos semelhantes entre si (um tipo de americanização global, por exemplo). Entretanto, concomitantemente, há a proliferação das “diferenças”. O eixo “vertical” do poder cultural, econômico e tecnológico parece estar sempre marcado e compensado por conexões laterais, o que produz uma visão de mundo composta de muitas diferenças “locais”, as quais o “global vertical” é obrigado a considerar (HALL, 2003, p.60).

Ainda conforme o mesmo autor, esse movimento de “diferença” impede que qualquer sistema se estabilize em uma totalidade inteiramente costurada, ou seja, impede que as culturas se homogeneizem totalmente. Hall ainda diz que essas estratégias de “diferença” constituem o fundamento, então, para um novo tipo de “localismo” que “não é auto-suficientemente particular, mas surge de dentro do global, sem ser simplesmente um simulacro”. (HALL, 2003, p.61). Entende-se por localismo:

Não é um mero resíduo do passado. É algo novo - a sombra que acompanha a globalização: o que é deixado de lado pelo fluxo panorâmico da globalização, mas retorna para perturbar e transformar seus estabelecimentos culturais. É o “exterior constitutivo” da globalização (LACLAU; MOUFFE, 1985; BUTLER, 1993 *apud* HALL, 2003, p.61).

Esse tipo de paradoxo entre globalização e localismo é bastante perceptível quando se trata das identidades nacionais. Conforme Castells “a era da informação é também a era do ressurgimento do nacionalismo, manifestado tanto pelo desafio que impõe a Estados-Nação estabelecidos como pela ampla (re)construção da identidade com base na nacionalidade, invariavelmente definida por oposição ao estrangeiro” (CASTELLS, 2002, p.44).

Para Castells “sem dúvida etnia, religião, idioma, território, *per se*, não são suficientes para erigir nações e induzir o nacionalismo. *A experiência compartilhada sim*: tanto os Estados Unidos quanto o Japão são países com forte identidade nacional, e muitos de seus cidadãos realmente sentem, e expressam, um profundo sentimento patriótico” (CASTELLS,

2002, p.46, ênfase adicionada). Portanto, a experiência de compartilhar o sentimento de pertencimento à nação é muito importante para o espírito patriota se manter e fazer sentido.

Em busca de um levantamento de possibilidades que justifiquem um possível “ressurgimento do nacionalismo”, destaco aqui algumas considerações de Castells, Bauman e Hall.

Começando por Castells, o mesmo afirma que o nacionalismo contemporâneo pode ou não estar voltado à construção de um Estado-Nação soberano e, portanto, as nações são, tanto do ponto de vista histórico quanto analítico, entidades independentes do Estado.

Castells cita palavras de Anthony D. Smith, que explica que a própria

formação das nações e o surgimento de nacionalismos étnicos se assemelham mais à institucionalização de uma “religião alternativa” do que propriamente a uma ideologia política, sendo, portanto bem mais duradouros e poderosos do que nos permitimos admitir (SMITH *apud* CASTELLS, 2002, p. 47).

Seguindo este pensamento, Castells afirma que em virtude de “o nacionalismo contemporâneo ser mais reativo do que ativo, atende a ser mais cultural do que político, e, portanto, mais dirigido à defesa de uma cultura já institucionalizada do que à construção ou defesa de um Estado” (CASTELLS, 2002, p.47). O autor ainda cita palavras de Kosaku Yoshino, para esclarecer a compreensão do nacionalismo contemporâneo através da análise do nacionalismo cultural no Japão:

O nacionalismo cultural procura regenerar a comunidade nacional por meio da criação, da preservação ou fortalecimento da identidade cultural de um povo, quando se sente sua falta ou uma ameaça a essa identidade. Tal nacionalismo vê a nação como fruto de sua história e culturas únicas, bem como uma solidariedade coletiva dotada de atributos singulares. Em suma, o nacionalismo cultural preocupa-se com os elementos distintivos da comunidade cultural como essência de uma nação (KOSAKU YOSHINO *apud* CASTELLS, 2002, p. 48).

Castells ainda expõe que a construção do nacionalismo se origina tanto por parte da elite, quanto das massas.

Na opinião dele, então, essa construção surge a partir de ações e reações sociais, embasadas na preocupação de preservar a identidade cultural, caso percebam possíveis ameaças. A experiência nacionalista precisa do compartilhamento do sentimento patriótico para se manter viva.

Bauman acha errôneo chamar esse movimento contemporâneo de “ressurgimento do nacionalismo”, mas acredita que está acontecendo uma nova safra de reivindicações à autonomia ou independência. Ele diz que há duas razões para essas mudanças acontecerem: a primeira é uma tentativa desesperada de se proteger dos “ventos globalizantes, ora gelados, ora abrasadores, uma proteção que os muros carcomidos do Estado-Nação não mais provêem” (BAUMAN, 2005, p.62). A outra razão está relacionada à reavaliação do pacto tradicional entre nação e Estado, pois no momento, os Estados estão em processo de enfraquecimento e poucos benefícios estão oferecendo em troca da “lealdade exigida em nome da solidariedade nacional”. Para ele, o Estado-nação não serve mais como “depositório natural da confiança pública” e diz que “a confiança foi exilada do lar em que viveu durante a maior parte da história moderna. Agora está flutuando à deriva em busca de abrigos alternativos” (BAUMAN, 2005, p.51). Em ambas as razões, Bauman identifica uma erosão da soberania nacional como fator principal.

Assim, a tarefa que foi abandonada e descartada pelo Estado jaz sobre o solo, esperando que alguém a apanhe. O que segue, ao contrário da opinião generalizada, é um renascimento, ou mesmo uma vingança póstuma, do nacionalismo - uma busca desesperada, embora vã, por *alternativas de solução local para problemas gerados globalmente*, numa situação na qual não se pode mais contar com a ajuda das forças convencionais do Estado (BAUMAN, 2005, p.66).

Hall acredita que a nação é uma comunidade simbólica. “Não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos - um sistema de representação cultural” (HALL, 2005, p.49), e por esse mesmo motivo, gera um sentimento de lealdade e identidade. Para ele as identidades nacionais “não estão literalmente impressas em nossos genes. Entretanto, nós efetivamente pensamos nelas como se fossem parte de nossa natureza essencial” (HALL, 2005, p.48).

Partindo desse pensamento, Hall compreende a identidade nacional como uma “comunidade imaginada” e diz que uma cultura nacional é um discurso que “influencia e

organiza nossas ações quanto à concepção que temos de nós mesmos” (HALL, 2005, p.50). Esse discurso é feito através da “narrativa da nação”, que é “contada e recontada nas histórias e literaturas nacionais, na mídia e na cultura popular” (HALL, 2005, p.52), fazendo com que as pessoas compartilhem dessa narrativa e conectem suas vidas junto a um destino nacional que preexiste a elas e continua existindo após sua morte.

Para que haja uma unidade de nação, uma constituição da cultura nacional como uma “comunidade imaginada” é necessário que se reúna: “as memórias do passado, o desejo por viver junto e a perpetuação da herança” (HALL, 2005, p.58). Mas Hall coloca em dúvida a unificação total de uma identidade cultural nacional e ressalta que:

Em vez de pensar as culturas nacionais como unificadas, deveríamos pensá-las como constituindo um dispositivo discursivo que representa a diferença como unidade ou identidade. Elas são atravessadas por profundas divisões e diferenças internas, sendo “unificadas apenas através do exercício de diferentes formas de poder cultural” (HALL, 2005, p. 61-62).

Justamente por existirem diferenças culturais também entre grupos locais, o efeito da globalização acaba por se expressar em dois caminhos: o primeiro também é percebido como um fortalecimento do localismo, como uma forte reação defensiva por parte de grupos que se sentem ameaçados pela presença de outras culturas, ou seja, um grupo de identidades que gravitam em torno da defesa da *Tradição*. Mas existe um segundo grupo de identidades que aceita que estão sujeitos ao plano da história, da política, da representação e da diferença e, assim, é improvável que suas identidades “sejam outra vez unitárias ou ‘puras’; e essas, conseqüentemente, gravitam ao redor daquilo que Robins (seguindo Homi Bhabba) chama de ‘*Tradução*’” (HALL, 2005, p.87).

Desse modo, Hall, concorda que possa existir um ressurgimento do nacionalismo e de outras formas de particularismo ao lado da globalização e a ela particularmente ligado, e que isso constitui uma perceptível reversão, “uma virada bastante inesperada dos acontecimentos”. “Entretanto, a globalização não parece estar produzindo nem o triunfo do global nem a persistência, em sua velha forma nacionalista, do local” (HALL, 2005, p.97), ou seja, “os deslocamentos ou os desvios da globalização mostram-se, afinal, mais variados e mais contraditórios do que sugerem seus protagonistas ou seus oponentes” (Hall, 2005, p.97).

Tanto os grupos que percorrem os caminhos em busca da preservação da *Tradição*, quanto os grupos que seguem em um formato de *Tradução*, não ganhariam força em seus movimentos, se não compartilhassem de um sentimento de pertença em comum, em comunidade. Lembrando o pensamento de Castells, a experiência de compartilhar o sentimento de pertencimento a alguma nação, por exemplo, é muito importante para o espírito patriota se manter e fazer sentido. O sentido de compartilhar interesses em comum é característica da formação social humana, e procura na comunidade um ambiente propício para ser trocado. Dentro de uma comunidade, uma identidade cultural é construída.

### 3 COMUNIDADES E COMUNIDADES VIRTUAIS

Em meio à globalização, o contato entre diferentes povos é estreitado devido à evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação. Essas tecnologias possibilitaram que milhares de pessoas mantivessem comunicação com outras pessoas em questão de segundos, através da rede mundial de computadores - a Internet. O grande poder de conectividade da Internet, capaz de interligar um vasto número de pessoas ao redor do mundo, despertou também o interesse de muitas empresas pela criação e produção de diversos *softwares* de diferentes formatos, que dinamizaram as possibilidades de trocas comunicativas entre pessoas.

Essa comunicação mediada por computador desencadeou um fenômeno interessante no “mundo virtual”: a criação de “pontos de encontro” entre pessoas afastadas por distâncias geográficas, mas reunidas por interesses em comum. Assim, surgiram as chamadas “comunidades virtuais”, que foram crescendo em quantidade e ganhando diversas interfaces.

O conteúdo informativo dessas comunidades virtuais é elaborado principalmente por seus próprios usuários e membros. Num sistema comunicacional todos-todos, como essas comunidades na Internet, os próprios usuários criam a maior parte de informações disponíveis, através de trocas comunicativas como: depoimentos, opiniões, imagens, símbolos, etc. Se, de um lado, empresas criam os *softwares* que compõem a interface dessas comunidades, de outro, os próprios membros vão traçando diversas linhas de pensamentos, títulos e temas a serem tratados nesses ambientes.

Hoje, o termo “comunidade virtual” já é percebido como corriqueiro. Mas afinal, o que se quer dizer com a palavra “comunidade”? Por que as pessoas procuram manter este tipo de aglomeração social? Teriam as chamadas comunidades virtuais características de uma verdadeira “comunidade”? Para responder a tais perguntas, procurei primeiramente entender qual o sentido de comunidade, com o apoio de autores importantes da sociologia clássica e contemporânea. Busquei também compreender como o sentido de comunidade se transformou paralelamente às mudanças sociais ao longo da história.



### 3.1 Entendendo o Sentido de Comunidade

Entre os vários autores possíveis para entender o sentido de “comunidade”, concentrei-me sobre o pensamento de dois importantes sociólogos que trataram do tema: Florestan Fernandes, que estuda a visão de Ferdinand Tönnies e Max Weber sobre o assunto, e ainda, Zygmunt Bauman.

Como ponto de partida para tratar do conceito de “comunidade”, muitos pesquisadores recorrem à obra *Gemeinschaft und Gesellschaft* de Ferdinand Tönnies, publicada em 1887, uma vez que este autor é considerado um dos pioneiros e mais importantes sociólogos a tratar do tema. Florestan Fernandes faz uma interessante retomada desta obra, na qual Tönnies apresentou o conceito de *comunidade* (*Gemeinschaft*) em oposição ao conceito de *sociedade* (*Gessellschaft*). Para Tönnies, um grupo formado de pessoas que agem de uma maneira homogênea está praticando uma associação. Segundo ele, “A própria relação e, conseqüentemente, a associação, podem ser compreendidas ou como uma vida real e *orgânica* - é então a essência da *comunidade* - ou como uma representação virtual e mecânica - é então o conceito de *sociedade*” (FERNANDES, p. 96, 1973).

Para Tönnies tudo que é confiante, íntimo, doméstico e relativo a uma vida em comum faz parte das relações pertencentes à *comunidade*. Nas comunidades, as associações, as vontades humanas de união, são efetuadas de modo natural e primitivo, e começam a ser manifestadas entre mãe e filhos (desde o nascimento), como também entre casais e entre irmãos, ou seja, uma relação que se pode chamar de *orgânica*. Assim, a *comunidade* diz respeito também a tudo que é tradicional, que envolve crenças, solidariedade e costumes; é algo verdadeiro e durável:

[...] a comunidade é a vida comum, verdadeira e durável; a sociedade é somente passageira e aparente. E, numa certa media, pode-se compreender a comunidade como um organismo vivo, e a sociedade como um agregado mecânico e artificial (FERNANDES, 1973, p.98).

A sociedade, entretanto, é para Tönnies, formada por tipos de relações sociais relacionadas ao trabalho, à cidade, às ciências e ao comércio. Ela está relacionada ao não-

íntimo, pois “é o que é público”, uma proximidade de indivíduos independentes uns dos outros.

Segundo a teoria da sociedade, esta é um grupo de homens que, vivendo e permanecendo de maneira pacífica uns aos lados dos outros, como na comunidade, não estão organicamente unidos, mas organicamente separados; enquanto que na comunidade estão unidos, apesar de toda a separação, na sociedade estão separados, apesar de toda a ligação (FERNANDES, 1973, p. 106).

Para Tönnies, na *sociedade* as relações são mecânicas: cada um é para si, as relações são mais egoístas e menos solidárias se comparadas às da comunidade. Trocas são realizadas, desde que haja vantagem equivalente para ambas as partes, como por exemplo, no caso de uma troca de serviços ou de um dom. Essas relações de troca estão sob a forma de um *contrato*, resultante de vontades diversas e divergentes, mas que acabam se cruzando em algum ponto. Por serem contratuais, têm uma curta durabilidade, ou ainda, podem durar enquanto existir algum interesse por parte de ambas as partes envolvidas na troca.

Para Tönnies a sociedade é, portanto, compreendida como uma soma de indivíduos, “cujas vontades e domínios se encontram em associações numerosas, mas que permanecem, entretanto, independentes uns dos outros e sem ação interior recíproca” (FERNANDES, 1973, p.113). É, então, mais racionalmente orientada para interesses específicos, marcados por valores individualistas.

Conforme Lemos, para Tönnies a sociedade moderna é “fundada, na cidade, no comércio, na indústria e na ciência” (LEMOS, 2001, p.143), é fruto de uma mudança social.

Sobre essa mesma dualidade entre *Gemeinschaft* e *Gessellschaft*, Fernandes anota que Max Weber fez também importantes considerações. Conforme ele, a *comunidade* como relação social, inspira-se no sentimento subjetivo, ou seja, no sentimento afetivo e em ações tradicionais daqueles que pertencem à constituição de um todo.

A *comunidade* pode apoiar-se sobre toda a espécie de fundamentos, afetivos, emotivos e tradicionais: uma confraria *pneumática*, uma relação erótica, uma relação de piedade, uma comunidade “nacional”, uma tropa unida por sentimentos de camaradagem. Este tipo é expresso com maior adequação pela comunidade familiar (FERNANDES, 1973, p. 141).

Já a *sociedade*, Weber considera como um tipo de relação social de atitudes inspiradas numa *compensação* de interesses racionais que envolvem determinados fins ou valores. A *sociedade* se baseia mais (mas não unicamente) em pactos ou acordos racionais, através de uma manifestação recíproca.

Para o autor, os tipos mais “puros” (FERNANDES, 1973, p. 140-141) de sociedade são:

a) a *troca* estritamente racional segundo fins e livremente pactuada no mercado: um compromisso real entre interessados contrapostos que, entretanto, se complementam; b) a *união* livremente pactuada e puramente dirigida por determinados fins, isto é, um acordo sobre uma ação permanente orientada em seus propósitos e meios à persecução dos interesses objetivos (econômico ou outros) dos membros partícipes nesse acordo; c) a *união* racionalmente motivada dos que participam de uma mesma crença: a seita racional, na medida em que prescinde do fomento de interesses emotivos e afetivos, que só quer estar a serviço da “tarefa” objetiva (o que certamente, em seu tipo puro, ocorre somente em casos muito especiais) (FERNANDES, 1973, p. 140-141).

Weber admite que seu ponto de vista sobre a distinção entre o conceito de *comunidade* e *sociedade* se assemelha ao estabelecido por Ferdinand Tönnies, entretanto, esclarece que: “de acordo com seus próprios fins, Tönnies deu a esta distinção, desde o começo, um conteúdo específico, que não tem utilidade para nossos propósitos” (FERNANDES, 1973, p. 140). De fato, Weber toma como *ponto de partida* uma distinção semelhante à defendida por Tönnies, entretanto, no decorrer de seu pensamento, defende que: uma grande maioria das relações sociais participa *em parte* da “comunidade” e *em parte* da “sociedade”.

Conforme Weber, “toda relação social, mesmo aquela mais estritamente originada na persecução racional de algum fim (a clientela, por exemplo), pode dar lugar a valores afetivos que transcendem os simples fins almejados” (FERNANDES, 1973, p. 141), enquanto, “toda a ‘sociedade’ [...] - tende, em maior ou menor grau, a promover os referidos afetos” (FERNANDES, 1973, p. 141). Para Weber, uma relação de comunidade, “pode estar orientada por todos ou parte de seus participantes segundo certos fins racionalmente sustentados” (FERNANDES, 1973, p. 141). Assim, toda *sociedade*, para Weber, inevitavelmente, vai possuir (em maior ou menor grau) agrupamentos ou nucleamentos de pessoas que formarão tipos de *comunidades* (em que a dimensão emocional se fará presente).

Por outro lado, toda a comunidade vai sofrer efeitos de mudanças inerentes ao processo da “sociedade” (em que a dimensão racional se fará presente). Pode-se dizer então, que para Weber, os conceitos de *comunidade* e *sociedade* não formulam uma tão idéia dicotômica entre o passado como comunidade e o presente como sociedade. Para Weber, esses conceitos dimensionais se complementam, portanto, não se apresentam de forma “estática” e sem possibilidades de fusões entre si.

Independentemente das diferenças e semelhanças entre os pontos de vista de Tönnies e Weber, pode-se dizer que estes autores apresentam uma visão ainda uma tanto nostálgica de comunidade, que é dita como “ideal” e “redentora”. Ao passo que o capitalismo e a modernidade avançavam, esta visão autoprotetora e idealizada de convivência humana foi se extinguindo e dando lugar a uma nova concepção de comunidade - a comunidade moderna:

A idéia de comunidade moderna começou a se distinguir de seu protótipo antigo, apoiando-se em diferentes princípios de coesão entre os seus elementos constituintes, como o contraste entre parentesco e território, sentimentos e interesses, etc. O conceito de comunidade foi identificado com diversos aspectos, como a coesão social, a base territorial, o conflito e a colaboração para um fim comum, e não mais a idéia de uma relação familiar, como na *Gemeinschaft* tõesiana (RECUERO, 2001, p.3-4).

O termo “comunidade” passou então por uma alteração: de um sentido quase “ideal” de família, de comunidade rural, para uma noção que integrou um conjunto maior de grupos humanos. Os “muros de proteção” que limitavam a comunidade “fechada” e “familiar” romperam-se com a modernidade e o processo de urbanização, que impulsionou gradativamente o desaparecimento das comunidades rurais e abriu espaço para as grandes cidades, e também graças aos meios mecânicos de transporte (já comentados nessa pesquisa), que facilitaram o contato entre diferentes territórios. Com isso, a idéia de “comunidade”, como estava presente na sociologia clássica, parece desaparecer progressivamente.

Entretanto, é necessário ressaltar que essas mudanças históricas sobre o modo de relacionar-se na vida social foram provocadas pelo próprio homem em sua incessante busca pelo progresso, acabando assim por se desvincular, aos poucos, de seu cenário originário e primitivo. Esse comportamento humano, que oscila entre o espírito gregário e o comportamento individualista do ambiente urbano, é fruto, conforme Tönnies, de dois princípios básicos aparentemente conflitantes:

o aristotélico de que o homem é um ser social e o hobbesiano, no qual o homem é de natureza anti-social. Estes dois princípios constituiriam a natureza contraditória do homem. O ser humano, portanto, aspiraria à união e ao mesmo tempo, seria contra ela, oscilaria entre a conexão e a separação, o coletivo e o individual (RECUERO, 2001, p.2).

Conforme Recuero, apesar do trabalho de Tönnies constituir-se como referência, o próprio autor reconhece que sua obra baseia-se em inspiração platônica: “Não reconheço nenhum estado de cultura ou sociedade em que elementos de *Gemeinschaft* e de *Gessellschaft* não estejam simultaneamente presentes, isto é, misturados” (TÖTÖ *apud* RECUERO, 2001, p.2).

Conforme a visão contemporânea de Zygmunt Bauman em sua obra *Comunidade*, publicada recentemente (2003), o sentido da palavra “comunidade” produz uma sensação agradável devido aos significados que esta palavra evoca. O mesmo autor deixa claro que, justamente por ser mais “sensação” do que “realidade”, a comunidade “ideal” é sinônimo de utopia. Para Bauman, a palavra comunidade causa uma idéia de “‘lugar cálido’, um lugar confortável e aconchegante. É como um teto sob o qual nos abrigamos da chuva pesada, como uma lareira diante da qual esquentamos as mãos num dia gelado” (BAUMAN 2003, p.08). Para ele, a comunidade significa um lugar onde as pessoas vivem em harmonia, em ações de cooperação, por mais que alguma discussão ou discórdia possa ocorrer. Entretanto, a palavra comunidade e seus devidos atributos fazem parte de um paraíso perdido, cujas pessoas esperam ansiosamente retomá-lo, ou ainda, fazem parte de um paraíso que nunca existiu por completo:

Paraíso perdido ou paraíso ainda esperado; de uma maneira ou outra, não se trata de um paraíso que habitemos e nem de um paraíso que conheçamos a partir de nossa própria experiência. Talvez seja um paraíso precisamente por essa razão. A imaginação, diferente das duras realidades da vida, é produto da liberdade desenfreada. Podemos “soltar” a imaginação, e o fazemos com total impunidade - porque não teremos grandes chances de submeter o que imaginamos ao teste da realidade (BAUMAN, 2003, p.09).

Para o autor, ao mesmo tempo em que é proporcionada uma certa proteção para os membros que constituem uma comunidade, é também exigido um certo controle sobre a liberdade destes. Assim, a comunidade “ideal” nunca existiu realmente: “A segurança e a liberdade são dois valores igualmente preciosos e desejados que podem ser bem ou mal equilibrados, mas nunca inteiramente ajustados e sem atrito. De qualquer modo, nenhuma receita foi inventada até hoje para esse ajuste” (BAUMAN, 2003, p.10).

Para Bauman então, a comunidade idealizada existe apenas como comunidade dos nossos sonhos, e esta, inevitavelmente, vai entrar em conflito com a dura realidade da comunidade que realmente existe, o que causa certa frustração aos que sonham com uma comunidade “ideal”. Mesmo se alcançado um tipo de comunidade de entendimento comum, esta permanecerá frágil e vulnerável, e precisará para sempre de vigilância, reforço e defesa.

A paz de espírito, se a alcançarem, será do tipo “até segunda ordem”. Mais do que uma ilha de “entendimento natural”, ou um “círculo aconchegante” onde se pode depor as armas e parar de lutar, a comunidade *realmente existente* se parece com uma fortaleza sitiada, continuamente bombardeada por inimigos (às vezes invisíveis) de fora e frequentemente assolada pela discórdia interna; trincheiras e baluartes são os lugares onde os que procuram o aconchego, a simplicidade e a tranquilidade comunitárias terão que passar a maior parte de seu tempo” (BAUMAN, 2003, p.19).

Para Bauman, o advento da informática e, conseqüentemente, seus rápidos fluxos informacionais, desferiram um “golpe mortal” no entendimento comum da comunidade, pois a deixou frágil e vulnerável às influências do ambiente externo.

A partir do momento em que a informática passa a viajar independente de seus portadores, e numa velocidade muito além da capacidade dos meios mais avançados de transporte (como no tipo de sociedade que todos habitamos nos dias de hoje), a fronteira entre o “dentro” e o “fora” não pode mais ser estabelecida e muito menos mantida (BAUMAN, 2003, p. 18-19).

Bauman afirma que, de agora em diante, “toda homogeneidade deve ser ‘pinçada’ de uma massa confusa e variada por via de seleção, separação e exclusão; toda unidade precisa ser construída; o acordo ‘artificialmente produzido’ é a única forma disponível de unidade” (BAUMAN, 2003, p.19).

A visão de Bauman, em comparação com a de Tönnies e a de Weber, traz à tona uma percepção mais contemporânea, pois é vivida em um tempo quando a globalização se faz presente e a Internet é realidade. Hoje, o mundo está cada vez mais permeado por relações sociais em rede mundial, fortalecendo o contato ilimitado entre diferentes povos e costumes. Assim, uma comunidade “ideal” e “fechada” é inconcebível devido ao alargamento das fronteiras comunicativas. Além disso, mesmo que em tempos primitivos o homem exercesse mais expressivamente os valores comunais em relação ao seu lado individualista, este tem a consciência de ser único, com opinião própria, com vontades próprias e com interesses próprios, ou seja, discordar também faz parte de sua essência.

Atualmente, o homem ainda almeja a vida comunal, mas ele pode escolher de forma menos limitada as formas e pessoas com quem quer compartilhar esse sentimento: uma prova disso são as comunidades virtuais, que reúnem pessoas com interesses em comum, de diferentes culturas e partes geográficas do mundo.

### **3.2 Comunidades Virtuais: redescoberta**

Conforme já comentado, com o avanço do processo urbano e capitalista da modernidade, o senso de “comunidade” sofreu um enfraquecimento na vida social. Floresceu então a sociedade moderna, onde os valores como a cooperação e a solidariedade foram, de certo modo, perdendo espaço para uma realidade social mais “fria” e individualista.

De acordo com Raquel Recuero, Sennet acredita que a decadência do senso de comunidade em nossa sociedade foi “atribuída ao surgimento e consolidação do individualismo, ao culto à personalidade” (RECUERO, 2001, p.5).

Essa decadência e desaparecimento do sentido de “comunidade” são, para Oldenburg, segundo Recuero, provocados pelo enfraquecimento dos lugares que ele chama de “terceiros lugares”. Através de uma análise da sociedade norte-americana, Oldenburg detectou que esses terceiros lugares, ou seja, lugares lúdicos, de prazer e lazer, seriam propícios para a relação social acontecer e manter o “sentimento de comunidade”, mas, devido a uma vida cada vez mais atribulada das pessoas, o surgimento das metrópoles e o crescimento da violência, estes lugares estariam desaparecendo.

Para Bal, citado por Lemos, a crise dos valores modernos seria consequência de:

desagregações (*deliances*) que ocorreram no nível sociopsicológico (esquizofrenia capitalista), sociotécnico (alienação no trabalho), socioeconômico (desemprego estrutural) e ainda ontológico (alienação pela sociedade do espetáculo e dos simulacros). A *deliance* moderna é produto da lógica do sistema tecnocientífico, da sociedade individualista e tecnicista (LEMOS, 2001, p.141).

Entretanto, mesmo que a realidade urbana e capitalista tenha transformado o convívio humano, no momento em que os laços racionais ganham espaço sobre os laços emocionais, pode-se dizer que o homem nunca deixou de lado sua natureza gregária e a vontade de compartilhar a vida comunal. A contracultura dos anos 70, por exemplo, mostrou-se um importante movimento que almejava pela volta do desejo de “viver em comunidade”, pois conforme Lemos, seguindo o pensamento de Bolle de Bal, expressou o desejo de *reliance* contra a separação individualista (*deliance*) causada pela cultura moderna industrial e racionalista.

Esse movimento da juventude americana apelou fortemente para uma retomada do sentido de *Gemeinschaft* ou de *comunittas*, marcada pelas relações afetivas, não hierárquicas e solidárias. Ele questionava “o modo de vida convencional da sociedade capitalista, da família burguesa, das obrigações, do trabalho e da religião dominante” (SÁ, 2001, p.136). Além disso, paralelamente, militantes identificados com a contracultura apoiavam a democratização das tecnologias, defendendo a disponibilidade dos meios para além dos domínios dos especialistas. Movimentos como o *Computers: power to the people* foram defendidos por militantes com o intuito de conseguir democratizar a comunicação através do acesso à Internet - uma comunicação sem fronteiras, não organizada, resistente aos governos e ao controle da censura. Desse modo, toda a sociedade teria acesso à rede, desde os mais *experts* até os mais leigos.

A contracultura surge então, como um movimento de resistência que prega o espírito de *communitas* e tem como lema a máxima “paz e amor”, mas ao mesmo tempo, vários grupos contraculturais lutam pelo alastramento de uma tecnologia globalizadora. Pode-se pensar aqui, uma mobilização que ilustra uma das características mais marcantes da pós-modernidade: de um lado, movimentos do “global” em ascensão, de outro, movimentos do “local” em resistência. Para esse tipo de fenômeno, Castells explica que:



Quando o mundo se torna grande demais para ser controlado, os atores sociais passam a ter como objetivo fazê-lo retornar ao tamanho compatível com que podem conceber. Quando as redes dissolvem o tempo e espaço, as pessoas se agarram a espaços físicos, recorrendo à memória histórica. Quando o sustentáculo patriarcal da personalidade desmorona, as pessoas passam a reafirmar o valor transcendental da família e da comunidade como sendo a vontade de Deus (CASTELLS, 2002, p.85).

Assim, questões quanto a um suposto desaparecimento da comunidade, ou transformações que ela possa ter sofrido, já foram e ainda são freqüentemente debatidas. É fato que as pessoas continuam a resistir ao processo pleno de individualização e tendem sempre a se reagruparem em “organizações comunitárias que, ao longo do tempo, geram um sentimento de pertença e, em última análise, em muitos casos, uma identidade cultural, comunal” (CASTELLS, 2002, p.79).

Inseridas nesse contexto dicotômico, entre a necessidade de ser global e, ao mesmo tempo, de continuar a manter relações com o local (vida em comunidade), as “comunidades virtuais” encontram um vazio a ser preenchido. Elas surgem em um momento em que se está à procura de um reduto onde se possa exercer o lado comunitário do homem, entretanto, de forma globalizada, onde se possa também escolher em que parte do mundo e com que tipo de pessoa se quer manter contato.

Rheingold afirma que uma das causas do surgimento das comunidades virtuais é o desaparecimento dos espaços públicos da vida cotidiana, ou seja, aqueles que Recuero, na esteira de Oldenburg, chama de terceiros lugares. Conseqüentemente, manifesta-se a ausência do “sentimento de comunidade”. As comunidades virtuais seriam então ambientes que favorecem o encontro entre pessoas que almejam a retomada de laços comunitários. Conforme Lemos: “Podemos dizer que a cibercultura vai se caracterizar pela utilização da tecnologia telemática numa sociedade em busca de *reliance*, potencializando agregações sociais dos mais diversos tipos” (LEMOS, 2001, p.142,).

Rheingold afirma que: “As comunidades virtuais são os agregados sociais surgidos na Rede, quando os intervenientes de um debate o levam por diante número e sentimento suficientes para formarem teias de relações pessoais no ciberespaço” (RHEINGOLD, 1996, p.18).

De acordo com Rheingold, então, são elementos formadores de comunidades virtuais: os encontros e reencontros de pessoas, as discussões públicas, o tempo e o sentimento. Esses

elementos, combinados, podem formar as redes de relações sociais, constituindo-se em comunidades no ambiente do ciberespaço.

Para Lévy, “uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais” (LÉVY, 2005, p.128). Ele ainda defende que as relações *on-line* estão longe de serem frias e não excluem as emoções fortes. Para ele, estas relações também não excluem ou substituem os encontros físicos, mas os complementam.

Do modo como é concebida por esses autores, a comunidade virtual revela algumas diferenças perceptíveis em relação ao tipo de comunidade clássica ou mesmo à noção moderna de comunidade, pois na comunidade virtual o que interessa são os interesses em comum compartilhados por diversas pessoas. A irrelevância da localização geográfica facilita, por um lado, o convívio, pois só se tem relação com pessoas que buscam propósitos parecidos, mesmo que alguma discordância possa existir.

Recuero destaca, todavia, que a idéia de “comunidade virtual” é criticada por alguns autores como Weinrech (*apud* Jones, 1997), pois os mesmos não concebem uma comunidade sem uma base territorial física. Conforme Recuero, Jones vê o termo comunidade virtual ser utilizado em duas frentes. A primeira “refere-se simplesmente como comunidade virtual das diversas formas de grupos via CMC<sup>1</sup>, o que ele diz ser uma ‘comunidade virtual - lugar no ciberespaço’” (RECUERO, 2001, p.6-7). Aqui são citados exemplos como *e-mail*, IRC, etc. A segunda explica que:

“comunidades virtuais” são novas formas de comunidades, criadas através do uso desse suporte de CMC. Ele chama a primeira definição de “*virtual settlement*” (estabelecimento virtual) e a segunda como verdadeira “comunidade virtual”. Jones tenta distinguir a comunidade virtual do lugar que ela ocupa no ciberespaço (RECUERO, 2002, p.7).

Conforme Recuero, Jones explica que *virtual settlement* é um *ciber-lugar*, onde uma porção significativa de interatividade ocorre, e que o mesmo é simbolicamente delineado por um tópico de interesse. “Em sua teoria, ele afirma que a existência de um *virtual settlement* geralmente está seguida da existência de uma comunidade virtual associada. Portanto, seria

---

<sup>1</sup> Comunicação Mediada por Computador

possível identificar comunidades virtuais a partir do encontro de *virtual settlements*” (RECUERO, 2002, p.7).

Agregando ao conceito de comunidade virtual o conceito de *virtual settlement*, “veremos que também existe como condição para a comunidade virtual, a existência de um espaço público” (RECUERO, 2002, p.7). Recuero explica então, que conforme o pensamento de Jones, a comunidade possui uma base no ciberespaço, que mesmo sendo abstrato, é limitado, e assim, a autora questiona a crítica daqueles que não concebem as comunidades virtuais como comunidades pela falta de base territorial.

O pertencimento é outro elemento importante para a concepção de comunidade virtual. Conforme Recuero, Beamish explica que “é preciso que os indivíduos tenham consciência de que são parte de uma comunidade e sintam-se responsáveis por ela, como ‘partes de um mesmo corpo’” (BEAMISH *apud* RECUERO, 2001, p.10). Ainda conforme Recuero, Palácios ressalta que esse sentimento, dentro de comunidades virtuais, não está relacionado com o espaço territorial real, mas associado com a própria comunidade e suas características.

As comunidades virtuais então, como visto até aqui, têm algumas características:

- Uma interatividade *suficiente* entre seus membros por meio do computador (Rheingold).
- Um ciber-lugar (Jones).
- Processos de cooperação e troca (Lévy).
- Sentimento de pertença dos membros em relação à comunidade (Beamish).

Quanto à interatividade, Recuero afirma que, embora seja uma característica apontada na formulação da comunidade virtual, ela não é garantida no ciberespaço, pois depende exclusivamente das ações dos agentes - que nem sempre interagem de forma considerável.

Nesta construção a interação é classificada pelo modo do qual se utiliza o meio. A interatividade é, deste modo, uma característica do meio, mas não uma garantia deste meio, pois depende dos *usos* que cada parte da relação comunicativa fizer. Ela é, como diz Jones, associada às relações entre as trocas comunicativas, mas, trocas essas que só poderão ser possibilitadas pelas ferramentas de que o meio dispõe (RECUERO, 2002, p.9).

Este fato deixa uma pergunta “no ar”: comunidades que têm fluxo baixíssimo de interação podem ser consideradas comunidades virtuais?

Os processos de cooperação e troca, defendidos como característicos para a formação das comunidades virtuais, também são questionados por alguns estudiosos, pois é fato que tensões entre usuários também acontecem nas relações virtuais. Conforme lembra Sá, mesmo Rheingold e Lévy admitem a presença de conflito nesses espaços promovidos pelo convívio com a diversidade e pela abertura à alteridade. Rheingold, por exemplo, admite que o “convívio com esta diversidade provoca ocasionalmente dissenso, conflitos e quebra de harmonia. Mas a saída para estas situações seria a utilização do lema *hippie* - paz e amor - dos 60” (SÁ, 2001, p.140).

Mas para alguns autores a cooperação e o conflito não se opõem. “Baldissera (2000), inclusive, a partir de uma perspectiva foucaultiana, afirma que a comunicação é produção e disputa de sentidos. Logo, negar o conflito seria negar a própria possibilidade de comunicação” (PRIMO, 2005, p.41). Conforme Primo, Simmel pensa o conflito como “forma de sociação, uma das formas mais vívidas de interação, já que não pode ser conduzido por apenas uma pessoa” (PRIMO, 2005, p.43). Bauman, “vê na repulsa, e não na atração, o principal motor da história. A mudança é promovida pelo desejo de ultrapassar condições dolorosas e desagradáveis” (PRIMO, 2005, p.43).

Outro problema para a questão da cooperação, conforme Primo, levantado por Kollock e Smith, é o comportamento *free-rider* de alguns usuários: “aquele que faz uso dos bens e/ou recursos disponíveis a todos, mas não contribui para sua criação ou manutenção. Se o aproveitador não pode ser excluído do grupo, outras pessoas acabam sentindo-se motivadas a adotar o mesmo comportamento” (PRIMO, 2005, p.55). Esse tipo de comportamento, então, não proporciona a troca de informação devida, uma vez que, a contribuição parte somente de uma via.

Desse modo, mesmo que as definições de comunidades virtuais possam trazer alguns traços das comunidades entendidas como “ideais”, entende-se que é utopia pensar que no ciberespaço esses traços serão encontrados na íntegra graças à mediação tecnológica.

### **3.3 Social Networking Systems**

Desde os primeiros anos da Internet foram elaborados diversos *softwares* que proporcionaram a interação entre usuários da rede. Muitos destes *softwares* influenciam até hoje o formato dos mais diversos e recentes tipos de comunidades virtuais habitantes do

ciberespaço. Dentre os principais pioneiros sistemas que possibilitam a formação de redes sociais destacarei o BBS, o IRC e os MUDS.

O BBS (*Bulletin Board System*, ou sistema de painel de mensagens eletrônicas) foi um das primeiras formas em que computadores pessoais, ligados a uma linha telefônica (*dial-up*) por intermédio de um modem foram usados para o contato comunitário. Através da BBS, pode-se trocar mensagens com outros utilizadores, através de conferências (fóruns de discussão). Assim, qualquer utilizador de BBS pode enviar uma mensagem pública para um fórum, e a mesma é distribuída para todas as BBS que fazem parte da rede de correio. Se o utilizador preferir, a mensagem pode ter destino privado entre um ou mais utilizadores.

O *Internet Relay Chat* (IRC) é um protocolo de comunicação bem conhecido e ainda utilizado na internet. Ele é o antecessor dos mensageiros instantâneos atuais<sup>2</sup>, e é utilizado basicamente como bate-papo (*chat*<sup>3</sup>) e troca de arquivos (com duração de poucos segundos), permitindo a conversa em grupo ou privada. Para poder utilizar este protocolo, é necessário, primeiro, ter um programa que se comunica com um servidor de uma rede de IRC. Este servidor pode estar ligado a outros servidores de forma a expandir a rede de IRC. Na maior parte dos servidores de IRC não é necessário que o utilizador se identifique, porém ele terá de escolher um *nickname* (apelido) pelo qual o sistema o identificará para os outros usuários antes de efetuar a ligação. O usuário é informado quando seus amigos (cujos *nicknames* estão cadastrados em sua lista de contatos), estão *online* na rede.

Um outro tipo de sistema de multi-usuários, ou seja, onde muitas pessoas podem conversar com muitas pessoas, são os ambientes MUD (*Multiple User Dungeon* ou *Multiple User Dimension*). MUDs são universos ficcionais, originalmente jogos, em que um programa de computador permite que os usuários interajam com o mundo virtual e recebam e enviem mensagens entre si em tempo (quase) real. Posteriormente surgiu o GMUK (*Graphic Multiple User Conversation*), um programa onde o usuário pode visitar um mundo gráfico, com diversos ambientes e até mesmo conversar com outras pessoas. Nele é necessário que o usuário escolha não apenas um *nickname* para si mesmo, mas também uma aparência física. O mais famoso desses sistemas hoje em dia é o *Second Life* (<http://secondlife.com>).

A partir do momento em que o usuário passa a assumir uma identidade e ser reconhecido pelos demais do grupo e estabelece interações mais fortes, desenvolve então,

---

<sup>2</sup> Exemplos de versões variadas de mensageiros instantâneos são os softwares *MSN Messenger*, o mais popular atualmente, o *ICQ* (pioneiro na categoria), o *Yahoo Messenger* (pertencente ao portal Yahoo) e o *Google Talk* (do grupo Google).

<sup>3</sup> *Chat* é o verbo inglês para conversar. O substantivo *chat*, por sua vez, é um neologismo para designar aplicações de conversação em tempo real pela internet. A palavra *chat* é mais usada em referência aos *websites* com áreas dedicadas à conversação (*webchats*).

uma relação social. Essas relações sociais entre usuários, em um determinado lugar (*virtual settlement*), formam uma comunidade virtual. Existem diversos tipos de comunidades virtuais com diferentes finalidades, entretanto, a manutenção das relações produzidas entre seus componentes é que garante a sua existência. Sistemas especialmente concebidos para colocar as pessoas em contato no ciberespaço, ou seja, para facilitar a comunicação e a interação dos usuários uns com os outros, em rede, são chamados de SNS (*Social Networking Systems*).

Outros sistemas como *Myspace*, *Friendster*, *LinkedIn* e *Orkut*, podem ser também considerados SNS. Estes possuem características semelhantes entre si, pois todos oferecem ao usuário uma página particular conhecida como “perfil”, onde ele pode fazer descrições pessoais e receber recados. Além disso, nesses *softwares*, o usuário também tem acesso a vários grupos de interesse, onde mantêm contato com pessoas que almejam conversar e trocar informações sobre o assunto/título da comunidade.

## 4 O ORKUT

Em 22 de janeiro de 2004, o *Google* lança em rede mundial o site *www.orkut.com*. Seu criador, o turco Orkut Buyukkokten, tinha a intenção de desenvolver um projeto de “comunidade virtual” paralelamente ao seu trabalho no *Google*. Assim, batizou-o com o próprio nome - *Orkut*, pois conforme ele mesmo declarou “Meus amigos acharam que seria uma boa idéia.”<sup>1</sup>. Na época de seu lançamento, o *Orkut* surgiu como concorrente do *Friendster* que, até então, era um dos mais conhecidos na categoria de sites de relacionamento.

O objetivo almejado por Buyukkokten era criar um espaço de encontro *on-line* para que os membros do *Orkut* pudessem ampliar seu círculo de relacionamentos e conhecer pessoas que compartilhassem os mesmos interesses, ou ainda, nas palavras do criador:

“Eu sempre quis fazer um serviço onde as pessoas poderiam se conhecer umas às outras, como amigos, redes de trabalhos, ou romance. Eu tenho experiência de desenvolver sites de rede social, já trabalhei em dois serviços quando estive em Stanford, conectando os estudantes de Stanford e as estudantes”.<sup>2</sup>

O que Buyukkokten nem imaginava é que meses depois o *Orkut* alcançaria o posto de um dos principais *sites* de relacionamento do mundo. Buyukkokten possui sua própria página no *Orkut* e declara em seu *profile* (perfil)<sup>3</sup> que gosta de massagem, fotografia, mora com outra(s) pessoa(s) e tem como meta na vida “tentar experimentar todas as coisas ‘radicais’ (definir ‘radical’ é sua função) e nunca olhar para trás ou se arrepender de nada<sup>4</sup>”. Na vida real, conforme declarou em 2005 à *Folha de S. Paulo* em entrevista exclusiva<sup>5</sup>, tinha como função ser “desenhista de interface com o usuário” na sede do *Google*, na Califórnia. Orkut Buyukkokten nasceu na Turquia, onde estudou na renomada Universidade *Bilkent*, em Ancara e desenvolveu o “embrião” do *site* de relacionamento nos bancos da universidade de *Stanford*,

---

<sup>1</sup> [http://www.virtualife.com.br/?option=com\\_content&task=view&id=20&Itemid=1](http://www.virtualife.com.br/?option=com_content&task=view&id=20&Itemid=1)

<sup>2</sup> Texto já traduzido e encontrado no site:

[http://www.virtualife.com.br/?option=com\\_content&task=view&id=20&Itemid=1](http://www.virtualife.com.br/?option=com_content&task=view&id=20&Itemid=1)

<sup>3</sup> <http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=325082930226142255> Acesso em: 08 out. 2005.

<sup>4</sup> A tradução acima é feita pela autora dessa dissertação. A frase original de Buyukkokten é: “*My goal of life is to try experience all the wildest things in life (defining ‘wild’ is up to you) and never look back or regret about anything*”.

<sup>5</sup> Anexo A

inicialmente sob a forma de um sistema similar para ser usado por grupos de alunos universitários: o *InCircle*. Como o *InCircle* é propriedade da *Affinity Engines*, uma empresa de softwares que Buyukkokten ajudou a fundar, ambos (o programador e o *Google*) estão sendo processados por basearem o *site Orkut* no código do *InCircle*. O *Google* se defende dizendo que a empresa (*Affinity*) “não mostrou nenhuma evidência de que os códigos são os mesmos”<sup>6</sup>. A alegação é baseada na presença de *bugs*<sup>7</sup> no *Orkut* que também existem no *InCircle*.

Originalmente a rede *Orkut* foi sentida como “parte de uma elite”, uma espécie de “clube privê”, pelo fato de que somente usuários convidados poderiam fazer parte do *site*, e pelo fato das pessoas revelarem suas informações pessoais nos perfis. Contudo, no fim de julho de 2004 o *Orkut* ultrapassou a marca de um milhão de membros, e em 2007, abriu a possibilidade de filiação independente de convite por alguém que já seja parte da rede.

Antes do *Orkut*, outros *sites* similares a ele já estavam disponíveis na Internet, por exemplo, o *Friendster*<sup>8</sup> e o *LinkedIn*<sup>9</sup>. Na época, o *Friendster* não possuía comunidades como as do *Orkut*, que permitem ao usuário se juntar a um grupo por interesse temático. O *LinkedIn* possui um foco mais direcionado para *business networking*, com opções bem detalhadas para ajudar o usuário a montar um currículo. Desde a época do seu lançamento, o *Orkut* surgiu com um diferencial em relação aos outros *sites*: a forma simples e interessante pelas quais as comunidades são visualizadas e podem ser utilizadas. No *Orkut* é fácil encontrar pessoas com os mesmos interesses: pode-se fazer buscas de comunidades por assunto e também cada comunidade está vinculada a outras comunidades associadas (formadas por assuntos semelhantes).

Outros atrativos do *Orkut* são a organização das informações pessoais em sub-temas específicos: o perfil social, o perfil profissional e o perfil pessoal. A quantidade de informações disponibilizadas para o público nessas áreas fica por conta da vontade do usuário em expor ou não dados que lhe dizem respeito, pois são poucos os campos que devem ser preenchidos de forma obrigatória. Existe também a possibilidade do usuário expor suas fotos e vídeos, fazer um depoimento para um amigo, enviar recados e mensagens privativas, ler notícias referentes ao próprio *site* e acompanhar dados demográficos com informações estatísticas sobre os perfis de usuários do *Orkut*. Também há uma área chamada *Orkut Media*,

---

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16490.shtml>. Acesso em: 08 out. 2005.

<sup>7</sup> *Bugs* são falhas de um programa de computador.

<sup>8</sup> <http://www.friendster.com>

<sup>9</sup> <http://www.linkedin.com>



que funciona como uma espécie de revista eletrônica e permite aos usuários o envio de artigos, a exposição de fotos numa galeria virtual e ainda a participação em entrevistas.

Devido ao sucesso estrondoso do *Orkut*, além de muitos boatos e novos acontecimentos envolvendo o *site*, ele virou alvo de pessoas em busca de oportunidades para negócios<sup>10</sup>, propaganda de produtos e serviços, exploração sexual, divulgação de idéias variadas, inclusive racistas e nazistas, etc. Além disso, várias vezes o *site* já apresentou *bugs* e casos de lentidão no sistema. Mesmo assim, o *Orkut* continua sendo um dos *sites* de relacionamento mais famosos, mais acessados e preferidos na rede, principalmente por parte dos brasileiros<sup>11</sup>.

#### 4.1 O *Orkut* como Espaço Social

Conforme o que já foi abordado anteriormente sobre comunidade virtual, pode-se considerar que a “comunidade *Orkut*” está estabelecida sobre um *virtual settlement* de endereço *www.orkut.com*, o qual pertence à empresa *Google*. Dentro desse *ciber-lugar*, a mega comunidade *Orkut* agrega várias outras comunidades menores e voltadas aos mais diversos assuntos. Além de constituir um *Social Networking System* (SNS) com muitas ferramentas que facilitam e propiciam a interação entre usuários, o *Orkut* abriga muitas comunidades que, em alguns casos, apresentam legítimas características de uma verdadeira “comunidade” virtual.

As principais ferramentas para interação entre usuários do *Orkut* são as seguintes: as fotos de perfis e comunidades em formato de *links*, que possibilitam a visualização e a troca de ambientes (de uma página para outra) de forma dinâmica; o formato com disposição seqüencial de postagens nos tópicos (fóruns) das comunidades, que facilita a troca de informações em formato de texto, com *emoticons* e com *links*; os espaços de recados e

---

<sup>10</sup> No início do mês de junho de 2004, convites para entrar no *Orkut* eram vendidos no *Mercado Livre* por volta de R\$ 30. Marcus Math, um dos “vendedores de convites”, ganhou protesto em sua página e foi acusado, por alguns usuários, de ser “oportunista”. Conforme o sucesso do *site* foi aumentando e, conseqüentemente, os convites se tornando mais acessíveis devido ao maior fluxo de pessoas no *site*, os preços dos convites começaram a diminuir até o ponto em que inexistiram. Prova disso é que no final do mês de junho, convites estavam sendo vendidos com preços variados em vários *sites* de leilão. Conforme a *Folha de S. Paulo*, no *eBay* havia convites à venda a partir de US\$ 0,99. Em *sites* nacionais, como o *Mercado Livre* no dia 25 de junho, havia 18 convites à venda a partir de R\$ 2. No *Arremate*, o menor preço chegava a R\$ 1.

<sup>11</sup> Disponível em: <http://www.orkut.com/MembersAll.aspx>. Acesso em: 26 dez. 2006. Através desse link pode-se obter o percentual atual dos brasileiros e outros países presentes no *Orkut*.

mensagens nos perfis de usuários (que estimulam o envio/resposta), entre outros. É um ambiente que cada usuário tem a percepção de pertencer a um grande grupo de pessoas, e se ainda desejar, pode escolher participar de comunidades específicas compostas por assuntos que lhe interessam. Pode-se dizer inclusive, que a interface do *Orkut* é simples, fácil de ser entendida e utilizada, fato que pode explicar a rápida assimilação de seus dispositivos e ferramentas por parte dos membros.

Em segundo lugar, é importante identificar que algumas comunidades do *Orkut* apresentam características “legítimas” de uma “comunidade virtual”, tais como o exercício construtivo da interatividade entre usuários, os processos de cooperação e troca e o sentimento de pertença. Para discutir essas características, começarei abordando a questão da *interatividade*.

Conforme Primo, a interatividade ocorre de duas formas: através da interação mútua e da interação reativa. Na primeira, o sistema é aberto e a interação acontece através de processos de negociação entre seus agentes. Aqui as ações são interdependentes, ou seja, cada agente, “ativo e criativo, influencia o comportamento do outro, e também seu comportamento é influenciado” (PRIMO, 1998, p.8). Primo ressalta que “é preciso dizer que nunca qualquer resultado de processos de negociação pode ser previsto. Cada agente é uma multiplicidade em evolução” (PRIMO, 1998, p.8). Na segunda, o sistema é fechado, e a interação se resume aos processos do tipo “estímulo-resposta”, enquanto um pólo age o outro reage. Aqui a interação se dá de forma mecânica, um “mero reflexo ou automatismo. Os processos de decodificação e codificação se ligam por programação” (PRIMO, 1998, p.9). “Isto é, um sinal emitido através do teclado gera apenas uma reação que o programa determina. Não há uma seleção consciente, verdadeiramente inteligente, do computador” (PRIMO, 1998, p.9).

Assim, conforme a classificação de Primo, as trocas comunicativas que caracterizam a interatividade podem ter diferentes modos de interação. Um estudo feito por Recuero verifica que o *Orkut* proporciona essas duas formas de interação. A interação mútua encontra-se nos *posts* dos fóruns, e nos recados, testemunhos e mensagens dos perfis; já a interação reativa acontece quando algum membro do ambiente *Orkut* solicita outro membro que seja seu amigo, e quando são feitas as classificações dadas aos amigos (legal, sexy, confiável, como também a classificação como “amigo”, “conhecido”, entre outros). Nas comunidades moderadas, a interação reativa acontece, por exemplo, quando algum membro solicita sua entrada e o moderador aceita ou não, ou seja, uma reação de “apertar botões”, sem que a outra parte possa manifestar-se a este respeito.



Recuero, em uma análise sobre três comunidades do *Orkut* (Pesquisa em Comunicação, Ciberidea e Eu odeio segunda-feira), considera que o Capital Social<sup>12</sup> constituído pelas comunidades do *Orkut* é associado a um nível, em geral, pequeno de interação social. “Talvez por consequência da facilidade de associação a um grupo (já que se trata de uma interação reativa), que não implica em custo (uma vez associado, o laço associativo se mantém sem a necessidade de interação por tempo indefinido)” (RECUERO, 2005, p.10).

Ela também afirma que “comunidades menores tendem a ter um capital de informação e conhecimento de maior qualidade, talvez porque a interação não seja tão caótica devido à visibilidade social. O grande capital agregado do sistema, entretanto, parece ser principalmente, relacional, presente na possibilidade de conhecer pessoas e estabelecer novas relações” (RECUERO, 2005, p.11). Entretanto, ela salienta que esses apontamentos de sua pesquisa só abrangem três casos específicos, assim suas conclusões não podem ser generalizadas a todo o vasto ambiente do *Orkut*. De fato, a variedade das comunidades do *Orkut* inclui uma variação bastante grande dos tipos de vínculo e interação praticados. Se repararmos na comunidade da revista *Bizz*<sup>13</sup> (sobre música), por exemplo, encontramos um panorama de interações ocorridas bem diferente das percebidas por Recuero. Esta comunidade está sempre atualizada por novidades sobre as novas edições da revista a cada mês, além disso, os leitores discutem diariamente e freqüentemente nos fóruns questões sobre melhorias e o que mais gostaram e/ou não gostaram na revista. Mesmo não sendo uma comunidade pequena (2.434 membros), ela consegue manter um fluxo considerável de participação e interação por parte dos diversos membros, como mostram os indicadores do número de postagens nas figuras abaixo:

---

<sup>12</sup> Conforme Recuero, para Putman, o capital social é um conjunto de recursos possuído pelo grupo (RECUERO, 2005, p.3).

<sup>13</sup> Disponível em: <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=39814> Acesso em out.2005.

descrição:

participar

ver fórum

ver eventos

convidar amigos

falso! denunciar

categoria:

dono: [Elson Barbosa](#)

tipo:






fórum:

idioma:

local:

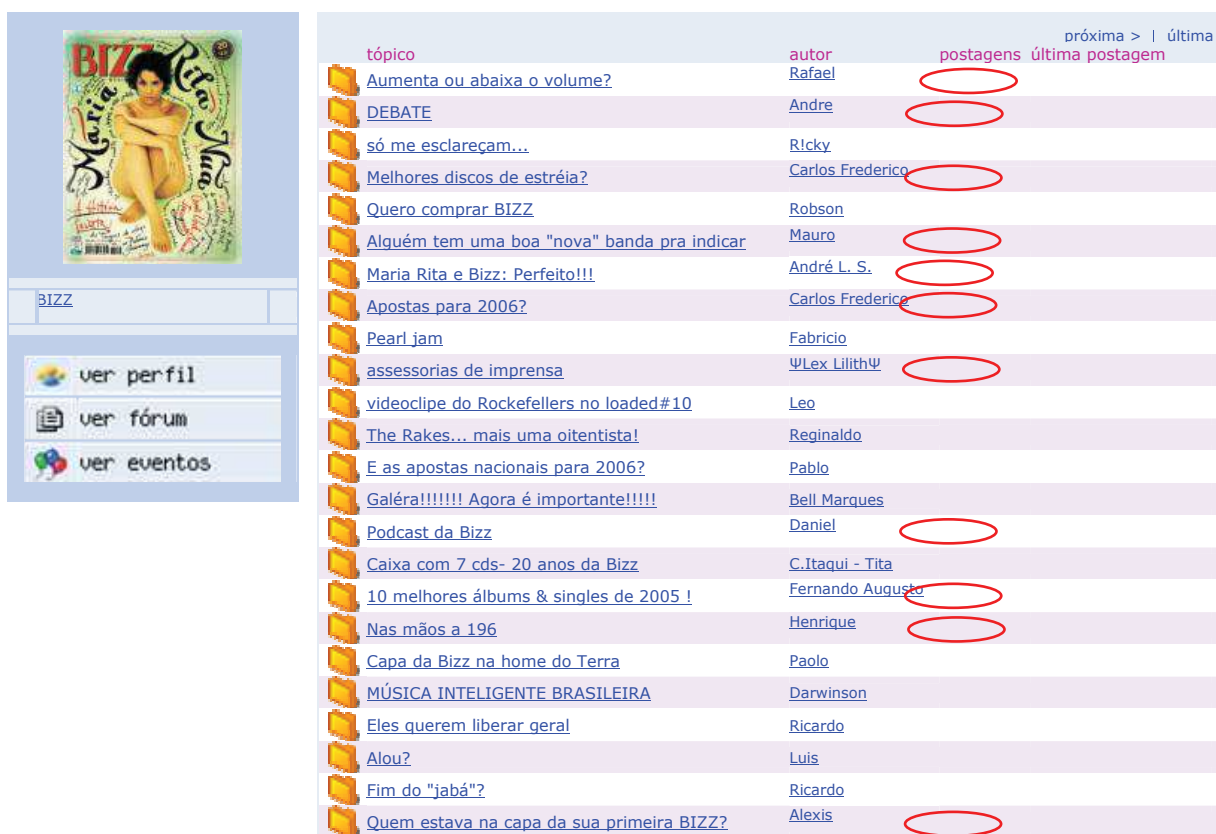
criado em:

membros:

tópico	autor	postagens	última postagem	<a href="#">ver todos os tópicos</a>
 <a href="#">Entrevistão</a>	<a href="#">Marcos</a>			
 <a href="#">Dois pesos e duas medidas</a>	<a href="#">Humberto</a>			
 <a href="#">QUEM QUER 500 LPS?</a>	<a href="#">Ricardo</a>			
 <a href="#">Maria Rita e Bizz: Perfeito!!!</a>	<a href="#">André L. S.</a>			
 <a href="#">melhoria do papel</a>	<a href="#">Jesse</a>			

[» novo tópico](#)

Figura 1: Página de entrada da comunidade *Bizz*.



tópico	autor	postagens	próxima >   última última postagem
Aumenta ou abaixa o volume?	Rafael	1	
DEBATE	Andre	1	
só me esclareçam...	Ricky	1	
Melhores discos de estréia?	Carlos Frederico	1	
Quero comprar BIZZ	Robson	1	
Alguém tem uma boa "nova" banda pra indicar	Mauro	1	
Maria Rita e Bizz: Perfeito!!!	André L. S.	1	
Apostas para 2006?	Carlos Frederico	1	
Pearl jam	Fabricio	1	
assessorias de imprensa	Lex Liliith	1	
videoclipe do Rockefellers no loaded#10	Leo	1	
The Rakes... mais uma oitentista!	Reginaldo	1	
E as apostas nacionais para 2006?	Pablo	1	
Galéra!!!!!! Agora é importante!!!!	Bell Marques	1	
Podcast da Bizz	Daniel	1	
Caixa com 7 cds- 20 anos da Bizz	C.Itaqui - Tita	1	
10 melhores álbuns & singles de 2005 !	Fernando Augusto	1	
Nas mãos a 196	Henrique	1	
Capa da Bizz na home do Terra	Paolo	1	
MÚSICA INTELIGENTE BRASILEIRA	Darwinson	1	
Eles querem liberar geral	Ricardo	1	
Alou?	Luis	1	
Fim do "jabá"?	Ricardo	1	
Quem estava na capa da sua primeira BIZZ?	Alexis	1	

Figura 2: Tópicos e números de postagens – comunidade *Bizz*.

Conforme se vê nas figuras acima, há uma quantidade de tópicos com números significativos de postagens (destacados em elipses vermelhas), e a uma grande quantidade de tópicos que se concentram no assunto relativo à música e à *Bizz*. No tópico “Entrevistão” (iniciado dia 27/12/2005 às 12h35min), por exemplo, um dos usuários lança a idéia de sugerir à redação da revista a entrevista de “figuras” brasileiras para participarem da seção Entrevistão<sup>14</sup>. O proponente então menciona uma personalidade que gostaria que fosse entrevistada e propõe que os demais membros da comunidade sugiram outros nomes. Durante os dias 27 de dezembro de 2005 a 07 de janeiro de 2006, este tópico contou com uma média 4,91 mensagens por dia<sup>15</sup>, ou seja, uma frequência razoável de trocas interativas.

Mesmo que as mensagens trocadas neste tópico não permitam aprofundamento, pois se resumem à adição de nomes para a seção Entrevistão, o capital social nessa comunidade

<sup>14</sup> <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=39814&tid=2438877153761219373>

<sup>15</sup> Pode-se pensar que o capital social mais consistente encontrado nessa comunidade (percebido nas constantes interações entre membros) esteja diretamente ligado ao fato da revista *Bizz* já possuir bastante reconhecimento no mercado de mídia impressa, e ainda, por abordar o assunto música, que atrai pessoas de diversas idades e gostos musicais.

parece ser formado e mantido por conexões *ativas*. Lembrando que: “o capital social somente pode ser acumulado a partir de conexões ativas (ou seja, aquelas nas quais se investe), enquanto as conexões que não recebem esse investimento implicam em depreciação do capital” (GYARMATI; KYTE, *apud* RECUERO, 2005, p.14).

A *cooperação e o conflito* também se fazem presentes nessa comunidade. A cooperação é nítida, por exemplo, nas inúmeras sugestões de assuntos que poderiam ser abordados nas próximas edições, design da revista, produção da revista, etc., como também nos pedidos de ajuda entre membros sobre informações referentes a matérias já publicadas, entre outros. O conflito ocorre, por exemplo, na divergência de opiniões sobre música e sobre mudanças ocorridas na diagramação da revista.

Já o *sentimento de pertença* é notado, por exemplo, nos relatos em que os membros demonstram ter participado da história da revista ao passar dos anos. Muitos participantes são colecionadores e lembram de edições por eles consideradas “marcantes” e especiais.

Para exemplificar esse sentimento, segue abaixo uma figura que reproduz mensagens de um tópico (o tópico “Quem estava na capa da sua primeira BIZZ?”, criado no dia 22/10/2005 às 07h40min):



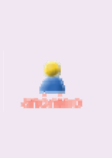



tópico: Quem estava na capa da sua primeira BIZZ?		próxima >   última
	22/10/2005 07:40	
Alexis		
	22/10/2005 09:48	
Upiara		
	22/10/2005 09:59	
anônimo		
	22/10/2005 10:04	
Dalandray		
	22/10/2005 10:08	
João Paulo		
	22/10/2005 10:46	
Sandro	<a href="http://www.sinfoniasideral.hpg.iq.com.br/site_bizz/revista_bizz/index_1.htm[/link">http://www.sinfoniasideral.hpg.iq.com.br/site_bizz/revista_bizz/index_1.htm[/link</a>	

Figura 3: Tópico “Quem estava na capa da sua primeira BIZZ?” – comunidade *Bizz*.

É importante ressaltar, entretanto, que uma análise da comunidade *Bizz* não é meu objetivo aqui, e sim, abordar algumas características nela encontradas que podem revelá-la como uma “legítima” comunidade virtual. Logo, pode-se dizer então, que o *Orkut*, pelo menos em certos casos, apresenta comunidades com tais características.

Porém, é sabido que o *Orkut* é um ambiente muito vasto e que apresenta diversas formações interativas, assim, seria extremamente difícil conseguir resultados consistentes baseando-se em seu “universo” como uma totalidade. Conforme lembra Sá (2001), é apenas verificando caso a caso que se pode analisar mais coerentemente questões ligadas a comunidades virtuais.

#### **4.2 Tipologia das Comunidades do *Orkut***

Como já abordado, o *Orkut* possui várias comunidades correspondentes aos mais diferentes assuntos. Para entender melhor este ambiente, percebi a necessidade de entender, também, um pouco melhor que tipos de comunidades são estas, o que pode ser feito classificando-as conforme suas características. Parti então para um estudo tipológico das comunidades do *Orkut*. Leituras do texto *A criação de identidades virtuais através das linguagens digitais* de Artur Matuck e Arthur Meucci (2005) ajudaram a entender o processo de construção identitária no *Orkut*. Percebi primeiramente que cada tipo de comunidade serve como uma etiqueta identitária para os usuários no momento em que os mesmos elaboram seus perfis, juntamente com outras descrições. Por exemplo, quando o perfil do usuário contém uma comunidade intitulada “Vivo a vida intensamente”, isso revela informações sobre o modo de pensar desse usuário. Assim, as comunidades anexadas ao perfil de cada usuário, servem para estampar os gostos, preferências e personalidades de cada um e fazem parte dos recursos textuais e visuais dos quais os usuários do *Orkut* lançam mão para construir suas identidades virtuais.

A partir dessa percepção, construí uma classificação que distingue basicamente três tipos de comunidades: as comunidades de interesses, as comunidades que fazem uso lúdico de jogos e as comunidades que funcionam como ícones identitários. Na verdade, todos esses tipos ajudam a construir o perfil de cada pessoa, mas na terceira categoria (ícones identitários) essa função fica ainda mais explícita.

Para explicar melhor cada categoria, tomarei como referência três comunidades: a *Bizz*<sup>16</sup> (já vista anteriormente) na categoria de comunidades de interesses; a “Jogos no *Orkut!!!(Jogue Aqui)*”<sup>17</sup>, na categoria de comunidades que fazem uso lúdico de jogos; e a comunidade “*Vivo a vida intensamente*”<sup>18</sup>, correspondente à categoria de comunidades de ícones identitários.

### 1) Comunidades de interesses

As comunidades de interesses reúnem pessoas com interesses em comum. Servem como um “ponto de encontro” para trocar idéias e opiniões sobre um assunto ou tema, tipicamente correspondente ao nome da comunidade. Pode-se citar vários exemplos, como o da revista *Bizz*<sup>19</sup>, *U2 Brasil*<sup>20</sup>, “História do *Design Gráfico-BR*”<sup>21</sup>, “Produção Gráfica”<sup>22</sup>, etc. Nessa categoria é comum observar trocas de dicas e notícias entre os usuários, pois todos se interessam pelo assunto relacionado.

A comunidade da Revista *Bizz* é um exemplo de comunidade em que ocorre uma junção de membros interessados em informações em comum a respeito da revista, suas reportagens e sobre o assunto música. Estas pessoas também buscam trocar informações sobre datas e locais de shows e criticar personalidades do mundo musical.

### 2) Comunidades que fazem uso lúdico de Jogos

Jogos viraram mania no *Orkut*. Existem várias comunidades em que as pessoas jogam no espaço dos fóruns. A possibilidade de estar em contato com milhares de pessoas através da rede e as peculiaridades da interface do *Orkut* desencadearam a criação de jogos específicos para o *site*. Esses jogos funcionam de maneira seqüencial, sendo que um usuário lança uma

---

<sup>16</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=5492153>

<sup>17</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1426680>

<sup>18</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=506347>

<sup>19</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=39814>

<sup>20</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=57606>

<sup>21</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=265906>

<sup>22</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=52469>



proposta (dúvidas, avaliações ou desafios) e o próximo membro responde. Nesse processo, é claramente possível perceber a *interação mútua*. Uma comunidade que ilustra perfeitamente esse tipo é “*Jogos no Orkut*”<sup>23</sup>:



**Jogos no orkut!!! (Jogue Aqui)**

descrição: Essa comunidade é para todos aqueles que amam fazer joguinhos.

**ChEga dE:**  
 ~>Jogos de scrap;  
 ~>Criar bate-papos o tempo todo;  
 ~>Repetir tópicos;  
 ~>Jogos do tpw" na cama"e variações;  
 ~>Jogos de ctrl+V;

->Se vc tá achando que vai ultrapassar as regras aqui, é bom não pensar assim, apaga mesmo, jogos repetidos, você me chingando ou nãO!

->Nada de propagandas!

->Se em algum jogo você não gostar da resposta do outro, ele não tem nada haver com isso, ele está jogando, se ele por acaso te chamou de feio(a) e vc não gostou, aceite, isso são apenas jogos!

->GENTE FAVOR NÃO FICAR CONVERSANDO EM TÓPICOS DE JOGOS, ACHE UM BATE-PAPO Q TIVER E CONVERSE LÁ, P/ N ATRAPALHAR!

SE VC JÁ VIU O ORKUT DE ALGUÉM ISTIGANDO A PEDOFILIA/RASCISMO/PORNOGRAFIA E ACHOU UM ABSURDO E TEVE VONTADE DE DENUNCIAR, EU SEI ONDE VC PODE FZR ISSO, É SÓ ACESSAR: [www.denunciar.org.br](http://www.denunciar.org.br) E DENUNCIAR, É FÁCIL E VC NÃO GASTA NEM 1 MINUTO, COLABORE TMB, DENUNCIE!!!

categoria: Jogos  
 dono: [McDePaDeRa \[CfE\]](#)  
 tipo: pública  
 fórum: não-anônimo  
 idioma: **Português**  
 local: Brasil  
 criado em: 26 de Fevereiro de 2005  
 membros: 12.945

Figura 4: Página de entrada da comunidade “Jogos no Orkut!!! (Jogue Aqui)”.

Abaixo, pode-se notar vários tópicos (unicamente) sobre jogos do tipo classificação/pergunta x nota/resposta:

tópico	autor	postagens	última postagem
<a href="#">Qual a chance em %</a>	anônimo	6484	21/05/2006 - 06:33
<a href="#">Jogo = Puta Merda</a>	<a href="#">"Nino" XD</a>	17	21/05/2006 - 06:33
<a href="#">**JOGO DA AVALIAÇÃO** [A,B,C,D,E]</a>	<a href="#">#PoLaCO#</a>	2827	21/05/2006 - 06:32
<a href="#">DEFINA A PESSOA ACIMA COM UMA PALAVRA</a>	<a href="#">CaiOoQOo&gt;&gt;*10*&lt;&lt;</a>	1055	21/05/2006 - 06:32
<a href="#">123Beijo na boca,na boxeixa ou um fora??321</a>	<a href="#">[CFE] Luciano</a>	3573	21/05/2006 - 06:30
<a href="#">MELHOR FOTO DO ALBUM</a>	<a href="#">Frões VagalZ</a>	2962	21/05/2006 - 06:30
<a href="#">Para as meninas-linda normal ou paty!</a>	<a href="#">v~vLucinha</a>	27	21/05/2006 - 06:24
<a href="#">"Jogo da Rivalidade" - Esse eh bom!!!</a>	<a href="#">sjaDona Moxasia</a>	83238	21/05/2006 - 06:18


Figura 5: Tópicos sobre jogos da comunidade “Jogos no Orkut!!! (Jogue Aqui)”.

<sup>23</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1426680>

Um dos jogos mais populares é aquele que classifica e avalia a pessoa que postou anteriormente, através de notas (números) e conceitos (letras). Quanto mais interessante a pessoa acima é para o gosto de quem responde abaixo, maior será sua classificação, por exemplo:


tópico: **\*\*JOGO DA AVALIAÇÃO\*\*** [A,B,C,D,E] próxima > | última

28/11/2005 06:43




#PoLaCO#

28/11/2005 06:45




Erick Velasco

28/11/2005 06:47



Caroline

28/11/2005 07:18



#PoLaCO#

Figura 6: Tópico “\*\*Jogo da avaliação\*\* [A,B,C,D,E]” da comunidade “Jogos no Orkut!!! (Jogue Aqui)”.

Outro fator importante para quem cria o tópico, diz respeito ao sucesso do jogo. Quanto mais o jogo “rendeu” respostas e retornos de mensagens, ou seja, quanto mais interação ocorreu, mais se obteve sucesso e interessante foi.

Mas os jogos não acontecem apenas em comunidades que se intitulam como espaço para “jogos”. A mania de jogar se alastra por entre várias comunidades, independentemente de seus temas de origem. Este fato faz com que muitos moderadores deixem bem claro na descrição de suas comunidades que não é permitido jogos nesses espaços. Mas, por outro lado, existem também moderadores que incentivam a criação de tópicos para jogos, com o intuito de criarem uma movimentação e, assim, evitar que suas comunidades “morram”. Um

exemplo que ilustra bem este fato pode ser observado abaixo no tópico “Jogo de palavras”<sup>24</sup> da comunidade “Não saio de casa sem brincos”<sup>25</sup>:

**descrição:** Essa comunidade é para você, que NÃO consegue, de maneira ALGUMA sair de casa SEM brincos!! Que se sente completamente PELADA sem esse acessório!! Se você é esse tipo de pessoa: [Join!!](#)

ENTREM TAMBEM NAS MINHAS OUTRAS COMUNIDADES:  
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=11470319>  
<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1490205>

OBS: TÓPICOS REPETIDOS E FORA DO ASSUNTO DA COMUNIDADE SERÃO EXCLUÍDOS

SE VOCÊS QUISEREM DIVULGAR SUAS COMUNIDADES, PROCUREM O TÓPICO: "DIVULGUEM SUAS COMUNIDADES/SITES AQUI".

POR FAVOR, ANTES DE CRIAR UM TÓPICO DE DETERMINADO ASSUNTO VEJA SE ELE JÁ EXISTE EM "VIEW ALL TOPICS".

PS: SE QUISER TAMBÉM DIVULGAR SEU TRABALHO, POST EM EVENTOS!!

Sigam as condições acima, para que possamos organizar a comunidade. Caso contrário, terei que excluir a pessoa.

**categoria:** Hobbies e Trabalhos Manuais  
 **dono:** Lu Nasraui  
 **tipo:** moderada  
 **fórum:** não-anônimo  
 **idioma:** Português  
 **local:** Brasil  
 **criado em:** 6 de Marco de 2005

tópico	autor	postagens	última postagem
<a href="#">Jogo=Empresta ou vai comprar?</a>	<a href="#">Rafaela</a>	17	20/05/2006 - 17:09
<a href="#">VOCÊ TIRA OS BRINCOS PRA DORMIR?</a>	<a href="#">Christiane</a>	85	20/05/2006 - 09:55
<a href="#">Jogo de palavras</a>	<a href="#">Lu</a>	83	18/05/2006 - 10:40
<a href="#">jogo do beija ou passa!!!</a>	<a href="#">Claudia e</a>	5	15/05/2006 - 11:04
<a href="#">Grandes ou pequenos?</a>	<a href="#">Rafaela</a>	45	11/05/2006 - 19:10

[novo tópico](#)

Figura 7: Página de entrada da comunidade “Não saio de casa sem brincos!”.

<sup>24</sup> <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=1490026&tid=8695298&na=1&nst=1>

<sup>25</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1490026>

tópico: Jogo de palavras próxima > | última











 <a href="#">Lu</a>	08/03/2005 17:50
 <a href="#">Bianca</a>	05/04/2005 10:52
 <a href="#">Renata</a>	22/04/2005 20:00
 <a href="#">Synara</a>	18/05/2005 09:08
 <a href="#">Lu</a>	20/05/2005 18:36
 <a href="#">Laura</a>	22/05/2005 12:56
 <a href="#">Tati</a>	25/05/2005 06:22
 <a href="#">Lu</a>	25/05/2005 07:27
 <a href="#">Tati</a>	29/05/2005 04:18
 *** Thay***	31/05/2005 07:30

Figura 8: Tópico “Jogo de palavras” da comunidade “Não saio de casa sem brincos!”.

Esse tópico pertence, a princípio, a uma comunidade que se encaixaria na categoria de “etiquetas identitárias” (melhor verificada na terceira e próxima classificação), mas como se pode perceber a própria moderadora (identificada como Lu) abre um tópico chamado “Jogo de palavras” para criar mais interação entre os membros. O jogo criado por Lu tem a proposta de estimular os membros da comunidade a formar uma estória a partir da frase inicial “Era uma vez”. A partir daí o leitor usa de sua criatividade e posta em palavras a continuidade do conto. A proposta lançada cria curiosidade para saber como vai se desenvolver e como vai acabar a estória, ou seja, um apelo participativo onde todos colaboram formando uma “colcha de retalhos” narrativa. Nota-se que a moderadora se manifesta várias vezes em meio ao desenvolvimento (como se pode notar nos itens marcados por retângulos vermelhos), tanto para dar continuidade para a estória quanto para provocar uma mudança no rumo da mesma.

Os jogos exigem grande colaboração e conexões ativas, pois sem o interesse coletivo não existe jogo. Esses jogos são feitos entre pessoas, a máquina só faz o “meio de campo”, portanto se trata de interação mútua. Em alguns casos, como no jogo/estória acima, o sentimento de pertença decorre justamente de ter participado e construído algo em conjunto.

Além disso, supõe-se que o objetivo dos usuários nesses tipos de jogos é de ser visto e reconhecido. Os jogos se desenvolvem em um ambiente delimitado (o próprio *site*) e, aparentemente, sem previsão para o final.

### 3) Comunidades ícones identitários

Ao aceitar participar de uma comunidade do tipo ícones identitários, o usuário automaticamente está usando o tema da comunidade para compor e explicitar seu próprio perfil. Comunidades do tipo “Eu adoro dar risada<sup>26</sup>!”, “Eu sou foda!!!<sup>27</sup>”, “Garotas Tatuadas<sup>28</sup>”, “Sou meiga<sup>29</sup>”, “Eu adoro desenho animado!<sup>30</sup>”, “Vivo a vida intensamente<sup>31</sup>”, etc., por exemplo, dão “pistas” e ajudam a construir o perfil do usuário, pois revelam como ele age, como ele pensa e como ele se reconhece ou deseja ser reconhecido. Matuck denomina

---

<sup>26</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=149389>

<sup>27</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=60645>

<sup>28</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=159140>

<sup>29</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=959702>

<sup>30</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=122340>

<sup>31</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=506347>

esse processo em que o usuário tenta construir seu perfil e apresentá-lo de determinado modo como *autodefinição*:

Entende-se por autodefinição o processo pelo qual o sujeito define a si mesmo, o que no *ciberespaço* se dá, principalmente, por meio de registros pessoais, das descrições narrativas, das imagens e fotos postadas, bem como pela maneira que as pessoas organizam seu perfil (MATUCK, 2005, p.163).

Mas esse processo de *autodefinição* não fica limitado à própria interpretação do sujeito em seu perfil. Por estar num espaço público e exibindo esse tipo de construção identitária, automaticamente, provoca uma interpretação no outro. Assim, cria-se no outro um conhecimento daquilo que o usuário explicita ao vincular-se à comunidade. Em outras palavras, se a comunidade “Vivo a vida intensamente” (abaixo) estiver, por exemplo, no perfil de um usuário, significa que o usuário transmite a todos a idéia que ele vive a vida dessa maneira, e que, conseqüentemente, ele é ou quer ser visto como uma pessoa intensa, destemida, que ultrapassa os limites, ou outras interpretações possíveis.



ivo a vida intensamente !!

descrição:

[www.crazylifestyle.com](http://www.crazylifestyle.com) | join us!

[bruno@crazylifestyle.com](mailto:bruno@crazylifestyle.com)

categoria:

dono: [100% SUPERBRUNO "SuperStar"](#) [Five StarS](#)

tipo:

fórum:

idioma:

local:

criado em:

membros:

tópico	autor	postagens	última postagem
(JOGO)se eu te desse?			
Jogo: Continue a Historia com 3 palavras	Fabio Valim		
FUNCIONA PRA MIM E PRA VC	Nathalia		
Os bão VOTEM	Paulo Eduardo		
NOVAS FOTINHAS!	Tati		

[ver todos os tópicos](#)

[» novo tópico](#)

Figura 9: Página de entrada da comunidade “Vivo a vida intensamente!!”.

Já a definição que o outro faz do indivíduo é chamada por Matuck de *alo-definição*, e também atua sobre a construção das identidades. Ela funciona como mecanismo de coação, pois, no momento em que o indivíduo sabe da existência do outro, ele pondera sua descrição e exposição em espaço público. “A definição direta ou indireta, dada pelo outro é tão importante quanto o processo de autodefinição, já que é o relato do outro que legitima, deslegitima ou acrescenta qualidades ao perfil do sujeito” (MATUCK, 2005, p.172). Assim como a autodefinição, a definição dada pelo outro também é importante na construção da identidade.

### 4.3 Identidades no *Orkut*

#### 4.3.1 *Sentimentos de pertença*

Percebi que é justamente dentro desta terceira categoria de tópicos (as comunidades de ícones identitários) que se encontram e se encaixam os tipos de comunidades que ressaltam valores culturais dos mais diferentes povos. São comunidades em que os membros expressam seu orgulho por suas raízes, por suas tradições, por seus costumes, por suas músicas regionais, seus pratos típicos, suas vestimentas, suas danças, entre outros.

As comunidades “Eu amo dançar forró<sup>32</sup>”, “Chimarrão<sup>33</sup>”, “Churrasco<sup>34</sup>”, “Eu sou Catarinense<sup>35</sup>”, “Rio Grande do Sul<sup>36</sup>”, “São Paulo<sup>37</sup>”, “Tenho orgulho de ser paraense!<sup>38</sup>”, “Comunidade do Gaúcho<sup>39</sup>”, etc., são exemplos dessas comunidades que exaltam o amor por suas tradições. Nesses tipos de comunidades o sentimento de pertencimento no grupo é fortemente expressado, pois todos os membros que participam têm em comum a paixão por suas raízes e, ainda, gostam de compartilhar esse sentimento.

No exemplo abaixo, podemos verificar que a descrição da página de entrada da “Comunidade do Gaúcho” (destacada em um retângulo vermelho) reflete bem esse sentimento de orgulho à tradição quando transmite a mensagem: “A comunidade mais tradicional dos gaúchos (desde abril de 2004), onde discutimos assuntos da nossa terra, honramos a nossa tradição e demonstramos o nosso orgulho de ser Gaúcho!”.

---

<sup>32</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=646786>

<sup>33</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=22663>

<sup>34</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=16369>

<sup>35</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=161473>

<sup>36</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=4968>

<sup>37</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=11855>

<sup>38</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=5791448>

<sup>39</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=44780>



**Comunidade do Gaúcho**

**descrição:** A comunidade mais tradicional dos gaúchos (desde abril de 2004), onde discutimos assuntos da nossa terra, honramos a nossa tradição e demonstramos o nosso orgulho de ser Gaúcho!

Comunidade do Gaúcho, para quem tem orgulho de ser gaúcho ou que admira nossa bela tradição. Vamos divulgar essa paixão!

**categoria:** Países e Regiões  
**dono:** [Francisco Crauss](#)  
**tipo:** pública  
**fórum:** não-anônimo  
**idioma:** Português  
**local:** Brasil  
**criado em:** 21 de Abril de 2004  
**membros:** 13.912

**participar**  
**ver fórum**  
**ver eventos**  
**convidar amigos**  
**falso! denunciar**

Figura 10: Página de entrada da comunidade “Comunidade do Gaúcho”.

Nota-se na figura abaixo que a maioria dos tópicos criados envolve assuntos relacionados às tradições e costumes gaúchos, fato que revela o desejo em debater questões ligadas ao Rio Grande do Sul.

tópico	autor	postagens	última postagem
<a href="#">De que cidade tu és ?</a>	<a href="#">Fábio</a>		
<a href="#">Sou Curitiba e amo o Rio Grande!!!</a>	<a href="#">Gisely</a>		
<a href="#">grêmio ou inter?</a>	<a href="#">(Deco) André</a>		
<a href="#">que cidade vcs nasceram??</a>	<a href="#">Spieluhr!!</a>		
<a href="#">foto da comunidade</a>	<a href="#">Luciana</a>		
<a href="#">Ditados gaúchos!</a>	<a href="#">Ederson</a>		
<a href="#">odeio Tchê Musik</a>	<a href="#">Анюшка</a>		
<a href="#">absurdo</a>	<a href="#">Cassio</a>		
<a href="#">Hino Riograndense</a>			
<a href="#">Ser gaúcho é...</a>	<a href="#">Francisco</a>		
<a href="#">Algum gaúcho (a) em Pernambuco?</a>			
<a href="#">'Gaúcho' não tem só no Rio Grande...</a>	<a href="#">Glaucio</a>		
<a href="#">PORCA VÉIA</a>	<a href="#">Adriano</a>		
<a href="#">O personagem mais importantes da nossa história?</a>	<a href="#">Elipe</a>		
<a href="#">Leiam esse texto!!</a>	<a href="#">Francisco</a>		
<a href="#">Não sou gaúcha, mas amo o Rio Grande</a>	<a href="#">Rosa Cristina</a>		
<a href="#">Eu gosto muito de Rio grande do Sul</a>	<a href="#">Claudia Raquel</a>		
<a href="#">Porto Alegre?</a>	<a href="#">TunicoO</a>		
<a href="#">piores preconceitos q vcs ouviram Brasil afora...</a>	<a href="#">Alvinho</a>		
<a href="#">Zero Hora de Sabado 22/04 - Página 32</a>	<a href="#">Gabriel</a>		
<a href="#">gaúcho usava brinco no século XIX</a>	<a href="#">Анюшка</a>		
<a href="#">Qual a musica gaúcha preferida?</a>	<a href="#">Francisco</a>		
<a href="#">domingão com churrasco e grenal</a>	<a href="#">Robson</a>		


Figura 11: Alguns tópicos da comunidade “Comunidade do Gaúcho”.

É detectada também a necessidade dos usuários em tentar expressar o que é “ser gaúcho”, como por exemplo, no tópico “Ser gaúcho é”<sup>40</sup> (abaixo) criado pelo usuário Francisco. Ele começa a discussão do tópico listando modos de agir, de falar e de pensar próprios do gaúcho. Mesmo que alguns membros possam discordar da descrição de Francisco, estes colaboram com suas opiniões sobre o que consideram características peculiares e que distinguem o “ser gaúcho” de outras culturas e regiões (esses fatos estão destacados em retângulos vermelhos).

tópico: Ser gaúcho é...


próxima > | última

25/06/2004 15:35




Francisco

28/06/2004 10:10




Louise

28/06/2004 21:54




Francisco

12/07/2004 21:06



Jac


13/07/2004 03:56



Rudimar


<sup>40</sup> <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=44780&tid=355985>

13/07/2004 11:27




Francisco

13/07/2004 17:23




Jefferson

18/07/2004 22:16




Francisco

22/07/2004 05:29



Itamar

28/07/2004 05:58




andriano

tópico: Ser gaúcho é...


primeira | < anterior | próxima > | última

29/07/2004 05:28




andriano

03/09/2004 07:25




Elinei

03/09/2004 07:43




Bororé

04/09/2004 19:21




Olyr C.

04/09/2004 20:09




Marcos Vinícius

05/09/2004 11:02



andriano

05/09/2004 21:32



Carolina

Figura 12: Tópico “Ser gaúcho é...” da comunidade “Comunidade do Gaúcho”.

É fato, que o sentimento de pertença é muito forte nesse tipo de comunidade, pois trata-se de um grupo orgulhoso de sua cultura e interessado em discutir assuntos que envolvem a identidade gaúcha. Embora a comunidade não seja “fechada” para membros que não são naturais ou radicados no Rio Grande do Sul, fica nítida a presença de certo sentimento “bairrista” por parte dos membros gaúchos. Cria-se então, um ambiente em que os membros gaúchos diferenciam-se dos “outros” (de outras culturas). O próprio nome da “Comunidade do gaúcho”, já “restringe” a participação do público na comunidade. Essa diferenciação construída faz parte da construção da identidade, e sua autodefinição.

Mas esse sentimento de pertença presente nesses tipos de comunidades que tratam de valores culturais não se restringe somente aos gaúchos, claro. Existem muitas outras comunidades, como por exemplo, “Tenho orgulho de ser paraense!<sup>41</sup>”, “Eu sou Catarinense<sup>42</sup>”, etc., que também possuem manifestações culturais regionais e nacionais.

Este tipo de comunidade, pertencente à categoria de ícones identitários, funciona como uma “bandeira hasteada” para que, quem a visualize, saiba a que nacionalidade ou região, cultura e valores pertencem e cultivam os usuários. Assim, quem a vê sabe que se trata de uma comunidade onde o assunto debatido, reforçado e valorizado será a identidade cultural.

#### 4.3.2. A “tomada” do Orkut pelos brasileiros

Como foi comentado, a forte presença das identidades culturais e regionais no *Orkut* não se restringe apenas aos gaúchos. Há uma enorme e variada concentração de comunidades no *site* batizadas com nomes de outras etnias, países, regiões, estados, entre outros. Mas acima de qualquer outra nacionalidade, etnia ou região, a principal e dominante identidade cultural exibida no *Orkut* é a brasileira. Isto se deve não só à existência no *Orkut* de muitas comunidades identificadas como brasileiras, como por exemplo, as comunidades “Brasil”<sup>43</sup>, “Eu amo Brasil!!!!”<sup>44</sup>, “Amo meu país - Eu Amo o Brasil”<sup>45</sup>, “Sou brasileiro ñ desisto nunca”

<sup>41</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=5791448>

<sup>42</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=161473>

<sup>43</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=4249>

<sup>44</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=187098>

<sup>45</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=2014527>

<sup>46</sup>, “Eu sou brasileiro!”<sup>47</sup>, etc., mas também pelos brasileiros terem se tornado a nacionalidade mais populosa no *Orkut*. O brasileiro tornou o *Orkut* um território, praticamente, “verde e amarelo” e reforça seu orgulho em ser brasileiro em várias comunidades intituladas brasileiras.

Essa tomada dos brasileiros no *Orkut*, aconteceu de forma surpreendente. Imediatamente após o nascimento do *site* (em janeiro de 2004), a maioria de usuários era formada por estadunidenses, mas conforme o *Orkut* foi ganhando popularidade, foi crescendo (mesmo que mais timidamente) o número de usuários de várias partes do mundo. Para se ter uma idéia (conforme tabela abaixo), em maio de 2004, mais de 43% dos usuários era composta por estadunidenses; em segundo lugar vinham os brasileiros, com 15%; e em terceiro lugar os japoneses, com 6%. (FONTE - Hempell, 2004, s.p.)<sup>48</sup>.

	May-04	Jun-04	Jul-04	Aug-04	Sep-04	Oct-04
United States	43	32	26	18	15	12
Brazil	15	28	37	50	56	61
Japan	6	4	3	2	1	1
Netherlands	3	3	2	1	1	0
United Kingdom	3	3	2	2	1	1
India	3	4	4	3	3	3
Canada	3	3	2	2	2	1
Estonia	2	4	3	2	2	1
Germany	2	2	1	0	0	1
Spain	2	0	0	0	0	0
Iran	0	4	6	6	6	7
Pakistan	0	0	0	2	2	2
Portugal	0	0	0	0	0	0

**Tabela 1:** Percentual de nacionalidades presentes no Orkut.

Foi então na semana de 20 de junho de 2004, que o número de brasileiros e norte-americanos cadastrados no serviço estava quase empatando, oscilando em vantagem ora para o Brasil, ora para os Estados Unidos. Até que no dia 23 de junho de 2004, o percentual de brasileiros no *site* ultrapassou os EUA em número de usuários, marcando assim, a história do *site*, principalmente para os brasileiros e para a equipe *Orkut* (TERRA, 2004, s.p.)<sup>49</sup>. Segundo

<sup>46</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=379609>

<sup>47</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=199248>

<sup>48</sup> <http://anthonyhempell.com/papers/orkut/>. Acesso em: 10 nov. 2005.

<sup>49</sup> <http://informatica.terra.com.br/interna/0,,OI330825-EI553,00.html>. Acesso em: 08 out. 2005.

a *Folha de S. Paulo*<sup>50</sup>, aconteceu até uma festa na Vila Madalena - SP em comemoração à superioridade do número de brasileiros no *Orkut*. Os convidados foram convocados através do próprio *site*. Esta festa é simbólica, de um movimento que buscava dominar cada vez mais o *site*, através do aumento a cada dia do número de usuários brasileiros.

Na manhã de sexta-feira (25/06/2004) os brasileiros atingiram 31,55% dos usuários do *Orkut*, enquanto os norte-americanos respondiam por 29,62%. Na época, Alexandre Magalhães, analista do *Ibope/NetRatings*, declarou que “o *Orkut* é um fenômeno bem aparente (nas medições do *Ibope*)”. “O número de visitas ao *site* (entre brasileiros) aumentou bastante e já tem aparecido na nossa medição” (sem revelar números). “O crescimento é bem visível”<sup>51</sup>. Na opinião do analista, os interesses dos internautas pelo *Orkut* e pelos *blogs*, surgiram pelos mesmos motivos: “Hoje em dia, os usuários estão aproveitando a Internet para se comunicar e se mostrar para outras pessoas”. “E há também um certo modismo (em relação ao *Orkut*)”.

Ainda em 25 de junho de 2004, o terceiro país com o maior número de usuários no *Orkut* era o Irã, com 4,84% de participação na comunidade virtual. Índia e Estônia ocupavam a quarta e a quinta colocação no *ranking* do *site*, com 4,03% e 3,38% respectivamente<sup>52</sup>.

Em julho de 2004 o *Ibope/NetRatings*<sup>53</sup> registrou que os internautas brasileiros estavam entre os povos que mais visitam páginas de comunidades virtuais como o *Orkut*. De acordo com os dados da pesquisa, 55,2% dos usuários residenciais no Brasil (ou 6,5 milhões de pessoas) visitaram páginas desse tipo. Marcelo Coutinho, sociólogo e diretor de Serviços de Análise do Ibope, tentou explicar o interesse por esses tipos de *site* alegando que os brasileiros são um povo naturalmente mais comunicativo que os anglo-saxões. (FOLHA ONLINE, 2004)<sup>54</sup>.

Essa tomada brasileira foi realmente inesperada para *Buyukkoken*, que não esperava que os brasileiros dominassem o maior percentual em relação ao número de membros cadastrados. Outro fato inesperado foi em relação ao comportamento do brasileiro. Mesmo que a interface original do *site* fosse formada por textos e títulos em língua inglesa, sugerindo assim, que a conversação entre membros fosse realizada na mesma língua, muitos brasileiros ignoraram esta condição e insistiram na troca de informações em língua portuguesa. Além disso, conforme aumentava o número de usuários brasileiros, disparava a criação de

<sup>50</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16490.shtml>. Acesso em: 08 out. 2005.

<sup>51</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16307.shtml>. Acesso em: 08 out. 2005

<sup>52</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16307.shtml>. Acesso em: 08 out. 2005

<sup>53</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16591.shtml>. Acesso em: 08 out. 2005

<sup>54</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16591.shtml>. Acesso em: 08 out. 2005

comunidades e tópicos em língua portuguesa. Ao que tudo indica, a primeira comunidade criada na língua portuguesa foi a “Eu ando com meus pés”<sup>55</sup>, no dia 23 de Janeiro de 2004, logo após o lançamento do *Orkut*.

Quanto mais a invasão brasileira aumentava, uma sensação de incômodo foi provocada nos estadunidenses e nos membros de outras nacionalidades, pois estes achavam um desrespeito o comportamento dos brasileiros que insistiam na comunicação em português. Para piorar essa discordância entre brasileiros e outras nacionalidades, principalmente entre estadunidenses e brasileiros, desencadeou-se uma série de agressões verbais e disputas de espaços nas comunidades, acarretando também, a criação de várias outras comunidades como forma de protesto e indignação a esse impasse.

Alguns exemplos de comunidades de protesto podem ser ilustrados através das seguintes comunidades abaixo:

- *Brazilians, the plague*<sup>56</sup>

The image shows a screenshot of an Orkut community page. On the left, there is a sidebar with a profile picture of a butterfly and a Brazilian flag, and a menu with buttons for 'participar', 'ver fórum', 'ver eventos', 'convidar amigos', and 'falso! denunciar'. The main content area has a header with the community name 'Brazilians, The Plague' and a small photo collage. Below the header is a large empty box labeled 'descrição:'. At the bottom, there is a table with metadata:

categoria:	
dono:	<a href="#">Marcio Wilhelm</a>
tipo:	
fórum:	
idioma:	
local:	
criado em:	
membros:	

Figura 13: Página de apresentação da comunidade “*Brazilians, The Plague*”.

<sup>55</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=240>

<sup>56</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=102987>

- *WTF a Crazy Brazilian Invasion*<sup>57</sup>

descrição:

categoria:  
dono: [Gera Dikarev](#)  
tipo:  
fórum:  
idioma:  
local:  
criado em:  
membros:

Figura 14: Página de apresentação da comunidade “*WTF a Crazy Brazilian Invasion*”.

<sup>57</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=55202>



- Eu odeio norte-americanos<sup>58</sup>



The screenshot shows the header of the Orkut community page. On the left is a banner image of an American flag. The title 'Eu Odeio Norte-Americanos' is displayed in the center, with a logo featuring a stylized 'E' and 'O'. On the right is a collage of four small photos of people. Below the header is a large, empty text box labeled 'descrição:'. To the left of this box is a vertical menu with icons and text: 'participar', 'ver fórum', 'ver eventos', 'convidar amigos', and 'falso! denunciar'. Below the description box are several rows of metadata: 'categoria:', 'dono: Alex Lopezz', 'tipo:', 'fórum:', 'idioma:', 'local:', 'criado em:', and 'membros:'.

Figura 15: Página de apresentação da comunidade “Eu Odeio Norte-Americanos”.

- WTF a Crazy American Implosion<sup>59</sup>



The screenshot shows the header of the Orkut community page. On the left is a banner image of a young child with curly hair, crying. The title 'WTF A CRAZY AMERICAN IMPLOSION' is displayed in the center, with a logo featuring a stylized 'W' and 'I'. On the right is a green square with a white question mark. Below the header is a large, empty text box labeled 'descrição:'. To the left of this box is a vertical menu with icons and text: 'ver fórum', 'ver eventos', 'convidar amigos', 'falso! denunciar', and 'sair da comunidade'. Below the description box are several rows of metadata: 'categoria:', 'dono: Huy Zing', 'tipo:', 'fórum:', 'idioma:', 'local:', 'criado em:', and 'membros:'.

Figura 16: Página de apresentação da comunidade “WTF a Crazy American Implosion”.

<sup>58</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=391632>

<sup>59</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=96238>

Como se pode notar pelos destaques nas figuras acima (em retângulos vermelhos) a discordância entre o direito de falar ou não em outras línguas desenvolveu-se até chegar num estágio em que brigas identitárias, principalmente entre estadunidenses e brasileiros, retroalimentaram-se e acarretaram ainda mais discórdia. Irritados e chateados com essa situação, os brasileiros fizeram “campanha” para dominarem de vez o *Orkut* (através de inserção de mais brasileiros no *site*). Este ato buscava instituir uma sensação de força e superioridade do povo brasileiro perante outras nacionalidades (principalmente os estadunidenses).

Outro fator que pode ter agravado este cenário de implicância e “jogo de força”, pode estar relacionado com o outro episódio da história do *Orkut*. Em meados de agosto de 2004, o *site* ficou extremamente lento por causa de um massivo carregamento de seu servidor. A conexão com o *site* ficou ruim, e a infame informação *Bad Bad Server. No donut for you* (mensagem de erro na tela do *site*) fez com que muitos usuários, irritados com a situação, procurassem outras alternativas de *sites* similares como forma de entretenimento. A *Folha On line* chegou até a divulgar a notícia que os brasileiros estariam deixando de ser maioria na rede digital de relacionamentos *Orkut*, pois de acordo com estatísticas apresentadas pelo próprio serviço, no dia 20 de agosto de 2004, 49,98% dos seus usuários eram do país. No mês passado, a presença brasileira era superior a 50% (BARRETO, 2004, s.p.)<sup>60</sup>.

De fato, a dificuldade em acessar a página pode, sim, ter causado a queda da presença brasileira nesse período, mas não é a única explicação existente para a diminuição do percentual de brasileiros no *site*. Em uma mensagem (em formato de muitos *SPAMs*<sup>61</sup>), um grande boato<sup>62</sup> se espalhou entre os usuários afirmando que havia um complô contra os brasileiros para que estes passassem a usar menos o *Orkut*, desse modo, o *site* teria se tornado mais lento de forma proposital, dificultando assim, o acesso não apenas para os brasileiros, mas para os iraquianos. O *e-mail* ainda sugeria que os usuários brasileiros fizessem um teste (para comprovar o complô), através da troca de nacionalidade (no local do perfil de cada usuário) “Brasil” para “Estados Unidos” e, assim, comprovar se o acesso se tornaria mais rápido, de três a oito vezes.

Por volta de um ano mais tarde, o próprio *Orkut Buyukkokten* desmentiu o boato em entrevista para a Folha de São Paulo:

---

<sup>60</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16801.shtml> Acesso em: 08 out. 2005.

<sup>61</sup> *SPAM* é uma mensagem eletrônica não-solicitada enviada em massa.

<sup>62</sup> *Hoax*, como são chamadas as mensagens de cunho duvidoso que circulam pela Internet.

Soube do rumor quando recebi a lista diária com as estatísticas e vi que países como Iraque tinham disparado em participação, enquanto o Brasil tinha caído drasticamente, o que não fazia nenhum sentido em termos de comportamento de usuário. Mas é pura lenda urbana, uma bobagem. Não temos como deixar a navegação de alguém mais lenta baseada no seu país de origem (DÁVILA, 2004, s.p.)<sup>63</sup>.

Provavelmente muitos brasileiros mudaram suas nacionalidades para a iraquiana (em guerra com os americanos na época) ao invés da americana (como aconselhava o boato), como forma de protesto contra a equipe do *Orkut*, responsável pelo *site* e estadunidense. Uma situação que pareceu “mexer”, de forma intrínseca e extrínseca, com o sentimento de aversão entre brasileiros e estadunidenses, resgatado por conflitos embasados também na vida *offline*. Quanto mais os usuários brasileiros mudavam suas nacionalidades para a de iraquianos, mais caía a porcentagem total do número de brasileiros no *site*, confundindo os dados demográficos do *Orkut*.

Alguns brasileiros, realmente migraram para outras redes de relacionamento para fugir da lentidão<sup>64</sup> do *Orkut* e para encontrar um “substituto” como entretenimento (mesmo que temporário até o *Orkut* voltar ao normal). Um dos *sites* mais procurados foi o *Multiply*<sup>65</sup> em que não era preciso receber um convite para entrar (como no *Orkut*), bastava visitar o *site* e se cadastrar. Além deste, surgem também outros *sites*<sup>66</sup> similares, como por exemplo, o *Circles*<sup>67</sup>, que surgiu com a promessa de interligar usuários por meio de comunidades, mas com um diferencial: permitia o compartilhamento de arquivos (um canal para troca de arquivos de texto, vídeo, áudio e imagens com 100 *Mbytes* de espaço disponível para cada usuário, não sendo preciso ser convidado para se cadastrar).

Mas apesar dos acontecimentos negativos prejudicarem a “imagem” do *Orkut* (oriundo de problemas técnicos), ele continuou mantendo seu sucesso através de um grande número de usuários brasileiros. Esse sucesso causou repercussões em outras mídias, que divulgavam a

<sup>63</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u97858.shtml>

<sup>64</sup> O instituto de pesquisa *on-line Qualibest* (<http://www.qualibest.com.br/>) entrevistou 490 internautas brasileiros maiores de idade, entre os dias 29 de julho e 16 de agosto de 2004, e revelou alguns dados sobre o *Orkut*. Entre os dados, constatou-se que o que mais irritava os usuários (69%) do *Orkut*, era lentidão no acesso das páginas do *site*.

<sup>65</sup> <http://www.multiply.com/>

<sup>66</sup> Outros *sites* com a proposta de reunir pessoas com interesses em comum foram lançados na rede, mas com uma diferença bem peculiar: o público-alvo são pessoas que gostam de animais. É o caso do *site Dogster* ([www.dogster.com](http://www.dogster.com)), uma espécie de *Orkut* para cães, que reúne fotos e descrições detalhadas de seus participantes; do *Catster* ([www.catster.com](http://www.catster.com)) para pessoas que gostam de gatos e o *Hamsterster* para quem gosta de *hamsteres* ([www.hamsterster.com](http://www.hamsterster.com)).

<sup>67</sup> <http://www.circles.lycos.com>

sua fama e acabaram por contribuir ainda mais para sua popularidade. Na edição de 1º de agosto de 2004 do programa *Fantástico* da Rede Globo, foi exibida uma reportagem<sup>68</sup> com o título “Um milhão de amigos”. Nela alguns usuários foram entrevistados e disseram o que achavam do *site*. Mostrou também um trecho de uma entrevista feita com o criador do *Orkut* que se dizia surpreso com o sucesso alcançado pelo *site* no Brasil.

Em agosto de 2004 a revista *Época* publica a matéria de capa: “Você também está no Orkut? Conheça o *site* de relacionamentos que conquistou o mundo e foi tomado pelos brasileiros.” Em setembro de 2004 a revista *MTV* publica matéria de capa sobre o *Orkut* com o seguinte título: “Conspiração *Orkut*. Fique esperto, está todo mundo olhando!”, alertando os usuários para os perigos de uma exposição exacerbada. No mesmo mês, a revista *Superinteressante* também publica a matéria de capa: “*Orkut* - Como entender esse fenômeno?”.

Assim, mesmo já famoso, o *Orkut* ganha mais fama através da divulgação em outras mídias. Constatando-se que essa “febre” atingiu principalmente os brasileiros, vários *sites* foram criados especialmente para o público do Brasil, como por exemplo, o *Gazzag*, o *Beltrano*, o *1º Grau*, o *Clubão* e o *Yahoo! 360º*.

Mesmo com o surgimento de muitos *sites* de relacionamento similares, e mesmo ciente que esta concorrência se fortificou em atrativos visuais para os internautas, o *Orkut* não efetuou grandes mudanças no seu *layout* e nos seus serviços. Uma das mudanças mais significativas no *Orkut*, pelo menos para os milhões de usuários brasileiros, foi a tradução do *site* de inglês para português (e outros idiomas), fato ocorrido em abril de 2005. Na época, o *Orkut* contava com 4,8 milhões de internautas de várias nacionalidades, sendo que os brasileiros lideravam com 66% do total, seguidos por norte-americanos (8,5%) e iranianos (6,7%) (UOL, 2004)<sup>69</sup>. A disponibilidade da língua portuguesa no *site* causou várias “comemorações virtuais” entre as comunidades do *site*, pois muitos usuários brasileiros diziam ter “dominado de vez” o *Orkut*. Para ilustrar melhor essa situação, observa-se abaixo uma comunidade<sup>70</sup> e seu respectivo fórum<sup>71</sup> (destaque dessa situação nos retângulos vermelhos). A comunidade foi criada antes de ser disponibilizada a língua portuguesa no *site* e, depois de algum tempo, sua “apresentação” foi reeditada incluindo a frase “Agora o *Orkut* é em português!” e trocando dados percentuais.

---

<sup>68</sup> Anexo B

<sup>69</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u18267.shtml>. Acesso em: 08 out. 2005.

<sup>70</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=724178>

<sup>71</sup> <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=724178&tid=10141118>

The image shows two screenshots from the Orkut website. The top screenshot displays the community page for "Brasil domina o Orkut". It features a navigation menu on the left with options like "participar", "ver fórum", "ver eventos", "convidar amigos", and "falso! denunciar". The main content area shows a description of the community, its category "Países e Regiões", creator "Leandro Bremenkama", and creation date "10 de Novembro de 2004". A red box highlights the description text: "Vamos homenagear nosso país no Orkut. Afinal, o cara q tem mais amigos no Orkut é um brasileiro, e a maior comunidade do Orkut tb é do Brasil. Agora o orkut é em português!!! Somos quase 70,22%%, o Orkut é nosso, é do BRASIL!!! NOSSO PAÍS MANDA NO ORKUT!!!".

The bottom screenshot shows a forum topic titled "tópico: TA DOMINADO HUHUH". It displays a list of posts with user avatars and names. A red box highlights the first post by "Thiago" dated "06/04/2005 10:51" with the text: "ta em portugã agora hueahuea brasileiro é foda". Another red box highlights a post by "Juniors" dated "08/04/2005 15:09" with the text: "ja ehbbbb... ta dominado... ta tudo dominado... :P". A third red box highlights a post by "anônimo" dated "10/04/2005 08:01" with the text: "CLARO QUE TA JA TA DOMINADO MESMO..... TA ATE EM PORTUGUES.....".

Figura 17: Página de apresentação da comunidade “O Brasil domina o Orkut” e tópico “Ta dominado Huhuh”.

Mas se por um lado o Orkut criou uma legião de admiradores, também despertou desconforto para algumas pessoas. Em 02 de junho de 2005, a *Folha de S. Paulo* noticiou em seu site<sup>72</sup> que após a “febre” de adesão à rede de relacionamentos Orkut, muitos dos usuários se “desencantaram” com o serviço do Google e partiram para uma “nova onda” ligada à tecnologia: o orkuticídio<sup>73</sup>. Entre os principais motivos para a decisão radical seria a invasão de privacidade<sup>74</sup>, a falta de contato *offline* com amigos do Orkut e a perda de tempo em função do site<sup>75</sup>.

<sup>72</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u18538.shtml>. Acesso em: 08 out. 2005.

<sup>73</sup> Espécie de suicídio virtual. O usuário passa a não pertencer mais à rede Orkut por vontade própria.

<sup>74</sup> A Folha cita um trecho da mensagem de despedida de um usuário (o jornalista Gustavo Schor) da rede Orkut em que desiste de permanecer no site: “Cansei de saberem tudo da minha vida - mesmo coisas banais. Quem quiser saber se fumo ou não, que me pergunte”. A mensagem foi escrita e enviada via Orkut antes de acabar com sua vida virtual. Schor tinha 390 amigos e colegas em um ano de Orkut e também se irritou com a idéia de

Ainda no mesmo dia, a Folha publica uma reportagem sobre o comportamento do brasileiro no *Orkut* ao passar um ano e meio de seu lançamento, revelando que grande parte dos usuários mudou a maneira de expor seus dados no *site*. No começo, a grande maioria embarcou na empolgação e exagerava na divulgação de informações. Para Erick Itakura, psicólogo e pesquisador do NPPI (Núcleo de Pesquisa da Psicologia em Informática) da PUC-SP, esse movimento é natural, pois “quando perceberam os impactos negativos dessa exposição, alguns usuários saíram do *Orkut*, enquanto outros passaram a selecionar mais os dados que divulgam<sup>76</sup>”, afirma. Ainda para o especialista, essa facilidade em se expor está muito ligada à cultura expansiva do brasileiro, bem diferente daquela encontrada na Europa e Ásia, por exemplo.

No dia 21 de abril de 2006, a equipe *Google* disponibilizou uma ferramenta nova no *Orkut*, que permite o usuário saber por quem foi observado. A opção "visualizações do seu perfil" mostra o número de vezes que membros do *Orkut* visualizaram o perfil do usuário e lista os últimos cinco membros que o visualizaram. Se o usuário preferir, pode desativar essa opção e, então, pode observar sem ser detectado também, evitando que outros usuários saibam que ele olhou outros perfis anonimamente.

Apesar da equipe *Google* tentar resolver eventuais problemas relacionados ao *Orkut* (como foi o caso da lentidão ligado ao servidor), erros ou *bugs* constantemente aparecem para atrapalhar o serviço do *site*<sup>77</sup>. Problemas relacionados a vírus também estão cada vez mais constantes. Eles surgem em formato de *SPAMs* e em formato de recados. O detalhe é que esses “recados contaminados” parecem ser enviados pelos amigos dos usuários, induzindo as pessoas a clicarem e, assim, danificarem seus computadores.

Mesmo com todos os problemas técnicos, a “população orkutiana brasileira” continua presente e fortalecida no *site* e, assim como alguns comentem “orkuticídio”, novos usuários ingressam no *site* a cada dia. O número de brasileiros, que já predominou com 73% a

---

“adicionar” pessoas. “Estava quase me sentindo um *attachment*”, afirma<sup>74</sup>. A Folha ainda acrescenta, que o “orkuticídio é uma tendência natural, porque está ligado a uma ferramenta totalmente desconhecida que, em poucos meses, tornou-se fenômeno entre os internautas”.

<sup>75</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u18539.shtml>

<sup>76</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u18540.shtml>

<sup>77</sup> Em meados de junho de 2005, uma falha classificada por alguns internautas como a “pior já apresentada” surgiu na rede. Esse problema disponibilizou nas comunidades o link “*become a moderator*” (no lugar do nome do proprietário) e permitiu que usuários roubassem o *status* de moderador dos grupos. Criou-se assim, uma guerra virtual cheia de acusações trocadas via *scrap* entre os supostos ladrões de comunidades e os usuários (donos/moderadores) que as queriam de volta. Aparentemente, a falha foi consertada pela equipe do *Orkut*, que dizia estar “trabalhando arduamente para a solução do problema identificado na última sexta-feira” (10/06/2005).

população orkutiana, passou para 70,16% em maio de 2006, para 68,67% em junho de 2006, e em dezembro de 2006 para 59,08%<sup>78</sup> (como pode ser visto em destaque na figura abaixo).

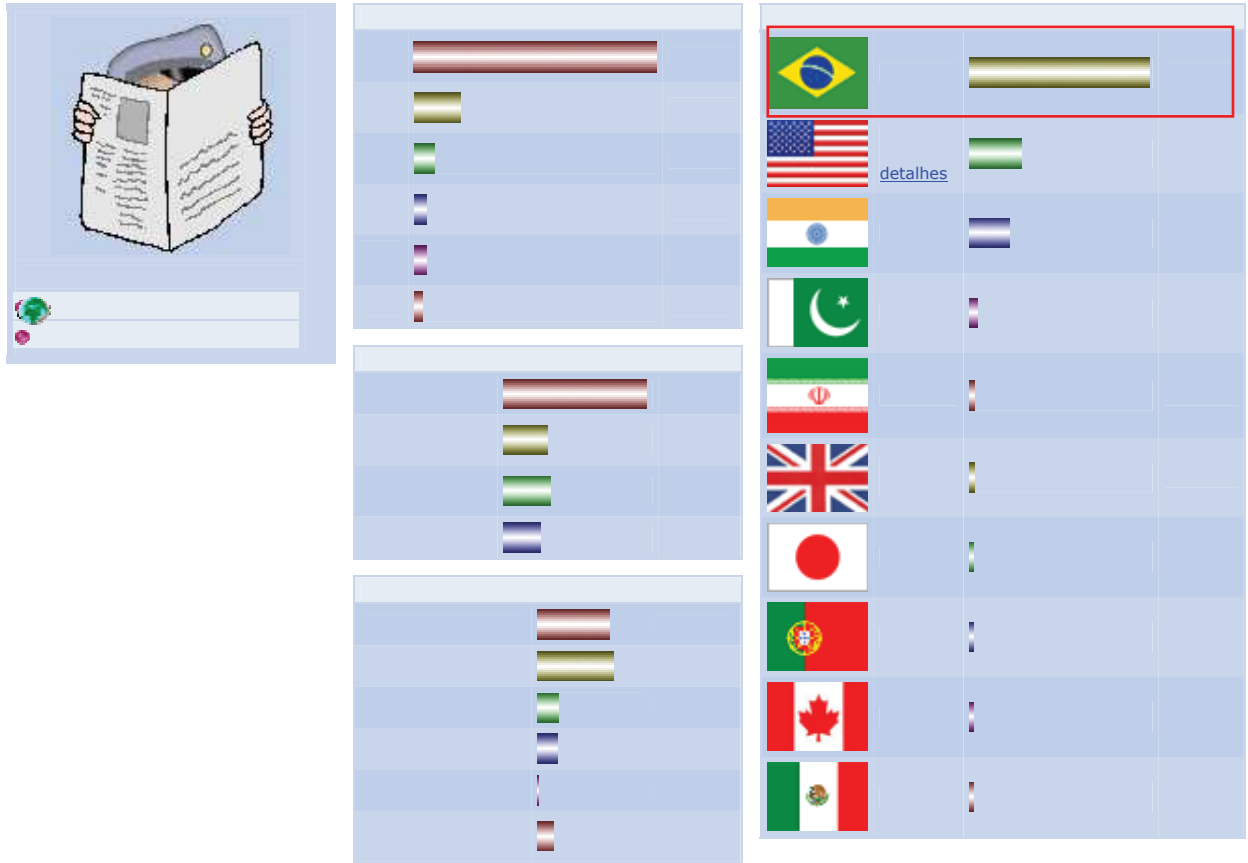


Figura 18: Área de dados demográficos do Orkut.

Como já dito anteriormente, além do grande número de usuários brasileiros no *Orkut*, há também várias comunidades intituladas brasileiras, locais formados por grupos interessados em discutir questões sobre o Brasil, e expor seus sentimentos pelo país. São justamente questões quanto ao sentimento nacionalista (por parte dos brasileiros) exibidas no *site* as que mais interessam nesta pesquisa, e que abordarei no capítulo seguinte.

<sup>78</sup> <http://www.orkut.com/MembersAll.aspx> Acesso em: 28 dez. 2006.

## 5 CAMINHOS METODOLÓGICOS PARA A PESQUISA

Como já comentado, alguns aspectos podem ter contribuído para que a tomada do *Orkut* pelos brasileiros tenha acontecido e, mais ainda, tenha sido realizada do modo como foi. Primeiro, é preciso ter em mente que a possibilidade de ultrapassar os estadunidenses e outras nacionalidades em número de usuários e “dominar” o *Orkut* constituiu um tipo de reação de disputa entre identidades culturais. Em segundo lugar, a superexposição em outras mídias, que comentaram o sucesso do *site* e a própria “tomada” pelos brasileiros, contribuiu para aumentar a demanda de curiosos para experimentar e participar do *Orkut*.

Mas o que motiva um povo, entendido como um grupo que compartilha uma dada identidade cultural, a marcar sua presença tão fortemente no *Orkut* (e em suas respectivas comunidades), ou seja, justamente em uma mídia potencialmente globalizada e globalizadora como a Internet, cujas características se diz favorecerem justamente a homogeneização das culturas?

Sabe-se que no *Orkut* existem várias comunidades, formadas por pessoas de diferentes nacionalidades além da brasileira, e que também foram criadas com o intuito de reunir e estampar outros povos, marcando suas diferenças e suas peculiaridades. Ao que parece, existe uma necessidade generalizada de “hastear” bandeiras virtuais regionais em pleno ambiente globalizado. Entretanto, a presença brasileira no *Orkut* é a mais acentuada em comparação a outros povos. Usuária desde 2004, observei uma grande quantidade de comunidades intituladas “brasileiras”, criadas com o intuito de exaltar as qualidades do Brasil, as vantagens de morar neste país, e ainda, expor discursos sobre o orgulho em ser brasileiro.

Essa estrondosa presença dos brasileiros no *Orkut*, somada à grande quantidade de comunidades intituladas brasileiras (que exaltam o amor ao Brasil), foram fatores que contribuíram para que surgisse em mim um desejo por respostas. Assim, surge meu problema de pesquisa: *Porque os brasileiros escolhem participar ativamente de um ambiente onde podem estar em contato com diversas culturas e se relacionar com diferentes pessoas, mas dentro dele escolhem participar de comunidades que potencializam justamente a reunião com outros brasileiros e cujo tema principal é a exaltação das qualidades do Brasil e de seu povo?*

Tendo em vista o que já foi discutido sobre globalização e identidades culturais, construí então a hipótese de que: as comunidades intituladas como brasileiras, servem como um exemplo de movimentos que prezam a identidade cultural e regional (no caso a nacional),



mas que por outro lado, se encontram em um ambiente de sistema globalizado e que pode contribuir para a homogeneização das culturas: a internet. Assim, no caso dos usuários brasileiros, estes utilizam dessa mídia global e “sem fronteiras”, justamente para reforçar o sentimento de “diferença” e sua própria identidade.

Ciente de que somente uma verificação empírica cuidadosa e sistemática poderia corroborar ou não essa hipótese, iniciei então uma nova etapa do trabalho de observação. Para isso, diante da grande quantidade e diversidade de comunidades do *Orkut*, lancei mão da tipologia de comunidades anteriormente apresentada. Um primeiro recorte para delimitar meu *corpus* consistiu em identificar, através de uma busca pela palavra-chave “Brasil”, comunidades que incluíram o nome do país em seus títulos. Como esperado, existiam muitas (o sistema indicava que haviam mais 1200). Dado que o *Orkut* apresenta resultados desse tipo de busca mostrando as comunidades em ordem decrescente conforme a quantidade de membros, optei por me deter naquelas que ocupam as primeiras posições, que são as mais populares. Em primeira posição, a busca pela palavra-chave identificou a comunidade “Brasil”<sup>1</sup>, com 960.097 membros, em segundo a comunidade “EU AMO O BRASIL”<sup>2</sup>, com 458.727 membros e em terceiro, a comunidade “*Counter-Strike* Brasil”<sup>3</sup>, com 314.489 membros.

A presença de uma comunidade dedicada a um jogo (*Counter-Strike*) entre as três mais populares com a palavra “Brasil” no título chamou minha atenção para a necessidade de diferenciar as comunidades que, através de seus nomes, indicavam tratar do meu tema – identidade nacional – mas apesar de conter a palavra-chave, apresentavam temas diversos, como por exemplo, jogos, religião, diversão, etc. Fiz então uma tabela contendo as comunidades que apareceram através da busca pela palavra-chave, destacando o tipo de assunto tratado em cada comunidade. Esta pesquisa foi realizada dia 11 de dezembro de 2006 e reuniu 30 páginas de resultados de busca (seguidas da ordem de busca – das comunidades maiores às menores). Cada página apresentava 12 comunidades, por isso o total de comunidades que constam na tabela deveria somar 360 comunidades. Entretanto, verificam-se apenas 354 comunidades, devido a repetições de comunidades apresentadas de uma página para outra. Os tipos de comunidades que percebi tratarem diretamente do tema que me interessa - identidade nacional, coloquei na categoria “Amor ao Brasil”. O resultado é a tabela a seguir, com 23 categorias:

---

<sup>1</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=4249> Acesso em: 11 dez.2006.

<sup>2</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=1027788> Acesso em: 11 dez. 2006.

<sup>3</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=34886> - Trata-se de um jogo virtual sobre guerra, famoso atualmente no mundo. Acesso em 11 dez. 2006.

CATEGORIAS	QT	NOMES DAS COMUNIDADES/Nº. DE MEMBROS
<u>Amor ao Brasil</u> Categoria 01	06	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <u>Brasil</u> - 960.097 membros</li> <li>2. <u>EU AMO O BRASIL</u> - 458.727 membros</li> <li>3. <u>Eu Amo o Brasil</u> - 92.374 membros</li> <li>4. <u>AMO meu país - Eu Amo o BRASIL</u> - 70.622 membros</li> <li>5. <u>Eu sou 100% Brasil!</u> - 33.752 membros</li> <li><u>EU AMO O BRASIL!!!!</u> - 18.882 membros</li> </ol>
<u>Sobre o Brasil</u> Categoria 02	13	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <u>Por um Brasil Inteligente</u> - 35.123 membros</li> <li>2. <u>Queremos ET's no Brasil</u> - 34.272 membros</li> <li>3. <u>Brasil não, eu sou Corinthians!</u> - 24.574 membros</li> <li>4. <u>A AMAZÔNIA É DO BRASIL!</u> - 11.561 membros</li> <li>5. <u>Na luta por um BRASIL DECENTE.</u> - 10.668 membros</li> <li>6. <u>Brasil pela Educação [&lt;o&gt;]</u> - 10.225 membros</li> <li>7. <u>Brasil - Que País É Este?</u> - 8.771 membros</li> <li>8. <u>O Brasil Conquistou o Espaço!!</u> - 7.457 membros</li> <li>9. <u>Orando pelo Brasil</u> - 7.187 membros</li> <li>10. <u>Brasil com Z é o caralho !!!</u> - 7.184 membros</li> <li>11. <u>O Brasil domina o Orkut</u> - 7.058 membros</li> <li>12. <u>O Brasil vai Virar Jamaica</u> - 6.645 membros</li> <li>13. <u>Já tive/tenho camisa do Brasil</u> - 6.595 membros</li> </ol>
<u>Desenhos animados/HQ</u> Categoria 03	14	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <u>Naruto Brasil, Datte Bayo!!!</u> - 66.735 membros</li> <li>2. <u>X-Men Brasil</u> - 55.560 membros</li> <li>3. <u>InuYasha Brasil</u> - 27.548 membros</li> <li>4. <u>Pokemon Brasil</u> - 23.642 membros</li> <li>5. <u>Clamp Brasil</u> - 14.777 membros</li> <li>6. <u>Hellsing Brasil</u> - 11.623 membros</li> <li>7. <u>Naruto Brasil</u> - 11.071 membros</li> <li>8. <u>Happy Tree Friends - BRASIL</u> - 11.014 membros</li> <li>9. <u>Rurouni Kenshin Brasil</u> - 10.942 membros</li> <li>10. <u>Inuyasha Brasil</u> - 8.609 membros</li> <li>11. <u>Kurama Youko lovers Brasil</u> - 8.009 membros</li> <li>12. <u>Kingdom Hearts Brasil</u> - 6.955 membros</li> <li>13. <u>TINTIN BRASIL</u> - 6.578 membros</li> <li>14. <u>Peanuts Brasil</u> - 6.510 membros</li> </ol>
<u>Jogos</u> Categoria 04	22	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <u>Counter-Strike Brasil</u> - 314.489 membros</li> <li>2. <u>The Sims Brasil</u> - 92.106 membros</li> <li>3. <u>Need for Speed - Brasil</u> - 68.428 membros</li> <li>4. <u>Brasil Ragnarök Online</u> - 54.809 membros</li> <li>5. <u>GTA Vice City BRASIL</u> - 43.801 membros</li> <li>6. <u>Street Fighter Brasil</u> - 40.050 membros</li> <li>7. <u>Final Fantasy VII Brasil</u> - 16.743 membros</li> <li>8. <u>Dungeons and Dragons BRASIL</u> - 15.179 membros</li> <li>9. <u>Gbound , Gb brasil , gunbound</u> - 14.913 membros</li> <li>10. <u>Dota Allstars - Brasil</u> - 14.392 membros</li> <li>11. <u>The Duel - Gunz Online Brasil</u> - 12.108 membros</li> <li>12. <u>World of Warcraft - Brasil</u> - 12.033 membros</li> <li>13. <u>Grand Chase Brasil</u> - 11.428 membros</li> <li>14. <u>Magic The Gathering Brasil</u> - 11.081 membros</li> <li>15. <u>Quadribol Brasil</u> - 10.661 membros</li> <li>16. <u>Prince Of Persia Brasil</u> - 9.046 membros</li> <li>17. <u>NFS - Underground / Brasil</u> - 8.294 membros</li> <li>18. <u>Age of Empires 3 - Brasil</u> - 8.110 membros</li> <li>19. <u>Gran Turismo - Brasil</u> - 7.858 membros</li> <li>20. <u>pbRO - Private Brasil Ragnarok</u> - 7.542 membros</li> </ol>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>21. <a href="#">Age of Mythology - BRASIL</a> - 6.970 membros</li> <li>22. <a href="#">Worms Brasil</a> - 6.781 membros</li> </ul>
<u>Esportes/Clubes esportivos</u> Categoria 05	29	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="#">FLarkut CAMPEÃO COPA DO BRASIL</a> - 104.505 membros</li> <li>2. <a href="#">Brasil, sede da Copa em 2014</a> - 84.436 membros</li> <li>3. <a href="#">Basquete Brasil</a> - 45.846 membros</li> <li>4. <a href="#">NBA Brasil</a> - 30.092 membros</li> <li>5. <a href="#">Brasil x Argentina o CLÁSSICO</a> - 29.587 membros</li> <li>6. <a href="#">Poker Brasil</a> - 27.921 membros</li> <li>7. <a href="#">Hexa Brasil! Agora só em 2010</a> - 26.371 membros</li> <li>8. <a href="#">Streetball Brasil</a> - 24.905 membros</li> <li>9. <a href="#">Le Parkour Brasil</a> - 22.176 membros</li> <li>10. <a href="#">Taekwondo Brasil</a> - 18.055 membros</li> <li>11. <a href="#">COPA 2010!DÁ-LHE BRASIL!</a> - 16.371 membros</li> <li>12. <a href="#">Só o Brasil é penta!</a> - 15.189 membros</li> <li>13. <a href="#">Mergulho no Brasil</a> - 14.616 membros</li> <li>14. <a href="#">Stock Car Brasil</a> - 14.290 membros</li> <li>15. <a href="#">Inter de Milão Brasil</a> - 12.675 membros</li> <li>16. <a href="#">Maradona c/a camisa do Brasil®</a> - 12.048 membros</li> <li>17. <a href="#">A.C Milan-Brasil</a> - 13.557 membros</li> <li>18. <a href="#">Copa do Mundo Brasil 2014</a> - 10.644 membros</li> <li>19. <a href="#">Santos - Maior clube do Brasil</a> - 9.685 membros</li> <li>20. <a href="#">Bodyboard Brasil</a> - 9.226 membros</li> <li>21. <a href="#">Galvão Grita Brasil é Hexa!!</a> - 8.420 membros</li> <li>22. <a href="#">Organizadas Brasil</a> - 7.281 membros</li> <li>23. <a href="#">Snowboard Brasil</a> - 7.191 membros</li> <li>24. <a href="#">É O MELHOR GOLEIRO DO BRASIL !</a> - 7.050 membros</li> <li>25. <a href="#">CRB - Clube de Regatas Brasil</a> - 7.157 membros</li> <li>26. <a href="#">And1 Brasil</a> - 7.036 membros</li> <li>27. <a href="#">Para-quedismo Brasil</a> - 6.665 membros</li> <li>28. <a href="#">Grêmio 1º do ranking do Brasil</a> - 6.586 membros</li> <li>29. <a href="#">Aikido Brasil</a> - 6.537 membros</li> </ul>
<u>Música/Cantores/Bandas</u> Categoria 06	104	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="#">Linkin Park - Brasil</a> - 170.780 membros</li> <li>2. <a href="#">U2 Brasil</a> - 157.630 membros</li> <li>3. <a href="#">Black Eyed Peas Brasil</a> - 155.913 membros</li> <li>4. <a href="#">Blink-182 Brasil</a> - 129.554 membros</li> <li>5. <a href="#">Psy Brasil</a> - 90.779 membros</li> <li>6. <a href="#">Coldplay Brasil</a> - 87.216 membros</li> <li>7. <a href="#">Eminem Brasil</a> - 80.851 membros</li> <li>8. <a href="#">Led Zeppelin Brasil</a> - 64.221 membros</li> <li>9. <a href="#">Ramones Brasil</a> - 58.395 membros</li> <li>10. <a href="#">Madonna - Fãs do Brasil</a> - 56.520 membros</li> <li>11. <a href="#">Dream Theater Brasil - DTBR</a> - 47.832 membros</li> <li>12. <a href="#">Heavy Metal Brasil</a> - 46.692 membros</li> <li>13. <a href="#">Fall Out Boy Brasil</a> - 45.711 membros</li> <li>14. <a href="#">KoRn Brasil</a> - 42.865 membros</li> <li>15. <a href="#">JA RULE - BRASIL</a> - 37.290 membros</li> <li>16. <a href="#">The Offspring Brasil</a> - 37.179 membros</li> <li>17. <a href="#">RAMMSTEIN BRASIL</a> - 36.997 membros</li> <li>18. <a href="#">RBD BRASIL</a> - 36.423 membros</li> <li>19. <a href="#">- CD Celestial - Versão Brasil</a> - 35.497 membros</li> <li>20. <a href="#">Papa Roach (Brasil)</a> - 25.444 membros</li> <li>21. <a href="#">HardCore Brasil</a> - 24.749 membros</li> <li>22. <a href="#">The Cranberries - Brasil</a> - 23.865 membros</li> <li>23. <a href="#">Astrix - Brasil</a> - 23.319 membros</li> <li>24. <a href="#">Baixo Brasil</a> - 23.160 membros</li> <li>25. <a href="#">Rush Brasil</a> - 22.950 membros</li> </ul>

	<p>26. <a href="#">t. A. T. u. Brasil</a> - 22.862 membros</p> <p>27. <a href="#">Kelly Clarkson - Brasil</a> - 22.858 membros</p> <p>28. <a href="#">Joss Stone Brasil</a> - 22.762 membros</p> <p>29. <a href="#">Cradle Of Filth Brasil</a> - 22.419 membros</p> <p>30. <a href="#">John Lennon Brasil</a> - 21.659 membros</p> <p>31. <a href="#">The Cure Brasil</a> - 21.608 membros</p> <p>32. <a href="#">Rolling Stones - Brasil</a> - 19.655 membros</p> <p>33. <a href="#">Bruce Dickinson Brasil</a> - 19.048 membros</p> <p>34. <a href="#">Jazz Brasil</a> - 18.744 membros</p> <p>35. <a href="#">Yellowcard Brasil</a> - 18.722 membros</p> <p>36. <a href="#">Black Metal Brasil</a> - 18.343 membros</p> <p>37. <a href="#">Bandas Independentes do Brasil</a> - 18.269 membros</p> <p>38. <a href="#">After Forever Brasil</a> - 18.142 membros</p> <p>39. <a href="#">Eu Quero Evanescence No Brasil</a> - 17.654 membros</p> <p>40. <a href="#">Rock Brasil 80</a> - 17.465 membros</p> <p>41. <a href="#">Maroon 5 Brasil</a> - 16.930 membros</p> <p>42. <a href="#">Queens of the Stone Age Brasil</a> - 16.704 membros</p> <p>43. <a href="#">Alice In Chains - Brasil</a> - 16.717 membros</p> <p>44. <a href="#">U2 Brasil - Eu Fui/Eu Vi Na TV</a> - 15.762 membros</p> <p>45. <a href="#">Roots Reggae Brasil</a> - 15.640 membros</p> <p>46. <a href="#">Rhapsody Of Fire Brasil</a> - 15.125 membros</p> <p>47. <a href="#">Silverchair Brasil</a> - 15.021 membros</p> <p>48. <a href="#">Good Charlotte - Brasil</a> - 14.282 membros</p> <p>49. <a href="#">Steve Vai Brasil</a> - 14.108 membros</p> <p>50. <a href="#">OFICINA G3 FÂS - BRASIL ®</a> - 14.097 membros</p> <p>51. <a href="#">Drum &amp; Bass - Brasil</a> - 13.991 membros</p> <p>52. <a href="#">R.E.M. Brasil</a> - 13.615 membros</p> <p>53. <a href="#">Anahi Brasil {♥}</a> - 13.517 membros</p> <p>54. <a href="#">The Rasmus Brasil</a> - 13.086 membros</p> <p>55. <a href="#">VELVET REVOLVER BRASIL</a> - 13.033 membros</p> <p>56. <a href="#">Pennywise - Brasil</a> - 12.671 membros</p> <p>57. <a href="#">Evanescence - Brasil</a> - 12.556 membros</p> <p>58. <a href="#">DANIELA MERCURY - BRASIL</a> - 12.482 membros</p> <p>59. <a href="#">Ben Harper - Brasil</a> - 12.385 membros</p> <p>60. <a href="#">Skid Row Brasil</a> - 12.285 membros</p> <p>61. <a href="#">Ashley Tisdale - Brasil</a> - 12.076 membros</p> <p>62. <a href="#">Evanescence Brasil</a> - 11.903 membros</p> <p>63. <a href="#">John Mayer - Brasil</a> - 11.809 membros</p> <p>64. <a href="#">Three Days Grace Brasil</a> - 11.563 membros</p> <p>65. <a href="#">Dj Marlboro FUNK BRASIL</a> - 11.504 membros</p> <p>66. <a href="#">Elisha Cuthbert Brasil</a> - 11.397 membros</p> <p>67. <a href="#">Bad Religion-Brasil</a> - 11.369 membros</p> <p>68. <a href="#">Whitney Houston Brasil</a> - 11.035 membros</p> <p>69. <a href="#">Piano, Teclado e Órgão BRASIL</a> - 10.990 membros</p> <p>70. <a href="#">Queremos + SP no Brasil!</a> - 10.952 membros</p> <p>71. <a href="#">LU Brasil</a> - 10.939 membros</p> <p>72. <a href="#">New Order Brasil</a> - 10.845 membros</p> <p>73. <a href="#">Campanha Abril no Brasil d nvo</a> - 10.806 membros</p> <p>74. <a href="#">Weezer Brasil</a> - 10.406 membros</p> <p>75. <a href="#">Marilyn Manson - Brasil</a> - 10.370 membros</p> <p>76. <a href="#">Por Amor de ti, oh Brasil</a> - 10.313 membros</p> <p>77. <a href="#">Motorhead Brasil</a> - 10.003 membros</p> <p>78. <a href="#">Tears For Fears Brasil</a> - 9.962 membros</p> <p>79. <a href="#">AC/DC Brasil</a> - 9.333 membros</p> <p>80. <a href="#">System Of A Down - Brasil</a> - 9.271 membros</p> <p>81. <a href="#">Death Metal (Brasil)</a> - 8.929 membros</p> <p>82. <a href="#">Pink Floyd Brasil !</a> - 8.533 membros</p> <p>83. <a href="#">Arctic Monkeys Brasil</a> - 8.439 membros</p> <p>84. <a href="#">Joy Division Brasil</a> - 8.441 membros</p>
--	--

		85. <a href="#">L'arc-en-ciel ]Brasil[</a> - 8.439 membros 86. <a href="#">Armandinho conkistando Brasil!</a> - 8.418 membros 87. <a href="#">Faith No More - Brasil</a> - 8.271 membros 88. <a href="#">Guitar Hero Brasil</a> - 8.165 membros 89. <a href="#">Thrash Metal Brasil</a> - 8.043 membros 90. <a href="#">Ten Years After Brasil</a> - 7.999 membros 91. <a href="#">Damien Rice Brasil</a> - 7.610 membros 92. <a href="#">Green Day Brasil - Jogos</a> - 7.613 membros 93. <a href="#">Kaiser Chiefs Brasil</a> - 7.366 membros 94. <a href="#">Punk Rock/HardCore/Riot-BRASIL</a> - 7.364 membros 95. <a href="#">James Hetfield - Brasil!</a> - 7.258 membros 96. <a href="#">Loreena Mckennitt Brasil</a> - 7.259 membros 97. <a href="#">Stevie Ray Vaughan - BRASIL</a> - 7.204 membros 98. <a href="#">DJs Brasil</a> - 7.060 membros 99. <a href="#">Maroon 5 - Brasil - Original</a> - 6.768 membros 100. <a href="#">R&amp;B Brasil ( Black Music )</a> - 6.665 membros 101. <a href="#">Muse Brasil</a> - 6.584 membros 102. <a href="#">Queremos AEROSMITH no Brasil!</a> - 6.506 membros 103. <a href="#">NO DOUBT Brasil</a> - 6.448 membros 104. <a href="#">The Police Brasil</a> - 6.374 membros
<a href="#">Bebidas/Alimentação/Bares</a> Categoria 07	05	1. <a href="#">Outback Steak House - Brasil</a> - 47.106 membros 2. <a href="#">Pizza Hut Brasil</a> - 46.380 membros 3. <a href="#">Chefs do Brasil (receitas)</a> - 43.987 membros 4. <a href="#">Bohemia, 1º cerveja do Brasil!</a> - 19.046 membros 5. <a href="#">Expresso Brasil</a> - 8.616 membros
<a href="#">Datas/nomes/sobrenomes</a> Categoria 08	06	1. <a href="#">1985 Brasil</a> - 42.668 membros 2. <a href="#">FAMILIA RIBEIRO NO BRASIL</a> - 15.723 membros 3. <a href="#">MARQUES no Brasil</a> - 10.827 membros 4. <a href="#">Aline's do Brasil</a> - 7.757 membros 5. <a href="#">Familia AMORIM no BRASIL</a> - 6.863 membros 6. <a href="#">Brunos e Brunas do Brasil</a> - 6.648 membros
<a href="#">Estética/Gostos/Estilos de Vida</a> Categoria 09	08	1. <a href="#">Tattoo Brazil. Tatuagem Brasil</a> - 16.624 membros 2. <a href="#">Tatuagem - Brasil</a> - 9.913 membros 3. <a href="#">Dreadlocks Brasil</a> - 7.791 membros 4. <a href="#">Garotas do Brasil</a> - 15.984 membros 5. <a href="#">☺ Uh BrAsiL é dax MoReNas~☺</a> - 7.342 membros 6. <a href="#">Vampiro: a Máscara Brasil</a> - 33.756 membros 7. <a href="#">Góticos no Brasil</a> - 17.063 membros 8. <a href="#">Sexo Anal Brasil</a> - 12.791 membros
<a href="#">Outros Países</a> Categoria 10	03	1. <a href="#">Australia - Brasil</a> - 18.809 membros 2. <a href="#">Itália Brasil</a> - 13.066 membros 3. <a href="#">Japão Brasil Friends</a> - 12.922 membros
<a href="#">Profissões/graduações/Instituições</a> Categoria 11	13	1. <a href="#">Design Brasil</a> - 31.377 membros 2. <a href="#">Programação/Computação Brasil</a> - 28.787 membros 3. <a href="#">Marketing no Brasil - Mkt@Br</a> - 21.070 membros 4. <a href="#">Universitários do Brasil</a> - 20.707 membros 5. <a href="#">Letras do Brasil</a> - 19.360 membros 6. <a href="#">Moda Brasil</a> - 18.791 membros 7. <a href="#">Ciências Contábeis - Brasil</a> - 11.094 membros 8. <a href="#">Modelos/Promotores - Brasil</a> - 8.936 membros 9. <a href="#">CFC - Contabilidade Brasil</a> - 8.917 membros 10. <a href="#">Engenharia de Produção -BRASIL</a> - 8.727 membros 11. <a href="#">Computacao Grafica - Brasil</a> - 7.569 membros 12. <a href="#">ADG Brasil</a> - 7.520 membros

		13. <u>Polícia Federal do Brasil</u> - 6.758 membros
<u>Dança/Musicais/Teatro</u> Categoria 12	05	1. <u>Street Dances - Brasil</u> - 19.307 membros 2. <u>High School Musical Brasil!!!</u> - 13.860 membros 3. <u>Ballet Brasil</u> - 11.605 membros 4. <u>Dança do Ventre no Brasil</u> - 8.710 membros 5. <u>Discutindo Teatro no Brasil</u> - 6.715 membros
<u>Revistas/Livros</u> Categoria 13	03	1. <u>Playboy Brasil</u> - 37.439 membros 2. <u>Harry Potter Brasil</u> - 6.955 membros 3. <u>Revista RAÇA Brasil</u> - 6.721 membros
<u>Turismo/Cidades/Regiões</u> Categoria 14	06	1. <u>Ilha Grande - Brasil</u> - 37.512 membros 2. <u>Itu, São Paulo, Brasil</u> - 11.123 membros 3. <u>MACHU PICCHU BRASIL</u> - 9.095 membros 4. <u>PARANA É BRASIL</u> - 7.858 membros 5. <u>Mochileiros &amp; Mochila Brasil</u> - 6.736 membros 6. <u>TRILHANDO OS PARQUES DO BRASIL</u> - 6.434 membros
<u>Softwares/digital/Tecnologia</u> Categoria 15	20	1. <u>PS3 Brasil</u> - 33.455 membros 2. <u>Corel Draw Brasil</u> - 27.755 membros 3. <u>Fotografia Digital Brasil</u> - 27.553 membros 4. <u>PlayStation 3 Brasil</u> - 19.249 membros 5. <u>AutoCAD Brasil</u> - 18.553 membros 6. <u>PHP Brasil</u> - 15.644 membros 7. <u>Hardware Brasil</u> - 11.138 membros 8. <u>Wireless Brasil</u> - 10.505 membros 9. <u>Java Brasil</u> - 10.273 membros 10. <u>Projeto Software Livre Brasil</u> - 8.973 membros 11. <u>Nanotecnologia Brasil</u> - 8.941 membros 12. <u>PSP BRASIL</u> - 8.864 membros 13. <u>C/C++ Brasil</u> - 8.301 membros 14. <u>Visual Basic Brasil</u> - 8.041 membros 15. <u>Brasil Webcam</u> - 7.960 membros 16. <u>BitTorrent Brasil</u> - 7.921 membros 17. <u>SQL Brasil</u> - 7.194 membros 18. <u>Redes - Brasil</u> - 6.975 membros 19. <u>SoulSeek - Brasil</u> - 6.648 membros 20. <u>Slackware Brasil</u> - 6.427 membros
<u>Religiões/Misticismo</u> Categoria 16	06	1. <u>O Brasil é do Senhor JESUS</u> - 44.411 membros 2. <u>CONGREGAÇÃO CRISTÃ NO BRASIL</u> - 19.079 membros 3. <u>Assembleia de Deus do Brasil</u> - 17.249 membros 4. <u>Wicca no Brasil</u> - 9.299 membros 5. <u>Jovens Batistas do Brasil!</u> - 8.614 membros 6. <u>G12 Brasil</u> - 8.246 membros
<u>Marcas/comercial/empresas/produtos</u> Categoria 17	12	1. <u>Diesel Brasil</u> - 64.836 membros 2. <u>Element Brasil</u> - 27.027 membros 3. <u>Brasil Sul faz milagre</u> - 26.580 membros 4. <u>Oakley do Brasil</u> - 18.217 membros 5. <u>GOOGLE TALK ORKUT GMAIL BRASIL</u> - 12.364 membros 6. <u>"G-Unit" Brasil</u> - 10.460 membros 7. <u>Mercado Livre - Brasil</u> - 10.063 membros 8. <u>Brasil Telecom GSM (BrT GSM)</u> - 8.283 membros 9. <u>BMW'S FANS DO BRASIL</u> - 8.188 membros 10. <u>Rockstar Games Brasil</u> - 7.693 membros

		<ul style="list-style-type: none"> <li>11. <a href="#">Motorola E398 [Brasil]</a> - 7.370 membros</li> <li>12. <a href="#">HUGO BOSS - Brasil</a> - 6.364 membros</li> </ul>
<u>Personalidades/Personagens</u> Categoria 18	34	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="#">Angelina Jolie Brasil</a> - 83.282 membros</li> <li>2. <a href="#">Hilary Duff - Brasil</a> - 64.112 membros</li> <li>3. <a href="#">Bart Simpson Brasil</a> - 54.899 membros</li> <li>4. <a href="#">Will Smith Brasil</a> - 49.903 membros</li> <li>5. <a href="#">Adam Sandler Brasil</a> - 33.202 membros</li> <li>6. <a href="#">Hermione Granger Brasil</a> - 30.303 membros</li> <li>7. <a href="#">Shakespeare Brasil</a> - 27.308 membros</li> <li>8. <a href="#">Agatha Christie Brasil</a> - 25.546 membros</li> <li>9. <a href="#">Albert Einstein - Brasil</a> - 23.945 membros</li> <li>10. <a href="#">Michael Moore Brasil</a> - 23.490 membros</li> <li>11. <a href="#">Maria Sharapova Brasil</a> - 22.936 membros</li> <li>12. <a href="#">Paris Hilton Brasil</a> - 20.230 membros</li> <li>13. <a href="#">Felipe Massa do BRASIL!!!</a> - 19.065 membros</li> <li>14. <a href="#">Sidney Sheldon Brasil</a> - 18.832 membros</li> <li>15. <a href="#">Andriy Shevchenko (Brasil)</a> - 18.139 membros</li> <li>16. <a href="#">Michael Ballack 13 Brasil</a> - 17.319 membros</li> <li>17. <a href="#">Tolkien Brasil</a> - 16.048 membros</li> <li>18. <a href="#">Gêmeas Olsen Brasil</a> - 15.409 membros</li> <li>19. <a href="#">Julia Roberts Brasil</a> - 14.680 membros</li> <li>20. <a href="#">Shane West Brasil Oficial ®</a> - 14.460 membros</li> <li>21. <a href="#">Edgar Allan Poe (Brasil)</a> - 13.635 membros</li> <li>22. <a href="#">Sartre (BraSil)</a> - 10.623 membros</li> <li>23. <a href="#">seu madrugada(f)crague do brasil</a> - 10.386 membros</li> <li>24. <a href="#">Deborah Secco Brasil</a> - 9.098 membros</li> <li>25. <a href="#">Nicolas Cage Brasil</a> - 8.771 membros</li> <li>26. <a href="#">Tom Hanks Brasil</a> - 8.461 membros</li> <li>27. <a href="#">Silvia Saint Brasil</a> - 8.461 membros</li> <li>28. <a href="#">Ayrton Senna do Brasil</a> - 8.327 membros</li> <li>29. <a href="#">Che Guevara Brasil</a> - 7.819 membros</li> <li>30. <a href="#">Johnny Bravo - Brasil</a> - 7.055 membros</li> <li>31. <a href="#">Stephen Hawking [Brasil]</a> - 6.917 membros</li> <li>32. <a href="#">Jared Padalecki - Brasil</a> - 6.641 membros</li> <li>33. <a href="#">Al Pacino Brasil</a> - 6.509 membros</li> <li>34. <a href="#">Liv Tyler Brasil</a> - 6.392 membros</li> </ul>
<u>Carros/aviões/motos</u> Categoria 19	06	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="#">Golf tuning - Brasil</a> - 25.313 membros</li> <li>2. <a href="#">Hot Rods - Brasil</a> - 24.629 membros</li> <li>3. <a href="#">Turbos e Aspirados Brasil</a> - 18.693 membros</li> <li>4. <a href="#">Skyline Brasil</a> - 17.749 membros</li> <li>5. <a href="#">Aviação - Brasil</a> - 12.573 membros</li> <li>6. <a href="#">Pimp My Ride - Brasil</a> - 8.146 membros</li> </ul>
<u>Programas e séries de TV</u> <u>/Redes de Televisão/Cinema</u> Categoria 20	28	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="#">Lost Brasil</a> - 199.928 membros</li> <li>2. <a href="#">MATRIX - Brasil</a> - 52.874 membros</li> <li>3. <a href="#">Dirty Dancing Brasil</a> - 44.078 membros</li> <li>4. <a href="#">CSI Brasil</a> - 40.621 membros</li> <li>5. <a href="#">Moulin Rouge Brasil</a> - 25.609 membros</li> <li>6. <a href="#">South Park Brasil</a> - 21.395 membros</li> <li>7. <a href="#">Seinfeld Brasil</a> - 17.533 membros</li> <li>8. <a href="#">Batman Begins Brasil®</a> - 17.044 membros</li> <li>9. <a href="#">MTV Brasil</a> - 16.967 membros</li> <li>10. <a href="#">Sex and the City Brasil</a> - 15.454 membros</li> <li>11. <a href="#">Prison Break - BRASIL</a> - 14.905 membros</li> <li>12. <a href="#">Cartoon Network - Brasil</a> - 14.221 membros</li> <li>13. <a href="#">ESPN Brasil</a> - 14.216 membros</li> <li>14. <a href="#">BBB - Big Brother Brasil</a> - 12.864 membros</li> <li>15. <a href="#">Dawson's Creek Brasil</a> - 12.131 membros</li> </ul>

		16. <u>MTV Hits Brasil</u> - 10.772 membros 17. <u>Eu assisto Big Brother Brasil</u> - 10.244 membros 18. <u>Big Brother Brasil 7 - BBB 7</u> - 9.944 membros 19. <u>Monk - Brasil</u> - 9.373 membros 20. <u>Como fazer cinema no Brasil?</u> - 9.055 membros 21. <u>Titanic - Brasil</u> - 8.241 membros 22. <u>Heroes Brasil</u> - 8.166 membros 23. <u>Animal Planet - BRASIL</u> - 7.798 membros 24. <u>THE L WORD - BRASIL</u> - 7.746 membros 25. <u>FÃS DO CHAVES *BRASIL*</u> - 7.662 membros 26. <u>EU ODEIO A MTV BRASIL!!!</u> - 7.307 membros 27. <u>CSI MIAMI - Brasil</u> - 6.762 membros 28. <u>That 70's show Brasil</u> - 6.683 membros
<u>Festas/Eventos/Diversão</u> Categoria 21	07	1. <u>Baladas Brasil</u> - 13.401 membros 2. <u>Evolution - Playcenter *Brasil</u> - 12.300 membros 3. <u>Waimea - Playcenter *Brasil</u> - 10.620 membros 4. <u>Rave Brasil</u> - 8.398 membros 5. <u>Axe Brasil - Belo Horizonte</u> - 7.960 membros 6. <u>PAGODART da Bahia e do Brasil</u> - 6.937 membros 7. <u>Eu fui no Axé Brasil 2006 !!!</u> - 6.790 membros
<u>Animais</u> Categoria 22	02	1. <u>Rottweilers Brasil</u> - 11.953 membros 2. <u>Gato Siamês - Brasil</u> - 10.488 membros
<u>Outros</u> Categoria 23	02	1. <u>Greenpeace - Brasil</u> - 73.971 membros 2. <u>Eu amo minha mae(Brasil)</u> - 63.688 membros
TOTAL DE COMUNIDADES	354	

**Tabela 2:** Palavra-chave “Brasil”

Diante desse quadro é possível ter certeza que a categoria “Amor ao Brasil” continha comunidades com cunho nacionalista. No entanto, abordar todas as cinco comunidades aí enquadradas implicaria numa quantidade grande demais de informações a serem analisadas. Foi preciso então escolher apenas uma delas como objeto para o estudo de caso. Assim, parti para um segundo recorte: identificar qual a comunidade que apresentava melhor perfil para o meu trabalho, levando em conta a data de criação da comunidade, o número de membros “associados”, a frequência de tópicos postados, entre outros elementos.

Após abrir a página de entrada de cada comunidade da categoria “Amor Ao Brasil” e observá-las, escolhi fazer meu estudo de caso sobre a comunidade “Brasil”<sup>4</sup>. Esta escolha ocorreu pelos seguintes fatores: por ser a comunidade mais antiga (criada em 30 de janeiro de 2004) de todas as comunidades apresentadas na primeira categoria da tabela (Amor ao Brasil); por possuir um elevado número de membros (960.097); e por gerar um alto índice de tópicos postados a cada dia, ou seja, por ser uma comunidade que apresenta um conteúdo

<sup>4</sup> <http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=4249>



significativo de informações e um ritmo bastante dinâmico de atualizações. A figura abaixo mostra a página inicial da comunidade Brasil em 11 de dezembro de 2006.

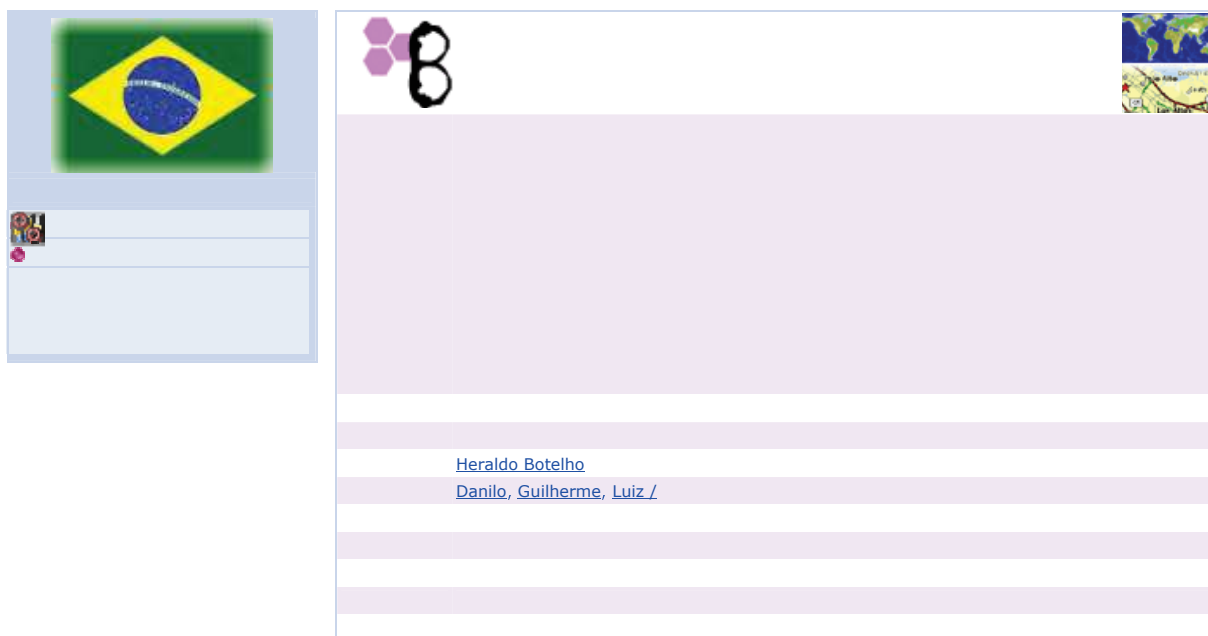


Figura 19: Página inicial da comunidade “Brasil”

Escolhida a comunidade “Brasil” para um estudo de caso, meus objetivos de pesquisa ficaram ainda mais claros. Para verificar ou não minha hipótese, assumo como objetivo geral verificar se o movimento paradoxo entre localismo x globalização pode ser detectado na comunidade escolhida. Meus objetivos específicos se concentram na: 1) descrição das características das mensagens trocadas na comunidade Brasil, bem como 2) identificar e observar se as manifestações dos usuários brasileiros na comunidade têm de fato cunho nacionalista e 3) analisar e articular essas manifestações (comentários) à luz das colocações teóricas.

No entanto, justamente pelo fato desta comunidade possuir um alto fluxo de informações diárias (geradas por um grande número de membros, 960.097), foi preciso fazer outro recorte no *corpus* de pesquisa: um recorte temporal que limitasse a quantidade de mensagens a serem analisadas. Optei então, por capturar informações sobre a época da “tomada” do *Orkut* pelos brasileiros, no período de junho a julho de 2004, pois naquele momento o sentimento patriótico estava entrelaçado com a possibilidade de dominar o território “orkutiano”, porém isso não foi possível devido à indisponibilidade dos dados da época na rede.

Pensei que seria possível observar um segundo momento na história do *Orkut*: quando os brasileiros já haviam ultrapassado as outras nacionalidades em número de membros no *site*.

Neste caso eu poderia analisar o comportamento dos usuários brasileiros quando sabiam de sua superioridade numérica no *site*. Este período, a partir de julho de 2004, também detectaria outro momento importante, que, além de mostrar o comportamento eufórico de muitos brasileiros pelo fato de terem “dominado o *Orkut*”, ainda abrangia a época de sete de setembro. No entanto, esses dados também não estavam mais disponíveis – num momento inicial da pesquisa eu havia chegado a lidar com eles, e gravara algumas mensagens, mas não de modo completo e sistemático. Sendo assim, não poderia usar o material que eu tinha gravado para a análise, pois seria uma amostragem muito tendenciosa, marcada por cortes e supressões que eu havia feito sem método.

Para o processo metodológico acontecer de forma correta, teria que capturar dados diários de um espaço temporal corrido. Quando percebi isso, já estava numa fase mais adiantada do trabalho, e os dados disponíveis na rede datavam de no máximo 08 de novembro de 2004. Então defini a seguinte estratégia: capturar dois meses de tópicos corridos sobre assuntos debatidos entre os membros da comunidade, durante o período de 08 de novembro de 2004 a 08 de janeiro de 2005, com o cuidado de verificar se neste intervalo ainda eram encontradas mensagens cujo conteúdo tratasse das manifestações de amor dos brasileiros por seu país. Visto que essa essência ainda se encontrava presente nas mensagens da época, prossegui o trabalho, criando uma tabela para categorizar todos os assuntos abordados nos tópicos da comunidade durante os dois meses em pauta, ou seja, construí uma tabela temática por tópicos da comunidade Brasil nos meses do intervalo escolhido para análise.

Na tabela (que pode ser vista abaixo), separarei os tópicos por assuntos em diferentes categorias. Eles também foram separados (em colunas) pelos meses em que foram criados, sendo que abaixo de cada um consta a data da última mensagem nele postada. Também foi criada uma coluna onde é identificado o número total de mensagens (*posts*) referentes a cada tópico, e outra coluna que indica o total de tópicos por categoria. Além dessas, existem outras duas colunas; uma delas contém a variação de mensagens (*posts*), ou seja, o número mínimo e máximo de mensagem por categoria; e a outra, contém a frequência (média) de mensagens por categoria (calculada pelo número total de mensagens dividido pelo número total de tópicos). Estes dados foram recolhidos dia 11 de dezembro de 2006, totalizando cerca de 1050 tópicos<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Todos os títulos de tópicos e os textos das mensagens das comunidades (já vistos até aqui e os que ainda estão localizados nas páginas seguintes) foram conservados com as palavras originais criados pelos usuários, inclusive com eventuais erros ortográficos produzidos pelos mesmos.

01. Nacionalista/ Amor pelo Brasil	<u>o Estado aonde vive!</u> 09/11/2004	04	<u>É Brasil neh?-</u> 03/12/2004	03	<u>Alguem aqui tem orgulho de ser brasileiro?</u> 05/01/2005	34	33	01-34	8,39
	<u>Brasil o melhor</u> 09/11/2004	01	<u>Patriotimis- mo! - 1</u> 07/12/2004	09	<u>Eu Sou Brasileiro e ñ Desisto</u> 05/01/2005	21			
	<u>Amor pelo Brasil e Cidadania</u> 10/11/2004	11	<u>Valorizaçã o da Cultura Brasileira</u> 09/12/2004	23					
	<u>Quem ama o Brasil ?</u> 10/11/2004	06	<u>AMO MEU PAIS DO JEITO Q ELE EH</u> 10/12/2004	08					
	<u>Quem ama nosso País ?</u> 12/11/2004	01	<u>o orgulho brasileiro</u> 10/12/2004	10					
	<u>Declame vc tambem o seu amor ao Brasil</u> 12/11/2004	01	<u>Orgulho de ser Brasileiro !!</u> 11/12/2004	01					
	<u>fui pra Europa e prefiro o Brasil</u> 12/11/2004	10	<u>Sou brasileira e não desisto nunca!!!!</u> 14/12/2004	14					
	<u>Verde e Amarela ve m Brasil Lutar por ela!</u> 12/11/2004	03	<u>O problema é falta de patriotismo ???</u> 15/12/2004	04					
	<u>Brasileira convicta</u> 13/11/2004	01	<u>I love Brasil !</u> 16/12/2004	08					
	<u>eu amo meu País-</u> 13/11/2004	04	<u>Bandeira</u> 19/12/2004	18					
	<u>Nacionalis- mo</u> 13/11/2004	01	<u>o melhor do brasil eh o brasileiro</u> 24/12/2004	01					
	<u>Nacionalis- mo</u> 14/11/2004	08	<u>sobre a cultura brasileira</u> 25/12/2004	01					
	<u>EU AMO O BRASIL!!!</u>	18	<u>(leiam) O Brasil não é Piada (Zé</u>	07					

	<u>E VOCE?</u> 18/11/2004		<u>Carioca)</u> 28/12/2004						
	<u>Amor pelo Brasil!</u> 20/11/2004	10							
	<u>Patriotismo, o q acham?</u> 23/11/2004	11							
	<u>Brasil tem Futuro</u> 23/11/2004	01							
	<u>Quem tem o Hino Brasileiro na lista de MP3?</u> 26/11/2004	12							
	<u>O melhor do Brasil...</u> 26/11/2004	12							
02. Sobre o Brasil e os brasileiros	<u>Brasileiro acha bonito ser feio!!!</u> 12/11/2004	01	<u>O nome BRASIL não vem da madeira...</u> 03/12/2004	36	<u>Brasileiros Ignorantes</u> 02/01/2005	22	55	01-227	19,23
	<u>Amazônia... triste fim? - fotos de satélite</u> 12/11/2004	18	<u>a mentira sobre o verde e o amarelo</u> 03/12/2004	11	<u>O Jeitinho e o "Você sabe com quem está falando?"</u> 03/01/2005	01			
	<u>menina de DEZ anos dá a luz - que país de merda</u> 12/11/2004	12	<u>Sera que deus e mesmo Brasileiro?</u> 03/12/2004	04	<u>3 Instituições nacionais</u> 03/01/2005	93			
	<u>Brasil</u> 13/11/2004	02	<u>Fotos de um país mais livre que o nosso.</u> 04/12/2004	08	<u>O melhor do Brasil é...</u> 03/01/2005	15			
	<u>RJ x SP e o BRASIL QUE SE F...</u> 15/11/2004	14	<u>Por que brasileiro não gosta dos EUA?</u> 04/12/2004	38	<u>Brasileiro é solidário ???? EU NÃO ACHO !</u> 04/01/2005	02			
	<u>"Brasil, um país de todos" Todos quem?</u> 16/11/2004	24	<u>o que se passa com o Brasil?</u> 08/12/2004	09	<u>BANDEIRA - URGENTE</u> 09/01/2005	35			
	<u>O Brasil esta na moda</u> 16/11/2004	56	<u>o Brasil é o país do futuro?</u> 08/12/2004	02	<u>Ajudem o Brasil!!</u> 09/01/2005	05			
	<u>O Brasil não é um país sério?</u>	01	<u>Viva o povo Brasileiro!!</u>	01	<u>MV-BRASIL</u> 15/12/2004	01			

	17/11/2004		1 09/12/2004						
	<u>democracia no brasil? onde?</u> 18/11/2004	01	<u>Brasil tem cultura própria?</u> 11/12/2004	19					
	<u>O que devemos fazer para ter um Brasil melhor?</u> 18/11/2004	09	<u>quem é realmente brasileiro</u> 15/12/2004	03					
	<u>o brasil eh das multinacionais estadunidenses</u> 20/11/2004	09	<u>Qual personalidade representa o espírito brasileiro?</u> 16/12/2004	08					
	<u>Pró Brasil</u> 20/11/2004	01	<u>Usa fazendo nossa imagem lá!</u> 17/12/2004	15					
	<u>Se são brasileiro mesmo, vcs têm que ver isso!</u> 21/11/2004	07	<u>CAÇA-GRINGOS, A FAMA DAS BRAZUCAS</u> 19/12/2004	23					
	<u>Brasil: eixo do mal?</u> 23/11/2004	19	<u>pq o brasil nao vai pra frente?</u> 20/12/2004	227					
	<u>brasil nao tem futuro</u> 23/11/2004	04	<u>"Os Dez Brasis" de Baleeiro</u> 22/12/2004	01					
	<u>Os Brasileiros sao mais ricos que os americanos</u> 26/11/2004	03	<u>Mais novo Hino do Brasil!</u> 23/12/2004	01					
	<u>MELHOR LUGAR NO BRASIL - ENQUETE</u> 1 26/11/2004	01	<u>EU sou brasileiro e não desisto nunca !!!</u> 23/12/2004	04					
	<u>AS VEZES ME DÁ RAIVA DE SER BRASILEIRA...</u> 27/11/2004	06	<u>EuA Diz Q AmaZoniA É DELES!!!</u> 27/12/2004	04					
	<u>Aumentar a auto-estima do brasileiro!!!</u>	01	<u>Por que não vender a Amazônia? ?? (pág 8</u>	93					

	28/11/2004		<u>agora )</u> 27/12/2004						
	<u>a guerra da Amazônia</u> 29/11/2004	18	<u>internacionalização da amazonia (leiam)</u> 29/12/2004	04					
	<u>Qual o defeito do Brasil?</u> 29/11/2004	39	<u>Futuro da Amazônia</u> 29/12/2004	01					
	<u>Se invadissem o brasil, você se alistaria?</u> 30/11/2004	102	<u>Brasileiro adora uma briga...</u> 30/12/2004	14					
	<u>Brasil pode ser melhor investimento que EUA!</u> 30/11/2004	05	<u>Invasão americana à Amazônia pela colombia</u> 31/12/2004	02					
	<u>BRASIL MELHOR INVESTIMENTO QUE EUA !!!</u> 30/11/2004	03							
03. Brasileiros no Orkut	<u>Para todos os brasileiros..</u> 11/11/2004	01	<u>já somos 61.89%, cadê o Orkut em Português?</u> 07/12/2004	11	<u>Só o Brasil mesmo ! KI PORRA !</u> 03/01/2005	06	<b>30</b>	<b>01-34</b>	<b>8,53</b>
	<u>Ves acham q o orkut mudou a imagem do brasileiro?</u> 13/11/2004	06	<u>Não superamos o número máximo!</u> 08/12/2004	07	<u>CIDADANIA</u> 03/01/2005	01			
	<u>comunidade anti brasil</u> 14/11/2004	06	<u>Brasil unido no orkut contra "I HATE Brazil, etc"</u> 08/12/2004	02	<u>Comunidade anti Brasil</u> 05/01/2005	05			
	<u>Conhecem a comunidade "Contra o Brasil" ???</u> 15/11/2004	10	<u>Hahaha, só dá Brasil</u> 15/12/2004	01	<u>Orkut em português!</u> 06/01/2005	04			
	<u>10% dos orkutianos são brasileiros</u> 21/11/2004	26	<u>Brasil unido contra a comunidade "Anti Brasil"</u> 15/12/2004	01	<u>O grande absurdo é:</u> 08/01/2005	34			

	<u>Brasileiros no Orkut Connector. Cellerity. Star</u> 21/11/2004	28	<u>Estamos perdendo espaço pros EUA</u> 16/12/2004	11					
	<u>Brasil em 2o</u> 21/11/2004	11	<u>Brasileiro não pensa?</u> 18/12/2004	18					
	<u>O Brasil já dominou o Orkut ???</u> 21/11/2004	09	<u>Brazil unido contra a comunidade "Anti Brazil"</u> 21/12/2004	03					
	<u>Pq o Brasil eh primeiro em rank de Flog e Orkut???</u> 21/11/2004	05							
	<u>Brasil lidera disparado o Orkut!</u> 21/11/2004	13							
	<u>Brasil Domina o Orkut ( em algo dominamos o EUA)</u> 21/11/2004	04							
	<u>Brasil domina Orkut</u> 22/11/2004	02							
	<u>Somos a MAIORIA no Orkut</u> 23/11/2004	03							
	<u>Brasil unido no orkut contra "I HATE Brazil, etc"</u> 23/11/2004	03							
	<u>Sentimento de ódio e desprezo pelo Brasil. lutem.</u> 23/11/2004	05							
	<u>Brasil unido no orkut contra "I HATE Brazil, etc"</u> 23/11/2004	02							
	<u>Brasil em segundo</u> 26/11/2004	18							

04. No Brasil: Política/ Democracia/ Assuntos e problemas sociais/ Processos Diplomáticos	<u>Parlamentarismo x Presidencialismo</u> 08/11/2004 /	09	<u>Juíza decreta quebra de sigilos bancário de Kassab</u> 01/12/2004	08	<u>Carta para o LULA</u> 01/01/2005	05	155	01-271	23,13
	<u>Um sistema federalista ou unitarista.</u> 10/11/2004	01	<u>Registros da ditadura</u> 01/12/2004	08	<u>Divisão do Brasil</u> 01/01/2005	190			
	<u>Portugal surrenders to Brazil</u> 10/11/2004	08	<u>Lula 34%. Geral do Alckmin 20%</u> 02/12/2004	18	<u>Presidente Analfabeto ??</u> 01/01/2005	271			
	<u>Comunismo = Capitalismo de Estado</u> 11/11/2004	02	<u>Arena: Lula X Alckmin</u> 03/12/2004	01	<u>PT e arquivos da ditadura!</u> 01/01/2005	13			
	<u>Que saudade de Vargas?!!!</u> 12/11/2004	02	<u>Congresso Integralista Nacional!</u> 03/12/2004	36	<u>Jornalista Vladimir Herzog</u> 01/01/2005	17			
	<u>Autonomia -Já</u> 13/11/2004	01	<u>aquecimento global pode ger. processos contra EUA</u> 03/12/2004	02	<u>Invasão americana a amazonia pela colombia</u> 02/01/2005	02			
	<u>Brasil vs. Argentina</u> 13/11/2004	02	<u>Brasil da Impunidade</u> 04/12/2004	02	<u>Pronunciamento do Lula</u> 02/01/2005	07			
	<u>Quem aqui se cansou da bandeira vermelha?</u> 13/11/2004	01	<u>Brasil X EUA</u> 05/12/2004	01	<u>Fantasma de americanos na Amazônia assusta Senado</u> 02/01/2005	16			
	<u>Brasil e Portugal</u> 14/11/2004	09	<u>Movimento separatista!</u> 07/12/2004	04	<u>Serra quer reavaliar contratos</u> 02/01/2005	01			
	<u>Debate Segurança</u> 14/11/2004	01	<u>Comunidade PSDB NUNCA MAIS</u> 07/12/2004	07	<u>URNAS ELETRO-NICAS 100% BRASILEIRAS?</u> 03/01/2005	20			
	<u>CADAS-TRO PARA FORUM SOCIAL MUNDIAL -POA-2005</u> 14/11/2004	04	<u>Classes Sociais</u> 07/01/2005	03	<u>Iniciativa popular pela internet</u> 05/01/2005	07			



	<u>Latino-americanos estão cansados da democracia</u> 14/11/2004	111	<u>DEMO-CRACIA JÁ...MAU Á QUER VOTAR!!!!</u> !!!!!!!!!!!!!! 08/12/2004	08	<u>PRESIDENTE! JÁ TOMOU HOJE ....</u> 05/01/2005	15			
	<u>Brasil 94 perde para o Haiti</u> 14/11/2004	01	<u>Juros nas alturas - Banqueiros louvam Lula</u> 08/12/2004	11	<u>Tsunami... e os nossos nordestinos ?</u> 05/01/2005	26			
	<u>Quem aqui não suporta mais o PT?</u> 16/11/2004	14	<u>Mais uma estatal no Brasil !</u> 08/12/2004	03	<u>LULA, o REI dos POBRES!</u> 06/01/2005	19			
	<u>XII Contingente militar brasileiro no Timor Leste</u> 16/11/2004	06	<u>Guerrilha do Araguaia</u> 08/12/2004	01	<u>Quem você irá votar pra Presidente em 2006?</u> 06/01/2005	58			
	<u>Miséria Erradicada</u> 16/11/2004	10	<u>Quem tah gostando do governo Lula???</u> 09/12/2004	01	<u>FORUM SOCIAL MUNDIAL, quem vai?</u> 07/01/2005	53			
	<u>PLANO DIRETOR DE MUNICÍPIOS</u> 17/11/2004	05	<u>IBOPE Pesquisa: Lula x FHC</u> 09/12/2004	03	<u>Lula gastou mais com seu avião que com saneamento</u> ! 07/01/2005	13			
	<u>Congresso Jacobino Nacional</u> 17/11/2004	02	<u>Rodovias brasileiras</u> 10/12/2004	10	<u>Pinochet vai a julgamento.</u> 07/01/2005	07			
	<u>Reforma do judiciário</u> 18/11/2004	04	<u>O que pensar da frase do Lula?</u> 10/12/2004	30	<u>estrangeiros no Piscinão do Alvorada</u> 07/01/2005	10			
	<u>Lula e Bush aliados contra as células-tronco</u> 18/11/2004	02	<u>ORDEM NO COMGRESSO</u> 10/12/2004	02	<u>Resposta do filho do Lula</u> 07/01/2005	06			
	<u>O Irã estaria preparando mísseis nucleares?</u> 18/11/2004	01	<u>Se vc fosse presidente</u> 10/12/2004	08	<u>"Papai me empresta o jato"</u> 08/01/2005	04			
	<u>Para pensar (esperança)</u> 18/11/2004	08	<u>Melhor Presidente (votem).</u> 11/12/2004	03	<u>Caos nas prefeituras</u> 09/01/2005	02			
	<u>Pior da religião deve contaminar</u>	05	<u>O fracasso da campanha de</u>	144	<u>sobre a alca</u> 09/01/2005	04			

	<u>política dos EUA</u> 18/11/2004		<u>desarma- mento.</u> 12/12/2004						
	<u>Brasil acima da média mundial em 2005 !!!!!!!</u> 18/11/2004	03	<u>eu odeio a eleição norte americana</u> 12/12/2004	01	<u>"Farra" no congresso Nacional</u> 09/01/2005	13			
	<u>Extinção de assinatura básica- telefone, água, etc</u> 19/11/2004	08	<u>é verdade</u> 12/12/2004	01	<u>Invasão da amazonia entre 2008 e 2012 (leiam)</u> 09/01/2005	134			
	<u>Dia Nacional da Consciên- cia Negra</u> 19/11/2004	39	<u>Novos estados</u> 12/12/2004	01	<u>O que vc sabe sobre o Fome Zero?</u> 10/01/2005	21			
	<u>Políticos</u> 19/11/2004	01	<u>Rede mundial contra neolibera- lismo</u> 13/12/2004	13	<u>Mercosul nao mais uma utopia??</u> 10/01/2005	05			
	<u>Estatudo da Criança e do Adolescen- te(ECA)</u> 20/11/2004	01	<u>AGRI- CULTURA</u> 13/12/2004	01	<u>Desafio aos socialistas.</u> 10/01/2005	31			
	<u>Em alguma coisa tenho que concordar com o PT</u> 21/11/2004	02	<u>Lula 43,8% Ciro 15,5% FHC 13,1%</u> 15/12/2004	04					
	<u>Eleições 2006</u> 22/11/2004	05	<u>Cabe à América Latina apontar país pra vaga na ONU</u> 15/12/2004	02					
	<u>TRANS- POSIÇÃO DO RIO SÃO FRAN- CISCO</u> 22/11/2004	06	<u>Mais uma patente que a com. indígena e o BR perdem</u> 15/12/2004	05					
	<u>ACORDA BRASIL!</u> 22/11/2004	01	<u>qual o pior presidente da história da republica?</u> 15/12/2004	69					
	<u>Mais UMA do RIO de Janeiro, coisa rotineira</u> 22/11/2004	21	<u>Discurso do Cacique Guaicaipu- ro Cuatemoc</u> 15/12/2004	07					

	<u>INSS - cobrança ilegal</u> 23/11/2004	01	<u>Justiça histórica-conjuração Baiana</u> 16/12/2004	01					
	<u>Vamos lah: COMU-NISTA OU CAPITA-LISTA?</u> 23/11/2004	158	<u>Recuperação da Ferrovia do Diabo em aceleração</u> 17/12/2004	12					
	<u>Quero PSDB de volta à presidência</u> 23/11/2004	70	<u>O Socialismo(Comunismo) daria jeito no Brasil?</u> 17/12/2004	48					
	<u>Sera q assim iria melhorar o pais</u> 23/11/2004	05	<u>Marta é processada por improbidade</u> 17/12/2004	04					
	<u>INSS - desconto ilegal.</u> 23/11/2004	01	<u>Aos defensores de politicos dessa comunidade</u> 18/12/2004	58					
	<u>Rosinha X Darwin</u> 23/11/2004	32	<u>Um lider revolucionario.....</u> 18/12/2004	86					
	<u>Sao Paulo Campea na defesa da moradia</u> 26/11/2004	01	<u>Internacionalização da Amazônia</u> 20/12/2004	23					
	<u>O dia em que também ambicionei ser um progressista</u> 26/11/2004	01	<u>O fracasso da campanha de desarmamento.</u> 20/12/2004	222					
	<u>Serviço Militar-</u> 26/11/2004	01	<u>O que o Lula mudou em sua vida?</u> 20/12/2004	198					
	<u>Avaliação do governo Lula!</u> 26/11/2004	04	<u>Eo odeio Mercadante</u> 21/12/2004	03					
	<u>Desmembramentos de alguns estados. O que acham?</u> 26/11/2004	12	<u>Mais uma mudança importante (PPP)</u> 22/12/2004	05					
	<u>OMC autoriza Brasil a aplicar sanção aos</u>	29	<u>golpe de estado</u> 22/12/2004	18					

	<u>EUA</u> 26/11/2004								
	<u>CARIO-CAS SACA-NEADOS MAIS UMA VEZ...</u> 26/11/2004	13	<u>DE 0 A 10, QUAL A NOTA DO ATUAL GOVERNO?</u> 22/12/2004	28					
	<u>MPF pede prisão de Maluf</u> 26/11/2004	07	<u>orgulho latino</u> 23/12/2004	01					
	<u>Para que serve o Ministério da Defesa?</u> 27/11/2004	39	<u>Cinco mil manifestam apoio a Yanukovich em Kiev</u> 24/12/2004	12					
	<u>BRASIL SEM FOME</u> 27/11/2004	01	<u>Corrida armamentista começa novamente</u> 24/12/2004	06					
	<u>Alca - a favor ou contra?</u> 27/11/2004	18	<u>Stalin realmente tirano brutal odiado pelo povo?</u> 24/12/2004	163					
	<u>Triste realidade do nosso país...</u> 27/11/2004	26	<u>Duma suprime feriado revolucionario</u> 24/12/2004	02					
	<u>Prefeito de BH foi guerrilheiro em Porto Alegre</u> 27/11/2004	05	<u>O "sigilo eterno" da bancada petista</u> 24/12/2004	03					
	<u>PELO "RECALL" DOS PARLAMENTARES BRASILEIROS...</u> 28/11/2004	26	<u>Martaxa vai ser Governadora</u> 24/12/2004	01					
	<u>"Lula considera China como economia de mercado"</u> 29/11/2004	02	<u>Alencar gasta R\$ 80 mil com novo enxoval</u> 25/12/2004	09					
	<u>prostituição! !!!Sera q essa causa eh</u>	04	<u>Quem sustenta?</u> 25/12/2004	01					

	<u>admiravel?</u> <u>???</u> 29/11/2004								
	<u>Pesquisa -</u> <u>Presidente</u> <u>2006</u> 30/11/2004	42	<u>Quem está</u> <u>mais</u> <u>preparado</u> <u>para ser</u> <u>Presidente</u> <u>2006?</u> 25/12/2004	05					
			<u>Planalto</u> <u>lança edital</u> <u>para</u> <u>adquirir</u> <u>bombons.</u> <u>bisco</u> 25/12/2004	02					
			<u>Planalto</u> <u>lança edital</u> <u>para</u> <u>adquirir</u> <u>bombons.</u> <u>bisco</u> 25/12/2004	16					
			<u>Democra-</u> <u>cia</u> 26/12/2004	35					
			<u>O Brasil</u> <u>Omitido</u> 26/12/2004	27					
			<u>Diogo</u> <u>Mainard</u> <u>para os</u> <u>mulistas</u> 26/12/2004	169					
			<u>ESCULAC</u> <u>HO</u> <u>educadissi</u> <u>mo nos</u> <u>norte-</u> <u>americanos</u> 27/12/2004	19					
			<u>Quem seria</u> <u>seu</u> <u>candidato?</u> 27/12/2004	01					
			<u>LULA</u> <u>JOGA</u> <u>PAPEL NO</u> <u>CHÃO. E</u> <u>VC?</u> 27/12/2004	43					
			<u>CONTRA</u> <u>OU A</u> <u>FAVOR</u> <u>DA</u> <u>GLOBA-</u> <u>LIZACÃO</u> 29/12/2004	136					
			<u>Lula</u> <u>persegue</u> <u>quem</u> <u>cumpre a</u> <u>lei!!!!</u>	01					

			29/12/2004						
			<u>Rigotto põe RS na contramão</u> 30/12/2004	22					
			<u>Favelas - qual a solução pra isso?</u> 31/12/2004	14					
			<u>Q CHARLA-TANISMO PROTEGIDO NO BRASIL</u> 31/12/2004	06					
			<u>Transformar o nordeste em um tipo de "las vegas"</u> 31/12/2004	01					
			<u>URNAS ELETRÔNICAS "100% BRASILEIRAS"?</u> 31/12/2004	01					
05. No Exterior: Política/ Democracia/ Assuntos sociais/ Processos Diplomáticos	<u>Crescem teorias de que fraudes reelegeram Bush</u> 10/11/2004	21	<u>Divida americana, como se sustenta</u> 01/12/2004	20	<u>Acho que os asiaticos tem que se fuder</u> 02/01/2005	35	31	01-449	48,93
	<u>Morte de Arafat é recebida com lágrimas em Ramalla</u> 11/11/2004	01	<u>BOICOTE O APARTHEID</u> 03/12/2004	01	<u>Pentágono planeja corte de US\$ 60 bilhões</u> 04/01/2005	84			
	<u>Democracia.e o colégio eleitoral americano</u> 12/11/2004	20	<u>EUA estao se fodendo MUITO no IRAQUE...</u> 04/12/2004	449	<u>Tsunami</u> 07/01/2005	14			
	<u>Assassinos</u> 14/11/2004	01	<u>6.000.000 DE JUDEUS. SERÁ MESMO?</u> 05/12/2004	235	<u>Bush é acusado de suborno por comentarista</u> 09/01/2005	21			
	<u>Atentado terrorista - reflexao</u> 21/11/2004	14	<u>IRAQUE - Vai ser tudo em vao (olhem isso haah)</u> 11/12/2004	14					

	<u>O que você acham da dupla Bush e Condoleeza Rice?</u> 23/11/2004	47	<u>A verdade sobre o 11 de setembro!</u> 11/12/2004	03					
	<u>Farc tinham plano para matar Bush</u> 27/11/2004	01	<u>Russia Policy Under Review</u> 12/12/2004	25					
	<u>COME- DIAS NORTE AMERI- CANAS</u> 27/11/2004	04	<u>CHINA NOVA POTEN- CIA MUNDIAL</u> 2 16/12/2004	30					
	<u>EUA estão usando substâncias proibidas no Iraque</u> 30/11/2004	01	<u>Resposta magnífica de CUBA</u> 20/12/2004	08					
			<u>Ataque contra a base dos EUA magta pelo menos 22</u> 21/12/2004	01					
			<u>Saddam conta como foi preso</u> 27/12/2004	21					
			<u>EUA, país dos obesos, também tem pessoas com fome</u> 27/12/2004	47					
			<u>Terrorismo 11/09</u> 27/12/2004	01					
			<u>Mortos em terremoto na Ásia passam de 30 mil!!!</u> 28/12/2004	03					
			<u>Arquivos Secretos: Guerra do Paraguai.</u> 28/12/2004	40					
			<u>11/09 td q os EUA queriam!!!</u> 29/12/2004	21					
			<u>Russia novamente</u> 30/12/2004	146					

			<u>relato de um NORTE AMERICANO</u> 31/12/2004	188					
06. Racismo/ Xenofobia/ Preconceito	<u>Providências já tomadas contra o racismo</u> 14/11/2004	19	<u>Estrangeiros</u> 03/12/2004	12	<u>DIALOGOS CONTRA O RACISMO</u> 03/01/2005	01	17	01-63	11,88
	<u>Sites para denunciar racismo na internet</u> 15/11/2004	01	<u>Vamos esquecer os racistas, relaxem (parte II)</u> 05/12/2004	03	<u>Ser estrangeiro</u> 06/01/2005	45			
	<u>Vítima de Racismo (Mecânico)</u> 16/11/2004	01	<u>Discriminação étnica, racial e de cor</u> 06/12/2004	12					
	<u>Sites para denunciar racismo na internet</u> 18/11/2004	04	<u>Racista preconceituoso, enviem scrapbook para ele.</u> 08/12/2004	01					
	<u>Até onde vai o racismo?</u> 20/11/2004	08	<u>ALERJ rejeita projeto para "curar" gays.</u> 09/12/2004	15					
	<u>Brasileiros alvo de xenofobia e racismo</u> 21/11/2004	03	<u>fora clandestinos</u> 09/12/2004	02					
	<u>Orgulho Branco</u> 21/11/2004	06	<u>Vamos esquecer os racistas...relaxem</u> 12/12/2004	06					
	<u>Preconceito ridiculo</u> 28/11/2004	63							
07. Apresentação/ De onde	<u>Sozinho em Sampa</u> 10/11/2004	02	<u>Adote um colunista perdido...No Brasil!!!</u> 13/12/2004	02	<u>ME ADD AE</u> 03/01/2005	02	24	01-76	6,83
	<u>aew vcs tem msn!??... add eu aew! :]</u> 11/11/2004	01	<u>"Convide"</u> 15/12/2004	01					
	<u>Eu Quero...</u>	01	<u>full karma</u>	07					



	11/11/2004		<u>± Testimonial</u> 16/12/2004						
	<u>Oi Brasil!</u> 14/11/2004	11	<u>Quem é do eixo Rio-Sampa?</u> 18/12/2004	24					
	<u>Estou me apresentando...</u> 14/11/2004	05	<u>QMEH DE SAMPA???</u> 21/12/2004	04					
	<u>Ooiiiee</u> 14/11/2004	02	<u>Alguem de Salvador?</u> 25/12/2004	05					
	<u>Novas Pessoas - Se apresentem aqui</u> 14/11/2004	03	<u>SOLTEIRO</u> 25/12/2004	01					
	<u>Qual estado você nasceu e qual você mora?</u> 18/11/2004	05	<u>msn com cam.</u> 29/12/2004	01					
	<u>Urgente alguém de Itaperuna ai ?</u> 19/11/2004	01	<u>Me Adiclo-NeM nO gRuPo De FrleNdS d Vs !!!!</u> 29/12/2004	03					
	<u>Galera!!!! Bom dia a todos!!!</u> 25/11/2004	76	<u>Lizandro</u> 30/12/2004	01					
	<u>Foreigners living in Brazil?</u> 30/11/2004	02	<u>Quero novos amigos no meu Orkut!</u> 30/12/2004	01					
			<u>Olá</u> 30/12/2004	03					
08. Jogo	<u>Eu já joguei Time Commando e Cyberia</u> 09/11/2004	02	<u>Geography Olympics</u> 01/12/2004	02	<u>JOGO DO 'ADD'</u> 01/01/2005	01	29	01-297	16,1
	<u>NEOPETS</u> 12/11/2004	01	<u>Você convidaria a pessoa acima...</u> 02/12/2004	08	<u>Crush List!!! Muito interessante</u> 02/01/2005	03			
	<u>JOGO DAS TRÊS PALAVRAS</u> 14/11/2004	05	<u>Jogo</u> 03/12/2004	01	<u>Cassinos: Contra ou a favor?</u> 02/01/2005	07			
	<u>Novo jogo!!!</u> 18/11/2004	01	<u>**JOGO DE NATAL**</u> 12/12/2004	01	<u>Jogo das três palavras (3x3)</u> 06/01/2005	03			
	<u>jogo do</u>	297	<u>Jogo do "se</u>	06	<u>Jogo: Que</u>	10			

	<u>cinismo</u> 19/11/2004		<u>eu te desse.."? 17/12/2004</u>		<u>nota vc dá?</u> 10/01/2005				
	<u>Age of Mithology</u> 20/11/2004	01	<u>corre, beija ou leva pra casa</u> 20/12/2004	05					
	<u>EU QUERIA SER...</u> 21/11/2004	13	<u>JoGo DaS 3 pAlAvRaS!</u> 20/12/2004	03					
	<u>NOVO JOGO DO FODA-SE =&gt; MUITO DIVERTIDO (=</u> 21/11/2004	03	<u>O jogo do PASSA ou BEIJA.</u> 21/12/2004	02					
	<u>Jogo DETETIVE da Estrela</u> 23/11/2004	02	<u>jogo das 3 palavras</u> 23/12/2004	09					
	<u>JOGO: GUERRA DOS BROWSE RS!</u> 25/11/2004	12	<u>Jogo- De que lugar vc eh?!</u> 25/12/2004	01					
	<u>Jogo da % (porcentagem)</u> 26/11/2004	01	<u>JOGO DA DISPUTA &amp;lt;&amp;lt;&amp;lt;</u> 31/12/2004	01					
	<u>BEIJA OU PASSA ???</u> 28/11/2004	33							
	<u>Jogo: rastrear a pessoa acima</u> 30/11/2004	33							
09. Ajuda com: Orkut/ Internet/ Softwares	<u>Não consigo mudar minha foto nem fud...</u> 15/11/2004	03	<u>AJUDA NO ORKUT</u> 11/12/2004	02	<u>cheapest tickets from brasil to europe?</u> 04/01/2005	02	11	01-18	3,54
	<u>ajuda!</u> 16/11/2004	02	<u>Recupere o link do teu Álbum de fotos!</u> 27/12/2004	01					
	<u>Alguem me ajuda ?!</u> 18/11/2004	01							
	<u>Como convidar amigos?</u> 20/11/2004	06							
	<u>O que acontece ?</u> 23/11/2004	01							
	<u>problemas</u>	02							

	<u>com o álbum de fotos</u> 24/11/2004								
	<u>Socorro!!!!</u> <u>!! preciso de ajuda!!!</u> 24/11/2004	18							
	<u>Ajuda!!!</u> <u>como eu mudo o brilho do monitor???</u> ? 30/11/2004	01							
10. Ajuda/ Solidariedade/ Voluntários/ Campanhas de ajuda	<u>Quem concorda</u> <u>Solidariedade</u> 20/11/2004	01	<u>Preciso da ajuda de vcs</u> 01/12/2004	01	<u>Esmolas</u> 01/01/2005	13	35	01-73	4,54
	<u>Doação de sangue, medula e plaquetas.VAMOS AJUDAR!</u> 20/11/2004	01	<u>Aviso de utilidade pública aos usuários de CELULAR</u> 10/12/2004	01	<u>Ajuda para Asia !! ( Brasilia )</u> 01/01/2005	03			
	<u>POR FAVOR AJUDEM A ACHAR O ASSASSINO DE UMA AMIGA!</u> 20/11/2004	03	<u>Roubaram meu carro</u> 11/12/2004	04	<u>"A humanidade é desumana"</u> 03/01/2005	01			
	<u>ajuda ai maior torcida do brasil! volta pet!</u> 20/11/2004	01	<u>VAMOS CUIDAR DOS NOSSOS ANIMAIS! !!!</u> 12/12/2004	03	<u>Para quem quiser ajudar as vítimas do Tsunami</u> 03/01/2005	08			
	<u>Quem quer ser Papai Noel?</u> 19/11/2004	01	<u>O.N.G da Solidariedade de</u> 17/12/2004	01	<u>Me ajudem</u> 04/01/2005	01			
	<u>BRAAAA-SIL...</u> 26/11/2004	01	<u>você pode ajudar?</u> 20/12/2004	03	<u>Sri Lanka - Tragédia</u> 04/01/2005	01			
	<u>IMPOR-TANTE - BALADA DA MORTE</u> 27/11/2004	03	<u>ÁSIA: + de 20mil mortos</u> 27/12/2004	02	<u>Ajuda do Brasil</u> 05/01/2005	73			
	<u>DISQUE DENÚNCIA</u> 28/11/2004	01	<u>Apoio às vítimas do Maremoto</u> 28/12/2004	01	<u>por favor leiam e vamos nos unir</u> 09/01/2005	01			
	<u>Por favor, alguém</u>	01	<u>AJUDA NO RIO</u>	01					

	<u>pode me ajudar?</u> 30/11/2004		29/12/2004						
			<u>Plano de Saude</u> 29/12/2004	01					
			<u>LUTO!!!</u> <u>Ajudem...</u> <u>MSN e</u> <u>Ásia</u> 29/12/2004	02					
			<u>Ajuda aos países arrasados pelo Tsunami</u> 29/12/2004	02					
			<u>Como ajudar as vítimas do tsunami</u> 29/12/2004	01					
			<u>TSUNAMI</u> <u>ASIA,</u> <u>PEÇO</u> <u>AJUDA</u> 29/12/2004	01					
			<u>Ajuda aos sobreviventes do Tsunami!!</u> 30/12/2004	01					
			<u>Como ajudar a Ásia</u> 31/12/2004	04					
			<u>Doações Roupas.Arr</u> <u>oz.AV</u> <u>PAULIST</u> <u>A tragédia ASIA!</u> 31/12/2004	11					
			<u>Sri Lanka</u> 31/12/2004	05					
11. No Brasil: Polícia/ Violência/ Drogas	<u>Fernandinho Beira-Mar, matar ele ou não?</u> 08/11/2004	07	<u>MULHERES:</u> <u>VERGONHA (O QUE FAZER?)</u> 01/12/2004	30	<u>qual a sua opinião para acabarmos com o trafico ?</u> 01/01/2005	50	56	01-252	20,78
	<u>O Rio pela paz</u> 08/11/2004	05	<u>Rebeliões</u> 04/12/2004	01	<u>UNIFICAÇÃO DAS POLICIAS</u> 02/01/2005	21			
	<u>Tiros em Columbine</u> 08/11/2004	17	<u>Violência do Brasil</u> 09/12/2004	01	<u>Aos advogados de plantao</u> .... 04/01/2005	25			
	<u>Violência no Trânsito</u> 10/11/2004	27	<u>A "Super PF"</u> 11/12/2004	06	<u>Crime e soluções pro país</u> 06/01/2005	27			

	<u>Deputado diz em fita que matou oito pessoas.</u> 13/11/2004	05	<u>COMO ACABAR COM A VIOLÊNCIA??</u> 14/12/2004	10	<u>Drogas, liberar ou não?</u> 06/01/2005	08			
	<u>Fotojornalista engajado em divulgar a verdade dos</u> 14/11/2004	01	<u>Vergonha Do índio Pataxos!!!</u> 14/12/2004	02	<u>Campeão em Linchamento?</u> 07/01/2005	04			
	<u>Turista japonesa é esfaqueada e atropelada no Rio</u> 15/11/2004	252	<u>Violência no Rio - Qual é a solução?</u> 16/12/2004	159	<u>Vc seria capaz de matar alguém ?</u> 07/01/2005	12			
	<u>QUEM ESTÁ POR TRÁS DE FERNANDINHO BEIRAMAR???</u> 16/11/2004	23	<u>LOL - Existem ladrões de todos os tipos mesmo</u> 21/12/2004	02	<u>Turismo Sexual - uma esperança? ?</u> 10/01/2005	18			
	<u>Prisão dos surfistas... o q vcs axaram?</u> 17/11/2004	07	<u>Justiça condena padre a 93 anos de prisão por pedo-</u> 21/12/2004	21					
	<u>Chame o ladrão!!!-</u> 17/11/2004	07	<u>Denúncia</u> 22/12/2004	02					
	<u>Ajudem a divulgar a FOTO deste assassino</u> 17/11/2004	08	<u>Desarme o povo indefeso - Viva Rio</u> 23/12/2004	04					
	<u>Acidentes no litoral, o que acham disso?</u> 18/11/2004	08	<u>Bebê é encontrado pegando fogo em churrasqueira</u> 27/12/2004	13					
	<u>À ATENÇÃO de TODOS: Tráfico de Órgãos de CRIANÇAS</u> 18/11/2004	01	<u>Mãe acusada de jogar filha em churrasqueira é pres</u> 27/12/2004	01					
	<u>Denuncia no MP contra Glaucius Ferreira Oliveira</u>	57	<u>PF investiga Assembléia de Deus em Manaus</u> 28/12/2004	01					

	18/11/2004								
	<u>Estudo comprova: quem gosta de arma tem baixo QI</u> 18/11/2004	38	<u>Mãe acusada de jogar filha em churrasqueira é pres</u> 28/12/2004	20					
	<u>Campanha p/ libertar os Brasileiroa presos nos eua</u> 18/11/2004	32	<u>PF investiga Assembléia de Deus em Manaus</u> 28/12/2004	03					
	<u>Denuncia no MP contra o clone</u> 19/11/2004	01	<u>Mulher diz que queimou bebê por causa do marido</u> 28/12/2004	08					
	<u>Flávio Oliveira Lucas - Acabará preso em Bangu I?</u> 22/11/2004	01	<u>PENA DE MORTE</u> 29/12/2004	05					
	<u>VIOLÊNCIA! ESTÁ NA HORA DE DIZER CHEGA!</u> 24/11/2004	02	<u>FBI pagava a nossa PF!!!</u> 30/12/2004	06					
	<u>Pena de Morte?! Você é a favor ou contra?</u> 25/11/2004	27							
	<u>VALE A PENA VER DE NOVO: PENA DE MORTE</u> 25/11/2004	13							
	<u>Tráfico de drogas-</u> 25/11/2004	05							
	<u>Cuidado droga nova na parada</u> 26/11/2004	40							
	<u>Não há solução para a violência brasileira!</u> 26/11/2004	11							
	<u>Espanhou morto/angolanos assaltados RIO DE</u>	47							

	<u>JANEIRO</u> 26/11/2004								
	<u>Turismo Sexual</u> 26/11/2004	21							
	<u>Assassinato</u> 28/11/2004	01							
	<u> diga NÃO a pedofilia!!!</u> 28/11/2004	10							
	<u>Cidadão desarmado bandido animado.</u> 29/11/2004	30							
12. <u>No Exterior:</u> Polícia/ Violência/ Drogas	<u>Texanos querem crucificar condenados à morte</u> 24/11/2004	04	<u>Mais um atirador louco nos EUA. Pq?</u> 11/12/2004	38			03	04-38	16,33
	<u>Comentário : Escondendo peitos-bomba</u> 26/11/2004	07							
13. Esporte	<u>Copa SulAmerica</u> 09/11/2004	01	<u>BRASIL NA NBA</u> 01/12/2004	02	<u>MAJES-TOSO MORUM-BI</u> 09/01/2005	02	30	01-66	8,9
	<u>HOME-NAGEM AO ROMÁRIO</u> 13/11/2004	28	<u>Grêmio Rebaixado..</u> hauhauahu à 02/12/2004	03	<u>Doping Genético</u> 10/01/2005	02			
	<u>Já vai tarde Romário</u> 13/11/2004	01	<u>Quem sobe na serie B e quem desce da Serie A</u> 04/12/2004	23					
	<u>FRA-MENGO NA SEGUNDO NA!</u> 14/11/2004	09	<u>Anjo de Vanderlei é recebido com festa no Rio!!!</u> 04/12/2004	03					
	<u>Quem foi 8º colocado no BRasileiro de 87?</u> 15/11/2004	01	<u>Outro jogador brasileiro...</u> 06/12/2004	01					
	<u>QUEM É O CAMPEÃO BRASILEIRO DE 1987 PARA VOCE?</u> 15/11/2004	66	<u>FUTEBOL ENCHE BARRIGA DE TORECE-DOR???</u> 12/12/2004	08					

	<u>Fluminense</u> 20/11/2004	01	<u>ooooooooo-</u> <u>ro pro</u> <u>brasil!</u> 12/12/2004	02					
	<u>Sócrates:</u> <u>greve dos</u> <u>jogadores</u> 23/11/2004	03	<u>Paz no</u> <u>futebol.</u> 12/12/2004	01					
	<u>BRIGA DE</u> <u>TORCI-</u> <u>DAS</u> 26/11/2004	13	<u>CADE O</u> <u>ATRÉTI-</u> <u>CO!!!</u> 13/12/2004	02					
			<u>hehehe!!</u> <u>Flamengo</u> <u>vai deixar</u> <u>neguinho</u> <u>decepcio-</u> <u>nado</u> 15/12/2004	25					
			<u>Colorados.</u> <u>Fernandão</u> <u>vem aí!!!</u> 15/12/2004	01					
			<u>A " final "</u> <u>do</u> <u>Brasileirao</u> <u>vai ser na</u> <u>minha</u> <u>cidade</u> 16/12/2004	03					
			<u>Mãe do</u> <u>robinho!!</u> 17/12/2004	02					
			<u>Seremos</u> <u>CAMPE-</u> <u>ÕES na</u> <u>proxima</u> <u>COPA?</u> 17/12/2004	02					
			<u>GaLo!!!</u> 19/12/2004	01					
			<u>Violência</u> <u>no Futebol</u> 20/12/2004	07					
			<u>FUTEBOL.</u> <u>..Q.</u> <u>TIME???</u> 23/12/2004	49					
			<u>Q time é</u> <u>teu?</u> 27/12/2004	01					
			<u>Olimpiadas</u> <u>no brasil</u> 30/12/2004	04					
14. Propagandas/ Anúncios/ Procura- se	<u>Comunida-</u> <u>de</u> <u>Humorta-</u> <u>dela !!</u> 09/11/2004	01	<u>Como eu</u> <u>sou- meu</u> <u>novo som -</u> <u>download</u> <u>gratis</u> 03/12/2004	01	<u>Viagens...</u> 01/01/2005	04	113	01-65	2,65
	<u>GAÚ-</u> <u>CHOS</u> <u>COLORA</u> <u>DOS!!!</u> <u>LEIAM!!!</u>	02	<u>AS MAIS</u> <u>LINDAS</u> <u>COW-</u> <u>GIRLS!!!</u> 04/12/2004	01	<u>Para refletir</u> <u>e divulgar!</u> 02/01/2005	37			



	09/11/2004								
	<u>procura se</u> 09/11/2004 /	01	<u>Participem</u> <u>da... PAZ</u> & <u>AMOR</u> <u>BRASIL</u> 04/12/2004	01	<u>Para</u> <u>Mulheres</u> <u>bonitas</u> <u>viajem de</u> <u>graça para</u> <u>ITALIA!</u> 02/01/2005	11			
	<u>Participem</u> <u>da</u> <u>Comunida-</u> <u>de...</u> <u>PEACE &amp;</u> <u>LOVE</u> <u>BRASIL</u> 10/11/2004	01	<u>Informação</u> <u>para</u> <u>todos...Pa-</u> <u>ris</u> 04/12/2004	01	<u>Novo local</u> <u>de</u> <u>encontro,</u> <u>sala de bate</u> <u>papo</u> <u>VIGES</u> 03/01/2005	01			
	<u>Participem</u> <u>da</u> <u>comunida-</u> <u>de: Pizza</u> <u>boa mesmo</u> <u>só em SP</u> 11/11/2004	04	<u>Comunida-</u> <u>de PROPA-</u> <u>GANDA</u> <u>SEM</u> <u>BEBIDA</u> 04/12/2004	01	<u>Ingressos</u> <u>numerados</u> <u>para</u> <u>cinemas???</u> 03/01/2005	02			
	<u>PROCURA</u> <u>DO E</u> <u>FORAGI-</u> <u>DO...UR-</u> <u>GENTEEE</u> <u>EEEE</u> 11/11/2004	06	<u>PROCU-</u> <u>RA-SE</u> 04/12/2004	01	<u>pra kem</u> <u>naum tem +</u> <u>carteirinha</u> <u>da UNE...</u> 03/01/2005	01			
	<u>Site legal:</u> <u>Pirâmides</u> <u>do Egito</u> <u>vistas de</u> <u>cima</u> 11/11/2004	03	<u>Forum Ios.</u> 05/12/2004	01	<u>QUERO</u> <u>MONTAR</u> <u>UMA</u> <u>BANDA</u> <u>{SP}</u> 03/01/2005	02			
	<u>Join us if</u> <u>you have</u> <u>O+ blood</u> <u>group.</u> 12/11/2004	01	<u>Como eu</u> <u>sou-novo</u> <u>som do</u> <u>Maicknucl</u> <u>aR</u> 05/12/2004	01	<u>pra quem</u> <u>gosta de</u> <u>rock</u> 04/01/2005	01			
	<u>Se Você é</u> <u>de Santa</u> <u>Maria - RS</u> 13/11/2004	01	<u>Desapare-</u> <u>cido</u> 06/01/2005	01	<u>Página pró</u> <u>Brasil</u> 04/01/2005	02			
	<u>Não</u> <u>percam a</u> <u>chance...</u> 13/11/2004	01	<u>pra quem</u> <u>gosta de</u> <u>rock</u> 08/12/2004	01	<u>playmoboy</u> <u>s.com.br</u> 05/01/2005	01			
	<u>Nova</u> <u>comunida-</u> <u>de - Eu sou</u> <u>canastrão</u> 13/11/2004	02	<u>Participem</u> <u>da... PAZ</u> & <u>AMOR</u> <u>BRASIL</u> 08/12/2004	01	<u>Promoção</u> <u>Galeria dos</u> <u>Brinquedos</u> <u>/Gulliver</u> 05/01/2005	02			
	<u>Participem</u> <u>do 1Grau!</u> 13/11/2004	01	<u>Alugo</u> <u>casas em</u> <u>Trancoso -</u> <u>sul da</u> <u>Bahia</u> 08/12/2004	01	<u>PRA</u> <u>QUEM</u> <u>GOSTA</u> <u>DE CÃES</u> <u>E</u> <u>GATOS!!!</u> 05/01/2005	01			
	<u>Mostre que</u> <u>voce é</u> <u>LIVRE!!</u> 13/11/2004	01	<u>Quem tem</u> <u>fotolog !!!</u> 08/12/2004	01	<u>EU</u> <u>QUERO</u> <u>SER</u> <u>ATLETA !</u>	01			

					05/01/2005				
	<u>Um flog sobre Dublê de ação !!!</u> 14/11/2004	01	<u>Comunidade de Xerém</u> 08/12/2004	01	<u>OFF TOPIC: Urgente. doa-se gatinha</u> 06/01/2005	02			
	<u>comunidade dos Orlandos-</u> 14/11/2004	01	<u>pra quem gosta de rock</u> 09/12/2004	01	<u>casarão santa luzia</u> 06/01/2005	01			
	<u>Finker Tech.</u> 14/11/2004	01	<u>comunidade pra quem curte sentar no fundão</u> 09/12/2004	01	<u>Pra quem gosta de quiz</u> 07/01/2005	01			
	<u>Vocês conhecem o Orkut Brasileiro ?</u> 14/11/2004	01	<u>Carros... câmbio automático.</u> .. 09/12/2004	01	<u>Aew!!! Por favor deem 1 olhada</u> 07/01/2005	06			
	<u>Propaganda nova!!</u> 17/11/2004	01	<u>Por onde anda a Darlene de Brasilia?</u> 09/12/2004	01	<u>Lucre R\$500.00 a R\$1500.00 ! Saiba Como...</u> 08/01/2005	65			
	<u>vc q curte os ritmos do brasil...</u> 18/11/2004	02	<u>Discuta política em Porto Alegre</u> 11/12/2004	01	<u>Vale a pena conhecer o site Tem de Tudo</u> 08/01/2005	01			
	<u>A Grande Roda de Tambores - CWB Brasil</u> 20/11/2004	01	<u>Pra quem gosta de FUTEBOL</u> 11/12/2004	02	<u>General Motors &amp; Fiat Brasil</u> 09/01/2005	05			
	<u>MISS PARANÁ - VOTEM MISS CURITIBA (minha irmã)</u> 20/11/2004	02	<u>alguem de guimarania -MG??</u> 11/12/2004	01	<u>PROPA-GANDA NÃO ELEITORAL</u> 09/01/2005	01			
	<u>Comunidade nova</u> 20/11/2004	01	<u>Novas Comunidades</u> 12/12/2004	01	<u>Shows no verão em Santos / SP com Priscila Suzuki</u> 09/01/2005	01			
	<u>Programação de Rádios - Anuncie Aqui</u> 21/11/2004	01	<u>Zoológico Fantástico!</u> 12/12/2004	12	<u>http://priscilasuzuki.palcomp3.com.br</u> 10/01/2005	01			
	<u>Demonstrem seu medo</u> 21/11/2004	01	<u>Desenhos e Arte Digital</u> 12/12/2004	02	<u>pra quem quer bjar mto nesse ano novo!!</u> 10/01/2005	03			
	<u>som novo</u>	01	<u>Caceta!!!</u>	03					

	23/11/2004		<u>Vêm ver aqui!!!</u> 12/12/2004						
	<u>Pra quem gosta de GAMES de Futebol !!</u> 25/11/2004	01	<u>Onde está o meu amor??????</u> ?? 12/12/2004	01					
	<u>FESTA DA ASTRO-NAUTA DISCOS!</u> 26/11/2004	01	<u>comunidade "eu sempre sobrava na educação física!"</u> 13/12/2004	08					
	<u>MAMUTE DIVINO... MUITO ENGRAÇADO, VC CONHECE?????</u> 26/11/2004	02	<u>PARCE-RIA com empresa de Turismo Receptivo</u> 15/12/2004	01					
	<u>FESTA DA ASTRO-NAUTA DISCOS!</u> 26/11/2004	01	<u>Ainda ta rolando o concurso !! falta pouco !!!!</u> 15/12/2004	01					
	<u>Comunidade, Os Goianos Dominarão o Mundo !</u> 26/11/2004	01	<u>www.djivamelo.com - AS MÚSICAS DA NOITE!</u> 16/12/2004	01					
	<u>METAL CORE</u> 26/11/2004	01	<u>Brava Beach Bar-B3 Floripa Reveillon 2005</u> 17/12/2004	01					
	<u>Venha Comemorar seu ANIVERSÁRIO Aqui!!!</u> 26/11/2004	02	<u>Por onde anda a Darlene de Brasília</u> 17/12/2004	01					
	<u>PAZ &amp; AMOR BRASIL... Participem.</u> -- 26/11/2004	01	<u>Venha Conhecer o Chat Evangélico</u> 18/12/2004	01					
	<u>Carnaval 2005 - Ouro Preto - MG</u> 27/11/2004	01	<u>MV-BRASIL</u> 19/12/2004	01					
	<u>Puro Rock n'Roll!</u> 27/11/2004	02	<u>Video e MP3 de Priscila Suzuki, nova voz do Brasil</u>	01					

			19/12/2004						
	<a href="#">BROCA - O Seriado Virtual</a> 27/11/2004	01	<a href="#">Cursos de Extensão e Pós</a> 20/12/2004	01					
	<a href="#">Pra quem gosta de rock</a> 29/11/2004	01	<a href="#">Novas fotos no meu Fotolog !!</a> 24/12/2004	02					
	<a href="#">precisamos divulgar!</a> 29/11/2004	01	<a href="#">Videos do programa Pânico na TV</a> 25/12/2004	03					
	<a href="#">Portal da transparência</a> 29/11/2004	01	<a href="#">Convite para uma comunidade SÉRIA!!!</a> 27/12/2004	04					
	<a href="#">Fotos Profissionais !</a> 29/11/2004	02	<a href="#">netqi</a> 28/12/2004	01					
	<a href="#">mp3</a> 30/11/2004	01	<a href="#">Negócios no Sul do Brasil</a> 28/12/2004	01					
			<a href="#">CURSO DE SURF</a> 28/12/2004	01					
			<a href="#">Gyulianna Cipriano Loureiro</a> 29/12/2004	01					
			<a href="#">netqi.com.br</a> 29/12/2004	02					
			<a href="#">Brva Beach Bar-B3 Floripa Reveillon 2005</a> 29/12/2004	01					
			<a href="#">Gazzag (Não percam)</a> 29/12/2004	01					
			<a href="#">Procuo 1 Fernanda q viajou cmg p/ a Bahia em 95</a> 30/12/2004	05					
			<a href="#">Conheçam!</a> 31/12/2004	08					
15. Emprego	<a href="#">Empresário no Brasil</a> 08/11/2004	13	<a href="#">EXAME DE ORDEM PARA TODAS AS PROFIS-SÕES</a>	09			07	01-226	40,57

			10/01/2005						
	<u>procu</u> <u>emprego</u> <u>(hardware)</u> 12/11/2004	01	<u>Prostituição</u> : Deve ser <u>reconheci-</u> <u>da como</u> <u>profissão?</u> 16/12/2004	226					
	<u>Tecnologia</u> <u>X Emprego</u> 13/11/2004	02	<u>Qual a</u> <u>melhor</u> <u>carreira a</u> <u>seguir</u> <u>nesse nosso</u> <u>Brasil</u> 21/12/2004	31					
	<u>Onde</u> <u>estão os</u> <u>melhores</u> <u>empregos</u> <u>em 2005</u> 26/11/2004	02							
16. Economia/ Dinheiro	<u>O Cheque</u> <u>dá lugar</u> <u>aos cartões</u> <u>de crédito e</u> <u>débito</u> 08/11/2004	09	<u>PIB cresce</u> <u>em 2003 e</u> <u>2004, carga</u> <u>tributária</u> <u>cai ..</u> 01/12/2004	06	<u>Soja</u> <u>transgênica</u> <u>já não atrai</u> <u>agricultores</u> <u>gaúchos</u> 06/01/2005	04	35	01-114	11,85
	<u>Aula de</u> <u>economia.</u> 10/11/2004	17	<u>SUSTO!!!</u> <u>Carga</u> <u>Tributaria</u> 02/12/2004	07					
	<u>Dólar fecha</u> <u>no menor</u> <u>nível em</u> <u>quase 2</u> <u>anos e meio</u> 12/11/2004	01	<u>Alguem me</u> <u>fale por 3</u> <u>casas</u> <u>decimais??</u> <u>?</u> 03/12/2004	03					
	<u>Banco</u> <u>Santos</u> 12/11/2004	01	<u>Brasil está</u> <u>preparado</u> <u>para</u> <u>choque</u> <u>externo !!!</u> 03/12/2004	10					
	<u>A riqueza</u> <u>da classe</u> <u>média</u> 14/11/2004	06	<u>Sanção de</u> <u>Bush custa</u> <u>mais de</u> <u>US\$ 100</u> <u>mi a Cuba</u> 06/12/2004	08					
	<u>Dinheiro</u> <u>indo pro</u> <u>RALO!!!!</u> 15/11/2004	06	<u>REAL</u> <u>FORTE</u> <u>OU</u> <u>FRACO???</u> <u>? R\$ vs US\$</u> 07/12/2004	09					
	<u>The</u> <u>Economist:</u> <u>Brasil é 39º</u> <u>em ranking</u> <u>de qualidade</u> 17/11/2004	05	<u>Carga</u> <u>tributária</u> <u>tem</u> <u>primeira</u> <u>queda em</u> <u>12 anos</u> 09/12/2004	02					
	<u>O que voce</u> <u>importaria?</u>	02	<u>Carga</u> <u>TRIBUTÁ</u>	01					

	19/11/2004		<u>RIA CAI</u> <u>pela 1ª vez</u> <u>em 12 anos</u> 09/12/2004						
	<u>Passagem</u> <u>de ônibus,</u> <u>quanto</u> <u>custa na</u> <u>sua</u> <u>cidade.?</u> 21/11/2004	114	<u>Carga</u> <u>Tributária</u> 10/12/2004	20					
	<u>SENA...</u> <u>MEGA-</u> <u>SENA...</u> <u>LOTO...</u> 25/11/2004	07	<u>Pra quem</u> <u>acha pouca</u> <u>a carga</u> <u>tributária</u> <u>brasileira</u> 12/12/2004	01					
	<u>Se não</u> <u>existisse o</u> <u>dinheiro,o</u> <u>mundo</u> <u>seria</u> <u>melhor?</u> 27/11/2004	19	<u>Aumento</u> <u>de salário</u> <u>mínimo?</u> <u>Ridículo</u> <u>isso!</u> 15/12/2004	16					
	<u>Brasil</u> <u>mantém</u> <u>crescimen-</u> <u>to</u> <u>sustentável</u> 28/11/2004	31	<u>Lula deve</u> <u>anunciar</u> <u>mínimo de</u> <u>R\$290.00</u> <u>?!?</u> 15/12/2004	58					
			<u>Sem</u> <u>correção do</u> <u>IR, fisco</u> <u>leva R\$ 37</u> <u>bi !!!</u> 15/12/2004	01					
			<u>"Dono" do</u> <u>dinheiro</u> <u>com</u> <u>privilégios?</u> 16/12/2004	03					
			<u>Opiniões</u> <u>sobre o</u> <u>salário</u> <u>mínimo</u> 17/12/2004	08					
			<u>Mercosul :</u> <u>Brasil vrs</u> <u>Argentina</u> 18/12/2004	12					
			<u>RF</u> <u>arrecada</u> <u>R\$ 25,745</u> <u>bi em</u> <u>impostos e</u> <u>tributos</u> 21/12/2004	05					
			<u>Indepen-</u> <u>dencia</u> <u>Financeira</u> 22/12/2004	01					
			<u>Investimen-</u> <u>to-</u> 22/12/2004	01					
			<u>distribuição</u> <u>de renda</u>	05					

			23/12/2004						
			<u>TELEFO- NE NO BRASIL É SUPER- FLUO???</u> 28/12/2004	15					
			<u>OS BANCOS CADA FEZ MAIS RICOS!!!</u> 29/12/2004	01					
17. Saúde	<u>O q vcs acham do ATO MÉDICO?</u> 08/11/2004	01	<u>Itálica Saude !</u> 09/12/2004	01	<u>Já?? 40 milhões de Brasileiros OBESOS..</u> 06/01/2005	01	10	01-89	22,1
	<u>Ato médico</u> 15/11/2004	12	<u>AIDS</u> 12/12/2004	46	<u>Magros e obesos na Carta Capital.</u> 10/01/2005	01			
	<u>CCJ aprova o Ato Médico</u> 23/11/2004	56	<u>brasil acima do peso...</u> 17/12/2004	05					
			<u>CIGARRO S E INDENI- ZACÕES</u> 20/12/2004	09					
			<u>Aborto (de novo)</u> 21/12/2004	89					
18. Educação/ Ciência/ Pesquisa/	<u>Sistemas de Cotas nas Universi- dades.Conc ordam?</u> 11/11/2004	13	<u>Vagas para negros e pobre nas univ. federais</u> 03/12/2004	22	<u>Pesquisa- censo</u> 08/01/2005	01	30	01-127	14,43
	<u>www.caius c.adm.br</u> 12/11/2004	01	<u>S.O.S. Universi- dade Pública Brasileira</u> 03/12/2004	01					
	<u>Educação&amp; gt.&amp;gt;&amp;gt;</u> 13/11/2004	01	<u>Vc seria "COBAIA " em uma experiência científica??</u> 03/12/2004	19					
	<u>Alguem interessado em Sociologia da Educacao?</u> 14/11/2004	01	<u>Regras de Português</u> 07/12/2004	20					
	<u>Você tem nível superior? O que</u>	01	<u>COTAS</u> 07/12/2004	02					

	<u>curso?</u> 16/11/2004								
	<u>norma padrão do português: um lixo.</u> 19/11/2004	59	<u>Triste realidade brasileira !</u> 07/12/2004	01					
	<u>O que vc sabe sobre: REFORMA UNIVERSITÁRIA?</u> 19/11/2004	02	<u>Trangencos, favoravel ou contra</u> 11/12/2004	39					
	<u>VENDA DE UNIVERSIDADE ESTADUAL</u> 19/11/2004	03	<u>Decadencia do ensino superior publico</u> 14/12/2004	04					
	<u>Diminuição de investimentos no ensino público</u> 23/11/2004	13	<u>Geração Copia e Cola!</u> 14/12/2004	09					
	<u>Universidades Públicas - Só Playboy entra?</u> 23/11/2004	45	<u>reforma universitária</u> 16/12/2004	127					
	<u>Pela melhoria da educacao no Brasil</u> 27/11/2004	04	<u>Inclusão no Ensino Superior já!</u> 18/12/2004	02					
	<u>Transgenic os mais seguros!</u> 29/11/2004	01	<u>CAVG - UFPEl</u> 24/12/2004	01					
			<u>Olha o asteroide ai minha gente!</u> 28/12/2004	15					
			<u>Efeito do álcool poderá ser matéria escolar</u> 29/12/2004	08					
			<u>Dias mais curtos!!!</u> 30/12/2004	04					
			<u>Tsunami pode ter modificado o Eixo da Terra</u> 30/12/2004	12					
			<u>Efeito do álcool</u>	03					



			<u>poderá ser matéria ...</u> 31/12/2004						
19. Música	<u>quem curte rock?</u> 09/11/2004 /	02	<u>MPB</u> 01/12/2004	01	<u>Afinal, brasileiro gosta de música?</u> 07/01/2005	33	21	01-42	6,19
	<u>quem curte o arnaldo antunes?</u> 14/11/2004	01	<u>Fernanda Abreu: o sonho de morar em Lisboa</u> 06/12/2004	05					
	<u>Justiça feita a Dóris Monteiro</u> 14/11/2004	01	<u>G3 Brasil - Para quem foi!</u> 06/12/2004	02					
	<u>FREDDIE MERCURY - VOCÊ SABIA?</u> 14/11/2004	02	<u>ROCK HISTÓRIA METAL FEST 2004 - BH</u> 08/12/2004	01					
	<u>Pearl Jam no Brasil</u> 14/11/2004	02	<u>Novo Fórum de Música (Progressiva Eletrônica)</u> 12/12/2004	01					
	<u>"canto"</u> 16/11/2004	01	<u>DISTORÇÃO - Banda Brasileira</u> 14/12/2004	01					
	<u>Senso Musical</u> 20/11/2004	03	<u>Como definir a música brasileira?</u> 24/12/2004	20					
	<u>CD Rock Tracks (Osmar)</u> 22/11/2004	01	<u>Alexandre Cardoso, ex-vocal Berim-brown</u> 26/12/2004	01					
	<u>Cérebro e Música Clássica</u> 23/11/2004	06							
	<u>Quem vai hoje ao show da cantora ROSANA?</u> 25/11/2004	01							
	<u>o RAPPA EM Los Angeles</u> 26/11/2004	03							
	<u>Trash's anos 80</u>	42							

	26/11/2004								
20. Religião/ Sobrenatural/ Ficção/ Mistério/ Teoria da Conspiração	<u>Preocupante</u> 14/11/2004	01	<u>Será que a única Igreja do Diabo é a Católica???</u> ?? 02/12/2004	40	<u>Tsunami: Efeitos da natureza X Sabotagem ?!</u> 03/01/2005	59	35	01-667	67,94
	<u>As Igrejas só pensam em ganhar dinheiro?</u> 14/11/2004	18	<u>E fantasmas e outras coisas estranhas alguém viu?</u> 02/12/2004	76	<u>e agora, comunas?</u> 07/01/2005	38			
	<u>SOU PAGÃO E DAI ??????</u> 14/11/2004	29	<u>Brasil: país espírita em 100 anos?</u> 03/12/2004	94	<u>PEDOFILIA: Igreja paga US\$ 100 milhões às vítimas</u> 08/01/2005	44			
	<u>Deus = Inteligência</u> 14/11/2004	36	<u>Mas por que tanto tópico sobre religião?</u> 07/12/2004	16	<u>Entrevistas: Aeronáutica obriga médica a mentir</u> 10/01/2005	01			
	<u>BÍBLIA - LIVRO DE FICÇÃO MAL ESCRITO.</u> 17/11/2004	201	<u>Igreja Universal pra Porra!</u> 07/12/2004	08					
	<u>Evangélicos</u> 18/11/2004	37	<u>Por que teorias de conspiração são tão populares??</u> 07/12/2004	06					
	<u>Perguntas cristãs complicadas</u> 18/11/2004	05	<u>Conspirações Reais que escondem de todos</u> 07/12/2004	01					
	<u>ALGUÉM AQUI JÁ VIU UM UFO (DISCO VOADOR) ?</u> 19/11/2004	81	<u>Hoje capturei o pensamento de alguém</u> 11/12/2004	07					
	<u>Investigação (Filipe)</u> 23/11/2004	13	<u>Bíblia Sagrada - um Livro controverso</u> 12/12/2004	91					
	<u>Seu nome fora da matrix!</u> 25/11/2004	61	<u>JESUS ERA UM DEUS ROMANO</u>	40					

			<u>2</u> 15/12/2004						
	<u>Chico Xavier (FENOMENO???)</u> 25/11/2004	117	<u>PARA ATEUS</u> 16/12/2004	11					
	<u>O homem pisou na lua ?</u> 26/11/2004	486	<u>Só tenho uma alma</u> 17/12/2004	01					
	<u>Natal com mais fê e menos comércio.</u> 26/11/2004	04	<u>IGREJA UNIVER-SAL!!!!O Q ACHAM?? ??????????</u> 24/12/2004	43					
	<u>Leandro chora quando discutem sobre sua(dele) fê</u> 29/11/2004	02	<u>Polícia italiana refaz imagem de Jesus aos 12 anos</u> 27/12/2004	13					
	<u>A única Igreja de Jesus é a Igreja Católica?</u> 30/11/2004	667							
	<u>Vaticano recomenda castidade para lutar contr Aids</u> 30/11/2004	03							
	<u>igreja universal nojenta</u> 30/11/2004	28							
21. Lazer/ Turismo/ Cidades/ Cultura/ Hábitos/ História/	<u>2005 é o ano do Brasil na França - reportagem</u> 08/11/2004	03	<u>Cultura Brasileira</u> 02/01/2005	08	<u>Qual é o lugar mais lindo do Brasil?</u> 08/01/2005	04	33	01-328	19,96
	<u>AMO TODOS OS PAULISTAS E SP</u> 15/11/2004	328	<u>FOTOS DE PORTOS BRASILEIROS</u> 05/12/2004	06	<u>Quem conhece ESpirito Santo</u> 10/01/2005	01			
	<u>Qual eh a sua praia favorita???</u> 18/11/2004	04	<u>Ki lugar?!</u> 07/12/2004	01					
	<u>Conheçam Maria da Fé, sul de MG</u> 19/11/2004	01	<u>Qual o melhor lugar no Brasil p/o Fim de Ano?</u>	08					

			07/12/2004						
	<u>Por que o brasileiro gosta tanto da Internet?</u> 19/11/2004	05	<u>Deterioração intelectual e artística do país</u> 08/01/2005	45					
	<u>Cidade no RN preserva costumes judaicos</u> 19/11/2004	03	<u>Qual a cidade mais bonita do Brasil ?</u> 09/12/2004	25					
	<u>Famílias tradicionais</u> ... 19/11/2004	21	<u>Qual o lugar mais bonito para passar as férias?</u> 10/12/2004	02					
	<u>Roraima</u> 23/11/2004	05	<u>Sampa</u> 10/12/2004	10					
	<u>Cruzeiro Nordeste</u> 25/11/2004	01	<u>Praieiros do Brasil - Convocação</u> 12/12/2004	01					
	<u>Cruzeiro Nordeste</u> 26/11/2004	05	<u>Gírias da sua cidade, região...</u> 12/12/2004	46					
	<u>Amo a Paraíba (PB)</u> 26/11/2004	09	<u>Práias pra esperar o Ano Novo...</u> 12/12/2004	01					
	<u>Novidade: Natal-Lisboa (TAP) agora diariamente</u> 28/11/2004	02	<u>Onde vcs brasileiros vão passar o ano-novo?</u> 14/12/2004	19					
			<u>Rio de Janeiro...</u> 15/12/2004	72					
			<u>Dúvidas quanto à data do descobrimento!</u> 16/12/2004	03					
			<u>Estado</u> 19/12/2004	04					
			<u>Pra onde vcs vão viajar este final de ano?</u> 22/12/2004	05					
			<u>BR 116</u> 27/12/2004	02					
			<u>Conhecendo o Brasil (Vamos</u>	03					

			<u>fazer um Tour!</u> 28/12/2004						
			<u>Carnaval em Floripa</u> 30/12/2004	06					
22. Energia/ Combustível	<u>Pra quê Energia Nuclear?</u> 26/11/2004	04	<u>Imagens do Brasil</u> 08/12/2004	01	<u>POSTOS DE GASOLINA - Que palhacada eh essa?</u> 08/01/2005	187	09	01-187	32,88
	<u>Álcool x Gasolina</u> 26/11/2004	57	<u>Cerco à gasolina adulterada</u> 14/12/2004	01					
	<u>MOTO-QUEIROS</u> 23/11/2004	01	<u>Luta contra os preços abusivos de combustível</u> 17/12/2004	08					
	<u>Gasolina</u> 30/11/2004	12	<u>Angra III contra o Lulinha Nuclear</u> 17/12/2004	25					
23. Beleza/estética	<u>SÓ LINDAS</u> 12/11/2004	01	<u>TATUADOS: ETERNA POLÊMICA?</u> 02/12/2004	11	<u>Morena dos olhos verdes</u> 02/01/2005	02	05	01-14	5,8
	<u>Porque todo galã brasileiro é feio ?</u> 12/11/2004	14							
	<u>INCRIVEL !!! O MAIS FEIO DOS BRASILEIROS</u> 15/11/2004	01							

	<u>Luigi me clonou (Gui) leiam</u> 11/11/2004	82	<u>O que esta acontecendo com esta comunidade-</u>	11	<u>O que aconteceu?</u> 03/01/2005	02			

			de? 03/12/2004						
	<a href="#">Filipe</a> 11/11/2004	01	<a href="#">para a Sil - rave - zodiak - hj - campinas - vamo?</a> 04/12/2004	06	<a href="#">para os que ainda acreditam...</a> 06/12/2004	02			
	<a href="#">O Carlos ganhou um prêmio de jornalismo!</a> 12/11/2004	22	<a href="#">Foi de propósito, gente. Sacanagem</a> ! 05/12/2004	01	<a href="#">Que absurdo é esse?!!!</a> 07/01/2005	19			
	<a href="#">Qual o persona- gem histórico que vcs mais admiram?</a> 12/11/2004	51	<a href="#">"brasil" perde para "eu amo chocolate!"</a> 05/12/2004	25	<a href="#">Breve relato...</a> 07/01/2005	07			
	<a href="#">Que música voce esta ouvindo agora?</a> 13/11/2004	219	<a href="#">Aniversário do Sóter!</a> 05/12/2004	31	<a href="#">O que fazer??</a> 09/01/2005	30			
	<a href="#">Ueh! A comunidade e BRASIL deu pau?!</a> 14/11/2004	15	<a href="#">pq modera- ted???</a> 05/12/2004	02	<a href="#">Vamos deixar aqui o nome de quem vai no encontro?</a> 10/01/2005	39			
	<a href="#">p/ waldomiro</a> 14/11/2004	02	<a href="#">tive um sonho com essa comunida- de hj</a> 05/12/2004	21					
	<a href="#">Qual a mulher mais gata do Brasil?</a> 14/11/2004	05	<a href="#">hahaha ngm merece</a> 06/12/2004	03					
	<a href="#">q saco</a> 14/11/2004	02	<a href="#">Números de membros negativo</a> 07/12/2004	01					
	<a href="#">QUE ISSO ??? size: 456 members</a> 14/11/2004	04	<a href="#">Números de membros negativo</a> 07/12/2004	04					
	<a href="#">Número de integrantes</a> 14/11/2004	01	<a href="#">Pq a comunidade está com "- 36 members"?</a> 07/12/2004	05					
	<a href="#">Belo Discurso</a> 15/11/2004	07	<a href="#">-72</a> 07/12/2004	01					
	<a href="#">Cade os 100.000???</a>	12	<a href="#">-154 membros??</a>	04					

	15/11/2004		07/12/2004						
	<u>O que está acontecendo?</u> - 15/11/2004	01	<u>Já estamos devendo 33 membros!</u> - 07/12/2004	02					
	<u>Passando a limpo</u> 17/11/2004	01	<u>-41 membros</u> 07/12/2004	23					
	<u>Existe luz no final do Tunel ?</u> 17/11/2004	12	<u>NÚMERO DE MEMBROS NEGATIVO - EPILOGO!</u> !!- 07/12/2004	18					
	<u>Campanha p/ não reposnder os tópicos galuicius-</u> 18/11/2004	03	<u>Oq acham desse texto ? Muito interessante !</u> 07/12/2004	04					
	<u>Qual o motivo do fechamento da comunidade?</u> 18/11/2004	11	<u>numero certo</u> 08/12/2004	01					
	<u>quem detesta comentários absurdos !!!</u> 18/11/2004	04	<u>arrumaram ??</u> 08/12/2004	01					
	<u>Vamos identificar os clones da comunidade</u> 19/11/2004	02	<u>PQ SO APARECE Q A COMUNIDADE TEM 10 MEMBROS???</u> 08/12/2004	07					
	<u>Para diferenciar os Glaucius - Utilidade Pública</u> 20/11/2004	07	<u>numero negativo e a teoria da conspiração</u> 08/12/2004	12					
	<u>Comunidade autoritária e ridícula (seriado 4400)</u> 21/11/2004	05	<u>ESSA COMUNIDADE TA UMA MERDA</u> 09/12/2004	07					
	<u>Quem é o pior?</u> 21/11/2004	01	<u>Membros sumindo!! vamos mudar o nome do orkut!!!</u> 09/12/2004	42					
	<u>A realidade</u>	13	<u>O que</u>	08					

	<u>é dura!!</u> <u>Duríssima!!</u> <u>!!</u> 23/11/2004		<u>vocês</u> <u>acham</u> <u>disto?</u> 09/12/2004						
	<u>Cadê todo</u> <u>mundo?!?!</u> 23/11/2004	05	<u>EU</u> <u>SEMPRE</u> <u>ESCO-</u> <u>LHIA O</u> <u>ZANGIEF</u> (haha) 10/12/2004	12					
	<u>Sobre os</u> <u>Jovens</u> 27/11/2004	12	<u>IVAN, dá</u> <u>uma olhada</u> <u>nisso aqui.</u> 10/12/2004	05					
	<u>É REVOL-</u> <u>TANTE...2</u> 8/11/2004	03	<u>-4</u> <u>membros?</u> 12/12/2004	206					
	<u>Sr Leandro</u> <u>.... direito</u> <u>de resposta</u> 29/11/2004	13	<u>Contagem -</u> <u>Curitiba</u> 12/12/2004	01					
	<u>Ei pessoas,</u> <u>o q</u> <u>aconteceu</u> <u>aqui??</u> 30/11/2004	05	<u>Estão</u> <u>flodando de</u> <u>novo a</u> <u>comunida-</u> <u>de?</u> 12/12/2004	04					
			<u>Pela saúde</u> <u>da</u> <u>comunida-</u> <u>de -</u> <u>IMPOR-</u> <u>TANTE -</u> <u>RACISMO</u> 12/12/2004	426					
			<u>Moderador:</u> <u>country:</u> <u>United</u> <u>States</u> 12/12/2004	08					
			<u>xxxxxxxxx</u> <u>xxxxxxxxx</u> <u>xxxxxxxxx</u> <u>xxxxxxxxx</u> 12/12/2004	98					
			<u>Quem é o</u> <u>mais</u> <u>CHATO da</u> <u>comunida-</u> <u>de???????</u> <u>???</u> 16/12/2004	65					
			<u>Lista dos</u> <u>brasileiros</u> <u>acordados!</u> 16/12/2004	03					
			<u>Crítica</u> <u>construtiva</u> <u>?</u> 28/12/2004	73					
			<u>Foi mal ae</u> 29/12/2004	05					
			<u>Comunida-</u> <u>de Brasil</u> <u>"limitada"</u>	05					



			29/12/2004						
			<u>PARA TODOS VOCÊS !!!!</u> 29/12/2004	02					
25. Sobre o Orkut / Internet/ Softwares	<u>Comunida- de inteligentes</u> 12/11/2004	01	<u>Topico sumiu?</u> 02/12/2004	05	<u>Beltrano (Similar ao Orkut em português)</u> 01/01/2005	01	42	01-82	12,26
	<u>Bogus do Bem ou O Mundo Maravilhos o do Orkut</u> 12/11/2004	8	<u>Comunida- des legais e comunida- des idiotas.</u> 05/12/2004	01	<u>PQ vc não usa seu nome?</u> 03/01/2005	82			
	<u>Media no orkut</u> 17/11/2004	01	<u>deletaram a comunida- de do Corinthians -</u> 08/12/2004	01	<u>Já estão sabendo do Hacker no Orkut?-</u> 04/01/2005	02			
	<u>Opiniões sobre o orkut</u> 17/11/2004	20	<u>NOVO MSN Beta 7.0</u> 09/12/2004	05	<u>CUIDADO NO ORKUT !!</u> 04/01/2005	24			
	<u>Judiciário e liberdade de expressão no Orkut</u> 18/11/2004	01	<u>Pra que tantos amigos no orkut? auto afirmação?</u> 09/12/2004	05	<u>orkut hackeado</u> 07/01/2005	01			
	<u>GIG e as suas conseqüên- cias- Estamos sendo vigiados</u> 19/11/2004	03	<u>Um artigo sobre o orkut</u> 11/12/2004	09	<u>COMO INVADIR MSN</u> 07/01/2005	18			
	<u>Orkut inventou a máquina do tempo!!!</u> 19/11/2004	06	<u>Orkut, uma conspiração gaúcha...?!</u> 12/12/2004	11	<u>ADSL Grátis</u> 09/01/2005	31			
	<u>Postar anônimo: VANTA- GENS x DESVAN- TAGENS</u> 20/11/2004	04	<u>3 milhões... e mudanças...</u> 12/12/2004	05	<u>Dados Interessan- tes...</u> 09/01/2005	09			
	<u>O que está acontecen- do com as datas no Orkut?</u> 20/11/2004	06	<u>Cuidado com Virus !!!!!!!</u> 18/12/2004	02	<u>Comunida- des do orkut estão sendo roubadas</u> 09/01/2005	13			
	<u>Freiras censuram uma comunida- de do orkut</u> 21/11/2004	07	<u>a idiotice de uma comunida- de</u> 22/12/2004	08					

	<a href="#">Check this out, serious</a> 21/11/2004	34	<a href="#">O Orkut vai quebrar!!!</a> 24/12/2004	07					
	<a href="#">Você já conhece o Orkut Brasileiro ?</a> 23/11/2004	11	<a href="#">Googlemania, googlelismo</a> 25/12/2004	01					
	<a href="#">Como lidar com SPAM (por favor leiam)</a> 23/11/2004	12	<a href="#">A "bolha Orkut" estourou? E agora?</a> 27/12/2004	70					
	<a href="#">mensalidade de ORKUT</a> 27/11/2004	19	<a href="#">Leitura de Orkut</a> 28/12/2004	19					
	<a href="#">Vaquinha pro Orkut melhorar seus servidores</a> 28/11/2004	01	<a href="#">Hotmail com 25 MB GRÁTIS</a> 29/12/2004	41					
	<a href="#">'Related Communities' agora pode ser mudado</a> 29/11/2004	07	<a href="#">250 mb no hotmail gratis quer ?</a> 29/12/2004	01					
			<a href="#">O 2º ano do orkut!!!</a> 31/12/2004	02					
26. Mídia	<a href="#">pauta pros jornalistas</a> 11/11/2004	01	<a href="#">Legião Urbana: O Filme!</a> 03/12/2004	14	<a href="#">A Rede Globo manipula o povo brasileiro?!?</a> ! 05/01/2005	81	38	01-81	17,6
	<a href="#">passou ontem na tv - café filosófico</a> 15/11/2004	05	<a href="#">Celebidades patéticas! Luma manda espancar ....</a> 04/12/2004	10	<a href="#">América reunirá: Funk, Rodeios e Espiritismo ???</a> 06/01/2005	19			
	<a href="#">Os três melhores programas de televisão</a> 15/11/2004	01	<a href="#">CASO LUMA DE OLIVEIRA</a> 06/12/2004	44	<a href="#">Polêmica: Ombudsman?</a> 10/01/2005	10			
	<a href="#">Os três piores programas da televisão</a> 16/11/2004	29	<a href="#">A próxima novela da globo abordará o Espiritismo</a> 08/12/2004	28					
	<a href="#">Falando em Jornalismo. ...</a> 16/11/2004	15	<a href="#">Fahrenheit 11/9</a> 10/12/2004	01					
	<a href="#">Qual é a melhor das quatro?</a>	24	<a href="#">William Bonner imita</a>	04					

	17/11/2004		<u>Clodovil</u> 15/12/2004						
	<u>Os três melhores programas da televisão</u> 17/11/2004	22	<u>Willian Bonner imitando Clodovil.</u> 16/12/2004	15					
	<u>Telejornais. Qual o seu preferido?</u> 18/11/2004	28	<u>Rede Record: Demoni-zação de religiões afros?</u> 16/12/2004	05					
	<u>Cinema Brasileiro: Quem prefere o nosso?</u> 19/11/2004	26	<u>Recomende um filme</u> 20/12/2004	48					
	<u>Rede Globo.... plim plim!</u> 21/11/2004	25	<u>Propagan-das engraçadas e bem boladas</u> 21/12/2004	15					
	<u>Entrevista com prefeito eleito de Porto Alegre</u> 21/11/2004	02	<u>CURTA METRA-GEM</u> 22/12/2004	01					
	<u>MEUS AMIGOS. TA RUIM DE ATURAR A GLOBO</u> 23/11/2004	35	<u>NAO EXISTE APENAS MICHAEL MOORE!!!</u> 27/12/2004	17					
	<u>JN e acidente em Paranaguá</u> 24/11/2004	02	<u>Globo</u> 27/12/2004	01					
	<u>MTV é cultura !</u> 26/11/2004	17	<u>Repudio ao novo filme da xuxa</u> 27/12/2004	17					
	<u>MENSA-GENS SUBLI-MINARES - VC ACREDI-TA?</u> 26/11/2004	66	<u>Com o tanque vazio - Revista Carta Capital</u> 29/12/2004	01					
	<u>Propaganda do Guaraná Antártica!</u> 26/11/2004	15	<u>Análise da Carta Capital</u> 31/12/2004	03					
	<u>E... é ver a Solange BBB cantando...</u> 27/11/2004	08							

	<u>Urgente: Morre grande ator brasileiro!!!</u> 29/11/2004	14							
	<u>continuando..</u> 30/11/2004	02							
27. Natal/ Ano Novo/ Retrospectiva	<u>Correios - Papai Noel...</u> 16/11/2004	01	<u>HOL HOL HOL</u> 07/12/2004	01	<u>Feliz 2005</u> 01/01/2005	02	<b>40</b>	<b>01-60</b>	<b>6,57</b>
	<u>O Natal é triste e o Ano-novo, não?-</u> 17/11/2004	17	<u>O QUE É O NATAL PRA VC ???</u> 13/12/2004	07	<u>Feliz 2005</u> 01/01/2005	01			
	<u>Jingle Bell</u> 26/11/2004	06	<u>Faça caridade no Natal.</u> 16/12/2004	01	<u>2004: O ano das Esquisitices</u> 06/01/2005	14			
	<u>Natal sem fome!</u> 30/11/2004	01	<u>Mensagem de Fim de Ano</u> 17/12/2004	01	<u>2005!</u> 07/01/2005	01			
			<u>2005 é o ano.....</u> 17/12/2004	01					
			<u>Natal Sem Fome</u> 18/12/2004	02					
			<u>BRASIL 2005</u> 18/12/2004	01					
			<u>BOAS FESTAS</u> 20/12/2004	01					
			<u>2005 é o meu Ano!!!!</u> 20/12/2004	01					
			<u>O QUE É NATAL PRA VOCÊ??-</u> 21/12/2004	25					
			<u>Feliz Natal e um Ótimo 2005 !!</u> 21/12/2004	16					
			<u>e o fim d ano?</u> 22/12/2004	01					
			<u>Brasil 2005</u> 22/12/2004 01	01					
			<u>Feliz Natal</u> 23/12/2004	01					
			<u>O q esperar de 2005?</u> 23/12/2004	09					
			<u>FELIZ NATAL!</u> 24/12/2004	01					
			<u>Feliz Natal</u>	02					

			24/12/2004						
			<u>feliz</u> <u>NEWTAL</u> <u>para</u> <u>todos!!!</u> 24/12/2004	01					
			<u>FELIZ</u> <u>NATAL E</u> <u>PRÓSPE-</u> <u>RO ANO !-</u> 24/12/2004	01					
			<u>Feliz Natal</u> 24/12/2004	02					
			<u>Aprovei-</u> <u>tando ....</u> 24/12/2004	02					
			<u>FELIZ</u> <u>NATAL!!!</u> 25/12/2004	02					
			<u>Sou o unico</u> <u>a passar o</u> <u>Natal no</u> <u>CPU??</u> 25/12/2004	57					
			<u>Desejamos.</u> <u>.. UM</u> <u>FELIZ</u> <u>2005 e...</u> <u>Participem.</u> .. 26/12/2004	12					
			<u>O que é a</u> <u>PAZ??</u> 26/12/2004	60					
			<u>O que você</u> <u>espera em</u> <u>2005?</u> 27/12/2004	01					
			<u>Feliz Ano</u> <u>Novo...</u> 29/12/2004	02					
			<u>Que em</u> <u>2005....</u> 30/12/2004	01					
			<u>Feliz 2005</u> <u>a todos</u> 30/12/2004	01					
			<u>Brasil</u> <u>melhor</u> <u>2005!</u> 31/12/2004	02					
			<u>EM 2005</u> <u>DESEJO...</u> 31/12/2004	01					
			<u>Feliz Ano</u> <u>Novo.</u> <u>país!!!</u> 31/12/2004	03					
28. Outros	<u>Famílias e</u> <u>SPAMs</u> 08/11/2004	11	<u>Qual a sua</u> <u>Dúvida???</u> 02/12/2004	01	<u>O Enrico é</u> <u>o Sérgio</u> <u>Malandro?</u> 02/01/2005	02	136	01-124	9,22
	<u>O Inimigo</u> <u>é o MOB</u> 10/11/2004	04	<u>Mulheres:</u> <u>Quem as</u> <u>entende?!</u>	01	<u>TSUNAMI</u> <u>- HÁ</u> <u>MALES</u>	124			

			02/01/2005		<u>QUE VEM PRA BEM...</u> 02/01/2005				
	<u>Evento Cães e Gatos se completam neste Domingo "En</u> 12/11/2004	01	<u>ALGUÉM JÁ FOI OU CONHECE</u> 2 03/12/2004	01	<u>MOORE IN BRASIL</u> 02/01/2005	01			
	<u>A bruxa está solta...</u> 12/11/2004	01	<u>Eu estou Certo?</u> 04/01/2005	10	<u>MUITO OBRIGADO A TODOS!!!!</u> 1 02/01/2005	01			
	<u>E agora??</u> 12/11/2004	01	<u>gihgkhgkly lyulyf</u> 05/01/2005	01	<u>Bata a Cabeça do pau no Teclado e post o q saiu</u> 03/01/2005	16			
	<u>FICAR é coisa de puta e fracassado</u> 12/11/2004	02	<u>Revolta!!</u> 05/12/2004	15	<u>Passar a diante</u> 03/01/2005	01			
	<u>Nenhum desses</u> 12/11/2004	03	<u>Porquê de tanto amor?</u> 06/12/2004	01	<u>DIFERENÇA: "FOCO NO PROBLEMA" e "FOCO NA SOLUÇÃO"</u> 03/01/2005	04			
	<u>BOICOTE</u> 12/11/2004	01	<u>Cachorro Brasileiro</u> 06/12/2004	09	<u>risada</u> 04/01/2005	01			
	<u>Mania Japonesa que virou Nacional</u> 15/11/2004	01	<u>Fico assim sem você</u> 06/12/2004	01	<u>é um absurdo!!!</u> 04/01/2005	03			
	<u>Sorry Everybody!</u> 15/11/2004	35	<u>Burger King invade o Brasil</u> 06/12/2004	25	<u>Juiz obriga vizinhos a chamarem-no de doutor</u> 05/01/2005	17			
	<u>MAE NATUREZA</u> 15/11/2004	01	<u>Para toda galera ativa</u> 06/12/2004	02	<u>Nunca Acabei Uma Caneta</u> 06/01/2005	01			
	<u>JUIZ TEM QUE SER CHAMADO DE DOUTOR.</u>	49	<u>Quero me casar e não acho ninguém!</u>	32	<u>esse merece reply</u> 06/01/2005	02			

	<u>SIM!</u> 16/11/2004		07/01/2005						
	<u>Alguém pediu pra eu comprar</u> 18/11/2004	02	<u>-000</u> 07/12/2004	01	<u>Curiosidade</u> 07/01/2005	04			
	<u>Santa Ceia do Leonardo da Vinci</u> 18/11/2004	03	<u>Só pro pessoal CABEÇA!</u> 07/12/2004	01	<u>FOGOS - diversao ou perigo?</u> 07/01/2005	34			
	<u>EU COM-CORDO!</u> 18/11/2004	01	<u>Fico assim sem você</u> 07/12/2004	01	<u>saudades</u> 07/01/2005	02			
	<u>ASCHUBE RGS</u> 18/11/2004	01	<u>É o mesmo filho que...?</u> 07/01/2005	08	<u>R P C</u> 07/01/2005	07			
	<u>Importante!</u> 18/11/2004	01	<u>É difícil ser gatinha...</u> 08/12/2004	47	<u>ROCCO BARCOO</u> 08/01/2005	02			
	<u>Manual prático para não pagar mico na balada</u> 18/11/2004	05	<u>emancipação...</u> 08/12/2004	01	<u>BANIDOS!</u> 08/01/2005	14			
	<u>A polarização já começou.</u> 18/11/2004	05	<u>Bundalê no Monte Sinai?</u> 08/12/2004	10	<u>Década de oitenta, perdida?</u> 09/01/2005	05			
	<u>Frases de para-choque de caminhao</u> 19/11/2004	07	<u>Combate ao uso do termo 'Paraíba' ...</u> 08/12/2004	04	<u>Leiam aí! Vai rolar 48°C no RS!</u> 09/01/2005	17			
	<u>Projeto !!!</u> 20/11/2004	01	<u>Ñ T ASSUSTA Q O BICHO É GRANDE</u> 08/12/2004	01	<u>Viva o ócio emocional</u> 09/01/2005	01			
	<u>Finalmente.</u> = 20/11 /2004	13	<u>Baratas</u> 09/12/2004	06	<u>Calor provoca sensação térmica de 53°C no RS!</u> 09/01/2005	05			
	<u>VEJAM!</u> 23/11/2004	07	<u>EMPREIT ADA</u> 10/01/2005	05	<u>Olha que orgulho.</u> 09/01/2005	27			
	<u>ALGUM BONFI-NOPOLITANO?</u> 23/11/2004	01	<u>Beijo no trabalho?</u> 10/12/2004	11	<u>!!</u> 10/01/2005	05			
	<u>ultimos momentos..</u> = 23/11/2004	02	<u>O proximo idioma será o chinês?</u> 11/12/2004	03	<u>Errando o caminho</u> 10/01/2005	02			
	<u>Pesquisa</u> 24/11/2004	01	<u>Gatinhas no ORKUT (já q</u>	01					

			<u>avacalha-</u> <u>ram outro</u> <u>tópico)</u> 12/12/2004						
	<u>Leiam!</u> <u>Muuuito</u> <u>Interessante</u> ↓ 24/11/2004	19	<u>Daniel</u> 12/12/2004	01					
	<u>Até que</u> <u>enfim!</u> 26/11/2004	01	<u>Subindo.....</u> 12/12/2004	02					
	<u>Dolly vs</u> <u>Coca-Cola</u> 26/11/2004	34	<u>Qual é seu</u> <u>amigo mais</u> <u>escroto ??</u> <u>Porque !!!</u> 12/12/2004	01					
	<u>SÓ PARA</u> <u>OS</u> <u>CARAS</u> *** <u>GENTE</u> <u>BOA *** :-</u> ↓ 26/11/2004	01	<u>PASSA-</u> <u>TEMPO</u> 12/12/2004	30					
	<u>A</u> <u>verdadeira</u> <u>história de</u> <u>Bruce Lee//</u> <u>Maldição?</u> 26/11/2004	06	<u>[:]][red]"[b]</u> <u>RELAXA</u> <u>um</u> <u>POUCO![/</u> <u>b]"[/red]12/</u> 12/2004	01					
	<u>Nome</u> <u>Hobbit</u> 26/11/2004	26	<u>"CONVITE</u> <u>!!"</u> 12/12/2004	51					
	Depo is da Josef a Bu.... . Salga do... 26/11/2004	18	<u>C o mundo</u> <u>fosse</u> <u>acabar hje</u> <u>o q vc</u> <u>faria??</u> 13/12/2004	02					
	<u>Um texto</u> <u>interessante</u> ... 27/11/2004	01	<u>Comprando</u> <u>frutos do</u> <u>mar.</u> <u>Fiquem</u> <u>atentos!</u> 13/12/2004	08					
	<u>Você</u> <u>conhece o</u> <u>nome</u> <u>verdadeiro</u> <u>da pessoa?</u> 28/11/2004	17	<u>Malditas</u> <u>almondegas</u> <u>do doom</u> 16/12/2004	01					
	z 30/11/2004	04	<u>Como</u> <u>assim?</u> 16/12/2004	03					
			<u>Pais</u> <u>Interessei-</u> <u>ros: Filhos</u> <u>Interessei-</u> <u>ros?</u> 16/12/2004	12					
			<u>Todos já</u>	06					



			<u>sabem...</u> 17/12/2004						
			<u>leiam issu</u> 17/12/2004	01					
			<u>Parentes</u> <u>servem</u> <u>para quê</u> <u>afinal???</u> 18/12/2004	37					
			<u>Insistência</u> <u>nas pessoas</u> <u>em serem</u> <u>preconcei-</u> <u>tuosas!</u> 18/12/2004	33					
			<u>Por que as</u> <u>pessoas</u> <u>gostam</u> <u>tanto de</u> <u>criticar?</u> 18/12/2004	18					
			<u>Olha aí o</u> <u>que eu falo</u> 18/11/2004	05					
			<u>Morte aos</u> <u>Desocupa-</u> <u>dos!!!</u> 19/12/2004	01					
			<u>AMO</u> <u>MUITO</u> <u>TUDO</u> <u>ISSO</u> 19/12/2004	01					
			<u>Por que só</u> <u>temos 10</u> <u>meses por</u> <u>ano?</u> 20/12/2004	32					
			<u>Divisão 2</u> 20/12/2004	04					
			<u>Essa é</u> <u>boa!!!!</u> 20/12/2004	15					
			<u>Sou contra</u> <u>estereótipos</u> 21/12/2004	01					
			<u>EU</u> <u>SEMPRE</u> <u>TORÇO</u> <u>PROS</u> <u>VILOES</u> 21/12/2004	03					
			<u>"eu amo</u> <u>feriados</u> <u>prolonga-</u> <u>dos" não</u> <u>sou</u> <u>vagabundo</u> 22/12/2004	13					
			<u>Colete</u> <u>Blindado e</u> <u>Filtro Solar</u> 22/12/2004	01					
			<u>ROCCO</u> <u>BA-</u>	02					

			<u>ROCCO</u> 22/12/2004						
			<u>TWIST</u> 22/12/2004	01					
			<u>susto...</u> 22/12/2004	01					
			<u>Susto com cachorros</u> 22/12/2004	03					
			<u>Sou otimista</u> 23/12/2004	01					
			<u>Porteiro zé</u> 24/12/2004	02					
			<u>O que é a PAZ??</u> 25/12/2004	60					
			<u>ANJOS DE RESGATE.</u> 25/12/2004	01					
			<u>Confessionário</u> 25/12/2004	03					
			<u>feed the World</u> 25/12/2004	07					
			<u>Dá uma olhada nisso e relaxe!</u> 26/12/2004	42					
			<u>Morte</u> 28/12/2004	01					
			<u>Projeto !!!</u> 28/12/2004	02					
			<u>"BARATA S E BAYGON"</u> 28/12/2004	04					
			<u>Basta!!!</u> 28/11/2004	06					
			<u>MEIA DUZIA DE PALHA-COS!!!</u> 29/12/2004	18					
			<u>Eu odeio Tsunamis!!</u> 29/12/2004	01					
			<u>ORGA-NIZAR</u> 29/12/2004	01					
			<u>A culpa é toda DELES.</u> 30/12/2004	05					
			<u>Inversão de Valores</u> 30/12/2004	01					
			<u>Tô pagando pra ver...</u> 31/12/2004	19					
			<u>U ano de dificulda-</u>	01					

			<u>des!!!</u> 31/12/2004						
			<u>Los</u> <u>Burrachos</u> 31/12/2004	01					

**Tabela 3:** Tópicos por assunto de 08/11/2004 a 08/01/2005

Essa tabela permite visualizar várias coisas interessantes, por exemplo, através dos índices de concentração (média) de mensagens (encontrados na última coluna) mais elevados. Assuntos que geram polêmica, como religião, assuntos sobrenaturais, teoria da conspiração, entre outros, apresentaram o maior índice, com 67,94; em segundo lugar, o assunto política externa, democracia, assuntos diplomáticos e sociais, com 48,93; e em terceiro o assunto emprego, com 40,57.

Propagandas também são muito divulgadas no *Orkut*. Muitos usuários se aproveitam da grande popularidade do *site*, para vender produtos e serviços, e divulgar as comunidades criadas (tentando convencer outros membros a participarem delas). Entretanto, embora tenham sido constatadas 113 mensagens deste tipo (no período pesquisado), quase todos os tópicos não obtêm resposta.

As categorias que mais se destacam quanto às questões ligadas ao Brasil e ao sentimento dos brasileiros quanto à nação, e que poderiam servir para a análise final, são as seguintes: “No Brasil: política, democracia, problemas sociais e Processos Diplomáticos”, “Sobre o Brasil e os brasileiros”, “Brasileiros no *Orkut*” e “Nacionalista/Amor pelo Brasil”. Na categoria “No Brasil: política, democracia, problemas sociais e Processos Diplomáticos”, por exemplo, dados apontam uma frequência considerável de 23,13 (e um total de 155 tópicos criados), o que revela, a princípio, um freqüente interesse dos brasileiros em discutir esses assuntos. Já a categoria “Sobre o Brasil e os brasileiros”, obteve uma frequência de 19,23 (com 55 tópicos criados), e possui tópicos diversos quanto ao país. A categoria “Brasileiros no *Orkut*” possui uma frequência de 8,53 (com um total de 30 tópicos criados), e alguns de seus tópicos remetem à superioridade em número de usuários brasileiros no *Orkut* em relação a outras nacionalidades e à rivalidade entre os brasileiros e estadunidenses (já comentada no capítulo sobre a “tomada” dos brasileiros no *Orkut*). Entretanto, é extremamente importante ressaltar que meu problema de pesquisa está focado especialmente sobre manifestações de sentimentos de amor ao Brasil e à identidade cultural brasileira. Assim, tendo isso em mente, e sabendo da dificuldade que teria para analisar a alta quantidade de informações correspondente a cada tópico (quase 300) dessas quatro categorias, parti para ainda mais um outro recorte: decidi concentrar minha análise na categoria “Nacionalista/Amor pelo Brasil”

(a primeira categoria da tabela), pois era justamente nela que deveria encontrar o eixo principal da minha análise, de acordo com o que meu próprio problema de pesquisa indicava.

Assim, criei outra tabela só para a categoria “Nacionalista/Amor pelo Brasil”. A primeira tarefa foi detectar, agora abrindo todos os tópicos, quais deles realmente não desviavam do assunto inicial proposto. Tópicos que na prática tratassem de outros assuntos foram eliminados da amostra, como por exemplo, os tópicos “Eu Sou Brasileiro e ã Desisto”, “Verde e Amarela,vem Brasil Lutar por ela!”, “O melhor do brasil *eh* o brasileiro” (que na verdade eram propagandas de outras comunidades), e um dos tópicos com título “Nacionalismo” (pois era idêntico a outro tópico de mesmo título e com mais postagens). Prossegui fazendo também duas subdivisões dentro desta tabela (“Nacionalista/Amor pelo Brasil”): a subcategoria “Manifestações Positivas” e a subcategoria “Manifestações que geram dúvida”, pois queria separar os tópicos que apresentavam convicção pelo “amor ao Brasil” de outros que deixavam dúvida a respeito dessa convicção. No entanto, previa que, mesmo assim, ambas as subcategorias entrariam na análise final. Calculei ainda o total de tópicos em cada uma das duas subcategorias; e a variação e média de mensagens (*posts*) em cada subcategoria. A tabela ficou da seguinte maneira:

	<a href="#">Brasil o melhor</a> 09/11/2004	01	<a href="#">Patriotismo! - 1</a> 07/12/2004	09			21	01-23	8,61
	<a href="#">Amor pelo Brasil e Cidadania</a> 10/11/2004	11	<a href="#">Valorização da Cultura Brasileira</a> 09/12/2004	23					
	<a href="#">Declame vc tambem o seu amor ao Brasil</a> 12/11/2004	01	<a href="#">AMO MEU PAIS DO JEITO Q ELE EH</a> 10/12/2004	08					
	<a href="#">fui pra Europa e prefiro o Brasil</a> 12/11/2004	10	<a href="#">o orgulho brasileiro</a> 10/12/2004	10					
	<a href="#">Brasileira convicta</a> 13/11/2004	01	<a href="#">Orgulho de ser Brasileiro !!</a> 11/12/2004	01					
	<a href="#">eu amo meu País-</a> 13/11/2004	04	<a href="#">Sou brasileira e não desisto</a>	14					

			<u>nunca!!!!</u> 14/12/2004						
	<u>Nacionalis- mo</u> 14/11/2004	08	<u>I love Brasil!</u> 16/12/2004	08					
	<u>EU AMO O BRASIL!!! E VOCÊ?</u> 18/11/2004	18	<u>Bandeira</u> 19/12/2004	18					
	<u>Amor pelo Brasil!</u> 20/11/2004	10							
	<u>Brasil tem Futuro</u> 23/11/2004	01							
	<u>Quem tem o Hino Brasileiro na lista de MP3?</u> 26/11/2004	12							
	<u>O melhor do Brasil...</u> 26/11/2004	12							

mensagens de cada tópico dividido pelo número de dias desses tópicos). Também coloquei na tabela o texto da primeira mensagem de cada tópico, a data da primeira mensagem, e a data da última mensagem. As subcategorias “Manifestações Positivas” e “Manifestações que geram dúvidas” ainda permaneceram.

	<a href="#">Brasil o melhor</a>	Existe país melhor que esse lindo Brasil? Se tiver me avisem que quero conhecer só de passagem é claro. Beijos e abraços a todos.	09/11/2004	09/11/2006	01 /	01	= 01
	<a href="#">Amor pelo Brasil e Cidadania</a>	Quem gosta do País em que vive e não abre mão de ser brasileiro (apesar de...) Quem tem uma bandeira do País em casa? Quem fica puto quando jogam papel na rua ou picham (sujam, estragam, destroem) um lugar público ou um patrimônio? Quem votaria mesmo que fosse facultativo? Quem concorda que somos nós que fazemos/mudamos o país? Somos meros espectadores do que acontece a nossa volta? Quem se considera politizado? Você concorda que somos o que pensamos e fazemos e, por isso, vivemos assim? Quem ama o seu país?	05/11/2004	10/11/2004	11 /	06	= 1,8
	<a href="#">Declame vc tambem o seu amor ao Brasil</a>	Eu sou apaixonado com o meu Brasil azul anil!!!!!!  Declame vc tambem o seu amor a este meu Brasil lindo e intrigueiro....	12/11/2004	12/11/2004	01/	01	= 01
	<a href="#">fui pra Europa e prefiro o Brasil</a>	Gente a Europa é linda... mas ninguém merece!!!! Povinho grosso viu? Principalmente italiano... e olha q sou descendente deles. Beijos AMO O BRASIL	11/11/2004	12/11/2004	10/	02	= 05
	<a href="#">Brasileira convicta</a>	Chega de notícia ruim galera! Se nós, brasileiros, ficamos nessa de so relevar o lado ruim do Brasil a coisa vai ficar preta! Tem gente sendo esfaqueada no Rio, é verdade,mas essa cidade continua Linda!!!!Assim como o resto do Brasil, mesmo com todas as suas mazelas!!!!Acima de tudo, a gente precisa acreditar no Brasil!	13/11/2004	13/11/2004	01/	01	= 01

	<u>eu amo meu País-</u>	eu amo meu país e vc ???	13/11/2004	13/11/2004	04/	01	= 04
	<u>Nacionalismo</u>	Olá pessoal! Vcs não acham que nós brasileiros deveríamos ser mais nacionalistas?	13/11/2004	14/11/2004	08/	02	= 04
	<u>EU AMO O BRASIL!!! E VOCÊ?</u>	Por tudo... por nossa música, nossa cor, nossa gente, nossa língua... pelo calor humano que só esse povo, cheio de 'cabras da peste', têm... BRASIL MOSTRA TUA CARA QUE O MUNDO VAI 'AJOELHAR' AOS TEUS PÉS...	15/11/2004	18/11/2004	18/	04	= 4,5
	<u>Amor pelo Brasil!</u>	Galerinha, sei que ninguém aki tem que provar o seu Amor pelo Brasil, mas que tal colocarmos aki o que já fizemos de loukura ou de diferente pelo nosso MADO PAÍS? Eu fiz uma tattoo bem legal, que pode ser vista no meu perfil. E quando fui para a Europa a trabalho andava com a bandeira para cima e para baixo, mesmo em reuniões de trabalho estava com ela pendurada em mim!	21/04/2004	23/04/2004	10/	03	= 3,3
	<u>Brasil tem Futuro</u>	Vamos acreditar. Cada um faz sua parte, faça o que é correto, mesmo que 2 na sua frente fazem errado. Indigne-se com as injustiças, lute, meu irmão. Vamos botar o Brasil nos trilhos!	22/11/2004	22/11/2004	01/	01	= 01
	<u>Quem tem o Hino Brasileiro na lista de MP3?</u>	Quem tem o Hino Brasileiro na lista de MP3?  Eh massa ouvi-lo de vez em qnd!	22/11/2004	26/11/2004	12/	05	= 2,4
	<u>O melhor do Brasil...</u>	O melhor do Brasil não é o brasileiro, infelizmente nosso povo só está preocupado com o beneficio próprio... O melhor deste país é a sua grandeza territorial, sua natureza. Vamos preservá-la!!!	25/11/2004	26/11/2004	12/	02	= 06
	<u>Patriotismo! - 1</u> 07/12/2004	Os brasileiros acham que o mundo todo presta, menos o Brasil. E realmente parece que é um vício falar mal do Brasil.	07/12/2004	07/12/2004	09/	01	= 09

		<p>Todo lugar tem seus pontos positivos e negativos, mas no exterior eles maximizam os positivos, enquanto no Brasil se maximizam os negativos.</p> <p>Na Holanda, os resultados das eleições demoram horrores porque não há nada automatizado. Só existe uma companhia telefônica e (pasmem!) se você ligar reclamando do serviço, corre o risco de ter seu telefone temporariamente desconectado.</p> <p>Nos Estados Unidos e na Europa, ninguém tem o hábito de enrolar o sanduíche em um guardanapo - ou de lavar as mãos - antes de comer.</p> <p>Nas padarias, feiras e açougues europeus, os atendentes recebem o dinheiro e com mesma mão suja entregam o pão ou a carne.</p> <p>Em Londres, existe um lugar famosíssimo que vende batatas fritas enroladas em folhas de jornal- e tem fila na porta.</p> <p>Na Europa, não-fumante é minoria. Se pedir mesa de não-fumante, o garçom ri na sua cara, porque não existe.</p> <p>Fumam até em elevador. Em Paris, os garçons são conhecidos por seu mau humor e grosseria e qualquer garçom de botequim no Brasil podia ir para lá dar aulas de "Como conquistar o Cliente".</p> <p>Você sabe como as grandes potências fazem para destruir um povo?</p> <p>Impõem suas crenças e cultura.</p> <p>Se você parar para observar, em todo filme dos EUA a bandeira nacional aparece, e geralmente na hora em que estamos emotivos.</p> <p>O Brasil tem uma língua que, apesar de não se parecer quase nada com a língua portuguesa, é chamada de língua portuguesa, enquanto que as empresas de software a chamam de português brasileiro, porque não conseguem se comunicar com os seus usuários brasileiros através da língua Portuguesa.</p> <p>Os brasileiros são vítimas de vários crimes contra sua pátria, crenças, cultura, língua, etc... Os brasileiros mais esclarecidos sabem que tem muitas razões para resgatar as raízes culturais.</p>					
	<u>Valorização da Cultura Brasileira</u>	<p>Eae galera , queria saber a opniao de vcs, sobre a valorizaçao da cultura brasileira, acho que ja passou da hr de pararmos de engolir enlatados americanos, e darmos maior valor a nossa cultura q e mt rica e linda .</p>	09/12/2004	09/12/2004	23/	01	= 23



	<u>AMO MEU PAIS DO JEITO Q ELE EH</u>	iso ae meu...to nem ai com o que os outros pensam...primeiro que num pego bem com quem não eh patriota brasileiro...segundo q pode estar do jeito q for...vou amar e dar meu sangue pelo meu Brasil...somos independentes pq temos raça...me orgulho em dizer q sou brasileiro!!!	07/12/2004	09/12/2004	08/	03	= 2,6
	<u>o orgulho brasileiro</u>	Por que você ama o Brasil?	08/12/2004	10/12/2004	10/	03	= 3,33
	<u>Orgulho de ser Brasileiro !!</u>	Dos muitos motivos que nao nos agrada tenho orgulho de ser brasileiro e vc?	11/12/2004	11/12/2004	01/	01	= 01
	<u>Sou brasileira e não desisto nunca!!!!</u>	Pra mim o Rio de Janeiro continua lindo mesmos sendo governado pelo Comando Vermelho. O governo Lula tem grandes chances de dar certo apesar das gafes. Problemas como miséria, desigualdade e tantos outros classicos da nossa história caminham a passos lentos em direção ao fim. Mas uma hora chegam lá! E é por isso q como a fantastica campanha publicitária em prol do Brasil, "SOU BRASILEIRA E NÃO DESISTO NUNCA!!!"	12/12/2004	14/12/2004	14/	03	= 4,6
	<u>I love Brasil !</u>	Just join the community, only to say, that I LOVE BRASIL ! I was there last year visiting my friends... I've had the most fantastic holiday of my life and I want to go back next year. I'm sorry, I don't write in Portugeese, but I'm trying to learn the basics ;- ) Reading your posts is the best practise ;-)  Love, Ania XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	20/04/2004	21/04/2004	06/	02	= 3
	<u>Bandeira</u>	Pessoal, outro dia comentei com algumas amigas sobre a beleza da nossa bandeira, o jogo das cores, o que elas representam... Elas me acharam louca por discutir isso. Então fui mais a fundo e procurei saber sobre o assunto. Nossa bandeira e considerada a mais bela em nivel de mundo, em segundo vem a dos EUA representando a centralizacao de poder e em terceiro, puts nao me lembro do terceiro... Só sei que fiquei orgulhosa do meu país, mesmo com todos os problemas	14/12/2004	14/12/2004	18/	01	= 18

		que ele e nós enfrentamos.					



--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--

a considerar somente as seis mensagens postadas entre 20 a 21 de abril de 2004. Desse modo, a frequência passou para 3 (6 mensagens divididas por dois dias). É válido ressaltar que não deixei de analisar este tópico, apesar de o mesmo ter sido criado por uma usuária que se identifica como sendo de nacionalidade inglesa, ou seja, seria um tópico que mostra uma visão estrangeira (do “outro”) e que poderia ser interessante para análise final.

Depois que cheguei ao cálculo de todas as frequências da tabela, percebi a formação de alguns grupos, e decidi classificá-los por cores diferentes. O grupo cinza reúne os tópicos constituídos de apenas uma mensagem, ou seja, com nenhuma interação entre membros, pois possui somente a mensagem do criador do tópico, sem resposta. Já o grupo laranja, possui uma frequência de 2 a 9, ou seja, possui uma razoável troca de mensagens entre os membros em um pequeno a médio intervalo de dias. Já o grupo amarelo, possui uma frequência de 18 a 23, ou seja, uma grande quantidade de troca de mensagens em um curto espaço de dias, o que parecia indicar a presença de mensagens mais polêmicas. Para visualizar melhor a formação desses grupos, criei a seguinte tabela:




	<a href="#">Brasil o melhor</a>			01 /	01	= 01
	<a href="#">Amor pelo Brasil e Cidadania</a>			11 /	06	= 1,8
	<a href="#">Declame vc tambem o seu amor ao Brasil</a>			01/	01	= 01
	<a href="#">fui pra Europa e prefiro o Brasil</a>			10/	02	= 05
	<a href="#">Brasileira convicta</a>			01/	01	= 01
	<a href="#">eu amo meu País</a>			04/	01	= 04
	<a href="#">Nacionalismo</a>			08/	02	= 04
	<a href="#">EU AMO O BRASIL!!!E VOCÊ?</a>			18/	04	= 4,5
	<a href="#">Amor pelo Brasil!</a>			10/	03	= 3,3
	<a href="#">Brasil tem Futuro</a>			01/	01	= 01
	<a href="#">Quem tem o Hino Brasileiro na lista de MP3?</a>			12/	05	= 2,4
	<a href="#">O melhor do Brasil...</a>			12/	02	= 06

	<a href="#">Patriotismo! - 1</a>			09/	01	= 09
	<a href="#">Valorização da Cultura Brasileira</a>			23/	01	= 23
	<a href="#">AMO MEU PAIS DO JEITO Q ELE EH</a>			08/	03	= 2,6
	<a href="#">o orgulho brasileiro</a>			10/	03	= 3,33
	<a href="#">Orgulho de ser Brasileiro !!</a>			01/	01	= 01
	<a href="#">Sou brasileira e não desisto nunca!!!!</a>			14/	03	= 4,6
	<a href="#">I love Brasil !</a>			06/	02	= 03
	<a href="#">Bandeira</a>			18/	01	= 18
	<a href="#">o Estado aonde vive!</a>			04/	01	= 04
	<a href="#">Quem ama o Brasil ?</a>			06/	01	= 06
	<a href="#">Quem ama nosso País ?</a>			01/	01	= 01
	<a href="#">Patriotismo. o q acham?</a>			11/	02	= 5,5
	<a href="#">É Brasil neh?-</a>			03/	01	= 03
	<a href="#">O problema é falta de patriotismo ???</a>			04/	01	= 04
	<a href="#">sobre a cultura brasileira</a>			01/	01	= 01
	<a href="#">(leiam) O Brasil não é Piada (Zé Carioca)</a>			07/	01	= 07
	<a href="#">Alguem aqui tem orgulho de ser brasileiro?</a>			34/	04	= 8,5

**Tabela 6:** Frequência (grupos por cor) na categoria “Amor pelo Brasil”.

Como comentado anteriormente, minha hipótese era de que o grupo amarelo possuísse assuntos polêmicos, pois como se pode notar na tabela acima, seus tópicos atingiram uma frequência notável e bem superior aos outros grupos. Para averiguar esta hipótese (tópicos polêmicos = maior frequência), como também outras hipóteses levantadas nessa dissertação, seria necessário abrir todos os tópicos e analisar mensagem por mensagem. Para prosseguir nessa direção, parti para a criação de uma nova tabela, na qual conservei os grupos já criados e separados por cores (frequência), dados como data da última e primeira mensagem, quantos

dias de mensagens e a frequência em números. Acrescentei o nome do postante<sup>6</sup> e sua foto (correspondente a cada mensagem), e um breve comentário (uma descrição ou indicação de tema) acerca do que tratava cada mensagem. As subcategorias “Manifestações Positivas” e “Manifestações que geram dúvidas” também permaneceram. A tabela resultante é a seguinte:

<a href="#">Brasil o melhor</a>	
<a href="#">Declame vc também o seu amor ao Brasil</a>	
<a href="#">Brasileira convicta</a>	

<sup>6</sup> A palavra “postante” deriva do termo de língua inglesa *post*, que em português significa postagem. Optei em usá-la para diferenciar, em algumas partes do meu texto, aquele que participa de um tópico através da criação de uma mensagem, daquele que apenas é membro da comunidade, mas não necessariamente participa das interações.



[Brasil tem Futuro](#)

não há foto



[Orgulho de ser Brasileiro !!](#)



[Amor pelo Brasil e Cidadania](#)

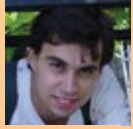






[fui pra Europa e prefiro o Brasil](#)





não há  
foto





não há foto



[eu amo meu País](#)

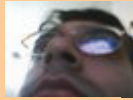
não há foto



não há  
foto



Nacionalismo



<http://www.orkut.com/Logout.aspx>



não há  
foto

não há  
foto

EU AMO O  
BRASIL!!!E  
VOCÊ?

não há  
foto





não há foto



não há foto



não há foto





não há  
foto





Amor pelo Brasil!

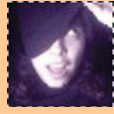


não há foto








não há foto





--	--	--	--	--

	<p><a href="#">Quem tem o Hino Brasileiro na lista de MP3?</a></p>	<p>não há foto</p>    <p>não há foto</p>  <p>não há foto</p> 		
--	--	---	--	--

não há foto

<http://www.brasilrepublica.hpg.ig.com.br/hinonacionalbrasileiro.htm>

não há foto

não há foto

não há foto

O melhor do Brasil...

não há foto





não há  
foto

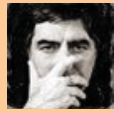












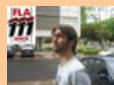


não há  
foto



AMO MEU  
PAIS DO  
JEITO Q ELE  
EH

não há  
foto



não há  
fobo



não há  
fobo



amo mto...

Brasil tem mto potencial e pode melhor mto...



o orgulho  
brasileiro

não há  
fobo

não há  
fobo



não há  
foto

não há  
foto

não há  
foto



não há  
foto

<http://www.guiaserradocipo.com.br/lazer/cachoeiras.htm>

<http://www.pousadadalimeira.com.br/fotos.htm>

Sou brasileira e  
não desisto  
nunca!!!!



não há  
foto

não há  
foto



I love Brasil !



mens. -

posts/días -



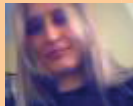
BRASIL!!!



BRASIL!!!



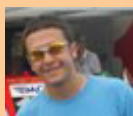
ARRIBA LAS BRASILEÑAS!!







não há foto



Valorização da  
Cultura  
Brasileira

não há foto

não há foto

não há foto

não há  
foto



não há  
foto



não há  
foto

não há  
foto



não há  
foto



não há  
foto

não há  
foto



não há  
foto

não há  
foto

não há  
foto

não há  
foto

*Deus é Fiel!*

não há  
foto



não há  
foto

Bandeira













<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=4249&tid=125026>]

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=4249&tid=2805659>]



		   <p>não há foto</p> 		
--	--	--	--	--

[Quem ama  
nosso País ?](#)



[sobre a cultura](#)

[brasileira](#)



[o Estado aonde vive!](#)



[Quem ama o Brasil ?](#)



não há foto

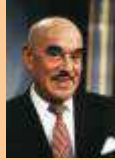
não há foto



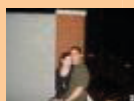
não há foto

[Patriotismo, o q acham?](#)

não há foto







É Brasil neh?



não há  
foto



O problema é  
falta de  
patriotismo ???







não há  
foto

[\(leiam\) O Brasil  
não é Piada \(Zé  
Carioca\)](#)





Alguem aqui tem orgulho de ser brasileiro?

**não há foto**



		<p>não há foto</p>  <p>não há foto</p>   <p>não há foto</p> <p>não há foto</p> <p>não há foto</p> <p>não há foto</p> <p>não há foto</p>		
				<p><i>BRASILEIRONUNCA!</i></p>

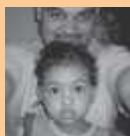


não há  
foto



não há  
foto





não há  
foto

<http://www.orkut.com/Community.aspx?cmm=948261>

não há  
foto



não há  
foto






			<p>Canção do Exílio - <i>Gonçalves Dias</i></p> <p>"Minha terra tem palmeiras, Onde canta o Sabiá; As aves, que aqui gorjeiam, Não gorjeiam como lá.</p> <p>Nosso céu tem mais estrelas, Nossas várzeas têm mais flores, Nossos bosques têm mais vida, Nossa vida mais amores.</p> <p>Em cismar, sozinho, à noite, Mais prazer encontro eu lá; Minha terra tem palmeiras, Onde canta o Sabiá.</p> <p>Minha terra tem primores, Que tais não encontro eu cá; Em cismar — sozinho, à noite — Mais prazer encontro eu lá; Minha terra tem palmeiras, Onde canta o Sabiá.</p> <p>Não permita Deus que eu morra, Sem que eu volte para lá; Sem que desfrute os primores Que não encontro por cá; Sem qu'inda aviste as palmeiras, Onde canta o Sabiá."</p>	
			<p>Amo esse país, nosso povo, nossas cidades, nossas praias, nossas diferenças, nossas comidas... Concordo com vc, Cadu!</p>	
				
				-

Tabela 7: Mensagens, fotos e comentários na categoria “Amor pelo Brasil”.

Através dos resumos que fiz sobre cada mensagem, percebi que minha hipótese de que o grupo de maior frequência (amarelo) seria o grupo formado por assuntos polêmicos, não se

confirmou. Para minha surpresa, os tópicos desse grupo apresentaram grande frequência por motivos diferentes: no tópico “Valorização da Cultura Brasileira”, por exemplo, grande parte da discussão ocorreu entre dois postantes (Ivan e Patrícia) de tal modo que apontava para um tipo de “implicância” um com o outro sobre o assunto em pauta (valorização da cultura brasileira). De um total de 23 mensagens desse tópico, pelo menos 12 foram ocupadas por essa discussão divergente e bipolar. Outras 6 mensagens foram criadas entre três postantes (Patrícia, Alisson e Artur), que trocavam elogios entre si. Já o tópico “Bandeira” é constituído de uma mensagem inicial que não estimula polêmica, mas concordância, curiosidade e cooperação. Embora nem todos os postantes tenham opiniões semelhantes sobre o assunto, pois cada um opina o que acha que poderia mudar ou não na bandeira, não há maiores conflitos, e sim, um clima de compartilhamento de informações e concordância com a proposta do tópico.





É importante ressaltar que no *Orkut* pode ocorrer do autor de qualquer mensagem apagar o que escreveu, assim como do moderador da comunidade apagar uma mensagem que considera inadequada. Ao que tudo indica, uma das mensagens do tópico “Amor pelo Brasil e Cidadania” (que pode ser visto na tabela acima), por exemplo, foi apagada, pois o (a) quarto (a) postante (Rodrigo ou Vivian) responde concordando com a opinião de Túlio (o postante anterior), sendo que este e sua mensagem não aparecem no fórum. Este fato ajuda a lembrar que apesar de todo o cuidado na sistematização dos dados, o *Orkut* não permite que se tenha total certeza (em alguns casos) que o fluxo da conversa analisada é exatamente igual às postagens originais dos usuários. No entanto, apenas este caso foi identificado com tal falha dentre todos os dados “recortados” para a pesquisa.







Para chegar à análise final, eu precisava ainda estimar o amor pelo Brasil manifestado pelos brasileiros. Criei então outra tabela, com uma classificação de todas as mensagens, de acordo com as diferentes reações dos postantes quanto ao sentimento de amor ao Brasil e ao orgulho em ser brasileiro. A classificação ficou da seguinte maneira: Mensagens Positivas – aquelas que demonstram amor à pátria, seus costumes, sua cultura e seu povo (pelo menos na maior parte do texto). Mensagens negativas – aquelas que revelam antipatia pelo patriotismo, depreciavam o Brasil e os brasileiros, entre outros. Mensagens Neutras - aquelas que consideram e equilibram tanto os pontos positivos quanto os negativos em relação ao Brasil e aos brasileiros. Mensagens Outras / Assuntos diversos – aquelas que desviam do assunto proposto no tópico ou não expressam de maneira clara o que querem transmitir de informações. Essa classificação foi colocada abaixo de cada comentário meu (que já havia sintetizado sobre o que se tratava cada mensagem e suas características) a respeito da


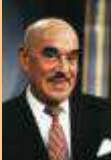









mensagem de cada postante. Fiz também um comentário geral sobre cada tópico, uma forma de sintetizar ainda mais os fatos e, conseqüentemente, me ajudar na análise final. Assim, a seguinte tabela foi formada:




<a href="#">Brasil o melhor</a>	
<a href="#">Declame vc tambem o seu amor ao Brasil</a>	
<a href="#">Brasileira convicta</a>	





	<a href="#">Brasil tem Futuro</a>			
	<a href="#">Orgulho de ser Brasileiro !!</a>			
	<a href="#">Amor pelo Brasil e Cidadania</a>	 		





					
					
					
					
					

					
					
					
					
	<p><a href="#">fui pra Europa e prefiro o Brasil</a></p>				
					


		 <p>nếu hồ foto</p>  			
--	--	--	--	--	--







		  <p>não há foto</p> 			
--	--	--	--	--	--





	<p><a href="#">eu amo meu País</a></p>	<p>não há foto</p>			
					
		<p>não há foto</p>			
					
	<p><a href="#">Nacionalismo</a></p>				
					




					
					
					
					
		<p>não há foto</p>			










		<p>não há foto</p>			
<p><u>EU AMO O BRASIL!!!E VOCE?</u></p>		<p>não há foto</p>			
					





					
					
					
		<p>não há foto</p>			
					
					
					


		<p>não há foto</p>  <p>não há foto</p>   			
--	--	---	--	--	--

		<p>não há foto</p>  			
	<p><a href="#">Amor pelo Brasil!</a></p>	 <p>não há foto</p>			

		 <b>não há foto</b>			
					
					





					
					
					
					
	<p><a href="#">Quem tem o Hino Brasileiro na lista de MP3?</a></p>	<p><b>não há foto</b></p>			



					
					
					
		<p>não há foto</p>			
					
		<p>não há foto</p>			

					
		<p>não há foto</p>			
		<p>não há foto</p>			
		<p>não há foto</p>			
		<p>não há foto</p>			
	<p><a href="#">O melhor do Brasil...</a></p>	<p>não há foto</p>			



			<a href="http://www.aba.com.br/omelhordobrasil/">http://www.aba.com.br/omelhordobrasil/</a> . A criação dessa	
				
			<a href="http://www.aba.com.br/omelhordobrasil/">http://www.aba.com.br/omelhordobrasil/</a> .	
	<p>não há foto</p>			





					
					
					
					





					
					









[Patriotism](#)  
[o! - 1](#)



		    <p>não há foto</p>			
--	--	--	--	--	--






					
	<p><u>AMO MEU</u> <u>PAIS DO</u> <u>JEITO Q</u> <u>ELE EH</u></p>	<p>não há foto</p>  <p>não há foto</p>  			





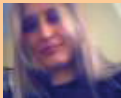
					
		<p>não há tobo</p>			
					
	<p><a href="#">o orgulho brasileiro</a></p>	<p>não há tobo</p>			
		<p>não há tobo</p>			
					



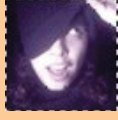

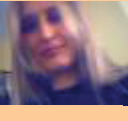


		<p>não há foto</p>			
		<p>não há foto</p>			
		<p>não há foto</p>			
					
					
					






		<p>não há foto</p>			
	<p><a href="#">Sou brasileira e não desisto nunca!!!!</a></p>				
					
					


		    <p>não há foto</p> <p>não há foto</p> 			
--	--	--	--	--	--




					
					
					
					
	<a href="#">I love Brasil</a> !				
	mens. -				

		     <p><b>não há foto</b></p>			
--	--	--	---	--	--


					
	<p><u>Valorização da Cultura Brasileira</u></p>	<p>não há foto</p>			
		<p>não há foto</p>			
		<p>não há foto</p>			

		<p>não há foto</p>			
					
		<p>não há foto</p>			

					
		não há foto			

		<p>não há foto</p>   <p>não há foto</p> 			
--	--	--	--	--	--






		 <b>não há foto</b>			
		<b>não há foto</b>			
		<b>não há foto</b>			
		<b>não há foto</b>			
		<b>não há foto</b>			






		<p>não há foto</p>			
		<p>não há foto</p>			




		<i>Deus é Fiel!</i>			
		<b>não há foto</b>			
		<b>não há foto</b>			

Bandeira



		  			
--	--	---	--	--	--

					
					
					
		<p>não há foto</p>			
					
					

					
					
		<p>não há foto</p>			
					

[Quem ama  
nosso País ?](#)







[sobre a  
cultura  
brasileira](#)





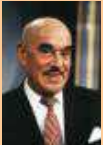




[o Estado  
aonde vive!](#)








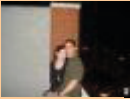
					
					
					
	<p><a href="#">Quem ama o Brasil ?</a></p>				
		<p>não há foto</p>			

		<p>não há foto</p>			
					
					
		<p>não há foto</p>			
	<p><a href="#">Patriotismo, o q acham?</a></p>	<p>não há foto</p>			





		    			
--	--	---	--	--	--

--	--	--	--	--	--





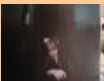

					
					
					
					





	<p><a href="#">É Brasil neh?</a></p>				
		<p>não há foto</p>			
					
	<p><a href="#">O problema é falta de patriotismo ???</a></p>				





		  <p>não há foto</p>			
	<p><a href="#">(leiam) O Brasil não é Piada (Zé Carioca)</a></p>	 			





		    			
	<p><a href="#">Alguem aqui tem orgulho de ser brasileiro?</a></p>	<p><b>não há foto</b></p>			








					
		<p>não há foto</p>			
					
		<p>não há foto</p>			
					
					
		<p>não há foto</p>			
		<p>não há foto</p>			

		<p>não há foto</p> <p>não há foto</p> <p>não há foto</p>    			
--	--	--	--	--	--

		  <p>não há foto</p>     			
--	--	--	--	--	--

		<p>não há foto</p>     <p>não há foto</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>não há foto</p>  <p>não há foto</p>    			
--	--	---	--	--	--



## 6 ANÁLISE DE CONTEÚDO – COMUNIDADE BRASIL

### 6.1 Caminhos Metodológicos para a Análise de Conteúdo

Sabe-se que no *Orkut*, as manifestações dos usuários ficam gravadas nos fóruns das comunidades (como também em outros espaços), portanto, não são palavras faladas que se perdem<sup>1</sup>, e sim, que possuem um registro. Esta característica foi fundamental no momento de decisão sobre qual método de pesquisa eu iria adotar, pois eu pretendia trabalhar com informações sobre a comunidade Brasil referentes ao primeiro ano de existência do *Orkut* (2004), época em que os brasileiros conquistaram a superioridade numérica naquele *site*. Dependendo dos procedimentos metodológicos que eu adotasse as implicações para a amostra poderiam ser muito diferentes, por exemplo, se eu tentasse fazer grupos focais, reunindo os usuários para rememorar os acontecimentos, ou utilizasse questionários, além de ter muito menor precisão (porque já não se trata do que aconteceu na época, mas do que as pessoas se lembram de ter acontecido) poderia ser impossível dada a dispersão espacial dos usuários e as dificuldades para identificá-los. Seria uma boa escolha optar por um método de análise que lançasse mão dos registros dos textos identificados graças aos vários recortes descritos e comentados no capítulo anterior. Tomei então como meu *corpus* de pesquisa as informações reunidas na tabela 8.

Para verificar como se manifesta o sentimento de amor ao Brasil por parte dos usuários da comunidade, identificar as questões relacionadas à identidade cultural nacional expostas nesse ambiente, e ainda, se as informações analisadas confirmam ou contradizem as minhas hipóteses de pesquisa (apresentadas anteriormente), optei por realizar uma análise de conteúdo das mensagens reunidas no *corpus*. Conforme Bardin, a análise de conteúdo é “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens” (BARDIN, 1995, p.42).

Assim, procuro a partir de agora, sistematizar as informações encontradas, primeiramente operando com os dados quantitativos expostos na tabela 8 quanto ao caráter

---

<sup>1</sup> A não ser pelo fato de que algumas mensagens podem ser deletadas por seus próprios criadores e pelo moderador da comunidade.

negativo, positivo ou neutro (ou desvios do tema) das mensagens, e numa segunda etapa, comentando mais especificamente as mensagens presentes nos tópicos.

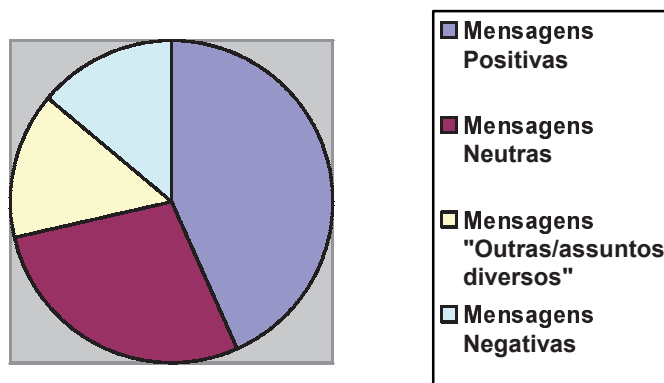
É importante ressaltar que o tipo de análise que proponho é de conteúdo temático. Segundo Bardin, este tipo de análise consiste em “descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença, ou freqüência de aparição, podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido (BARDIN, 1995, p. 105). Assim, a análise que farei (em suas etapas quantitativa e qualitativa), identificará quais temas aparecem com maior freqüência nos tópicos e comentará o que cada um aborda. Ao final desta análise interpretarei o conjunto das informações e procurarei verificar se esta percepção concorda ou contradiz as minhas hipóteses.

### *6.1.1 Analisando dados quantitativos*

As mensagens dos postantes e membros da comunidade analisada fornecem muitas pistas sobre questões relacionadas às manifestações de patriotismo e amor ao Brasil no *Orkut*. Alguns dados quantitativos são constatados relativos à presença de mensagens “Positivas”, “Negativas”, “Neutras” e “Outras/Assuntos Diversos”. De um total de 249 mensagens pesquisadas, 108 foram consideradas “Positivas”, ou seja, em 43,3% das mensagens do *corpus*, os postantes manifestam orgulho, amor ou algum sentimento ou opinião positiva em relação ao Brasil. As mensagens “Negativas” chegam a 35, ou seja, em 14% do total os postantes manifestam-se negativamente em relação ao Brasil. Alguns, por exemplo, declaram que não se sentem patriotas e, em alguns casos, até criticam outros postantes que exaltam qualidades do Brasil e/ou que dizem ter orgulho do país. As mensagens “Neutras” somam 70, ou seja, em 28,1% do total, os postantes manifestam opiniões e sentimentos mais ponderados quanto ao Brasil, pois abordam tanto qualidades quanto defeitos na realidade brasileira. Na classificação “Outras/Assuntos Diversos” existem 36 mensagens, ou seja, 14,45% das postagens apresentam textos e comentários que desviam do assunto “Amor ao Brasil” (ou assuntos relacionados). Resulta a seguinte freqüência quanto aos tipos de reações encontradas:



- 1º lugar – Mensagens Positivas, com 108 mensagens (43,3%<sup>2</sup>).
- 2º lugar - Mensagens Neutras, com 70 mensagens (28,1%).
- 3º lugar - Mensagens “Outras/Assuntos Diversos”, com 36 mensagens (14,45%).
- 4º lugar - Mensagens Negativas, com 35 mensagens (14%).



**Gráfico 1:** Frequência - tipos de mensagens

Separando estas mensagens pelas subcategorias de tópicos (“Manifestações Positivas” e “Manifestações que geram dúvida” da mesma tabela) verifica-se a seguinte distribuição: na subcategoria “Manifestações Positivas”, as mensagens positivas lideram com a quantidade de 85. As mensagens neutras, que somam 47, ficam em segundo lugar. Em terceiro, estão as mensagens “Outras/Assuntos Diversos”, com o total de 26. Em quarto estão as negativas, com 20 mensagens. Assim, pode-se dizer que, pelos dados quantitativos a subcategoria “Manifestações Positivas” faz jus ao nome, pois o total de mensagens positivas realmente é maior.

Na categoria “Manifestações que geram dúvida”, o número de mensagens positivas (23) empata com o de mensagens neutras (23), fato que revela um equilíbrio entre as opiniões mais otimistas e as opiniões mais ponderadas em relação ao Brasil. Em segundo lugar estão as mensagens negativas, com um total de 15, o que revela que esta subcategoria, pelos dados quantitativos, também faz jus ao nome, pois além de se ter mais equilíbrio entre o número de mensagens neutras e positivas, há também um considerável número de mensagens negativas.

<sup>2</sup> Todas as porcentagens foram arredondadas para uma casa decimal.

Já as mensagens “Outras/Assuntos Diversos”, ficam em terceiro lugar, com um total de 10 postagens.

### *6.1.2 Analisando dados qualitativos*

Os resumos e comentários presentes na tabela 8 revelam a presença de quatro temas principais que permeiam a maioria dos assuntos abordados nos tópicos: a) o amor ao Brasil, b) o patriotismo/nacionalismo, c) a valorização da cultura brasileira e assuntos relacionados à xenofobia, e d) a identidade brasileira. A partir desses temas, organizei então a análise, antes de tudo reunindo os tópicos que possuem maior número de mensagens para cada um dos quatro temas. Quando mais de um tema estava presente num mesmo tópico (pois a intervenção dinâmica e espontânea dos usuários acaba por provocar uma mistura de assuntos), não deixei de comentar a presença de todos, mas o tópico permaneceu enquadrado em apenas uma das 4 categorias (logicamente aquela em que ele possui um maior número de mensagens).

Em cada classificação de temas, também foi mencionado se seus tópicos são formados por mensagens “Positivas”, “Negativas”, “Neutras” ou “Outras/Assuntos Diversos” e, ainda, a que subcategorias (“Manifestações Positivas” e “Manifestações que geram dúvida”) pertencem.

#### *a) Amor ao Brasil*

A grande maioria das mensagens sobre o sentimento de amor ao Brasil são positivas. Já no primeiro grupo da tabela, podem ser percebidas nos tópicos “Brasil o melhor”, “Declame vc tambem o seu amor ao Brasil”, “Brasileira convicta”, “Brasil tem Futuro”, “Orgulho de ser Brasileiro !!”. Nesses tópicos (que pertencem à subcategoria “Manifestações Positivas”), os postantes declaram que o Brasil é o melhor e o mais lindo lugar pra se viver, e comentam sobre a paixão e o orgulho pelo Brasil. Todos esses tópicos possuem apenas uma postagem, isto é, não obtiveram nenhum retorno nem foram comentadas por outros participantes.

Em alguns casos as mensagens positivas são criadas por membros que passam a operar como “animadores” do tópico, pois estes postam mensagens relativas ao amor pelo Brasil de forma freqüente. O criador do tópico “Amor pelo Brasil e Cidadania” (o primeiro tópico do grupo laranja situado na subcategoria “Manifestações Positivas”), por exemplo, identificado como Pedro, inclui 3 vezes mensagens a respeito das qualidades do Brasil. Além de dizer que ama o país, declara que procura fazer o máximo para conservá-lo, ajudá-lo e respeitá-lo. Ainda diz que exhibe uma bandeira nacional que possui e que acha que os brasileiros deveriam ser mais nacionalistas. Em seu terceiro tópico seguido, “cola” uma letra de música (como mensagem) que ressalta as qualidades e belezas das regiões brasileiras. Pedro procura motivar outros postantes a manifestar-se sobre a necessidade de valorizar as qualidades do Brasil. Entretanto, toda a exaltação relativa às qualidades do país feitas por ele provoca irritação em outros usuários. O primeiro a se manifestar contra essa exaltação é o postante Sóter, que aparece (não só nesse tópico como em outros) com uma postura questionadora do amor “exagerado” ao Brasil. Sóter discorre sobre várias coisas que “detesta no país”, como por exemplo, alguns cantores, estilos musicais, violência, costumes do brasileiro, etc., e ainda acrescenta uma gargalhada irônica ao final de seu depoimento. Na mensagem seguinte, o postante Artur parece também criticar o discurso nacionalista e otimista de Pedro. A expressão “arfff” escrita por ele, revela que está farto desse pensamento de que o brasileiro é “especial” (idéia transmitida por Pedro quando cita a expressão “Isso nenhum povo tem” - relativa às qualidades do Brasil e que não se encontrariam em outros países). Nesse tópico, de um total de 11 mensagens, 4 são positivas, 4 são negativas, e 3 são neutras.

No tópico “Patriotismo!-1<sup>3</sup>” (outro tópico do grupo laranja situado na subcategoria “Manifestações Positivas”), o postante Gabriel mantém uma postura “animadora” semelhante à de Pedro. Ele diz que não gosta da opinião de alguns brasileiros quando afirmam que todo o planeta “presta”, menos o Brasil. Como forma de dizer que o Brasil possui muito mais coisas boas que outros países, cita vários exemplos de serviços, educação e higiene que funcionam de forma precária no exterior. Assim, ele constrói o argumento de que nem tudo que é estrangeiro é bom. E complementa, no final do seu comentário, sobre a necessidade de resgatar as raízes brasileiras, uma forma de incentivar o povo a gostar e valorizar mais o que é do Brasil. Outros postantes também defendem que os brasileiros deveriam valorizar mais o Brasil. As demais mensagens do tópico desviam-se do assunto patriotismo, pois tratam-se de *posts* sobre um e-mail a respeito uma “holandesa”, que, até onde é possível entender, coloca

---

<sup>3</sup> Embora este tópico tenha como título a palavra “patriotismo”, deixei-o dentro da classificação “Amor ao Brasil” porque, de fato, ele trata muito mais sobre qualidades do Brasil do que o tema “patriotismo” em si.

em dúvida a veracidade dos dados comparativos divulgados por Gabriel (criador do tópico). Entretanto, mesmo que estas mensagens possam estar relacionadas com o assunto patriotismo, não deixam claro que relações são estas, portanto foram enquadradas na classificação “outros/assunto diversos”. De um total de 9 mensagens, 4 são positivas, 1 é negativa, 1 é neutra e 3 estão classificadas como “outras/assuntos diversos”.

Os tópicos “eu amo meu País” e “EU AMO O BRASIL!!!E VOCÊ?” (também situados na subcategoria “Manifestações Positivas”), possuem uma grande maioria de mensagens positivas, nas quais são feitas declarações de amor ao Brasil e ao povo brasileiro. Algumas dessas declarações são um tanto extremas, como por exemplo, quando o criador (anônimo) do tópico “EU AMO O BRASIL!!!E VOCÊ?” discorre sobre os vários motivos que o fazem amar o Brasil e conclui dizendo: “Brasil mostra tua cara que o mundo vai ajoelhar aos teus pés”. Logo após essa declaração, o postante Sóter (conforme age em outros tópicos também) escreve uma mensagem debochando desse espírito nacionalista exagerado mostrado pelo anônimo. Ironizando, ainda pergunta para o anônimo se o mundo vai se ajoelhar aos pés do Brasil por “pânico”, e diz que ama o mundo dele mesmo. Embora este tópico seja formado pela maioria de mensagens “positivas”, mais duas posições nem tão positivas ainda podem ser notadas por parte de outros dois postantes. Um deles diz que “ama estar vivo e não daria sua vida por país nenhum”, e o outro, diz que o Brasil não passa de um pedaço de terra limitado e a única coisa que gosta no país é o fato de poder comer comida boa por um custo baixo. Existem também mensagens mais neutras, como a do postante Andrei, que diz que não é incompatível amar o Brasil e o mundo ao mesmo tempo. O mesmo usuário ainda comenta que, embora more fora do Brasil, é brasileiro, e que ser “diferente” é que torna uma cultura algo “especial”, ou seja, a identidade precisa da diferença para se tornar “única”. Nesse tópico, de um total 18 mensagens, 11 são positivas, 2 são negativas, 4 são neutras e 1 está classificada como “outras/assuntos diversos”.

Alguns tópicos parecem exigir “provas de amor” dos membros da comunidade. É o caso de “Amor pelo Brasil!” e “Quem tem o Hino Brasileiro na lista de MP3?” (ambos pertencentes à subcategoria “Manifestações Positivas”). No tópico “Amor pelo Brasil!”, por exemplo, o criador, Sergio (Caue), pergunta aos membros da comunidade que “loucuras” eles já fizeram pelo Brasil e como forma de estimular respostas e declarações patriotas, revela que fez uma tatuagem da bandeira do Brasil em seu corpo. Seguem-se revelações de outros postantes, como “pintar as unhas de verde e amarelo e depois ir à aula em um colégio de padres”, “realização de trabalho voluntário” entre outros. De um total de 10 mensagens neste tópico, 6 são positivas, 3 são neutras e 1 está classificada como “outras/assuntos diversos”. Já

o tópico “Quem tem o Hino Brasileiro na lista de MP3?” é formulado conforme a pressuposição de que quem realmente ama o país possui o hino brasileiro na lista de MP3. Vários postantes comentam que possuem não só o hino nacional, como também o da independência, da república, de estados do Brasil, entre outros. Em ambos os tópicos citados, o “clima” em geral é positivo e de cooperação. De um total de 12 mensagens, 9 são positivas e 3 são neutras.

Outros exemplos de manifestações positivas em relação ao Brasil, com interação também positiva entre os usuários, podem ser percebidos no tópico “Bandeira” (situado na subcategoria “Manifestações Positivas”). Esse tipo de tópico, pertencente ao grupo classificado como de grande frequência de postagens, parece indicar um “desejo” de que os postantes escrevam concordando com o que foi proposto na primeira mensagem e ainda revela curiosidades sobre a bandeira nacional brasileira. Assim, os postantes compartilham informações sobre a origem e criação da identidade visual da bandeira, e dão palpites do que acham que deve ou não ser mudado na mesma. De um total de 18 mensagens, 9 são positivas, 8 são neutras e 1 está classificada como “outras/assuntos diversos”.

O tópico “AMO MEU PAIS DO JEITO Q ELE EH” (pertencente à subcategoria “Manifestações Positivas”) contém uma maioria de postantes que gostam e que têm orgulho do Brasil. Entretanto alguns alertam que amar o país não é sinônimo de não enxergar seus defeitos. Dizem também que ser nacionalista é uma coisa boa, mas que é preciso ter um cuidado para esse amor não virar xenofobia e odiar outros países e culturas, achando que só o seu Brasil presta. A única mensagem negativa pertence a um postante que diz que também ama o Brasil do jeito que ele é, pois não há outra saída além de ter que gostar e aceitá-lo assim. A mensagem termina com a indicação de risadas. De um total de 8 mensagens, 6 são positivas, 1 é negativa e 1 está classificada como “outras/assuntos diversos”.

O tópico “*I love Brasil!*” (pertencente à subcategoria “Manifestações Positivas”) traz a opinião de uma usuária que se identifica como uma estrangeira que conheceu o Brasil: Ania, a criadora do tópico. Ela afirma que “teve experiências legais no país”, e pede outras informações e dicas para os membros da comunidade sobre lugares interessantes de conhecer. O “clima” do tópico é positivo e cordial com a estrangeira. O tópico gira em torno da apresentação de Ania (que diz ter criado o tópico porque queria que os brasileiros soubessem que ela ama o Brasil) na comunidade e de boas vindas a ela. De um total de 6 mensagens, 3 são positivas e 3 estão classificadas como “outras/assuntos diversos”.

Questões relativas ao orgulho pelo Brasil e por ser brasileiro, são abordadas nos tópicos “orgulho brasileiro” e “Alguem aqui tem orgulho de ser brasileiro?”. O primeiro é

preenchido com vários elogios feitos ao Brasil e de fato havia sido situado na subcategoria “Manifestações Positivas”. Os membros dizem por que amam o país, citando várias qualidades do Brasil a que atribuem esse amor, tais como: “por ser um lugar que oferece oportunidades profissionais”, “por não possuir terrorismo”, “por ter um povo maravilhoso”, “grandes belezas naturais”, carnaval, futebol, etc. De um total de 10 mensagens, oito discorrem positivamente sobre o Brasil. As outras duas, as mensagens que exibem opiniões nem tão favoráveis sobre o Brasil, são de autoria de Sóter e Enrico. Sóter, na verdade, deixa dúvida se gosta ou não gosta do Brasil. Já Enrico diz amar o Brasil, pois nasceu nesse país e não teve escolha, mas diz que patriotismo é uma “merda” de palavra/sentimento, pois causa a divisão do planeta. Já no tópico “Alguem aqui tem orgulho de ser brasileiro?” (Último tópico da tabela 7) pertencente à subcategoria “Manifestações que geram dúvida”, de 34 mensagens, 17 são “positivas” e várias mostram convicção quanto ao orgulho de ser brasileiro. Entretanto, a outra parcela (metade) de mensagens, é formada por 5 mensagens negativas, 9 neutras e 3 classificadas como “outras/assuntos diversos”. O postante Rodrigo, por exemplo, diz que a exaltação desse orgulho é a repetição de um discurso construído pela mídia e que já caiu em desuso. Opiniões diferentes aparecem na opinião de um anônimo e do postante Sóter. O anônimo diz que não há motivos para ter orgulho apenas pelo fato de ter nascido no Brasil, já Sóter diz que se orgulha do planeta, não apenas de uma parte dele. Outros postantes ainda possuem uma postura mais neutra, quando oscilam entre o orgulho pelo país e questões negativas da realidade brasileira.

A máxima “Sou brasileiro e não desisto nunca!” é perceptível em vários tópicos. Esta frase pertence à campanha publicitária “O melhor do Brasil é o brasileiro” lançada pela ABA (Associação Brasileira de Anunciantes) em 2004, e faz parte de um projeto que tinha como objetivo motivar “a sociedade civil, o universo empresarial, os veículos de comunicação e as diversas instâncias públicas a desenvolverem esforços pró auto-estima do brasileiro” (<http://www.aba.com.br/omelhordobrasil/>)<sup>4</sup>. Pelo que se pode perceber nas mensagens criadas no *Orkut* naquela época, a campanha realmente se fixou na mente de alguns brasileiros, sendo que vários postantes usam exatamente essa frase para expressar seu orgulho de ser brasileiro, seu otimismo em relação ao país e a sensação de “pertencer a um povo que não desiste de lutar por um país melhor”. Mas esta expressão otimista e patriota, nem sempre é recebida de

---

<sup>4</sup> A criação dessa campanha foi fundamentada por uma pesquisa feita pelo *Sebrae* em 2002 que identificou a baixa auto-estima dos brasileiros e a valorização apenas do que vem de fora como os maiores problemas e os principais pontos fracos do nosso povo. Outra fonte foi o *Latinobarômetro*, que constatou que o brasileiro é o povo com a mais baixa auto-estima de toda a América Latina: apenas 4% dos brasileiros declararam ter muita confiança em seus compatriotas, contra 36% dos uruguaios e 21% dos colombianos” (<http://www.aba.com.br/omelhordobrasil/>).

forma positiva. No tópico “Sou brasileira e não desisto nunca!!!!” (pertencente à subcategoria “Manifestações Positivas”) por exemplo, a frase da ABA foi escolhida como título por Juliana (criadora do tópico) para expressar seu orgulho em relação ao Brasil. Juliana diz que apesar de todos os problemas que envolvem o país, como a violência, os erros do governo, a miséria do povo, etc., não deixa de ser otimista e acreditar que tudo pode melhorar. Entretanto, essa manifestação positiva é contestada pela maioria das mensagens do tópico: de um total de 14 mensagens, apenas 4 são simpatizantes da campanha. Já 6 mensagens são pessimistas ou negativas, sendo que os postantes dizem não gostar da campanha publicitária “por eleger o brasileiro como o melhor atrativo do Brasil” e também por não gostarem da opinião de Juliana, pois acham que ela ameniza os problemas do país (como por exemplo a violência) em sua mensagem inicial. Pode-se notar também um descrédito e falta de esperança por parte desses postantes, que afirma que já “não acreditam” na possibilidade de construir um Brasil mais decente. As 4 mensagens restantes são desviadas do assunto inicial, sendo este, de todo modo, um tópico que mistura vários assuntos como violência, política, orgulho nacional, etc.

Os tópicos “Quem ama nosso País?” (pertencente à subcategoria “Manifestações que geram dúvida”), e “o Estado aonde vive!” (também pertencente à “subcategoria Manifestações que geram dúvida”) possuem poucas postagens. O primeiro tem somente 1 mensagem, na qual o postante manifesta uma opinião otimista quanto ao futuro do Brasil. O segundo possui um empate de mensagens positivas (1) com negativas (1), e ainda 2 mensagens que desviam do assunto proposto. Este segundo tópico foi criado por uma usuária, que se identifica como Alleisa, que tenta motivar as pessoas a perceberem que o Brasil não possui só problemas, mas também virtudes. Ela incentiva os membros a darem exemplos, assim como ela, das coisas boas que podem ser encontradas em seus Estados. Entretanto, o único postante (Paulistano) que responde a ela, parece debochar de sua colocação. As duas mensagens seguintes são trocas de palavras entre eles, que desviam do assunto proposto inicialmente.

#### *b) Patriotismo*

A questão do patriotismo é também bastante presente nos tópicos e mensagens do *corpus*. No tópico “Nacionalismo” (pertencente à subcategoria “Manifestações Positivas”), por exemplo, os postantes discutem sobre o significado da palavra “nacionalismo”. Alguns acham que os brasileiros devem ser mais nacionalistas no sentido de ter mais participação e

preocupação em melhorar e ajudar o Brasil. Outros acham que ser nacionalista é também não “fechar os olhos” para os problemas existentes no país. Um postante anônimo ainda afirma que “o Brasil tem muito mais coisas boas do que o povo realmente valoriza”, e que teria percebido isso ao morar fora do país. Ele diz que a imagem brasileira no exterior (apesar de ser “manchada” pela imprensa internacional) está em alta e está na moda. De 8 mensagens do total, 5 são positivas e 3 são neutras.

No tópico “Patriotismo, o q acham?” (pertencente à subcategoria “Manifestações que geram dúvida”) o criador do tópico comenta, em sua primeira mensagem, a falta de patriotismo dos brasileiros e considera que este é um dos motivos da baixa capacidade de mobilização do povo do Brasil. Ele comenta que o hino brasileiro, o da bandeira, os nomes das capitais dos Estados, etc., são exemplos de informações importantes que o povo deveria saber, mas que acabam caindo no esquecimento. Diz que o povo, em compensação, lembra da Escola de Samba que ganhou o último carnaval, da Copa do Mundo de Futebol de tal ano, ou seja, coisas menos importantes e que colaboram pouco para o conhecimento do Brasil. A usuária Natália também acha que a falta de patriotismo é muito grande no Brasil, e acentuada ainda mais pela ignorância do povo, que acaba por não tomar atitude e tampouco lutar por seus direitos. Para ela “sem educação não há patriotismo, nem pátria”. Artur concorda que o problema está na educação do brasileiro, mas diz que “antes dos brasileiros virarem patriotas, devem deixar de viver de malandragem, subornos, e desvios de conduta”, pois assim, nunca poderão atingir um patriotismo histórico “de caderneta” que favoreça realmente o Brasil. Outro postante a criticar a mentalidade brasileira é Rodrigo, que relembra a famosa “Lei de Gérson”: “o importante é levar vantagem em tudo”. Diz que é preciso pensar menos em levar vantagem própria, parar de usar da malandragem, e pensar mais no coletivo. O postante Moita concorda com Rodrigo quando diz que “malandro é o que não falta no Brasil”, e afirma que gosta da idéia de ver depoimentos de gente que também não gosta desse comportamento. Opiniões mais “neutras” partem de postantes como Andrei, que tenta analisar a existência de tipos diferentes de patriotismo: o primeiro, que considera positivo e inteligente, em que se exerce a cidadania de forma positiva, respeitando as leis e os outros, e que também permite aprender com os modelos e acertos de outros países. O segundo, que ele considera uma forma burra e negativa de patriotismo, pré-definido tudo o que é do Brasil como bom, e tudo o que é do exterior como ruim. Assim também seria o que o usuário define como anti-patriotismo: um pensamento que julga que tudo que pertence ao Brasil é ruim, imperfeito, que o brasileiro não presta, e que o exterior é um lugar melhor (do que o Brasil) para se viver. Em continuidade a essa opinião de Andrei, o postante Augusto diz concordar, mas alerta que existe diferença



entre identidade e patriotismo (pois Andrei disse o patriotismo é um sentimento de identidade). Segundo Augusto, identidade diz respeito à formação cultural e social e patriotismo ao sentimento da pessoa em relação ao seu país. O postante Artur prefere a palavra “cidadão”, que conhece seu país e utiliza esse conhecimento em prol do Brasil, do que um “patriota”, que praticamente desconhece o país em que vive. Já o postante Luca se diz um patriota que se encontra classificado na primeira forma de patriotismo definida por Andrei, mas confessa que se revolta com tantas coisas erradas que acontecem no Brasil e que por causa delas, em alguns momentos, tem pensamentos antipatriotas. Acha também que falta união no Brasil para que se possa, de fato, lutar em prol da nação. Uma opinião mais positiva e otimista parte de Lenna que acha que os brasileiros mostram muito mais seu patriotismo do que outros povos, e dá como exemplo, muitas comunidades brasileiras que vê em New Jersey (onde mora), que se orgulham de ser do Brasil, pois expressam esse sentimento através de bandeiras nas janelas dos carros, camisetas com escritas sobre saudade do Brasil, etc. Ela ainda diz que ama e gosta de tudo no Brasil. De um total de 8 mensagens do tópico, 1 é positiva, 6 são negativas e 4 são neutras. É importante ressaltar que esse tópico se encontra na subcategoria “Manifestações que geram dúvidas” e, de fato, essa classificação procede, uma vez que o discurso otimista, positivo e exaltado - encontrado na subcategoria Manifestações Positivas - quase não está presente. Um aspecto importante que esse tópico ajuda a perceber é que a forma como o criador do tópico começa uma discussão pode influenciar no andamento de todo o debate, sendo que nesse caso, ele começa já dizendo que há falta de patriotismo no Brasil, e esta idéia percorre pela maioria do tópico.

Outro tópico a respeito do patriotismo é o “O problema é falta de patriotismo ???” (encontrado na subcategoria “Manifestações que geram dúvida”) que também discute a suposta falta de patriotismo dos brasileiros. Alguns postantes dizem que é preciso o apoio do povo e o aumento do espírito patriota para que o Brasil possa melhorar. Dizem também que é preciso parar de ver só aspectos negativos do país e valorizar mais os positivos. Os otimistas dizem que o Brasil já está melhorando. Aparece também a opinião de que as pessoas têm o direito de amar o país que quiserem, independente de onde nasceram ou vivam. De um total de 4 mensagens, todas podem ser consideradas como “neutras”, pois não exageram em posturas nem tão negativas, nem tão positivas.

c) *Valorização da cultura brasileira e xenofobia*

É muito perceptível também, nas mensagens do *corpus*, a tendência a estabelecer comparações entre o Brasil e outros países, em grande parte das vezes para afirmar que a vida no Brasil é bem melhor. A criadora do tópico “fui pra Europa e prefiro o Brasil” (pertencente à subcategoria “Manifestações Positivas”), por exemplo, argumenta que apesar da beleza da Europa, o povo europeu é rude e grosseiro, principalmente os italianos. “Por isso”, diz Carolina, “ela ama e prefere o Brasil”. Outros usuários afirmam concordar com a percepção de Carolina e dizem que também viveram na Europa e sentiram o mesmo. Dizem que justamente pela experiência no exterior, não trocam o Brasil por nenhum outro país. Outros usuários manifestam, neste mesmo tópico, opiniões mais neutras sobre o assunto. Eles dizem que tudo é uma questão de diferença cultural, pois coisas que parecem normais para o brasileiro em seu país, podem ser muito estranhas ou desconfortáveis para um estrangeiro que venha conhecer o Brasil, e vice-versa. O usuário que se identifica como Adriano, por exemplo, diz que “a forte raiz cultural de um povo impede este de ver, muitas vezes, que o que pode ser bom para ele, pode ser ruim para outros povos”. De um total de 10 mensagens, 4 são positivas, 1 é negativa, 3 são neutras e 2 se encontram na classificação “outras/assuntos diversos”.

O tópico “Quem ama o Brasil?” (pertencente à subcategoria “Manifestações que geram dúvida”) possui a maioria de mensagens neutras, e propõe discutir a atitude de algumas pessoas “que supervalorizam outros países e desvalorizam o que é brasileiro”. Alguns postantes acham que as pessoas devem ter total liberdade para valorizar quem e o que quiserem em qualquer lugar do mundo. De um total de 6 mensagens, 1 é positiva, 1 é negativa e 4 são neutras.

Ainda em relação à cultura brasileira, no tópico “sobre a cultura brasileira” (pertencente à subcategoria “Manifestações que geram dúvida”), o usuário que se identifica como Ney Estevão demonstra preocupação com a preservação da cultura nacional, “ameaçada pela “invasão” estadunidense”. Acha que uma maneira de evitar a estadunização da cultura nacional seria a criação, em todos os estados do Brasil, de Centros de Tradições para conservar os costumes típicos de cada região, assim como fazem os CTGs do Rio Grande do Sul. Diz que é preciso barrar a cultura estadunidense invasora, que está se tornando um padrão mundial. Este tópico apresenta somente 1 postagem, ou seja, as manifestações não são respondidas nem comentadas por outros usuários.

Manifestações xenofóbicas e discussões sobre a xenofobia podem ser percebidas em vários tópicos, mas no tópico “Valorização da Cultura Brasileira” (pertencente à subcategoria “Manifestações Positivas”), existem várias mensagens sobre este tema. O criador do tópico, anônimo, afirma que os brasileiros deveriam “dar mais valor à cultura brasileira” e “parar de engolir enlatados americanos”. No segundo post, outro anônimo (que bem poderia ser o mesmo da mensagem anterior, tentando “animar” o tópico que criou) comenta a importância de valorizar a música e a dança brasileira, mas ressalta que é importante não confundir essa valorização cultural com uma “xenofobia alimentada”, pois a primeira é muito válida, já a segunda (xenofobia), é um caminho tortuoso no qual só “as pessoas com mente pequena conseguem entrar”. Em geral, as mensagens deste tópico afirmam que para valorizar o Brasil é preciso ser otimista e ajudar o país no que for preciso, e lamentam que existam pessoas que, para provar o seu amor pelo país, desmerecem outras culturas, assim como, também é problemática a existência de brasileiros que dizem que só coisas do Brasil “prestam”. Alguns postantes, acham que pode-se valorizar as coisas boas do Brasil, tanto quanto as de outros países. Em relação à cultura, por exemplo, uma das postantes considera que o mundo está à disposição para que as pessoas possam absorver o melhor de cada lugar e cultura, por isso acha que a mistura de culturas pode ser interessante, e que só vem a somar. Alguns postantes admitem que, além das coisas boas do Brasil, também valorizam as de outros países, como a cultura, produtos, serviços, etc. Para estes, o importante acima de tudo é a qualidade no serviço ou produto, e os bons exemplos de conduta em relação à educação, cultura, economia, independente de sua origem (se no Brasil ou no exterior). De um total de 23 mensagens, 5 são positivas, 11 são neutras, e 7 pertencem à classificação “outras/assuntos diversos”.

#### *d) Identidade brasileira*

No tópico “É Brasil neh?” (pertencente à subcategoria “Manifestações que geram dúvida”), comenta-se o “péssimo hábito” que alguns membros da comunidade têm de “falar mal do Brasil”, sendo que “existem pontos positivos do país que também deveriam ser considerados”. O usuário que assina André®©, lembra novamente a Lei de Gérson para explicar que, quem a defende leva pesada crítica, e quem não a defende é “taxado de idiota”. Diz que o Brasil tem uma cultura formada por demagogos e por um presidente semi-

analfabeto, ou seja, “não é um país sério” em seu ponto de vista. De um total de 3 mensagens neste tópico, 1 é positiva, 1 é negativa, e 1 pertence à classificação “outras/assuntos diversos”.

Parte da frase pertencente à já mencionada campanha publicitária “O melhor do Brasil é o brasileiro” foi utilizada por um usuário anônimo pra criar o tópico “O melhor do Brasil...” (pertencente à subcategoria “Manifestações Positivas”). Para o criador do tópico, o melhor do país não é o brasileiro, que seria egoísta e só pensa em si mesmo, mas a beleza territorial e natural do país. A colocação é respondida por Augusto, que diz: “acreditar que o povo brasileiro é o que tem de pior no Brasil é deprimente, pois é dizer que não se acredita em si mesmo, e que qualquer esforço para melhorar o país é em vão”. As próximas mensagens do tópico abordam a má da preservação do ambiente por parte dos brasileiros e do homem em geral. Também se comenta a importância das pessoas colaborarem com as causas do país, em um espírito mais coletivo e solidário, e menos “individualista e sacana”, que os postantes dizem encontrar em muitos brasileiros. Comentam ainda as dificuldades sociais que muitas pessoas enfrentam (e o que causa isso). Este é mais um tópico em que se critica o comportamento do brasileiro diante às questões do país, e que revela opiniões pouco positivas quanto à eleição dos brasileiros como o melhor atrativo do Brasil. De um total de 12 mensagens, nenhuma é positiva, 3 são negativas, 6 são neutras e 3 pertencem à classificação “outras/assuntos diversos”.

O tópico “(leiam) O Brasil não é Piada (Zé Carioca)”, também aborda a questão da identidade do brasileiro. Jason, o criador do tópico, comenta o que descobriu: que o personagem Zé Carioca foi criado durante uma turnê de Walt Disney pela América Latina e que representa a visão do povo americano sobre o brasileiro: preguiçoso, folgado, malandro, caloteiro, etc. Jason ainda admite que, embora às vezes pareça, o Brasil “não é uma piada”. Outros postantes, entretanto, dizem que têm saudades e lamentam não poder mais assistir ao desenho. Paulo, por exemplo, diz que também gostava do personagem, mas acha uma pena que sua criação tenha nascido de tal visão norte-americana sobre o povo brasileiro. Já André pergunta para os outros usuários em que país eles vivem, “afinal de contas”, ele acha que “está cheio de brasileiros com características semelhantes às do Zé Carioca”, e é por esse motivo que o Brasil está cheio de problemas. Já Carlos diz adorar o Zé Carioca e outros personagens, e acha uma bobagem ficar discutindo a origem do Zé Carioca. Um dos postantes, Ferdi, parece se identificar com a imagem de malandro do personagem, que diz achar que é “o cara”. De um total de 7 mensagens, 1 é positiva, 1 é negativas, 1 é neutra e 4 pertencem à classificação “outras/assuntos diversos”.

Após observar todos os tópicos, constatei como a maneira como é construído cada tópico (título + primeira postagem), pode influenciar o andamento e formato das mensagens dos outros usuários. Quando um tópico começa de forma interrogativa, como por exemplo, nos tópicos “Patriotismo, o q acham?” e “O problema é falta de patriotismo??”, ou seja, quando na primeira mensagem o criador do tópico transmite certa dúvida e incerteza quanto, abre espaço para que outros usuários também questionem e ponderem suas respostas. Já quando o tópico está em formato de afirmação, como vários da subcategoria “Manifestações Positivas”, essa convicção sugere que os outros usuários também se manifestem dessa maneira, ou seja, a primeira mensagem funciona como um chamamento para que os demais apoiem a declaração proposta. Assim, pode-se dizer que o título e o primeiro *post* do tópico criado, tendem a influenciar o tipo de mensagem (dúvida, negativa, afirmação, positiva) dos demais usuários.

Semelhante é a percepção da existência de alguns usuários mais “salientes” e do poder de influência que têm. Alguns são os proponentes de tópicos que funcionam como “animadores” (já mencionados anteriormente), que reiteram em várias mensagens no mesmo tópico suas opiniões sobre a questão em pauta. Um outro tipo de postante “saliente” utiliza de uma linguagem negativa e tendem a se sobressair por seu lado crítico, debochado e irônico. Nas mensagens do *corpus*, o usuário que se identifica como Sóter é o maior exemplo desse comportamento. Em vários tópicos ele aparece fazendo críticas, que parecem “contaminar” a discussão e abrir espaço para que outros usuários também tomem atitudes parecidas (o que de fato acontece algumas vezes). Este usuário, por sinal, já virou quase um “personagem” na comunidade, pois além de surgir sempre com atitudes “do contra”, possui uma imagem (foto pessoal) surreal e sinistra. Entretanto, deve-se deixar claro aqui que, embora exista uma tendência de que os comportamentos de alguns usuários influenciem os dos outros, não se pode afirmar que ela seja uma regra, pois não acontece sempre. Afinal, os usuários têm livre arbítrio para comentarem o que quiserem e da forma como preferirem, alguns mais influenciáveis, outros menos.

### 6.1.3 Análise geral dos fatos

Fazendo um balanço geral, lançando mão tanto dos dados quantitativos como do conteúdo identificado nos textos, pode-se dizer que as opiniões sobre o amor pelo Brasil, o

orgulho de ser brasileiro e o patriotismo/nacionalismo se apresentam de forma diversificada. No conjunto, é possível constatar a existência de uma maioria de mensagens com caráter positivo e otimista.

Conforme já foi visto e analisado, quatro temas resumem bem as informações trocadas entre os usuários: a) o amor ao Brasil, b) a questão do patriotismo/nacionalismo, c) a valorização da cultura brasileira juntamente com assuntos relacionados à xenofobia, e d) a identidade brasileira.

O amor pelo Brasil é o assunto dominante nas mensagens dos tópicos analisados, mesmo naqueles que não foram criados com o intuito de discutir informações sobre tal sentimento<sup>5</sup>. Uma grande quantidade de usuários faz questão de exaltar esse amor em várias declarações positivas que manifestam o orgulho pelo país, por sua cultura, sua gente, sua língua, seu calor humano, suas belezas naturais, etc. Alguns membros declaram que seu amor pelo Brasil é tão grande que, embora estejam conscientes dos problemas econômicos, sociais e políticos do país, “não trocariam sua pátria por nenhum outro lugar do mundo”. É claro que há nuances desse “otimismo generalizado” e que muitos percalços vividos e sentidos são associados a morar no Brasil (sobretudo no que está relacionado à violência, educação, saúde, ambiente, problemas sociais, etc.). A postura positiva, entretanto, marca a maioria das mensagens analisadas.

Nos tópicos que parecem exigir “provas de amor” ao Brasil por parte dos membros da comunidade, como por exemplo, “Amor pelo Brasil!” e “Quem tem o Hino Brasileiro na lista de MP3?”, fica claro o desejo de postantes brasileiros em juntar forças para reafirmar o quanto gostam do país, e, assim, estimular mais pessoas a compartilhar esse sentimento. A criadora do tópico “Bandeira”, por exemplo, lança mão de um artifício simbólico para estimular outros usuários ao debate: a bandeira nacional do Brasil. Este símbolo, um ícone de pátria, faz parte da construção identitária de qualquer brasileiro, e desperta um interesse tão grande que o tópico teve 18 mensagens em um dia, a segunda maior frequência entre todos analisados.

Pode-se notar também a insistência de alguns usuários que exaltam de forma freqüente, no mesmo tópico, o seu amor pelo país. É o caso dos “animadores” de tópicos (já comentados anteriormente), que fazem várias postagens sobre o quanto amam o Brasil e quais

---

<sup>5</sup> Claro que, os precedentes recortes feitos até se chegar ao corpus de pesquisa, também foram responsáveis pelo encontro de uma tabela já denominada “Amor pelo Brasil”, e assim, se teria uma tendência a encontrar tal sentimento nas mensagens. Entretanto, estes recortes não poderiam servir como um recurso de garantia sobre o encontro de tal sentimento nos textos, uma vez que, o recorte foi feito só pelos títulos, assim, o conteúdo que viesse a ser encontrado era desconhecido, e poderia tomar inesperadas direções.

as virtudes do país, e chamam outros membros a postarem opiniões semelhantes às suas, ao que tudo indica, com a intenção de motivar os demais a expressarem também seu amor pelo Brasil.

A máxima “Sou brasileiro e não desisto nunca!” (pertencente à campanha publicitária “O melhor do Brasil é o brasileiro” lançada pela ABA), serviu como um fato propulsor - oferecido pela mídia - para que o discurso nacionalista, já empregado na comunidade, fosse reforçado. Vários usuários se apropriaram dessa frase para expressar seu orgulho em ser brasileiro e seu otimismo com relação ao país.

Entretanto, também se percebem reações negativas a essa exaltação de amor e orgulho em ser brasileiro. Alguns acham que não há motivos para patriotismo em geral, outros se sentem desmotivados frente à realidade brasileira.

Há ainda aqueles que ponderam mais suas colocações sobre o Brasil e procuram fazer um equilíbrio entre os pontos positivos e os pontos negativos encontrados no país. Alguns acham compatível a valorização das coisas boas do Brasil e também de outros países, ou seja, não é preciso desmerecer outros países como forma de dizer que o Brasil “é o melhor”, e vice-versa.

Pode-se perceber também que há vários postantes que alertam que ser nacionalista é também não “fechar os olhos” para os problemas existentes no país, pois patriotismo não é sinônimo de “cegueira”.

Quanto ao patriotismo, são perceptíveis relatos de alguns patriotas assumidos, que aproveitam o espaço das comunidades, e, conseqüentemente, da mídia internet, para convocar outros membros a participar mais ativamente das causas do país. Dizem que para melhorar o Brasil é preciso ação e cooperação de pessoas, através de trabalhos voluntários, ensinando bons exemplos de conduta, preservando a cultura brasileira, a natureza, etc. Por isso mesmo, outros postantes preferem a palavra “cidadão” à palavra “patriota”. Acham que a palavra “cidadão” remete muito mais ao sentido de cooperação e preocupação com as causas país do que a palavra “patriota”, pois há muitos brasileiros que se dizem patriotas, no entanto não exercem a cidadania.

Alguns postantes acham que os brasileiros não são mais nacionalistas (ou não têm maior participação ou preocupação em melhorar e ajudar o Brasil) devido à falta de educação. Para eles, um país com sistema educacional fraco não consegue formar cidadãos que exigem seus direitos e, por outro lado, exerçam seus deveres. Assim, forma-se um povo apático, que não se mobiliza em favor do país, e, portanto, nunca terá “espírito patriota”.

Percebe-se também uma necessidade recorrente de comparar a vida no Brasil com a vida em outros países, com insistência na autoridade de “haver morado fora” e “conhecer o mundo”. Muitos usuários repetem formatos variados da expressão “algumas coisas só o Brasil tem”. Há aqueles que entendem que essa comparação faz parte de uma necessidade de diferenciação cultural que as pessoas fazem, e que é preciso entender que a forte raiz cultural de um povo impede estas de ver, muitas vezes, que o que pode ser bom para elas, pode não ser para outros povos, pois tudo é uma questão de hábito e formação identitária.

Existe também uma preocupação com a preservação da cultura brasileira, principalmente, em “protegê-la da dominação pela cultura estadunidense”. Não é incomum que esse tipo de colocação motive falas de oposição e resistência, por exemplo, uma postante diz que é preciso valorizar mais a cultura brasileira (pois é muito bonita e rica), e que é necessário parar de engolir “enlatados americanos”. Já um postante de outro tópico, demonstra preocupação com a conservação da cultura brasileira, pois acha que é ameaçada pela “invasão” estadunidense. Este até indica que uma solução para essa ameaça estaria na criação de Centros de Tradição em todos os estados do Brasil, assim como fazem os CTGs do Rio Grande do Sul. Desse modo, acredita que, além de conservar os costumes típicos de cada região, também se barraria a cultura estadunidense invasora, que receia estar virando um padrão mundial.

De um modo geral, percebem-se três perfis de manifestações sobre o patriotismo e o amor pelo Brasil: o primeiro grupo é o das pessoas mais empolgadas, otimistas, que gostam de exaltar as qualidades do Brasil, e não se detêm em considerações negativas. Vários usuários desse perfil insistem que o Brasil é “o melhor país”. Em segundo lugar estão as opiniões mais ponderadas, que abordam tanto os pontos positivos quanto os negativos. São usuários que reportam muitas vezes perder o entusiasmo em relação ao país, mas nem por isso deixam de sentir amor pelo Brasil. Em terceiro, encontram-se aqueles com visões mais negativas, desesperançados, e os indiferentes. Incluem-se nesse grupo os que não consideram o patriotismo, pelo Brasil ou qualquer país, um sentimento nobre. Alguns, além de não se sentirem patriotas, ainda debocham daqueles que são.

Por outro lado, mesmo diante dessas diferentes opiniões sobre o sentimento de amor e patriotismo pelo Brasil, nota-se que a grande maioria dos usuários segue um discurso repetitivo sobre as virtudes do país. Parece haver a necessidade de se continuar dizendo e reforçando a idéia de que o Brasil é “maravilhoso”, que os brasileiros devem ter orgulho do país e que o povo brasileiro deve ter esperança e ser otimista, apesar de dificuldades políticas, sociais e econômicas, etc. que enfrenta em seu dia-a-dia.



## 7 CONCLUSÃO

Ao relacionar os elementos do estudo teórico do cenário contemporâneo no que diz respeito à tecnologia, modernidade, internet, comunidades e comunidades virtuais, identidades culturais na era da globalização, *Orkut* e tipologia de suas comunidades, com a análise das mensagens sobre sentimentos e reações de usuários do Orkut em relação ao Brasil, pude perceber diversas questões relacionadas ao meu problema de pesquisa. Sobretudo, revelam-se alguns padrões na forma como a identidade cultural nacional é abordada, contada e recontada na comunidade Brasil e quais os sentimentos dos usuários em relação ao país.

Como pude perceber no processo de análise, as opiniões dos postantes são diversas e variam desde as mais otimistas e empolgadas até as mais negativas e indiferentes em relação ao que sentem pelo país e ao significado de “ser brasileiro”. Não se pode fazer referência, portanto, a uma opinião única e uniforme que percorra todos os postantes da comunidade Brasil. Pelo contrário, o que se percebe é um conjunto variado de opiniões, que se dividem, de modo geral, em três perfis de manifestações e comportamento: o primeiro grupo é o das pessoas mais empolgadas e que gostam de exaltar as virtudes do Brasil. São também otimistas e esperançosas quanto ao futuro do país, e não apresentam considerações mais negativas. Algumas até mesmo consideram o Brasil como “o melhor país” para se viver. O segundo grupo possui opiniões mais ponderadas, abordando tanto pontos positivos quanto negativos em relação ao Brasil. Pertencem a esse grupo os usuários que afirmam, muitas vezes, perder o entusiasmo em relação ao país, mas dizem que nem por isso deixam de sentir amor pelo Brasil. Ao terceiro grupo pertencem aqueles usuários com visões mais negativas, desesperançados e os indiferentes. Alguns não consideram o patriotismo, pelo Brasil ou qualquer país, um sentimento nobre. Outros, além de não se sentirem patriotas, ainda debocham daqueles que são.

Talvez a diversidade de opiniões encontradas na comunidade sobre o orgulho de ser brasileiro e o amor pelo Brasil seja um indício de que os sentidos de nação estejam, em parte, sendo repensados em tempos de globalização.

Entretanto, mesmo que a diversidade de opiniões seja evidente, as opiniões positivas são as mais encontradas. Estas pertencem ao primeiro grupo mencionado anteriormente, cujas pessoas se manifestam através de um discurso repetitivo e estereotipado sobre as qualidades do Brasil e sobre o amor que sentem pelo país. Parece que há uma necessidade de reforçar um discurso otimista de que o Brasil é maravilhoso, que os brasileiros devem ter orgulho do país

e devem manter a esperança, apesar das dificuldades políticas, sociais e econômicas que enfrentam no cotidiano. Esse tipo de discurso se assemelha ao que Hall denomina como “narrativa da nação”, ou seja, um tipo de discurso que influencia as ações das pessoas e a concepção que têm delas mesmas. Esta narrativa seria construída nas histórias e nas literaturas nacionais, na cultura popular e na mídia, e faz com que as pessoas conectem suas vidas junto a um destino nacional que preexiste a elas e continua a existir após suas mortes. Assim, pode-se dizer que os postantes do primeiro grupo são aqueles que parecem carregar, muitas vezes inconscientemente, essa missão de perpetuar a idéia de nação, seus valores, seus símbolos, seus eventos históricos, rituais nacionais e outros significados. Esse discurso, em um ambiente de comunidade virtual, parece revelar um “desejo” de que as pessoas compartilhem do sentimento nacional, e assim, unam forças para que se aflore ainda mais o sentido de “nação”. Conforme Castells, a experiência de compartilhar o sentimento de pertencimento à nação é muito importante para o espírito patriota se manter vivo e fazer sentido. Quando os usuários da comunidade criam mensagens sobre a bandeira, o hino, as virtudes do Brasil, o orgulho nacional, entre outros exemplos, estes estão compartilhando do sentimento patriota, e empregando e reforçando a narrativa da nação. Conforme o pensamento de Hall, é através desses sentidos de nação, produzidos pelas culturas de um país, que se formam as identidades nacionais.

Outro fato que ilustra como a “narrativa da nação” é empregada no nosso cotidiano, foi a criação da campanha publicitária “O melhor do Brasil é o brasileiro”, incentivada pela ABA, em 2004, e lançada nos meios de comunicação no mesmo ano. O principal objetivo dessa campanha era reforçar o sentimento de orgulho nacional e a valorização do povo brasileiro. Os conceitos da campanha - “O melhor do Brasil é o brasileiro” - ou ainda “Sou brasileiro e não desisto nunca!”, divulgados no mesmo ano das mensagens capturadas e que constituem o *corpus* dessa pesquisa, foram reaproveitados – já que estavam em destaque na mídia da época – por alguns postantes da comunidade Brasil e citados em formato de títulos de tópicos (ou simplesmente em forma de frases) nos espaços dos fóruns, como recursos textuais para reforçar seus discursos patrióticos.

Conforme Hall, a identidade nacional é uma “comunidade imaginada”, uma unidade de cultura nacional. Para que tal unidade possa existir, é necessário que se reúnam: as memórias do passado, o desejo por viver junto e a perpetuação da herança. Levando esse pensamento aos dados encontrados na comunidade Brasil, percebe-se que: os usuários reúnem as memórias do passado, no momento em que relembra outros usuários sobre as qualidades e conquistas da nação brasileira; têm o desejo por viver em conjunto, tanto é que criam a

comunidade e a batizam de “Brasil”<sup>1</sup> (com o objetivo de reunirem brasileiros e outras pessoas interessadas em discutir assuntos a respeito do país); e tentam perpetuar o sentimento de nação, através de discursos nacionalistas, otimistas e esperançosos encontrados em vários *posts* analisados. Pode-se dizer então, que pelas mensagens analisadas do *corpus*, é evidente o desejo dos usuários em viver essa “comunidade imaginada”, simbólica, e assim, fixar uma identidade nacional.

Alguns postantes consideram tão fortemente sua identidade nacional brasileira, que confessam ter feito “loucuras” para demonstrar seu amor pelo país, como por exemplo, tatuar a imagem da bandeira do Brasil no corpo. Este fato faz-me reportar a uma passagem do pensamento de Hall, quando diz que as identidades culturais nacionais não estão impressas em nossa genética. Porém, nós efetivamente pensamos nelas como se fossem parte de nossa essência, ou ainda, “não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação” (HALL, 2005, p. 48). O caso do postante que tatuou uma imagem da bandeira brasileira no corpo, deixa evidente que a nação, como uma comunidade simbólica, tem o poder de gerar sentimentos de “identidade e lealdade” (SCHAWARZ *apud* HALL, 2005, p.49) e, por isso, muitas pessoas acreditam que a nação é algo que está contido em suas naturezas.

Desse modo, pode-se dizer que a maioria dos postantes mais otimistas e que exaltam o amor pelo Brasil, possuem uma construção identitária nacional mais fortalecida se comparada a de outros postantes que cultivam opiniões menos ou nada positivas quanto ao país. Inclusive, em alguns tópicos, encontram-se membros otimistas que operam como “animadores”, pois criam de forma freqüente mensagens positivas quanto ao Brasil, numa tentativa de cultivar o amor pelo país, chamando outros usuários a adotarem ou reforçarem esse sentimento.

Além da exaltação de amor pelo Brasil encontrada nos tópicos, nota-se também a necessidade de se ressaltar características peculiares do país. Pode-se entender com isso que estes postantes também têm a necessidade de reforçar atributos que fazem parte da identidade brasileira. Este processo faz parte de um movimento de diferenciação, que cada identidade cultural encontra para se distinguir das demais e, assim, se fixar como uma identidade. Conforme o pensamento de Bhabha, as identidades são produzidas em momentos ou processos em que se fazem presentes as articulações entre as diferenças sociais. Quando alguns postantes de determinadas mensagens analisadas, por exemplo, comparam

---

<sup>1</sup> Lembrando que a nota de abertura da comunidade “Brasil” revela: “Um fórum para brasileiros e qualquer um interessado no país e na cultura”.

características do Brasil com as de outros países, eles estão, além de fixando as coisas boas “encontradas somente no Brasil”, definindo e diferenciando a identidade nacional através de tais qualidades.

De certo modo, em algumas mensagens, essas diferenças apontadas expressam um “desejo” de prezar pelas características locais, ou em alguns casos, pela preservação de alguns costumes. Conforme Hall, esse movimento de diferença é denominado por “localismo”, um movimento reativo que tenta impedir a homogeneização das culturas. Esse movimento pode ser percebido quando alguns postantes alertam que os brasileiros devem valorizar mais a cultura nacional, caso contrário, temem que esta acabe sucumbida. Um deles diz que é preciso barrar “a dominação cultural estadunidense”, e que os brasileiros devem “parar de engolir enlatados americanos”. Já outro postante demonstra preocupação com a conservação da cultura brasileira, pois acha que esta é ameaçada pela “invasão” estadunidense. Inclusive, opina que nos estados brasileiros deveriam ser criados Centros de Tradição (como fazem os CTGs do Rio Grande do Sul), como forma de garantir a conservação dos costumes típicos de cada região, e, assim, barrar a cultura estadunidense “invasora” (que conforme ele, estaria se transformando em um padrão mundial).

Assim, nota-se que entre as mensagens mais positivas em relação ao Brasil, alguns movimentos anteriormente estudados nessa dissertação (na parte de fundamentação teórica) são perceptíveis em alguns tópicos: a “narrativa da nação” (Hall), quando os postantes contam e recontam virtudes e características pertencentes ao Brasil e a identidade cultural brasileira; a experiência compartilhada (Castells) dos postantes, importante para que o sentimento nacional se mantenha vivo; e a preocupação, por parte de alguns postantes, sobre a preservação e valorização da cultura nacional (Hall), ou seja, um movimento de diferença conhecido por localismo.

Entretanto, os tópicos analisados não são feitos só de mensagens totalmente otimistas e positivas. Há uma grande parcela de postantes que não concordam com o discurso nacionalista de que o Brasil é “maravilhoso”. Muitos postantes (embora em número menor do que os otimistas) são ponderados quanto ao sentimento de amor ao Brasil. Outros, com opiniões mais negativas, revelam que não se sentem patriotas e ainda deboçam dos que são, e não demonstram nem um pouco de “lealdade” ao país.

Entre os mais ponderados, muitos revelam que gostam do Brasil, mas também questionam o sentimento patriótico. Alguns definem que a palavra nacionalismo (ou patriotismo) é entendida de diferentes formas pelo povo brasileiro. Acham que muitas vezes as pessoas se dizem patriotas, mas poucas cumprem seu papel de cidadão e ajudam o Brasil a

superar seus problemas sociais, econômicos e políticos. Alguns acham que há falta de patriotismo no Brasil, e dizem que o mesmo está escasso devido à educação fraca do povo. Para eles, a falta de educação gera um povo apático e pouco crítico e, portanto, pouco provável que se engaje em movimentos patrióticos. Outros postantes ressaltam que ser nacionalista é também não “fechar os olhos” para os problemas existentes no país, pois patriotismo não é sinônimo de “cegueira”.

Assim, mesmo que os postantes mais ponderados digam que amam o Brasil, esta declaração vem seguida de questionamentos. Ao mesmo tempo em que gostam do Brasil, também se sentem desmotivados e, em alguns momentos, com raiva do país, devido a problemas sociais, políticos e econômicos que fazem parte do cotidiano nacional.

As mensagens negativas em relação ao Brasil, demonstram descrédito e falta de esperança por parte de postantes mais pessimistas, que afirmam “não acreditarem” mais na possibilidade de “construir um Brasil melhor”.

Em resposta à campanha publicitária “O melhor do Brasil é o brasileiro” (já comentada anteriormente), os postantes mais pessimistas dizem não aprovar a campanha divulgada na mídia, pois em seu texto, o povo brasileiro era eleito como a melhor virtude do país, fato de que estes discordam, pois acham que o povo não é merecedor desse título. Pode-se dizer que para os postantes mais pessimistas, este discurso nacionalista estereotipado está perdendo força. Isto fica bem claro quando no tópico “Alguem aqui tem orgulho de ser brasileiro?” um postante diz que a exaltação ao orgulho de ser brasileiro é a repetição de um discurso construído pela mídia e que já caiu em desuso.

Assim, percebe-se que para este grupo de postantes, como também para o grupo dos mais “ponderados”, o sentimento de pertença cultural está sendo pensado de outra forma, diferentemente do grupo “otimista” que exalta o amor pelo Brasil e faz declarações patrióticas. Inclusive, há opiniões de postantes que se detêm em valores e opiniões mais individuais e que não compartilham de um discurso patriótico.

Nota-se então, que os postantes mais ponderados ou mais pessimistas, fogem, até certo ponto (alguns mais, outros menos), do discurso estereotipado percebido no grupo mais “otimista”, pois não apresentam uma “lealdade” aos valores da nação e também não se identificam (alguns mais outros menos) tanto com a mesma. Entretanto, conforme Hall afirma, “uma cultura nacional nunca foi um simples ponto de lealdade, união e identificação simbólica” (HALL, 2005, p. 58), pois a “maioria das nações consiste de culturas separadas que só foram unificadas por um longo processo de conquista violenta – isto é, pela supressão forçada da diferença cultural” (HALL, 2005, p. 59).

Ainda para Hall, as identidades nacionais “não subordinam todas as outras formas de diferença e não estão livres do jogo de poder, de divisões e contradições internas, de lealdades e de diferenças sobrepostas” (HALL, 2005, p.65). Assim, pode-se dizer que, se a nação dificilmente vem a ter uma identidade unificada, é compreensível que se encontre a diversidade de opiniões e comportamentos como dos postantes brasileiros encontrados em minha análise. Logo, entende-se o porquê de tanta variação de opinião quanto às questões como patriotismo, identidade cultural, valorização da cultura brasileira e os diferentes níveis de amor encontrados em relação ao Brasil.

Entretanto, a falta de “lealdade” e identificação com o Brasil por parte de alguns postantes parece dar indícios que estes estão passando por uma outra e nova fase na história das identidades nacionais: a era da globalização. Estes postantes apresentam um comportamento com o qual saem do discurso nacionalista estereotipado, para dizer que as pessoas não devem valorizar apenas a cultura brasileira, mas também as coisas boas que outras culturas possam oferecer. Um exemplo que ilustra esse comportamento, pode ser observado quando uma postante considera que o mundo está à disposição para que as pessoas possam absorver o melhor de cada lugar e cultura, por isso, acha que a mistura de culturas pode ser interessante, e que vem a somar. Outro postante diz que não se sente parte somente da nação brasileira, mas de todo o planeta, ou seja, de um grupo maior.

Nessas percepções e valores dados pelos postantes, percebe-se que o amor pela identidade e cultura se desloca de um local nacional para um todo: o global. Essas percepções e valores foram possíveis, graças a todo um avanço das Tecnologias da Informação e da Comunicação na era da globalização, desencadeados por uma sucessão de processos precedentes que contribuíram para a superação das distâncias e, conseqüentemente, para o contato cada vez mais facilitado entre culturas.

Com o avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação, o contato entre culturas foi extremamente facilitado. A sociedade está mais exposta a um grande e acelerado fluxo de informações, e assim, absorve e transmite em tempo muito curto influências de (e para) várias regiões e culturas ao redor do mundo. Assim, uma vez que o indivíduo se desterritorializa, se desliga de seu contexto local e passa a ter contato com outras culturas, sua identidade é desfragmentada, pois esta absorve características (e também gera influência) de (em) outras culturas que mantém contato.

Todas essas transformações às quais as identidades estão sujeitas, estariam abalando a idéia que temos como sujeitos integrados. Assim, a identidade cultural, em tempos de

globalização, também se torna mais vulnerável ao processo de homogeneização cultural, e conseqüentemente, abalada como forma identitária.

A lealdade e a identificação que, numa era pré-moderna eram atribuídas à tribo, ao povo e à religião, “foram transferidas, gradualmente, nas sociedades ocidentais, à cultura nacional” (HALL, 2005, p. 49). Entretanto, conforme já comentado anteriormente, esta lealdade e identificação nunca existiram por inteiras em uma nação. Em tempos de globalização, estas passam agora por outro momento, em que as identidades culturais estão colocadas à prova de “fortes ventos globalizantes” (Baumam, 2005) que colaboram para que sejam homogeneizadas.

De um modo geral, e para concluir, percebe-se que a maioria dos usuários brasileiros escolhe participar da comunidade Brasil para exaltar e fixar, em um ambiente potencialmente globalizado, suas diferenças e características como identidade nacional. Para tanto, estes usuários se utilizam de um discurso estereotipado e repetitivo, que parece “martelar” sempre as mesmas palavras e argumentos. Com isso, buscam um apoio de um número cada vez maior de usuários que sigam concordando com aquilo em que eles acreditam. Parece que a intenção destes é formar um “coro” nacional em um ambiente onde várias culturas, de diferentes países, possam escutá-los e sentir sua forma numerosa e “barulhenta”.

Entretanto, não se pode esquecer que este movimento reativo, em que a diferença é fixada pela da identidade cultural através da maior parte dos discursos analisados, não foi a única reação encontrada. Existe uma grande parcela de postantes que não concordam com o discurso nacionalista estereotipado pela maioria. Alguns revelam outras visões menos “otimistas” em relação ao Brasil, e não apenas exaltam as coisas boas do país. Muitos ponderam suas colocações, outros são totalmente negativos quanto ao sentimento patriótico encontrado na maioria dos tópicos, e ainda existem aqueles que se consideram adeptos de uma identidade mais “globalizada” e menos “local” e nacionalista.

Essas reações tão variadas dos postantes, encontradas na análise, levam a crer que, em época de globalização (e conforme Hall também aponta), não se parece estar produzindo de forma íntegra nem a ascensão do global, nem a persistência do local (em sua velha forma nacionalista), pois os movimentos da globalização se encontram mais variados e contraditórios do que sugerem as pessoas, e no caso desta pesquisa, do que sugerem os usuários da comunidade quando vistos separadamente.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BARRETO, Juliano. Lentidão faz brasileiro procurar alternativas ao Orkut. **Folha Online**, 25 ago. 2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16801.shtml>. Acesso em: 08 out. 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

\_\_\_\_\_. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BHABHA, Homi K. **O Local da Cultura**. 3ª. Reimpr. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

BRASILEIROS INVADEM O ORKUT E OUTRAS COMUNIDADES. **Terra**, 23 jun. 2004, s.p. Disponível em: <http://informatica.terra.com.br/interna/0,,OI330825-EI553,00.html>. Acesso em: 08 out. 2005.

CARPANEZ, Juliana. Falta de contato off-line com amigos do Orkut motiva saída da rede. **Folha Online**, 02 jun. 2005. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u18539.shtml>. Acesso em: 08 out. 2005.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 5 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

\_\_\_\_\_. **O Poder da Identidade**. 3 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

DÁVILA, Sérgio. Orkut não entende seu sucesso no Brasil. **Folha Online**, 03 jul. 2005. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u97858.shtml>. Acesso em: 08 out. 2005.

FRAGOSO, Suely. O computador como meio de comunicação: considerações sobre a Internet. **Revista FACOM/FAAP**, São Paulo, v.1, n.3, p. 49-52, 1996.

\_\_\_\_\_. As múltiplas faces da exclusão digital. **Revista Ícone**, cidade, v.6, n.7, p.110-122, 2004.

\_\_\_\_\_. **O Espaço em Perspectiva**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.

FERNANDES, Florestan. **Comunidade e Sociedade**: leituras sobre problemas conceituais, metodológicos e de aplicação. São Paulo: Nacional, 1973.



GIDDENS, Anthony. **As Conseqüências da Modernidade**. 5ª Reimpr. São Paulo: UNESP, 2001.

GIOVANNINI, Giovanni. **Evolução na Comunicação: do sílex ao silício**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997.

HALL, Stuart. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

\_\_\_\_\_. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. 14 ed. São Paulo: Loyola, 2005.

HEMPELL, A. **Orkut At Eleven Weeks: An exploration of a new on-line social network community**. [Fev 04].  
Disponível online em <http://anthonyhempell.com/papers/orkut/>. Acesso em: 10 nov. 2005.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 5ª Reimpr. São Paulo: 34, 2005.

MAIS DA METADE DOS USUÁRIOS DO ORKUT SÃO BRASILEIROS. **Folha On-line**, 30 jul. 2004, s.p. Disponível em:  
<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u16591.shtml>. Acesso em: 08 out. 2005.

MATUCK, Artur; MEUCCI, Arthur. A criação de identidades virtuais através das linguagens digitais. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, ESPM, v.2, jul. 2005.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. 3ª Reimpr. São Paulo: Brasiliense, 1998.

PRIMO, Alex. Conflito e cooperação em interações mediadas por computador. **Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura**, Porto Alegre, v.3, n.1, p.38-74, jun. 2005. Disponível em: <http://www.contemporanea.poscom.ufba.br/2aprimeiro%20j05w.pdf>. Acesso em 10 jun.2006.

\_\_\_\_\_. Interação Mútua e Interação Reativa: uma proposta de estudo. In: Intercom. **Anais do XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro, 1998.  
Disponível em: <http://www.psico.ufrgs.br/~aprimeiro/pb/intera.htm>. Acesso em: 10 jun.2006

RECUERO, Raquel. Comunidades Virtuais: uma abordagem teórica. **Trabalho apresentado no V Seminário Internacional de Comunicação da PUC/RS**. Porto Alegre, out. 2001.  
Disponível em: <http://www.pontomidia.com.br/raquel>. Acesso em: 10 jun.2006.

\_\_\_\_\_. Um estudo gerado a partir de Redes Sociais no Orkut e nos Weblogs. **Trabalho apresentado no GT de Tecnologias da Comunicação e da Informação da COMPÓS.** NITERÓI, jun. 2005. Disponível em: <http://www.pontomidia.com.br/raquel>. Acesso em: 10 jun. 2006.

RHEINGOLD, Howard. **A Comunidade Virtual.** Lisboa: Gradiva, 1996.

SÁ, Simone P. Utopias comunais em rede: discutindo a noção de comunidade virtual. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, UNISINOS, v.3, n.2, p. 131-149, dez. 2001.

TOFFLER, Alvin. **A Terceira Onda.** 23 ed. Rio de Janeiro: Recorde, 1998.

**ANEXO A** – Entrevista com Orkut Buyukkokten por Sérgio Dávila, da Folha de São Paulo, em 03 de julho de 2005

Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u97858.shtml>. Acesso em: 26 ago.2005

---

**Folha** - Primeiro, uma reclamação: por que o *Orkut* é lento?

**Orkut Buyukkokten** - Os participantes crescem exponencialmente, muito, mas muito mais rápido do que esperávamos. Nós aumentamos a capacidade da rede a cada mês, mas a demanda é sempre maior. O que gera um problema aparentemente insolúvel: quando aumentamos a capacidade, e com isso a velocidade com que os comandos são realizados, as pessoas conseguem navegar mais e conseqüentemente convidar mais pessoas para fazerem parte do *Orkut*, o que deixará o sistema lento de novo, até que aumentemos de novo a capacidade... Mas chegará um momento em que nossa velocidade ao aumentar será igual à da demanda.

**Folha** - E por que as mensagens de erro engraçadinhas, como "*Bad, bad server. No donut for you!*"? (fala adaptada de um dos episódios clássicos da série de TV "*Seinfeld*", intitulado "*The Soup Nazi*")? Você sabia que há até comunidade contra essas mensagens --e centenas contra você e seu invento?

**Orkut** - Não sabia... (risos). É só uma maneira de deixar a informática mais palatável...

**Folha** - Há milhares de comunidades brasileiras pornográficas e outro tanto com mensagens racistas ou discriminatórias, o que fere a "carta de intenções" de seu *site*. Recentemente, uma delas saiu do ar depois que a Justiça autorizou a polícia a investigar o autor. Como você controla isso?

**Orkut** - Quanto à pornografia, talvez a explicação esteja no fato de os brasileiros serem mais liberais. Quanto ao racismo, é um horror, eu condeno. Mas como você põe um limite sem cair na censura? Este é um problema com o qual eu tenho de lidar...

**Folha** - Qual sua teoria para a presença maciça de brasileiros?

**Orkut** - Não tenho a menor idéia. Talvez seja cultural, tenha a ver com a personalidade de vocês, que são conhecidos como um povo amigável. Pode ser devido à própria característica do mecanismo de entrada no *site* (só pode se cadastrar quem receber um convite de um dos cadastrados). Eu tenho alguns amigos que têm alguns amigos brasileiros, e assim foi se espalhando, o que era mesmo a minha idéia desde o início.

**Folha** - O que diz do rumor recente de que os técnicos do *Google* "diminuíam" a velocidade do usuário se ele declarasse ser do Brasil, como uma maneira de diminuir a presença?

**Orkut** - Soube do rumor quando recebi a lista diária com as estatísticas e vi que países como Iraque tinham disparado em participação, enquanto o Brasil tinha caído drasticamente, o que não fazia nenhum sentido em termos de comportamento de usuário. Mas é pura lenda urbana, uma bobagem. Não temos como deixar a navegação de alguém mais lenta baseada no seu país de origem. Soube também que houve até festas em São Paulo quando os brasileiros ultrapassaram os 50%, confere?

**Folha** - Confere.

**Orkut** - Então. Hoje, o Brasil é o principal foco do *Orkut*. Tanto que lançamos a interface em português em abril. Eu recebo muitas mensagens de brasileiros em meu "*scrapbook*", pena que não entenda a língua. (puxa o repórter para perto de uma tela). O que está escrito aqui, por exemplo? (alguém o xinga de filho da p...)

**Folha** - Um palavrão que envolve a reputação de sua mãe.

**Orkut** - Ah...(desapontado) E aqui? (alguém pergunta se ele é parente do Buiú, personagem do programa "A Praça É Nossa").

**Folha** - Melhor mudar de assunto: qual o seu orçamento?

**Orkut** - *Stanford* é minha parceria nessa iniciativa, pois eu desenvolvi o programa na universidade, então eles me dão apoio em termos de servidores. Quanto a números, não posso revelar por uma questão de contrato.

**Folha** - Você tem informações valiosas e hábitos pessoais de 6 milhões de pessoas. Pretende vendê-los à publicidade?

**Orkut** - Não faz parte dos planos. Estamos oferecendo agora o serviço de *e-mail* do *Google*, mas é um anúncio interno.

**Folha** - Não seria ferir a política de privacidade do *site*?

**Orkut** - Não faríamos nada sem a expressa permissão do usuário, conforme está na própria política de privacidade.

**Folha** - Você navega muito no seu próprio *site*?

**Orkut** - Sim, visito algumas comunidades, leio alguns perfis de pessoas que não conheço...

**Folha** - Mas é o olhar do dono ou o impulso do curioso?

**Orkut** - Ambos (risos).

**ANEXO B** – Reportagem do Programa Fantástico, da Rede Globo: “Um milhão de amigos”, da edição de 01 de agosto de 2004.

Disponível em: <http://fantastico.globo.com/Jornalismo/Fantastico/0,,AA923102-4005-0-0-01082004,00.html>. Acesso em: 08.out.2005.

---

Faça as contas. Quantos amigos você fez nos últimos três meses? Tem gente que responde, na ponta da língua:

- 81
- 52
- 123
- 140

Calma, gente. Eles não fazem parte do seletto grupo de ricos e famosos. Foram contaminados por uma praga que surgiu na internet: o *Orkut*.

“E você vai entrando, vai entrando, vai entrando e não tem fim. Você pode viajar pelas comunidades e vai achar gente conhecida”, conta Renata Uchoa, fisioterapeuta e "orkuteira".

O *Orkut* é mais nova onda para você conhecer pessoas ou encontrar velhos amigos.

“Vai diminuir o sentimento de solidão, porque você com diversos amigos parece que faz parte de uma grande comunidade”, analisa Pablo Miyazawa, jornalista e "orkuteiro".

Nessa rede só entra quem é convidado.

“Recebi convite de amigos no final de fevereiro e comecei a usar em março”, diz Pablo.

A função básica é bisbilhotar. Como a página da ex namorada.

“Eu olhava que comunidade ela estava entrando, bisbilhotava mesmo. Eu assumo. Quem está escrevendo pra ela. Quem é fã dela”, confessa Rodrigo Olaio, estudante e “orkuteiro”.

Outra função: criar comunidades. Há até uma de quem odeia o *Orkut*.

”Não gosto, não tenho o menor interesse em entrar no *Orkut*. Acho uma perda de tempo”, reclama Luiza Junqueira.

O *site* foi criado pelo turco *Orkut Huyukkokten* - que batizou a invenção com o próprio nome.

Ele falou com o fantástico por *e-mail*.

“Nós construímos o *orkut.com* porque queríamos criar uma comunidade onde as pessoas pudessem encontrar amigos, fazer negócios e arrumar namoradas”, escreveu o turco.

O pai da criança ficou surpreso: o Brasil é o país com o maior número de usuários. Dos mais de um milhão de orkuteiros da terra, metade é brasileira: 50,27%.

“Nunca estive no Brasil. Estamos contentes, mas não podemos fazer uma análise de tanta popularidade no Brasil”, continua o Sr. Orkut.

O professor de matemática Roberto Jamal também não sabe explicar porque o brasileiro virou orkuteiro de carteirinha. Mas consegue calcular onde essa brincadeira vai parar.

Se uma pessoa convida dois amigos, e esses dois amigos mais dois no final de dez dias ela terá 1.024 amigos. Em 15 dias, 32.768 amigos. E em 33 dias, 8 bilhões de amigos. Número maior do que a população da terra.

“Quem não tem computador e não entrar na internet e não participar do *orkut* não vai ter 8 bilhões de amigos, mas em compensação ele terá, aproximadamente, oito amigos do peito”, ensina Jamal.

Quem entrou na onda do orkut sabe: amigo é amigo. Orkuteiros são um caso à parte.

“A gente sempre fala que dá pra contar na mão os amigos do peito. Aqueles que correm quando a gente precisa”, afirma Pablo.