



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA**

Caetano da Providência Santos Diniz

**RELACIONAMENTOS HUMANOS MEDIADOS PELO COMPUTADOR:
as experiências de internautas cadastrados no *site* de
comunidades UOL K**

**Belém - Pará
Setembro-2008**

Caetano da Providência Santos Diniz

**RELACIONAMENTOS HUMANOS MEDIADOS PELO COMPUTADOR:
as experiências de internautas cadastrados no *site* de
comunidades UOL K**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Psicologia como um dos requisitos para obtenção do Título de Mestre, realizada sob a orientação do Prof. Dr. André Maurício Lima Barretto.

**Belém - Pará
Setembro - 2008**

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. André Maurício Lima Barretto
Universidade Federal do Pará
Orientador

Membro

Prof. Dra. Ana Maria Nicolaci-da-Costa
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Membro

Prof. Dra. Rosely Risuenho Viana
Universidade Federal do Pará

Suplente

Prof. Dr. Janari da Silva Pedroso
Universidade Federal do Pará

Apresentada em 2 de setembro de 2008.

Resultado: Aprovada

Belém-Pará

Diniz, Caetano da Providência Santos

Relacionamentos humanos mediados pelo computador: as experiências de internautas cadastrados no *site* de comunidade UOL K/ Caetano da Providência Santos Diniz; orientador: André Maurício Lima Barretto. – Belém, 2008.

127f.

Dissertação - (Mestrado) - Universidade Federal do Pará, Belém, 2008.

1. Internet. Aspectos psicológicos 2. Internautas I. Título.

Ao amado Jesus, Bom Deus, e a sua Mãe, A Virgem Santíssima, cujas graças abundantes são a fonte de toda ciência e conhecimento.

AGRADECIMENTOS

A Deus, começo e fim de todas as coisas, pai amoroso cuja imensa ternura e bondade nos encaminham para a felicidade e a auto-realização.

A minha mãe Donina Ursulina Santos Diniz por lutar por nós e nos educar, sendo pai e mãe, serei sempre grato pelo amor e pelos sacrifícios feitos a fim de que nós pudessemos alcançar nossas vitórias.

Ao meu pai José Erundino Diniz (*in memoriam*) por ter se preocupado desde cedo com a educação de seus filhos e pelo amor que nos dispensou apesar do pouco tempo de convivência.

A minha amada avó Ursulina Maria dos Santos (*in memoriam*), exemplo de ser humano, fé, perseverança e amor, cujas lembranças irão me seguir até ficar velhinho também.

À Universidade Federal do Pará pela oportunidade de fazer meu mestrado nesta instituição à qual sempre estive ligado seja como aluno do Núcleo pedagógico Integrado (NPI) na educação básica, seja na graduação de psicologia entre os anos de 1996 e 2002.

Ao meu orientador Prof. Dr. André Barretto por acreditar neste trabalho e me estimular para que ele chegasse a termo.

Ao Prof. Dr. Janari Pedroso, suplente da minha banca que sempre contribuiu com boas sugestões para a elaboração do trabalho.

Aos professores do curso que contribuíram, cada um de uma forma diferente, para a pesquisa.

Ao secretário do programa, Decinei Reis de Oliveira (o Ney), pela solicitude, e atenção dispensados durante todo o meu percurso.

Às pessoas entrevistadas que dispensaram um pouco de seu tempo para fazer parte da pesquisa.

“Seja qual for o seu sonho comece. Ousadia tem genialidade, poder e magia”.
Goethe

RESUMO

DINIZ, Caetano da Providência Santos. **Relacionamentos humanos mediados pelo computador**: as experiências de internautas cadastrados no *site* de comunidades UOL K. Belém, 2008, 127f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Universidade Federal do Pará, Belém, 2008.

Os *sites* de comunidades têm atraído grande número de pessoas. Elas passam a se relacionar à distância, utilizando para isso recursos como envio de recados e mensagens e trocam informações sobre si através da auto-descrição (perfil) e do uso de imagens, ambos abertos ao público. A experiência de possuir uma página pessoal neste tipo de ambiente e se relacionar com pessoas através dela se constitui o objeto desta pesquisa a qual foi realizada com base na metodologia qualitativa. Foram entrevistados 16 usuários da rede de relacionamentos UOL K, pertencente ao UOL (Universo OnLine), considerado o principal portal de conteúdo e provedor pago de acesso à Internet do Brasil. A análise dos resultados destacou os seguintes aspectos: o *site* possibilita tanto fazer novos contatos quanto manter contatos feitos anteriormente, há uma tendência a fazer novos contatos, a língua escrita é utilizada tanto para se comunicar como para refletir acerca de si mesmo, o anonimato é favorecido pela comunicação à distância e causa receio de se decepcionar com o outro, as experiências são vistas como reais mesmo ocorrendo num ambiente virtual, “estar *online*” pode ser prazeroso e não significa desprender-se do mundo *offline*, a afiliação às comunidades é freqüente e tem como base objetivos comuns, o uso da foto é, graças aos recursos do *site*, um elo entre a comunicação síncrona (bate-papo) e a comunicação assíncrona (UOL K), há uma ênfase na sexualidade e, por fim, os usuários se vêem na necessidade constante de rever e relativizar conceitos como próximo e distante, público e privado, estar ou não *online*. Conclui-se que, mesmo não tendo o hábito de marcar encontros face a face, os usuários são capazes de se relacionar virtualmente de forma genuína, trocar afetos, formar vínculos e manter uma vida *online* na qual o comunicar-se encontra seu sentido em si mesmo, podendo não haver outro objetivo a não ser o de estar em contato.

Palavras-chave: Relacionamento. Internet. Interação. Experiência. *Site*. Comunidade.

ABSTRACT

DINIZ, Caetano da Providência Santos. Human **Relationships mediated by the computer**: The experiences of internet users who are registered at UOL K community web sites. Belém, 2008 127f. Dissertation (Master's degree in psychology) – Federal University of Pará, Belém, 2008.

The community web sites have attracted a great number of people. They relate in distance to each other using resources such as the sending of mails and messages. These people also change information among themselves through the auto-description (profile) and the use of images, both free to the internet users public. The experience of having a personal web page in this kind of environment and the opportunity of relating with people through that result on the objective of this research which has been realized based on a qualitative methodology. There have been interviewed 16 internet users of UOL K network that belongs to UOL (online universe) that is considered the main vestibule of content and an access paid-supplier of internet in Brazil as well. The results analysis has pointed the following features: The web site makes possible the establishment of new contacts as well as the maintenance of old contacts. There is a trend to make new contacts. The written language is used such for communication as for a reflection about yourself. The anonymity is favored by the distant communication but it causes distrust of disappointing someone. The exercises are seen as real even they happen in a virtual atmosphere. "Being online" can be pleasant but it does not mean that we have to come off from the offline world. The communities' membership is frequent and it is based on its common objectives. Thanks to the web sites tools, the use of photo is a link between the synchronous communication (chat) and the asynchronous communication (UOL K). There is an emphasis given to the sexuality and, consequently, the internet users find themselves needed to see and relativize their concepts like close and far, public and private, offline and online. It's concluded that, even the users don't use to set face - to -face dates, they are able to relate virtually to each other as a real situation, change affection, state links and keep an online life which communication finds its own way that maybe there will be not another goal except being online.

Key-words: Relationship. Internet. Interaction. Experience. Site. Community.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

ILUSTRAÇÃO 1: Alguns exemplos de <i>emoticons</i>	27
ILUSTRAÇÃO 2: Sala de Bate-papo do UOL	29
ILUSTRAÇÃO 3: Janela de conversa do MSN	30
ILUSTRAÇÃO 4: Perfil no Orkut	62
ILUSTRAÇÃO 5: Exemplo de página inicial do <i>site</i> Universo OnLine (UOL)	64
ILUSTRAÇÃO 6: Página de acesso ao UOL K	66
ILUSTRAÇÃO 7: Exemplo de perfil no UOL K	67
ILUSTRAÇÃO 8: Exemplo de foto na sala de bate-papo do UOL	68
ILUSTRAÇÃO 9: Página de acesso ao UOL XXX	69
ILUSTRAÇÃO 10: Exemplo de perfil no UOL XXX	71
ILUSTRAÇÃO 11: Exemplos de imagens <i>fake</i> presentes nos perfis	89
ILUSTRAÇÃO 12: Exemplo de mensagem enviada através do <i>site</i>	97

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 ASPECTOS RELEVANTES ACERCA DA RELAÇÃO ENTRE HUMANOS E COMPUTADORES	
2.1. A RECIPROCIDADE NA RELAÇÃO ENTRE HUMANOS E COMPUTADORES	17
2.2. A INTERNET	20
2.3. A COMUNICAÇÃO MEDIADA PELO COMPUTADOR	24
2.4. OS IMPACTOS SUBJETIVOS DO USO DA INTERNET	32
3 RELACIONAMENTOS HUMANOS MEDIADOS PELO COMPUTADOR	
3.1. A SOCIABILIDADE NA REDE	36
3.2. O ANONIMATO	41
3.3. DIVERSOS OLHARES ACERCA DO USO DA INTERNET	44
3.4. AS COMUNIDADES VIRTUAIS	56
4 O UOL K	
4.1. O ORKUT	61
4.2. O UOL	64
4.3. O UOL K	66
4.4. O UOL XXX	69
5 O OBJETIVO	72

6 O MÉTODO

6.1. CONSIDERAÇÕES SOBRE A PESQUISA QUALITATIVA	74
6.2. OS ENTREVISTADOS	75
6.3. A PRESERVAÇÃO DO ANONIMATO	76
6.4. A APROXIMAÇÃO AOS ENTREVISTADOS	76
6.5. A PESQUISA-PILOTO	77
6.6. O ROTEIRO MÍNIMO	78
6.7. ENTREVISTAS PELO MSN	81
6.8. O MÉTODO DE EXPLICAÇÃO DO DISCURSO SUBJACENTE (MEDS)	82
6.9. A DISCUSSÃO	83

7 OS RESULTADOS

7.1. OS ENTREVISTADOS	85
7.2. TEMPO DE UTILIZAÇÃO DA INTERNET E DO UOL K	87
7.3. TOMANDO CONHECIMENTO DO UOL K	87
7.4. SOBRE A DECISÃO DE FAZER CONTATOS ATRAVÉS DA INTERNET E DO UOL K	87
7.5. BUSCANDO PESSOAS NO UOL K	91
7.6. SOBRE A DECISÃO DE IR CONHECER OS CONTATOS PESSOALMENTE	92
7.7. DIVERSOS USOS DO UOL K	94
7.8. A PARTICIPAÇÃO EM COMUNIDADES	95
7.9. FATOS MARCANTES RELACIONADOS AO <i>SITE</i>	96
7.10. PONTOS POSITIVOS E PONTOS NEGATIVOS DE FAZER CONTATOS ATRAVÉS DA INTERNET E DO UOL K	98
7.11. COMPARANDO O UOL K E O ORKUT	101

7.12. SE FAZ USO DO UOL XXX	102
7.13. COMBINAÇÃO DE USO DO UOL K E OUTROS PROGRAMAS	103
7.14. AVALIAÇÃO DOS CONTATOS FEITOS ATÉ ENTÃO	103

8 A DISCUSSÃO

8.1. FAZENDO CONTATOS PELA INTERNET	105
8.2. CONHECENDO NOVAS PESSOAS DEVIDO À AUTO-EXPOSIÇÃO	106
8.3. A ÊNFASE NA LÍNGUA ESCRITA	107
8.4. O ANONIMATO	108
8.5. CONCEPÇÕES DE REAL E DE VIRTUAL	109
8.6. “ESTAR <i>ONLINE</i> ”: A COMUNICAÇÃO COMO META	110
8.7. CONVIVENDO EM COMUNIDADES	112
8.8. A FOTO COMO ELO ENTRE O SINCRÔNICO E O ASSINCRÔNICO	113
8.9. A ÊNFASE NA SEXUALIDADE	114
8.10. A RELATIVIZAÇÃO CONSTANTE DAS EXPERIÊNCIAS	115

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

10 REFERÊNCIAS

1 INTRODUÇÃO

A psicologia, uma vez voltada às implicações humanas das transformações tecnológicas, preocupa-se em entender os fenômenos que afetam diretamente a vida social assim como procura investigar os processos subjetivos a eles relacionados.

O surgimento da Internet e a sua popularização têm se constituído um dos mais significativos fenômenos culturais da atualidade, pois tem afetado direta e indiretamente a vida social, tornando-se no decorrer dos anos um espaço particularmente importante para as relações humanas.

Suas ferramentas aumentaram os contatos entre as pessoas, tanto as que estão próximas quanto as que estão distantes, possibilitando interações dificilmente imagináveis antes do seu advento.

Em tempos de acelerado avanço tecnológico, cada vez mais as relações entre psicologia e informática têm suscitado o interesse de pesquisadores que procuram construir conhecimentos na área.

Todos sentimos diariamente os efeitos das novas tecnologias e muito se tem falado das transformações que vêm ocorrendo em diversas áreas, economia, educação, trabalho, saúde, relacionamentos entre outros. No que se refere a estes últimos, Second Life, Orkut, MSN, blogs, *chats*, são alguns dos termos que fazem parte do cotidiano de milhões de pessoas em diversas partes do mundo, as quais têm utilizado estas ferramentas para incrementar, iniciar e manter contatos.

Este trabalho constitui-se num dos esforços de se produzir conhecimentos acerca das implicações que as novas tecnologias informáticas têm para os relacionamentos humanos. Ele está inserido numa área que tem se proposto discutir diversos aspectos da temática, como as transformações subjetivas geradas pela influência destas tecnologias, o surgimento das comunidades virtuais, as características

da vida em comunidade *offline* em tempos de Internet, os relacionamentos humanos (a partir de variados focos) mediados pela rede, entre outros.

Entre os autores aqui destacados estão Wellman (1999, 2003, 2004), Rheingold (1996), Bauman (1999, 2001, 2004), Castells (2004, 2006) e Nicolaci-da-Costa (1998, 2002, 2004a, 2004b, 2005a, 2005b, 2005c, 2007), tendo sido dada atenção especial aos trabalhos desta última cujo grupo de pesquisas da PUC-Rio de Janeiro têm contribuído com diversas produções para os estudos da área.

De fato, a psicologia precisa acompanhar as mudanças culturais geradas pelo avanço tecnológico, concentrando-se tanto nos aspectos subjetivos quanto nos sociais, os quais, aliás, longe de se excluírem, estão intimamente ligados. No que se refere aos relacionamentos, importa não apenas constatar as influências sofridas, mas descrever e refletir acerca das mesmas, discutindo as experiências dos usuários das ferramentas que possibilitam a Comunicação Mediada pelo Computador.

De acordo com Zacharias (2005, p. 231):

Acredito que nós, os psicólogos, precisamos compreender as relações dessa nova tecnologia com a interação humana e desenvolver procedimentos utilizando o instrumental da informática com serenidade, crítica e equilíbrio, nem pendendo para o fascínio leviano e nem para a negação retrógrada.

A criação de comunidades é uma das características mais marcantes deste tipo de interação. Elas dinamizam as relações na rede, dando novos contornos à sociabilidade aí ocorrida. Com o intuito de descrever as experiências dos usuários destes tipos de ambientes e refletir acerca dos significados a elas atribuídos, este trabalho se concentrou na rede de relacionamentos do UOL.

O UOL tem como característica ser o maior provedor de conteúdo do país, além de contar com o maior número de salas de bate-papo da América Latina. Ele oferece aos usuários da sua rede a possibilidade de integrá-la (usando a foto do perfil) a estas salas, possibilitando o compartilhamento de dois ambientes distintos, o de comunicação síncrona (*bate-papo*), que ocorre em tempo real, e o de comunicação assíncrona (UOL K), que ocorre sem que haja a necessidade de ambos os interlocutores estarem conectados ao mesmo tempo.

Esta possibilidade foi considerada particularmente interessante pelo pesquisador, por ser uma inovação, e se constituiu no motivo para a escolha do *site*. Se anteriormente o *email* representou a principal forma de comunicação pela rede, esta ocorria assincronicamente, sem a formação de comunidades. Os *chats* também alcançaram grande popularidade e se baseiam na interação em tempo real, mas sem a formação de comunidades necessariamente. Com o UOL K, foi possível integrar os dois ambientes, síncrono e assíncrono, através do uso da foto do perfil que funciona como *link* entre a sala de bate-papo e a página pessoal do usuário.

Neste trabalho, o primeiro capítulo trata da relação entre o ser humano e o computador. São discutidos vários aspectos acerca dessa relação como a complementação que existe entre o ser humano e a máquina. Eles estão implicados e sofrem influências recíprocas quando ocorre a interação. Discute-se brevemente a expansão da Internet e a noção de ciberespaço para logo em seguida refletir-se acerca da Comunicação Mediada pelo Computador, incluindo uma reflexão acerca dos *chats* enquanto um espaço dedicado à interação síncrona bastante apreciada por muitos internautas. Para encerrar o capítulo, argumenta-se acerca dos impactos subjetivos da rede, abordando autores que percebem mudanças íntimas nos seus usuários.

O segundo capítulo trata dos relacionamentos que ocorrem mediados pela Internet. Ele inicia com a noção de sociabilidade para depois estendê-la à de sociabilidade virtual, aludindo às suas características, seus tipos e suas nuances, sendo o anonimato tratado em seguida, evidenciando suas implicações para uma comunicação que é feita à distância. Na continuidade, a discussão gira em torno dos diversos olhares acerca do uso da Internet. Nesta seção, autores com opiniões diferentes são contrapostos, buscando-se explorar as várias maneiras de se enxergar a mesma realidade. Em seguida, a discussão se concentra na noção de comunidade virtual a qual é de fundamental importância para este trabalho já que uma das principais características da nova tendência em *sites* deste tipo é a formação de comunidades.

O terceiro capítulo é dedicado à apresentação do UOL K através da descrição de sua origem, organização, funcionamento entre outros. Nele são feitas diversas considerações sobre o Orkut por ser este o formato mais popular dos *sites* de comunidades, tendo servido, inclusive de base para a criação do UOL K. O objetivo do

capítulo é fazer com que o leitor conheça o *site* e seja capaz de visualizar o ambiente no qual se dão as interações aqui relatadas, ou seja, o *locus* onde ocorrem as experiências analisadas neste trabalho. Ele está dividido em quatro seções: o Orkut, o UOL, na qual se faz a apresentação do *site* que hospeda o UOL K, o UOL K propriamente dito e o UOL XXX, uma parte dele voltada para conteúdos eróticos.

Depois da revisão da literatura seguem respectivamente o objetivo e o método, no qual estão expostos os procedimentos realizados durante a fase das entrevistas, assim como a apresentação do Método de Explicitação do Discurso Subjacente (MEDS), elaborado por Nicolaci-da-Costa (2004; 2004b; 2007), o qual serviu de base para produzir os resultados e sua conseqüente análise. Por fim, seguem os resultados e a discussão, respectivamente os capítulos seis e sete e, na seqüência, as considerações finais e as referências.

2 ASPECTOS RELEVANTES ACERCA DA RELAÇÃO ENTRE HUMANOS E COMPUTADORES

2.1. A RECIPROCIDADE NA RELAÇÃO ENTRE HUMANOS E COMPUTADORES

A informática tem estado cada vez mais presente nas vidas das pessoas. No cotidiano, deparamo-nos repetidas vezes com situações em que precisamos interagir com essa tecnologia. Para ilustrar, imaginemos que um homem sai de sua casa para o trabalho. Ele se dirige à empresa guiando seu moderno carro cujo painel eletrônico transmite algo de futurista. Ele não trabalha diretamente com o computador, mas senta algumas horas diante dele a fim de enviar *e-mails* e acessar *sites* de seu interesse. Na hora do almoço, dirige-se ao banco para efetuar um depósito e é orientado a fazê-lo no caixa eletrônico. No retorno, atende seu celular de *chip* que, além de fotografar e acessar a Internet, possui um *menu* que muito se assemelha a um programa de *personal computer (pc)*. À noite, em casa, assiste ao jornal pela televisão que transmite informações sobre as condições climáticas do dia seguinte as quais foram repassadas pelos satélites do instituto meteorológico. No cotidiano deste homem estão presentes várias situações de interação com o computador, de forma direta ou indireta, algumas das quais ocorrem sem que ele perceba.

No caso daqueles que lidam diretamente com esta máquina a relação se torna ainda mais marcante, particularmente quando a comunicação se dá através dela, a chamada Comunicação Mediada pelo Computador (CMC), pois é possível observar dois tipos de interação entre humanos e computadores, aquela na qual a pessoa trabalha com a máquina e aquela na qual ela usa a máquina para se comunicar com outras pessoas através de uma rede na qual ambas estão interligadas.

De acordo com Castells (2006, p. 414): “O surgimento de um novo sistema de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de

comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura”. A apropriação da tecnologia por parte das pessoas não deve ser vista, portanto, apenas como uma parafernália que se utiliza a fim de se conseguir um fim, mas como algo que se incorpora as suas vidas. Em outras palavras, o homem faz parte daquilo que ele cria, sujeito e objeto estão inter-relacionados, tornando-se um *continuum*. Carvalho afirma que o objeto “carrega em si algo do ser que o criou” (2000, p. 129).

Segundo Sayeg (2000) a relação entre o ser humano e o computador pode ser entendida em termos de um sistema de acoplamento, o que sugere que há entre eles uma ligação íntima, na qual a construção de uma máquina é feita pensando-se na ação da pessoa, não se tratando de um sistema fechado, mas de um sistema que é completo a partir da interação com o usuário. A autora afirma (2000, p. 174):

[...] o ser humano, ao usar o computador, forma uma máquina, um único sistema para determinado nível de análise. Lembremos que o conceito de máquina em cibernética é um conceito formal, não tem necessariamente a ver com um aparato físico específico. Assim, um conceito importante na cibernética é o de 'acoplamento'. A partir do conceito de 'máquina formal', focaliza-se o sistema. O ser humano, em interação com um computador, é descrito como parte de um sistema de acoplamento.

Uma máquina, assim, pode ser composta de diversas unidades as quais são acopladas umas às outras para possibilitar um funcionamento eficiente do sistema cujo último acoplamento é o ser humano. Sua inteligência, sua visão, suas mãos e seu corpo são constituintes da díade homem-computador.

A ação do usuário é essencial para que a máquina consiga alcançar os seus objetivos, qual seja, realizar as tarefas para as quais foi programada. O fornecimento de dados, as respostas emitidas pela máquina através de mensagens pré-elaboradas, os tempos de espera, a atitude atenta do usuário, entre outros, são eventos que requerem tanto a participação ativa do usuário quanto a capacidade da máquina para operar. O ser humano está implicado na máquina e a máquina está implicada no ser humano.

Um exemplo de que o ser humano está implicado na máquina seria a idéia de que os computadores devem reproduzir os processos cognitivos humanos. O processamento de dados pelo computador ao mesmo tempo em que estaria inspirado

no funcionamento do cérebro o potencializaria, superaria sua capacidade sendo capaz de fazer cálculos muito superiores àqueles que o ser humano seria capaz de fazer. Já um exemplo de que a máquina está implicada no ser humano seria a interface do monitor a qual expressa a necessidade da máquina traduzir a sua linguagem binária em signos que o ser humano seja capaz de entender. De fato, enquanto estou digitando, estou vendo palavras que fazem sentido para mim, mas que a linguagem de programação entende apenas como um conjunto de códigos que devem ser traduzidos e organizados de maneira que se tornem compreensíveis.

Esta interação entre humanos e computadores leva a refletir que as influências não são unilaterais, não é apenas o ser humano que molda a tecnologia, ele é também moldado por ela. Ele tem a capacidade de criar, mas uma vez criado seu objeto passa a influenciá-lo. O ser humano sofre modificações advindas das características dos bens que ele produziu. Ao comentar Deleuze e Gatarri, Carvalho (2000, p. 126) escreve: “Assim, sujeitos e objetos emergem simultaneamente, em uma causalidade recíproca”.

Esta noção contradiz a idéia de que o ser humano é senhor de sua técnica, visto como separado dela e fazendo dos instrumentos inventados apenas meios para se relacionar com a natureza, modificando-a a fim de satisfazer suas necessidades. Esta seria, segundo Carvalho (2000, p. 121-122), uma concepção instrumentalista de técnica:

[...] apenas um conjunto de meios neutros que os indivíduos precisam dominar para se colocarem numa linha de progresso e evolução da humanidade. Ao nos voltarmos para esse campo, o que encontramos de imediato são indivíduos que querem dominar o computador, que se sentem poderosos quando sabem utilizá-lo ou que, em sentido oposto, sentem-se diminuídos e humilhados por não terem tal domínio.

Mas esta concepção instrumentalista diferencia-se de outra, a ontogenética, que vê a relação entre o homem e a máquina de forma dialógica, recíproca. Nesta concepção, o homem interfere em seu meio com a técnica e sofre as influências desta mesma intervenção.

Ele modifica o meio e é por ele modificado, e mais, a técnica, pelo fato de ser produto da história do próprio homem, é parte dele e traz em si as suas marcas; a

técnica passa a fazer parte de seus processos de subjetivação. De acordo com Carvalho (2000, p. 131):

A concepção ontogenética sobre a relação homem-técnica (...) oferece-nos instrumentos para pensar a interação dos humanos com os computadores em uma perspectiva que não reduz a questão a um domínio de uma das partes pela outra.

Uma visão da interação entre o ser humano e o computador que leve em conta a reciprocidade da relação entre sujeito e objeto torna-se importante na hora de analisar as transformações que o avanço da informática têm provocado tanto nas relações entre as pessoas quanto nos seus processos de subjetivação, sendo que a Internet representa um dos ícones deste avanço tecnológico.

2.2. A INTERNET

A Internet é um fenômeno do nosso tempo, uma invenção que já faz parte da vida de milhões de pessoas e com a qual as novas gerações estão crescendo. Ela não é uma única rede, mas um vasto conjunto de redes cuja comunicação é possível devido à linguagem comum dos protocolos TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol).

Seu surgimento remonta à criação da ARPA (Advanced Research Projects Agency), a Agência de Projetos de Pesquisa Avançada fundada pelo Departamento de Defesa dos EUA em 1958, que criou a IPTO (Information Processing Techniques Office), Divisão de Técnicas de Processamento de Informação, em 1962, para investigar a informática interativa e criar uma rede de comunicações flexível e descentralizada capaz de sobreviver a um ataque nuclear (MATTAR NETO, 2005). De acordo com Ferrari (2005, p. 257):

[...] o departamento de defesa daquele país (EUA) descentralizou os centros de informações militares, de forma que a destruição de um deles não implicasse na perda de dados e capacidade de seu processamento. Para isso, seria necessário interligar seus centros de computação.

A história da Internet nos mostra que a sua criação se deveu às necessidades militares de descentralização de dados, o que poderia ser muito útil nos tempos de guerra, quando os centros de informação tornavam-se alvo do inimigo (WALTHER, 1996). Segundo Rheingold (1996, p. 19): “As redes alargadas de CMC espalhadas pelos cinco continentes e que ligam milhares de pequenas redes são um efeito colateral da investigação militar americana”.

Sua popularização ocorreu na década de 90, particularmente a partir de 1995. Neste ano, a NSFNET (rede administrada pela *National Science Foundation*), que em 1988 havia se fundido com a ARPANET, encerrou suas atividades.

A privatização fora facilitada pela NSF ao proporcionar à IBM (*International Business Machines*) o oferecimento de serviços de caráter filantrópico, o qual não resistiria mais tarde à pressão do comércio.

Anos depois da sua criação o quadro é diferente. Os objetivos militares cederam espaço às relações interpessoais, aos negócios, à comercialização, à pesquisa etc. Segundo o *site* oficial das Nações Unidas acerca do Desenvolvimento do Milênio (*Millenium Development Goals Indicators*), já em 1990 havia cerca de 2.000.000 de usuários da Internet nos EUA.

No Brasil, segundo Bogo (2000), os acessos foram possibilitados pela Rede Nacional de Pesquisa (RNP), numa operação acadêmica subordinada ao Ministério de Ciência e Tecnologia. De acordo com dados do Comitê Gestor da Internet¹(CGI) no país, em 2004 o número de usuários girava em torno de 22.000.000. Segundo o *site* do CGI, dados de uma pesquisa acerca do Uso da Tecnologia da Telecomunicação e Informação no Brasil (UTI), referente a julho/agosto de 2006, revelam que 19,63% dos domicílios brasileiros têm computador e 14,49% possuem acesso à Internet.

A pesquisa afirma que 45,65% dos brasileiros já utilizaram um computador, sendo que, dentre estes, 51,15% o fazem diariamente². Com relação ao acesso à

¹ Criado em 1995, o Comitê Gestor da Internet no Brasil é responsável pela coordenação e integração de todas as iniciativas de serviços de Internet no país, promovendo a qualidade técnica, a inovação, a coleta e a disseminação de informações. Sua composição inclui membros do governo, do setor empresarial, do terceiro setor e da comunidade acadêmica.

² Percentual sobre o total da base de entrevistados que utilizaram o computador nos últimos 3 meses.

Internet, 33,32% dos entrevistados já a teriam acessado, sendo que, destes, 46,01% o fazem diária e individualmente³.

De acordo com o *site* do Ibope (julho de 2007) os internautas brasileiros quebraram novo recorde no uso da *web*. O Brasil é o país de maior tempo médio de navegação doméstica, com 23h30min mensais, seguido pelos EUA, Japão, Alemanha e Austrália. Dados mais recentes do mesmo *site* (março de 2008) indicam que o número de internautas residenciais ativos em março de 2008 atingiu 22,7 milhões de usuários, 40% mais do que em março de 2007. Também continuamos a ser o país com maior tempo médio mensal de navegação residencial por internauta entre os 10 países monitorados pela Nielsen//NetRatings, com 23h51min, 1 hora e 27 minutos mensais.

Sua presença tem se afirmado como um importante instrumento nas mais variadas áreas da atividade humana: lazer, trabalho, saúde, educação, entretenimento, relacionamentos entre outros. Segundo Zacharias (2005, p. 11):

As últimas décadas do século XX presenciaram a popularização dos computadores pessoais e a difusão da internet. Ambos esses processos de difusão levaram à penetração dos computadores no cotidiano de milhões de pessoas ao redor do mundo, primeiramente como instrumento de trabalho e, posteriormente, como um meio de comunicação à distância e como um novo espaço de vida.

Este espaço de vida consiste no ambiente virtual criado pela tecnologia informática e recebe o nome de ciberespaço. Willian Gibson utiliza este termo em seu romance *Neuromancer*, de 1984, para denominar um terreno imersivo limítrofe entre o real e o virtual, um espaço habitável de arquitetura flexível (ARAÚJO, 2005).

As redes telemáticas (associação entre telecomunicação e a informática) transpõem as noções tradicionais de espaço as quais se referem ao ambiente físico, territorializado e, portanto, limitado, no qual se locomovem os corpos. O ciberespaço não é um território, ele, ao contrário, atravessa-os, diluindo as barreiras.

³ Percentual sobre o total da base de entrevistados que a acessaram nos últimos 3 meses.

Segundo Ramalho (2005, p. 82):

No final do século XX, com o advento da Internet, surge um novo espaço: o ciberespaço. Muitos usuários da Internet perceberam que os relacionamentos não estavam mais restritos aos espaços do mundo 'real'. Em outras palavras, os internautas notaram que por meio da rede podiam estabelecer diversos tipos de relacionamentos *online*.

De acordo com Silva (2005, p. 3):

O ciberespaço constitui-se como um novo espaço de sociabilidade – apesar de não presencial – com impacto nas esferas cultural e social. O ciberespaço, sendo um espaço sócio-virtual – baseado em técnicas informacionais em rede – como espaço social que é, permite a interação social.

Segundo esta autora, o ciberespaço tem características próprias de comunidades e criam nele redes sociais, estruturando uma “matriz de laços múltiplos” baseada na comunicação. Nele estariam reunidos três aspectos que constituiriam uma cibercultura: informação, comunicação e tecnologia.

Trata-se de espaços novos de convivência, freqüentados mais ou menos regularmente, nos quais as pessoas desenvolvem relações, algumas das quais, inclusive, acontecem somente nestes espaços. De acordo com autores como Castells (2006), Wellman e Boase (2004), Nicolaci-da-Costa (1998) e Rheingold (1996) apresentam-se neste espaço diversas formas de solidariedade e de vida comunitária.

É um espaço imersivo, ou seja, trata-se de um ambiente que envolve seus usuários, fazendo com que eles se sintam compartilhando um espaço diferente daquele de suas vidas “*offline*” (ARAÚJO, 2005). Wertheim (2001, p. 165), partindo de sua experiência pessoal, escreve em seu livro “Uma história do espaço”:

Um espaço até agora não existente, a cada ano esse novo domínio digital desempenha um papel maior na vida de um número crescente de pessoas. Como muitos “cidadãos da Internet”, tenho agora correspondentes por e-mail no mundo todo. Pessoas com quem é difícil entrar em contato pessoal estão muitas vezes prontamente disponíveis on-line, sobretudo se trabalham na área acadêmica.

A utilização desta tecnologia tem causado alterações das formas de ser, pensar e agir nos seus usuários. Como visto anteriormente, o ser humano não está separado de sua invenção e recebe seus impactos em diversas áreas. No caso da Internet, pode-se observar estes impactos na modernização da sociedade, nas alterações dos costumes, nas formas de se relacionar e nos seus processos de subjetivação. Antes, porém, da análise das transformações subjetivas mobilizadas pela rede, convém discutir alguns aspectos da CMC.

2.3. A COMUNICAÇÃO MEDIADA PELO COMPUTADOR

Segundo Castells (2006), o início da CMC se deu nos EUA, entre os ambientes acadêmicos, no começo dos anos 90. Desde então, o computador tornou-se um meio de comunicação poderoso na atualidade. Ele possibilitou a interligação de pontos distantes do planeta a um custo menor e a uma velocidade maior, facilitando negócios e relacionamentos.

Segundo Lévy (1999, p. 32): “As tecnologias digitais surgiram, então, como uma infra-estrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também, novo mercado da informação e do conhecimento”. Para Marcelo (2001, p. 31): “A *Internet* é, na sua essência, um meio de comunicação”. Ela pode ser usada para diversos fins: relacionamentos, negócios, pesquisa etc.

Entre as novidades está o fato do computador, através da rede, possibilitar a comunicação de “muitos para muitos”. Nas salas de bate papo, por exemplo, há um contínuo fluxo de pessoas virtualmente presentes. Mas o estreitamento dos laços torna possível a dispensa de uma maior atenção a determinados usuários. Há também os *emails* que podem chegar a diversos usuários simultaneamente através de listas pessoais. No telefone, ao contrário, os contatos já começam de “um-para-um”⁴. Nele o contato já está previamente definido, enquanto que na Internet apresentam-se diversas

⁴ Com exceção para as teleconferências as quais consistem da participação de diversos usuários numa mesma ligação telefônica. Este tipo de interação, entretanto, vem sendo pouco utilizada.

opções, o usuário pode encontrar espaços públicos para iniciar novos contatos como, por exemplo, os *chats*. De acordo com Nicolaci-da-Costa (2005c, p. 53-54):

[...] Essa possibilidade imediatamente levou estranhos a identificarem afinidades comuns e, conseqüentemente, a estabelecerem relacionamentos virtuais nos quais essas afinidades eram exploradas a médio ou longo prazo. Para tanto, as comunicações rapidamente migravam do ambiente "muitos-muitos" para ambientes "um-um" (como os ambientes privados das salas de bate-papo, ou das trocas de mensagem do ICQ, Messenger e outros programas semelhantes).

Trata-se de uma comunicação à distância que possui peculiaridades. Ela pode ser sincrônica ou assincrônica. A sincrônica ocorre quando os interlocutores estão conectados ao mesmo tempo, *real time*, como no MSN ou nos *chats*. Na assincrônica, apenas um está conectado e aguarda a resposta do outro, como nos *emails*, nas comunidades dos *sites* de relacionamentos ou nos fóruns de discussão, os *newsgroups*.

Com o avanço da nova tecnologia, atualmente dispõe-se de recursos multi-mídia como texto, som e imagem, mas, tradicional e comumente, a CMC está baseada na escrita. Este tipo de comunicação talvez nunca fora tão valorizado antes do advento da Internet, daí a necessidade de conseguir se expressar utilizando basicamente a língua escrita em vez da fala.

Nesta ênfase na comunicação escrita observa-se a criação de uma linguagem particular (NICOLACI-DA-COSTA, 1998), sendo que algumas de suas formas têm penetrado no cotidiano. De acordo com Nicolaci-da-Costa (2002, p. 199):

O advento dos computadores pessoais e, principalmente, da internet fez com que novos significados fossem atribuídos a antigos vocábulos e enxurradas de novos termos e expressões — como, por exemplo, *www*, *rede*, *ciberespaço*, *realidade virtual*, *tempo real*, *e-mail*, *listas de discussão*, *navegadores*, *mecanismos de busca*, *hats*, *spam*, *windows*, *menus*, *deletar*, *formatar*, *configurar* e uma infinidade de outros — invadissem o linguajar contemporâneo em ritmo extremamente acelerado.

Pode-se dizer que uma das peculiaridades da CMC é a criatividade no uso da linguagem. De fato, a escrita pode ser mais ambivalente e por isso requer uma certa habilidade da parte do escritor para se fazer entendido. Como afirma Zacharias (2005, p. 10):

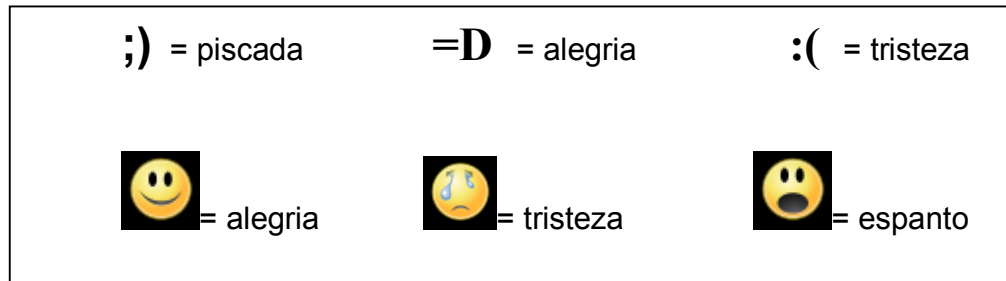
Quando dispomos apenas de um texto escrito, é mais difícil percebermos qual emoção está sendo expressa pelo seu remetente. Se não dispomos de dados suficientes, na própria escrita, que nos dêem indicações a respeito, é possível que interpretemos a frase emprestando-lhe um “tom de voz” que desejarmos, ou escolhermos, o que não necessariamente corresponde à intenção do redator. A mesma frase pode ser “dita” (ou “lida”) de forma agressiva, amorosa, desesperada, cínica, etc.

Segundo Marcelo (2001, p. 99-100):

Curiosamente, os utilizadores das novas tecnologias facilmente contornaram este obstáculo, ao inventarem formas inovadoras e alternativas de exprimirem as suas emoções [...]. Para além de utilizarem os *smileys* ou *emoticons*, os utilizadores das novas tecnologias utilizam uma outra forma de expressarem os seus sentimentos, que consiste em adicionar um comentário entre estes sinais . Por exemplo: <Suspiro> *Acabei de me esquivar a uma reunião <semblante desanuviado>*. Enfim, os utilizadores dos novos *media* “inventam” formas de contornar as aparentes deficiências que encontram na comunicação mediada pelo computador, inaugurando novas formas de comunicar.

A criatividade entra em cena quando surgem formas diversas de expressar idéias e sentimentos. Segundo Silva (2005) assiste-se a inúmeras maneiras de se comunicar ao outro nosso tom de voz, expressão facial, ritmo. Os *emoticons* ou *smileys*, por exemplo, costumam ser usados para expressar emoções nem sempre tão fáceis de serem expressas por meio de palavras escritas, assim como para transmitir expressões faciais que não podem ser percebidas pelo interlocutor.

Ilustração 1: Alguns exemplos de *emoticons*:



Uma de suas vantagens, além de facilitar a auto-expressão, é a rapidez. Falar é mais rápido do que escrever, por isso são comuns as abreviaturas: vc (você), blz (beleza), abc (abraço), tdb (tudo bem ou tudo de bom), bj (beijo), t+ (até mais) e assim por diante, com o objetivo de agilizar a escrita. Estes recursos são bastante utilizados em conversas *online* e constituem parte do conjunto de expressões que um usuário freqüente precisa aprender para facilitar sua comunicação. Os chats são alguns dos espaços de conversas online mais utilizados. Segundo Maiorino (2002, p. 29), eles são “espaços construídos a partir da Internet, com o objetivo de reunir usuários em torno de assuntos de comum interesse”.

As salas de bate-papo constituem espaços de interação entre usuários nos quais a circulação é contínua. As pessoas entram e saem em busca de interações de todo tipo: amigáveis, amorosas, sexuais, comerciais. Mas as salas são, sobretudo, espaços de interação cujo objetivo central é a conversação, realizada através da escrita.

As salas oferecem variadas “modalidades” de interação: em “sala aberta” onde todos vêem o que todos (que também estejam em sala aberta) estão conversando; o “reservado” no qual você vê o que se passa na sala aberta, porém somente a pessoa convidada por você vê o que você escreve (e vice-versa, caso você também tenha sido por ela convidado), e a possibilidade de optar por receber apenas mensagem de um só usuário, não se dando conta, portanto, do que se passa na sala aberta.

De acordo com Maiorino (2005, p. 42):

Os *chats* atualmente são salões de entretenimento e ponto de encontro *on-line* povoados por diferentes comunidades virtuais. São salas habitadas e experienciadas por seres humanos; nesses 'não espaços' o homem contemporâneo constrói um modo de fazer sociedade, de se apaixonar, de se relacionar e de trocar conhecimento.

As salas de bate-papo, assim, constituem-se um novo espaço para o travamento de relações humanas, um espaço de circulação de pessoas que estão interessadas em estabelecer conversações e/ ou contatos cujos objetivos podem ser desde um simples passatempo até um relacionamento no estilo "algo sério".

Para citar um exemplo deste tipo de interação podemos considerar as salas de bate-papo do *site* Universo OnLine (UOL). No UOL, como ocorre de maneira geral em outros *sites*, as salas de bate-papo estão divididas em grupos⁵, tais como "Cidades e Regiões", "Encontros", "Por Idade" etc. Estes subdividem-se em subgrupos e estes, por sua vez, em salas nas quais ocorrem as interações.

A título de ilustração, no grupo "Cidades e Regiões", o subgrupo Pará, quando da elaboração deste trabalho, as salas estão divididas por cidades da seguinte forma: 13 salas direcionadas à cidade de Belém, 3 à cidade de Marabá e 1 à cidade de Tucuruí. Cada uma delas comporta ao máximo 30 usuários não assinantes, de forma que é possível a entrada de assinantes mesmo que este número já tenha extrapolado, sendo que para adentrar as salas é necessário um *nick* (apelido) e que se digite num campo algumas letras apresentadas pelo *site* número como medida de segurança. Se o usuário, assinante ou não, tiver perfil cadastrado na página de relacionamentos do UOL, o chamado UOLK, ele pode adentrar com uma foto, além do *nick*.

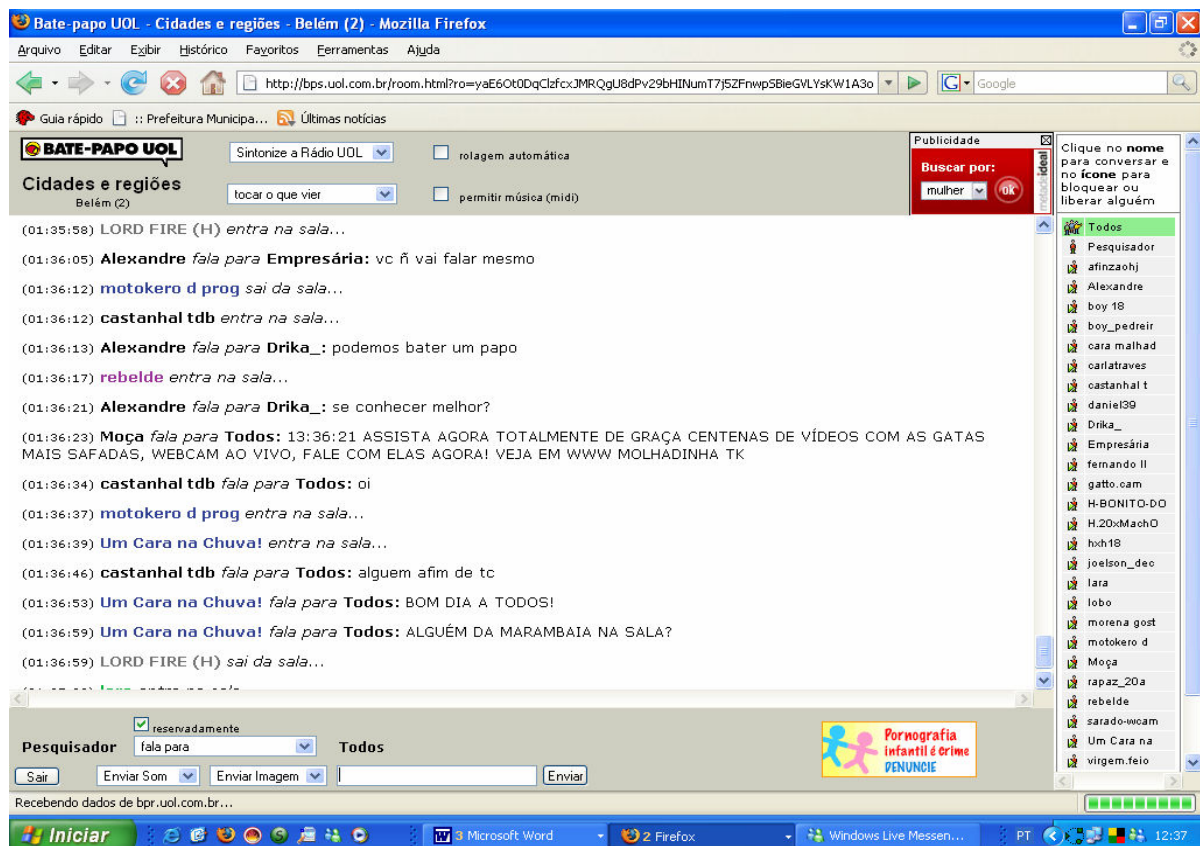
É possível encontrar, somando-se todas as salas de um subgrupo, cerca de 200 usuários conectados. De acordo com informações do próprio *site* neste exato momento (às 17:45h do dia 27/05/2007), de acordo com o UOL (link "Bate-papo"), estão conectados 39.476 usuários no total dos 8 grupos de salas do *site*.

⁵ Existem neste site, no link Bate-papo, 8 grupos de salas, os quais: "Por idade", "Cidades e Regiões", "Tema Livre", "Variados", "Encontros", "Sexo", "Imagens eróticas" e "Outras Imagens".

Segundo Nicolaci-da-Costa (1998, p. 229), os *chats* são:

'salas' de todos os tipos e para todos os gostos, ou seja, o bate-papo pode rolar sobre praticamente tudo: de música popular ou erudita e cinema a receitas culinárias, da simples azaração ao sadomasoquismo, de como manter o corpo em forma a *body-piercing*.

Ilustração 2: Sala de Bate-papo do UOL.

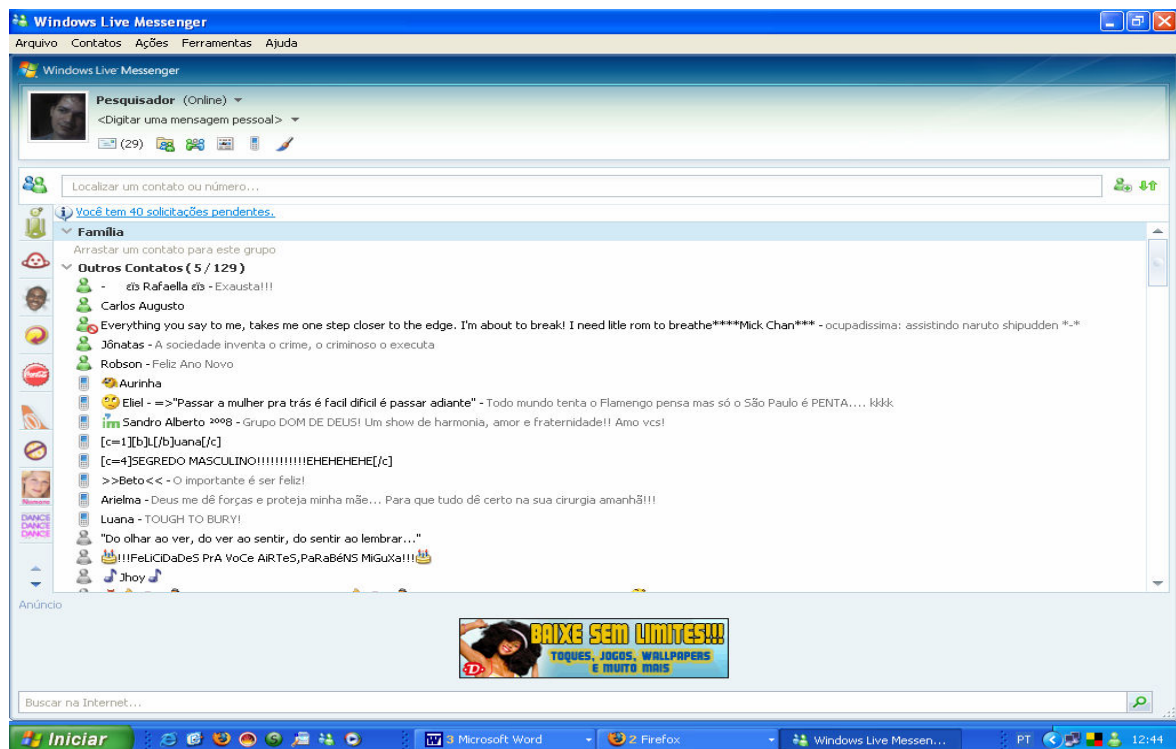


Como visto acima, nos *chats* as interações se dão de forma sincrônica, ou seja, estando ambos os usuários *online*. Comumente são usados para dialogar com pessoas que você não conhece, de maneira que, no caso daqueles que já se conhecem

(pessoalmente ou virtualmente apenas) e querem ter uma conversa sincrônica, costuma-se optar por programas como o MSN⁶.

A partir dos *chats* é possível fazer novos contatos. As pessoas podem teclar (conversar com o auxílio do teclado) com quem quer que seja, havendo a possibilidade de conhecer pessoas novas, diferentemente do que ocorre em programas como o MSN ou o *Yahoo Messenger*, nos quais são criadas listas de amigos os quais são adicionados (incluídos) de contatos conforme a vontade dos usuários.

Ilustração 3: Janela de conversa do MSN.



⁶ Messenger ou apenas MSN, é um programa de mensagens instantâneas criado pela Microsoft Corporation. O programa permite que um usuário da Internet se comunique com outro que tenha o mesmo programa em tempo real, podendo ter uma lista de amigos "virtuais" e acompanhar quando eles entram e saem da rede.

Pode-se ver os *chats* como espaços públicos nos quais é possível manter uma identidade privada, espaços virtuais que têm se constituído uma forma de estar em contato anteriormente inexistente, tendo sido possibilitada pelo avanço da tecnologia informática.

Quando alguém entra num *chat*, está ciente de que pode encontrar um grupo de pessoas conectadas entre si através dos recursos da Internet, pessoas que muito provavelmente ele não conhece pessoalmente ou pelo menos não sabe que conhece devido à possibilidade do anonimato. Ele sabe que há ali diversas possibilidades, pode se envolver numa conversa empolgante que leve a contatos posteriores possibilitados pela troca de números de telefones ou de endereços eletrônicos para programas de conversas *online* ou mesmo troca de endereços de páginas pessoais (*profiles*) presentes em *sites de* comunidades. Por outro lado, os contatos podem resultar numa breve conversa, seguida de outras breves conversas com um grande número de pessoas, de forma que os *chats* podem ser utilizados seja como um passatempo, seja como um divertimento, seja como uma forma de conhecer novas pessoas.

De maneira geral, pode-se dizer que o caráter pessoal da CMC vem se afirmando ao longo do tempo. Não obstante possa servir para diversos fins, a popularização desta tecnologia se deve basicamente ao incremento das relações interpessoais, à criação de novos laços e à facilitação dos contatos à distância. Segundo Dias e De Lataille (2004, p. 188):

A princípio, as pesquisas a respeito da comunicação mediada por computador consideravam a rede como um instrumento capaz de transmitir basicamente informações impessoais. Atualmente, essa visão mudou. A rede é vista como um instrumento importante e poderoso de comunicação interpessoal.

Mas, segundo Castells (2006, p. 442): “A comunicação mediada pela Internet é um fenômeno social recente demais para que a pesquisa acadêmica tenha tido a oportunidade de chegar a conclusões sólidas sobre seu significado social”. A Internet, se comparada com outros meios de comunicação de massa, é uma invenção nova, e sua propagação acelerada requer que se desenvolvam estudos capazes de analisar os significados que ela tem nas vidas daqueles que a utilizam, de forma que a psicologia

se vê atualmente na necessidade de investigar os impactos subjetivos do uso da Internet. Segundo Spink (2004, p. 58):

[...] a mídia não é apenas um meio poderoso de criar e fazer circular conteúdos simbólicos, mas possui um poder transformador ainda pouco estudado e, talvez, ainda subestimado de reestruturação dos espaços de interação propiciando novas configurações aos esforços de produção de sentidos.

2.4. OS IMPACTOS SUBJETIVOS DO USO DA INTERNET

O advento da Internet provocou muitas mudanças no cotidiano da vida social. Como exemplo pode-se citar a comunicação escrita. O costume de escrever cartas tem agora uma forma alternativa que são os *emails*. Algo que chama atenção, porém, não é tanto a diferença entre fazer uso da carta ou do *email* para se comunicar com alguém que está longe e sim o costume de escrever em si.

A rapidez e a praticidade da CMC levou as pessoas a usarem freqüentemente a escrita a fim de se comunicar. Ela tem se estendido não apenas à troca de informações com um interlocutor tal como acontece nos *chats* ou nos *sites* de relacionamento, mas também à auto-exposição, à escrita acerca de si mesmo como ocorre nos *blogs*, espécies de diários ao mesmo tempo íntimos e públicos (PRANGE, 2007).

Entretanto, as transformações não afetariam apenas as formas de fazer, mas também as formas de ser, o que implica numa transformação subjetiva. Para Carvalho (2000, p. 131): “Essa interação entre humanos e computadores resulta em uma produção de subjetividade, que é multiplicidade por excelência, emerge como indivíduo e como coletivo, expressa-se no humano e na máquina”. De acordo com Nicolaci-da-Costa (2002, p.193), há uma estreita relação entre tecnologia e subjetivação:

[...] embora seja fácil detectar que novas tecnologias têm o poder de alterar nossos hábitos e nossas formas de agir, é bem mais difícil registrar que algumas tecnologias também podem alterar radicalmente nossos modos de ser (como pensamos, como percebemos e organizamos o mundo externo e interno, como nos relacionamos com os outros e com nós mesmos, como sentimos, etc).

A relação entre tecnologia e subjetivação fica evidente quando se leva em conta que a tecnologia é uma produção humana, um bem cultural que promove o desenvolvimento e cujo avanço está acompanhado de alterações sociais que se refletem nas formas de ser das pessoas.

A cultura está diretamente relacionada à tecnologia. Quando esta muda, a cultura sofre sua influência. E um dos principais aspectos desta influência é a comunicação. As formas como nos comunicamos dizem respeito não apenas ao modo como nos relacionamos, mas também a nossa forma de ser. Aliás, nossos relacionamentos costumam ser baseados em nossas próprias formas de ver as coisas, de sentir, de avaliar a nós mesmos, aos outros e às situações.

Em outras palavras, tecnologia e cultura estão numa estreita relação e as transformações que aí ocorrem refletem-se tanto nas nossas formas de comunicar quanto nas nossas formas de ser. Para Castells (2006, p. 459): “Culturas consistem em processos de comunicação”. Para ele (2006, p. 414), “as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo” (CASTELLS, 2006, p. 414). Em uma reflexão semelhante, Ibáñez (1994) analisa as implicações da informática para o pensar humano. Segundo o autor (IBÁÑEZ, 1994, p. 48):

Los procesos cognitivos se modifican a medida que cambian las tecnologías de la inteligencia, nuestra forma de pensar es inseparable de esas tecnologías, pero estas tecnologías definen tan profundamente *lo que somos* que resulta difícil que podamos calibrar lo que les debe nuestra forma de ser.

Esse autor fala do surgimento de três tecnologias que modificaram o pensamento no decorrer da história, sendo 1) a invenção da escrita e seus impactos na memória e no raciocínio, 2) a imprensa que trouxe a necessidade de sistematizar a informação, representando-a de forma objetiva e transmitindo, em massa, as ideologias daqueles que detinham este meio de comunicação, e 3) a tecnologia informática.

Segundo Ibáñez (1994, p. 48):

La tercera gran tecnología de la inteligencia apenas há empezado a modificar el pensamiento, pero sus consecuencias se vislumbran impresionantes. Se trata, por supuesto, de la microinformática, y más precisamente de los microcomputadores personales.

O avanço tecnológico tem como um de seus resultados, portanto, transformações nas culturas e nos processos de subjetivação, nas formas como significamos as coisas e a nós mesmos. De acordo com Nicolaci-da-Costa (2005a, 2005b), os impactos da Internet podem ser divididos em dois tipos, 1) os impactos diretos e 2) os impactos indiretos.

Os impactos diretos se referem a dois tipos de interação, aquela na qual os usuários interagem com a rede de computadores e aquela na qual eles interagem através da rede.

Os impactos indiretos se referem tanto àqueles que interagem na rede quanto sobre aqueles que jamais a utilizaram, e aqui estão incluídos os efeitos da Internet no mercado de trabalho, na circulação do capital, no exercício da cidadania etc.

Uma organização subjetiva é invisível aos olhos e apenas perceptível pelas suas expressões, nas palavras e nos comportamentos. Assim, pode-se observar nos comportamentos de usuários aspectos típicos da lógica da rede, a qual se caracteriza pela agilidade, pela alternativa (infinidade de caminhos a seguir através dos *links*), *expertise* jovem, relativização, uso de uma linguagem peculiar, etc (NICOLACI-DA-COSTA, 2005a, 2005b).

Ao tratar da facilidade com que as pessoas falam de si mesmas nos *chats* por estarem protegidas pelo anonimato, Nicolaci-da-Costa (1998, p. 223) escreve: “Ao nos revelarmos para o outro, estamos, também, nos revelando para nós mesmos. E, ao observarmos, nesse outro, as reações àquilo que revelamos ser, somos informados do quanto vale aquilo que somos”.

Dias e De La Taille, (2004, p. 191), por sua vez, afirmam: “As salas de bate-papo trouxeram às vidas de muitas pessoas uma nova possibilidade de se relacionar com os outros e, de certa forma, consigo mesmas”. A expressão de si mesmo talvez seja um

dos pontos marcantes das influências da informática sobre o íntimo. A Internet oferece diversas ferramentas que possibilitam ao usuário deparar-se consigo mesmo, olhar-se através de vários ângulos, falar de si mesmo.

A auto-expressão pode ser encontrada na rede de diversas formas, nos *blogs*, nos *chats*, nos *sites* de cadastro para encontros amorosos, nos *sites* de comunidades, os quais contêm perfis com fotos, auto-descrição, vídeos, comunidades etc.

Nestes recursos há sempre espaços para o *feedback*, para depoimentos acerca do interlocutor ou do dono do perfil, de forma que seria razoável pensar que a Internet oferece tanto a possibilidade para a expressão de si quanto a possibilidade de construção de si. Afinal, é na interação com o outro que nos construímos. É na interação que nos tornamos o que somos. O ser humano é um ser construído socialmente.

3 RELACIONAMENTOS HUMANOS MEDIADOS PELO COMPUTADOR

3.1. A SOCIABILIDADE NA REDE

As relações humanas se estabelecem formando redes, entrelaçamentos que possuem pontos de contato, os indivíduos, ligados uns aos outros, formando grupos que podem ser mais ou menos excludentes, de acordo com os tipos de laços que os unem, fortes (familiares, amigos íntimos, cônjuges) ou fracos (colegas de trabalho, conhecidos).

Relacionamo-nos em redes cuja criação se dá em termos tanto de afinidades quanto de objetivos comuns. O grupo familiar se caracteriza pela consangüinidade, pela intimidade, pela convivência ao longo dos anos, por uma evidente semelhança física entre seus membros. Os grupos de amigos também costumam ser formados com base em identificações, num compartilhamento de interesses, jogos, atitudes, entre outros, os quais fundamentam o desejo e a necessidade de estar junto.

Nos casos em que o fator principal não são as afinidades, como por exemplo, um grupo de trabalho, a ligação entre eles está baseada nos objetivos comuns, na necessidade de desempenhar tarefas que levem à meta traçada, ainda que seja comum a criação de laços por afinidades. Segundo Silva (2005), o fenômeno da atração interpessoal inclui a proximidade física, o estado afetivo, a semelhança de atitudes, a reciprocidade, a ajuda entre outros. Num caso e no outro as relações entre as pessoas constituem redes nas quais elas transitam, delimitando os espaços e os tempos de interação. As redes sociais são formadas e nelas se exercita a sociabilidade. Marcelo (2001, p. 39), citando Baechler, afirma que sociabilidade se refere à: “capacidade humana de estabelecer redes através das quais as unidades de actividades, individuais ou colectivas, fazem circular as formações que exprimem os seus interesses, gostos, paixões, opiniões [...]”.

A forma mais tradicional de sociabilidade é a interação face-a-face, aquela na qual estamos frente a frente, compartilhando o tempo e o espaço, olhando nos olhos do interlocutor e sendo vistos por ele. Neste tipo de interação os sinais de que estamos sendo entendidos são perceptíveis através da voz, do seu tom, dos gestos e das posturas do interlocutor, enfim, os *feedbacks* necessários para que a comunicação prossiga estão plenamente disponíveis.

Com a tecnologia, as interações passaram a ser também mediadas por invenções como a imprensa, a televisão, o telefone e o computador. No que diz respeito ao uso da tecnologia, Thompson (apud MARCELO, 2001) as diferencia em interação quase-mediada e interação mediada, além da já citada face-a-face.

A interação face-a-face prescinde do uso de tecnologia (a não ser a própria linguagem). A interação quase-mediada seria aquela na qual o *feedback* não está disponível no momento da comunicação, ou seja, emissor e receptor estão separados no tempo e no espaço. Não se tem idéia, no momento, das repercussões da mensagem devido à unilateralidade da transmissão. É o caso da imprensa escrita e da televisão.

A interação mediada, por sua vez, permite o *feedback*, ou seja, a ida e a volta, as mensagens são emitidas em tempo real. É o caso do telefone e da Internet. Por causa dos *feedbacks* ela se assemelha à interação face-a-face, mas dela se diferencia pelo uso do aparato tecnológico⁷.

É difícil hoje falar em interação mediada sem levar em conta a tecnologia. As pessoas têm encontrado nos recursos tecnológicos uma forma de estar mais em contato. O telefone é um dos principais meios capazes de diminuir as distâncias e isto se intensificou mais ainda com o advento da telefonia móvel.⁸ Com os celulares ficou mais fácil encontrar as pessoas, marcar encontros, ter maior privacidade no uso do telefone.

Atualmente, a sociabilidade tem alcançado especial destaque com o advento da Internet. Manter contato, conhecer pessoas, procurar antigos amigos, trocar mensagens, são atividades comuns entre os usuários da rede. Nesta, navegar é

⁷ Esta afirmação, entretanto, é relativa se pensarmos que a comunicação face-a-face também é mediada, pois utilizamos uma tecnologia que é a linguagem.

⁸ Ao leitor interessado sugiro a leitura do artigo "Impactos psicológicos do uso dos celulares: uma pesquisa exploratória com jovens brasileiros", de Nicolaci-da-Costa (2004b).

preciso e exercitar a sociabilidade também. Para isto, as redes telemáticas têm representado as novas formas das pessoas entrarem em contato, transmitir informação e conhecimento e interagir. De acordo com Marcelo (2001, p. 65): “As redes telemáticas operam, assim, modificações profundas no nosso cotidiano, que se traduzem em novas formas de interação, novas formas de sociabilidade.”

Antes do advento da Internet as pessoas tendiam a buscar novos contatos através de redes de amigos ou em lugares como praças, bares, clubes e *shoppings*. A Internet ofereceu um espaço tanto para fazer novos contatos quanto para conservar os que já existem, coisa que não acontecia com o telefone, o qual era utilizado para manter contato com pessoas já conhecidas⁹. Para Nicolaci-da-Costa (2005c, p. 5):

A criação desses ambientes de encontro coletivo foi o que realmente subverteu todos os parâmetros então vigentes de comunicação à distância, pois inaugurou uma era em que os contatos interpessoais podiam ser travados virtualmente (geralmente por escrito). Enquanto que antes (na era do telefone) as interações virtuais eram restritas a uma rede de conhecimentos “reais” (ou seja, travados no mundo físico), o escopo das interações virtuais na Internet foi ampliado dramaticamente.

France (2002) no seu artigo “Love at first site”, chama atenção para o caso dos relacionamentos amorosos. Para ela, o namoro pela Internet está decolando, está muito mais fácil se aproximar de alguém e flertar. A rede ofereceria uma certa segurança na hora de encerrar um contato desagradável e, se precisar fazer uma nova tentativa, basta conectar-se. Em outras palavras, a rede tem favorecido a formação de novos contatos. Segundo Saraiva e Cabral (2001, s/p):

Conhecer pessoas pela Internet já é mais que um fato nos dias de hoje, virou hábito e hobby entre muitos jovens e adultos. Através de programas como o ICQ (em inglês *I seek you*, e que em português quer dizer ‘Eu te procuro’) ou o *Yahoo Pager* criados exclusivamente para unir pessoas de todo o mundo através de *chats* – conversas desenvolvidas através do teclado, em tempo real, também através de *sites* ou servidores próprios – são elaboradas todas as facilidades para criar um ambiente descontraído e propício para conhecer pessoas através de bancos de dados com informações pessoais dos usuários.

⁹ Deve-se notar, porém, a existência daqueles *chats* de voz que funcionam via telefone e constituem-se de salas de conversação nas quais as pessoas podem travar novos contatos e criar comunidades.

Para os autores: “Although the Internet is often used to contact existing relationships. It also has the potencial to create new relationships”.¹⁰ (BOASE e WELLMAN, 2004, p. 8). Isto significa que já não é preciso utilizar o contato face-a-face como forma básica de fazer amigos. A sociabilidade prescinde do contato físico ou do compartilhamento dos mesmos tempo e espaço para acontecer. Ela pode ser virtual, como se observa nas trocas de *emails*, nos *chats*, nos *blogs*, nos *sites de comunidades*, enfim, numa série de alternativas que a telemática oferece para quem opta pela rede como um meio de comunicação.

Estes recursos são povoados de pessoas que se dispõem a interagir com quem não está ao seu lado naquele exato momento ou mesmo com quem não está *online* pois, como visto no capítulo anterior, a CMC pode ser sincrônica ou assincrônica.

Nenhuma outra tecnologia da sociedade contemporânea tem influenciado tanto os relacionamentos como a informática, e mais especificamente a Internet. Não é de hoje que a tecnologia afeta os relacionamentos, mas a Internet ofereceu a criação de um espaço próprio no qual eles receberam uma atenção particular.

O uso do *email*, dos *sites de comunidades* e dos *softwares de conversação*, ampliaram as possibilidades de entrar em contato, dando maior rapidez e diminuindo os custos. Segundo Boase e Wellman (2004, p. 15): “Internet use allows people to maintain networks that are physically distant, as it allows quick and cheap distant communication”¹¹.

Desta vez, tanto as relações de trabalho como as relações pessoais foram facilitadas, sendo que, no caso das pessoais, a ênfase não está mais apenas em se comunicar com alguém que você já conhece, mas também em travar novos contatos. É por isso que faz sentido afirmar que a Internet ofereceu um espaço próprio para os relacionamentos. Um espaço para o qual as pessoas vão com o objetivo de entrar em contato com conhecidos e não conhecidos, no qual não há objetivo maior que o “de fazer contato”.

¹⁰ “Embora a internet seja, muitas vezes, utilizada para manter contato com relacionamentos existentes, ela também tem o potencial de gerar novos contatos”.

¹¹ “O uso da internet permite às pessoas manterem contato com suas cadeias de relacionamento, que estão fisicamente distantes como também, possibilita uma comunicação à distancia rápida e barata”.

Como visto no capítulo anterior, quando da sua criação a rede de computadores não buscava a transmissão de mensagens pessoais, mas o caráter pessoal ou interpessoal da CMC foi se afirmando e se disseminando, constituindo-se hoje um dos principais motivos de acesso à rede. Segundo Rheingold (1996, p. 20): “O objetivo da rede era a transmissão de dados informáticos, e não de mensagens pessoais – mas rapidamente se percebeu que ela também servia perfeitamente para a transmissão de palavras”.

A pesquisa realizada em 2006 pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil acerca da CMC revelou que do total dos entrevistados que acessaram a Internet nos últimos três meses, 78,18% o fizeram com o objetivo de se comunicar, sendo que dentre as atividades mais comuns estão, em primeiro, o hábito de receber e enviar *e-mails*, em segundo, enviar mensagens instantâneas e, em terceiro, participar de *sites* de relacionamentos e comunidades tais como o Orkut e o UOL K.

Rheingold (1996) reflete acerca das características da vida *online*, das reuniões de pessoas que utilizam o computador como uma forma de estar em contato, de se comunicar. Ele afirma que se trata de pessoas que não objetivam fazer negócios ou estudar e sim estar em contato umas com as outras. Elas se dispõem a dedicar algumas horas do seu dia e, em alguns casos, muitas horas, para se comunicar com quem está longe ou mesmo perto e assim saber de suas vidas, compartilhar suas experiências, pedir conselhos, solicitar ajuda para resolver problemas, entre outros.

São diversas as alternativas para se relacionar: os *chats* presentes em *sites* como UOL e Terra, os canais de conversação como o Internet Relay Chat (IRC), os *softwares* como o MSN (que possibilita a criação de listas de contatos nas quais só são incluídos aqueles que o usuário desejar), os *sites* de relacionamento, os *blogs*, os *sites* de cadastro, os *newsgroups*, os *emails* etc.

Os *chats*¹² (bate-papo), por exemplo, reúnem características interessantes como o fato de estarem hospedados em grandes *sites*, o que facilita o acesso já que não precisam ser instalados no pc (*personal computer*) como acontece com o IRC. Por serem abertos (ao contrário do MSN) eles oferecem um espaço para fazer novos

¹² O termo *chat* também pode ser aplicado ao IRC e aos mensageiros instantâneos (ex. MSN), mas é mais frequentemente utilizado ao se referir aos serviços de conversação oferecidos pelos *sites*.

contatos. Por serem exemplos significativos de espaços de interação, merecem reflexões mais detalhadas as quais serão feitas mais adiante.

3.2. O ANONIMATO

Uma das características da comunicação à distância é a possibilidade do anonimato. Ele ocorre nos *emails*, nos *chats*, nas comunidades virtuais, nos *sites* de cadastro para novos relacionamentos etc. A distância, o uso do apelido, a liberdade para a construção de perfis e a utilização de imagens são aspectos que favorecem a manutenção do sigilo acerca de si e da vida pessoal.

O anonimato abre diversas possibilidades. Num encontro *offline*, ou seja, fora do ambiente virtual, as impressões físicas precedem as comportamentais, alguns comportamentos, aliás, podem até estar “refletidos” no físico. Tradicionalmente, conhecemos a pessoa fisicamente, observamos seus traços, modos, vestimentas, tom de voz, gestos, formas de olhar, entre outros, e concomitantemente percebemos suas características psicológicas, traços de personalidade, temperamento, preferências etc. Sendo que a quantidade e a qualidade da interação facilitam um “conhecimento maior” do outro, através da “convivência”.

Na comunicação à distância entre pessoas que não se conhecem face-a-face, o movimento é diferente. Os aspectos psicológicos costumam ser primeiramente apresentados e, se for o caso, posteriormente passa-se ao contato face-a-face de forma que quando este acontece as pessoas, de certa forma, já se conhecem.

Vale observar que os recursos disponíveis hoje já permitem a troca de imagens tanto de foto quanto de câmeras (*webcam*), o que possibilita o conhecimento do físico do outro, mas isso pode ser visto como algo extremamente diferente da experiência proporcionada pelo contato face-a-face.

Além da questão das impressões físicas, o anonimato possui outras implicações, como o sentimento de liberdade com relação à auto-expressão. Longe dos olhos do outro, pode-se mostrar nuances que não se mostraria de outra forma. De maneira

particular para algumas pessoas que se consideram tímidas ou retraídas isto significa uma maior liberdade para agir, para falar ou para mostrar-se como se é.

De acordo com Nicolaci-da-Costa (1998, p. 229) no “mundo ‘virtual’, onde podemos ser anônimos e nos locomover de um lado para o outro, com facilidade e rapidez, em busca daqueles com quem possamos entrar em sintonia, tudo se torna mais fácil”. Anônimos podem se sentir mais livres para agir de forma genuína sem se preocupar tanto com o que os outros vão pensar. Se ocorrer um constrangimento sempre haverá como fechar uma janela ou excluir um contato.

Mas assim como o anonimato pode ser favorável a demonstrações mais autênticas de si, ele pode ser útil na hora de forjar uma outra imagem. Ele facilita a forma da auto-apresentação. O usuário tem a possibilidade de decidir que imagem de si ele quer que o outro construa. Ele tem um poder maior acerca das impressões do interlocutor, tanto no que se refere aos aspectos físicos quanto aos aspectos psicológicos.

Alguém pode revelar apenas uma parte do seu corpo através de uma imagem, ou expor imagens que não são suas. As reações contam com um tempo para respirar, escolher as palavras e tentar mais facilmente dissimular emoções que talvez não passassem despercebidas num contato face-a-face. As emoções são mais susceptíveis de serem controladas quando a comunicação tem por base apenas a escrita.

Segundo Walther (1996), os emissores de mensagem selecionam e expressam comportamentos comunicativos avaliados como mais desejáveis para conseguir metas sociais. Por sua vez, os receptores de mensagens tendem a idealizar imagens de seus emissores. Ainda segundo este autor, este processo seria ainda mais intenso no caso da comunicação assíncronica, pois os usuários, além de estarem livres da pressão do encontro face-a-face estão livres da pressão da comunicação em tempo real.

A comunicação ocorrida no ambiente virtual permite ainda a vivência de papéis no sentido de atuar, revestir-se de uma atitude, de modos, de comportamentos que não são comuns à pessoa. De acordo com Dias e De La Taille (2004, p. 191): “A proteção do anonimato oferecida por este tipo de comunicação permite ainda a experimentação de papéis e a realização ‘virtual’ de fantasias que não seriam admissíveis ou possíveis para a maioria das pessoas na vida real [...]”

Um arquiteto pode agir como uma colegial, uma idosa como um jovem escoteiro, um adolescente como um homem de 40 anos. Envolvido pelo ambiente virtual, o internauta pode dar asas à imaginação, criar personagens que lhe pareçam interessantes e vivenciá-los de tal forma que para quem está do outro lado pareça autêntico. Segundo Martins (2002, p.110):

Se entro em um “Chat” (bate-papo) tanto faz a identidade que assumo. Posso falar com pessoas de qualquer parte do mundo, entrar como mulher ou homem, como jovem ou idoso, hétero ou homossexual, procurando relações afetivas ou relações de qualquer índole.

Segundo Sayeg (2000, p. 147): “A CMC cria um ‘estado’ virtual onde uma pessoa pode agir em um novo papel através da criação de apelidos que podem alterar características físicas como gênero, idade, raça e outras”. Isto não quer dizer que todas as pessoas que acessam os *chats* desenvolvam papéis. É verdade que um apelido pode ser comparado a uma máscara através do qual os usuários possam se revestir de qualquer personagem, mas ainda que seja interessante comparar uma sala de *chat* a um baile de máscara onde se pode encontrar super-homens, *batmans*, piratas, princesas e fadas, não é verdade que todas as pessoas optem por ser outras pessoas enquanto interagem.

De acordo com Sayeg (2000), trabalhos como os de Young e Griffiths têm apontado para a relação entre a necessidade de forjar papéis e o uso compulsivo da Internet. De acordo com a autora (SAYEG, 2000, p. 153), trabalhos como estes revelam que os usuários compulsivos buscam uma vida paralela que geralmente está em desacordo com sua realidade:

[...] A fantasia e a falta de inibição comandam os relacionamentos virtuais: os internautas chegam a criar alteregos total ou parcialmente fictícios, que eles percebem como mais interessantes do que a própria imagem que têm de si mesmos. Onde em geral o alterego é um paradoxo do sujeito na vida real.

É importante observar, entretanto, que apesar da distância e do anonimato estarem provavelmente relacionados à possibilidade de se usar um *nick*, algumas

pessoas os utilizam simplesmente por um costume ou por não quererem ser identificadas, sem que haja uma necessidade de exercer uma fantasia incapaz de ser realizada no mundo *offline*.

Mesmo quando há anonimato na relação, pode-se, portanto, optar por fazer-se conhecer como se é, ou seja, fornecendo informações verídicas, ou optar por criar um personagem. Numa relação na qual não se optou pelo anonimato é menos provável a apresentação de uma imagem que não seja a sua própria. Por outro lado, o uso basicamente da língua escrita (concomitantemente ou não à exibição de imagem por câmera) e principalmente a distância, talvez favoreçam uma exposição mais livre de si.

Como no telefone, pode-se falar de coisas que não se falaria face-a-face, ou não sem uma maior dificuldade. A distância parece diminuir a pressão exercida pela presença do outro e o recurso tecnológico literalmente media o contato.

3.3. DIVERSOS OLHARES ACERCA DO USO DA INTERNET

O advento da Internet provocou um receio de que seu usuário estivesse correndo algum tipo de risco pessoal ou de perda da vida em comunidade. Ela seria a causa do isolamento social, da desvalorização do contato face-a-face, o que empobreceria os relacionamentos.

Segundo Bauman (2004), haveria nos relacionamentos virtuais uma facilidade para o “desengajamento” e o “rompimento (a qualquer hora)”. E esta fragilidade afetaria negativamente os relacionamentos *offline*. As pessoas tenderiam a se afastar, seus relacionamentos ficariam mais frágeis. Para Wellman (2004), entretanto, a Internet é uma tecnologia e não é de hoje que a tecnologia faz justamente o contrário, aproxima pessoas que estão distantes. Já antes da Internet, o telefone, o carro e o avião reduziram distâncias.

A comunicação a baixo custo proporcionada pela Internet assim como sua disseminação em massa contribuíram para esta aproximação. Conectar-se algumas horas num *software* de conversação é mais barato que uma ligação internacional e mais ainda que uma passagem aérea.

Mas, para Wellman (2004), o *email*, um dos serviços mais utilizados principalmente no início da popularização da rede, teve como um dos motivos principais de seu sucesso a possibilidade de se comunicar com alguém de maneira assíncrona, sem a necessidade de que ambos, emissor e receptor, estejam *online*. Ao relacionar o uso do *email* às relações interpessoais *offline*, Boase e Wellman (2004, p. 8) escrevem:

The sender can send an email at many time, and the receiver can read and respond to the email at a time that is convenient. This is in contrast to meetings that are arranged by telephone, where the caller very often interrupts the activity of the person on the other end of the line¹³.

O uso do *email* (e sua facilidade para trocar materiais, arquivos, músicas e imagens) é um bom exemplo deste tipo de comunicação, assim como as comunidades virtuais proporcionadas por *sites* de relacionamento, nos quais os recados são deixados pelo emissor e respondidos conforme a disponibilidade do receptor. Para Wellman (2004), esta alternativa favorece as relações entre pessoas que moram longe como, por exemplo, num outro continente, mantendo e fortalecendo os laços, assim como as relações que ocorrem entre pessoas que moram próximas mas que nem sempre podem se ver ou que precisam se comunicar com frequência.

Ele afirma que estamos vivendo num mundo não só globalizado como também “glocalizado”. A manutenção de relacionamentos tanto locais quanto à distância é um fenômeno que Boase e Wellman (2004) comentam, chamado “glocalização”, e significa que, mesmo localmente, estamos, cada um, interligados em redes de contatos, nem sempre compartilhando as mesmas relações. Trata-se do *networked individualism* ou individualismo em rede, expressão criada por Wellman (2004).

¹³ “O remetente pode enviar e-mails a qualquer momento e o destinatário poderá ler e responder o mesmo e-mail no horário que lhe for mais conveniente. Isso representa um contraste com relação a reuniões que são marcadas por telefone, na qual a pessoa que liga, muitas vezes, interrompe a atividade de outra que está do outro lado da linha.”

Ao comentá-la Castells (2004, p. 158-159) escreve:

Após a transição desde o predomínio das relações primárias (personificadas na família e na comunidade) até ao predomínio das relações secundárias (personificadas na associação), o novo padrão dominante parece estar constituído em torno do que poderíamos denominar relações terciárias, ou o que Wellman chama <comunidades personalizadas>, personificadas em redes centradas no eu. Isto representa a privatização da sociabilidade.

Esta seria uma das características da sociedade atual. Muitas pessoas não se relacionam apenas num grande grupo no qual a maior parte se conhece, frequenta-se, compartilha lugares e interesses comuns. Em vez disso, cada pessoa possui sua rede própria de amigos e cada uma se torna um nó, um ponto no qual é possível travar contatos.

Este fenômeno pode ser bem entendido quando se toma como exemplo as comunidades formadas pelos dois *sites* citados anteriormente, o Orkut e o UOL K, os quais possibilitam que os visitantes adicionem a seu grupo um amigo novo e ao fazê-lo têm acesso aos amigos desse seu amigo, havendo ainda a possibilidade de formar comunidades ou agregar-se a elas.

Segundo Boase e Wellman (2004, p. 12-13): “While many relationships are often formed with people who have mutual friends, the Internet also affords the formation of relationships between those who do not share common personal relationships”¹⁴. De fato, nos *sites de* comunidades, costuma-se adicionar à própria página tanto contatos já conhecidos no “mundo *offline*” quanto contatos encontrados nas páginas de amigos ou nos resultados de buscas por amigos.

Para Wellman (2004), este “exercício de sociabilidade”, longe de afastar as pessoas, pelo fato de não ser físico, de não haver o contato face-a-face, acaba contribuindo para a manutenção dos laços. O envio de um *email* facilita a localização da pessoa, o arranjo de horários e do ponto de encontro. Segundo ele: “Online

¹⁴ “Enquanto que alguns relacionamentos são formados por pessoas, as quais têm os mesmos amigos, a internet permite a formação de relacionamentos entre aqueles que não possuem os mesmos contatos pessoais em comum.”

communication – email, instant messaging, chat rooms, etc – does not replace more traditional offline forms of contact – face-to-face and telephone”¹⁵. Em vez disso: “People who frequently use the internet to contact others also tend to be in frequent contact with people in other ways”¹⁶ (WELLMAN, 2004, p. 4). Na mesma página, o autor afirma que a Internet não é um mundo à parte: “[...] The internet is not a world apart”¹⁷. Ela faria parte do cotidiano de muitas pessoas, mais diretamente daquelas que a utilizam.

Sendo um fenômeno nascido durante a globalização, a Internet é facilmente associada à “aldeia global”, conforme expressão utilizada pelo sociólogo Marshall McLuhan. Ela não aproximaria somente continentes, ela aproximaria vizinhos também. Segundo as conclusões de um estudo realizado por Hampton e Wellman (2003), numa comunidade denominada Netville, próxima a Toronto, EUA, especialmente equipada com Internet de alta velocidade, o uso deste serviço possibilitou aos vizinhos conseguir ajuda para resolver problemas domésticos tais como conseguir um encanador ou uma babá e aumentou, além da quantidade de visitas, a quantidade de nomes de vizinhos memorizados.

Este tipo de constatação levou os autores a concluir que a CMC tem como diferencial em relação ao telefone, ao carro e ao avião, não só a facilidade de unir lugares distantes, mas também a de conectar pessoas, estejam elas geograficamente próximas ou não. No caso de Netville, alguém poderia afirmar que a aproximação entre os vizinhos poderia ter ocorrido independentemente da CMC já que o telefone pode ser um instrumento muito útil. Mas a CMC conta com um importante diferencial: no telefone a comunicação é de “um para um”, na Internet é de “muitos para muitos”, várias pessoas podem mandar as mesmas mensagens para várias pessoas. Seria como um outro nível de relacionamentos.

¹⁵ “A comunicação *online* – *email*, mensagem instantânea, salas de bate-papo, etc – não substitui as formas mais tradicionais de contato *offline*, o face a face e o telefone”.

¹⁶ “Pessoas que freqüentemente usam a Internet para contactar as outras tendem a estar freqüentemente em contacto com pessoas de outras formas”.

¹⁷ “A internet não é um mundo à parte”.

Segundo Rheingold (1996, p. 26):

A tecnologia CMC confere uma nova capacidade de comunicação multilateral, de <muitos para muitos>. No entanto, a concretização futura desta capacidade está nas nossas mãos porque somos os primeiros a experimentá-la; o seu futuro depende do nosso sucesso ou insucesso em aplicá-la. Aqueles de nós que travaram conhecimento por intermédio da tecnologia CMC encontram-se perante um desafio de construir em conjunto algo semelhante a uma comunidade.

A partir destes autores, a idéia de que a rede aproximaria as pessoas que estão distantes e afastaria as que estão próximas seria, portanto, questionável. Se é verdade que a Internet têm contribuído para a dispersão das pessoas seria razoável pensar que isto estaria diretamente relacionada a outras tecnologias anteriores à própria Internet, não sendo esta dispersão pelo espaço uma especificidade da Internet, mas uma tendência mundial da sociedade contemporânea.

Desde a revolução industrial o aumento do trânsito de massa e dos sistemas de comunicação têm afetado os relacionamentos sociais, especialmente nos grandes centros. O individualismo em rede seria a base desta mudança e significaria a formação de redes tanto locais quanto à distância, uma numerosa quantidade de laços fracos, uma menor de laços fortes e uma tendência tanto para criar quanto para abandonar relacionamentos. Este último aspecto, a curta duração dos relacionamentos, seria ele mesmo um dos argumentos contra a idéia de que o uso da Internet enfraqueceria as relações humanas, pois a mudança de ambiente ocasionada pela mobilidade de empregos, por exemplo, seria um dos aspectos relacionados a este fenômeno o qual já acontecia antes do seu advento (WELLMAN, 2004).

O fato é que, relacionado ou não ao advento da Internet, se os relacionamentos na atualidade estão sofrendo alterações, estas seriam no sentido de uma grande quantidade de laços fracos em forma de individualismo em rede ao lado da existência dos laços fortes. O que não se pode deixar de atentar é para o fato de que esta alteração não deve ser olhada de forma isolada e sim dentro de um contexto. Ela faria parte do que se convencionou chamar modernidade tardia.

A modernidade tardia ou pós-modernidade refere-se ao tempo que estamos vivendo hoje, o qual se seguiu à chamada modernidade iniciada no começo do século

XV ou no início do século XVI, cujas características, segundo Martins (2002), teriam sido a ênfase no racionalismo, que visava explicar os fenômenos com base na razão e opondo-se ao predomínio da fé, característico do período medieval; o universalismo, que encarava as verdades científicas como possuindo um estatuto válido em qualquer lugar; e a centralidade do sujeito, enquanto um ser que possui uma identidade integrada e coerente cujas características marcantes seriam a igualdade e a liberdade.

De acordo com Nicolaci-da-Costa (2004a), foram também suas características: a ordem, o progresso, a verdade, a objetividade, a emancipação universal, os sistemas únicos de leitura da realidade, as grandes narrativas, os fundamentos definitivos de explicação, as fronteiras, as barreiras, o longo prazo, a hierarquia, as instituições sólidas, o poder central e as claras distinções entre público e privado.

Numa linguagem metafórica, na modernidade as coisas estariam mais amarradas, postas nos seus lugares, ordenadas por uma racionalidade sem a qual o avanço científico teria se tornado inviável. As coisas precisariam estar bem dispostas, bem definidas, pois a objetividade é necessária à organização do trabalho, à produção em série, à circulação de bens. Segundo Bauman (2001, p. 132):

[...] Essa foi a era do *hardware*, 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.

Por outro lado, a coisa sólida, pesada, tem cedido espaço para a liquidez da modernidade tardia. Segundo Nicolaci-da-Costa (2004a; 2005a), seriam suas características a globalização, as comunicações eletrônicas, a mobilidade, a flexibilidade, a fluidez, a relativização, os pequenos relatos, a fragmentação, as rupturas de fronteiras e barreiras, as fusões, o curto prazo, o imediatismo, a descentralização e a extraterritorialidade do poder, a imprevisibilidade e o consumo.

O *software* pode fluir, rompendo barreiras e relativizando o absoluto. É a metáfora do líquido. Como exemplo, podemos citar os relacionamentos. Há tempos atrás, o casamento era considerado uma das instituições mais sólidas da sociedade. Sua constância, sua perenidade eram muito mais valorizadas. O “até que a morte nos separe” do casamento religioso decretava a obrigação dos cônjuges estarem sempre

juntos, “na saúde e na doença, na alegria e na tristeza”, de forma que o acontecimento do divórcio era um escândalo. Hoje, não se poderia dizer que o divórcio seja visto com bons olhos, pois as instituições sociais levam tempo para mudar, mas não causa tanto espanto como antes. Da mesma forma, são comuns as uniões que não estão de “papel passado” e mesmo nas que estão é comum que o casamento tenha ocorrido apenas no civil, de cujo cerimonial não faz parte o “até que a morte...”. Bauman (2001, p. 187) afirma: “[...] Compromissos do tipo ‘até que a morte nos separe’ se transformam em contratos do tipo ‘enquanto durar a satisfação’”.

Pode-se fazer aqui um paralelo com o pensamento de Bauman (2001) quando ele cita como uma das características da modernidade tardia o consumismo exagerado. Para o nosso capitalismo, tudo que possa se tornar uma mercadoria em potencial deve ser aproveitado. Acontece que, segundo este autor, uma das características da lógica do consumismo é a efemeridade dos produtos, a qual levaria a uma busca constante de satisfação, adquirindo o descartável uma importância fundamental para que se obtenha lucro. E os relacionamentos humanos não fugiriam a esta lógica. Eles, na modernidade tardia, estariam sofrendo mudanças profundas cuja característica principal é a mesma idéia de fluidez, ou seja, de algo que não se pode reter tão facilmente, sendo que o casamento que estamos discutindo também está incluído nisso. Bauman afirma (2001, p. 187-188):

Em outras palavras, laços e parcerias tendem a ser vistos e tratados como coisas destinadas a serem *consumidas*, e não produzidas, estão sujeitas aos mesmos critérios de avaliação de todos os objetos de consumo. No mercado de consumo, os produtos duráveis são em geral oferecidos por um “período de teste”; a devolução do dinheiro é prometida se o comprador estiver menos que totalmente satisfeito. Se o participante numa parceria é “concebido” em tais termos, então não é mais tarefa para ambos os parceiros “fazer com que a relação funcione”, “na riqueza e na pobreza”, na saúde e na doença, trabalhar a favor nos bons e maus momentos, repensar, se necessário, as próprias preferências, conceder e fazer sacrifícios em favor de uma união duradoura [...]. Não há qualquer razão para ficar com um produto inferior ou envelhecido em vez de procurar outro “novo e aperfeiçoado” nas lojas.

Da mesma forma, Giddens (1993, p.152), ao refletir sobre os relacionamentos na atualidade, afirma:

Para criar um compromisso e desenvolver uma história compartilhada, uma pessoa deve se dar à outra. Ou seja, deve proporcionar, por palavras e atos, algum tipo de garantia à outra de que o relacionamento pode ser mantido por um período indefinido. Mas um relacionamento nos dias de hoje não é, como foi um dia o casamento, uma “condição natural” cuja durabilidade pode ser assumida como certa, exceto em algumas circunstâncias extremas.

Esta idéia de efemeridade das relações se associa à de velocidade, à rapidez, pois “tempo é dinheiro” no capitalismo. Assim, os interesses precisam ser satisfeitos com o mínimo de demora possível, pois a espera pode significar perder tempo, ter prejuízo. E a espera também pode ser desconfortável. A rapidez do trem bala e do *email* é encontrada também nas práticas sociais caracterizadas pelo imediatismo, o mesmo que está presente nas propagandas publicitárias que prometem prazer garantido. Nas palavras de Silva (2006a, p. 25):

O mundo pós-moderno forja tecnologias do afeto e domina os sujeitos pela adesão, pelo consentimento, numa espécie de contrato, revogável a qualquer momento, de assimilação consentida de valores e de práticas sociais efêmeras. O preço da adesão é o prazer imediato.

Entretanto, a análise das transformações próprias da modernidade tardia não pode ser feita sem levar em conta os fatores econômicos que constituem a base de qualquer sociedade, ou seja, o modo de produção. Os grandes momentos da história das sociedades estiveram ligados diretamente ao modo de produção da época, o escravismo, o feudalismo e o capitalismo. Da mesma forma, não se poderia negar que economia e tecnologia andam juntas, de maneira que as transformações econômicas estão diretamente relacionadas ao avanço tecnológico. Poder-se-ia, portanto, relacionar a dispersão no espaço, o individualismo em rede e os laços fracos com o avanço tecnológico, enquanto tendências gerais dos relacionamentos na atualidade.

A polêmica se coloca, porém, quando tais fenômenos são atribuídos ao advento da Internet. Segundo Jungblut (2004, p. 15): “O ciberespaço formado pela rede mundial

de computadores (Internet) tem sido apoiado por muitos como um 'lugar' onde tendências sociais próprias da tardo-modernidade se potencializam ao máximo". Para Bauman (2004, p. 13):

Diferentemente dos "relacionamentos reais", é fácil entrar e sair dos "relacionamentos virtuais". Em comparação com a "coisa autêntica", pesada, lenta e confusa, eles parecem inteligentes e limpos, fáceis de usar, compreender e manusear. [...]. Sempre se pode apertar a tecla de deletar.

Autores como Castells (2004; 2006) e Nicolaci-da-Costa (1998) discordam desta visão. Segundo Castells (2006, p. 445): "[...] a Internet pode contribuir para a expansão dos vínculos sociais numa sociedade que parece estar passando por uma rápida individualização e uma ruptura cívica". E Nicolaci-da-Costa (1998, p. 215):

Esta é certamente uma nova forma de aprofundar e manter amizades. Mas é uma forma que integra a realidade virtual, responsável pela sensação de proximidade apesar da distância, àquilo que é por nós vivido como a realidade "real", ou seja, aquela em que sempre vivemos e na qual já nos relacionávamos e ainda provavelmente voltaremos a nos relacionar, com nossos amigos reais e/ou familiares que agora estão distantes.

Em seu artigo "Sociabilidade virtual: separando o joio do trigo", Nicolaci-da-Costa (2005c) questiona a comparação feita por Bauman (2004) que atribui aos relacionamentos anteriores à Internet "solidez" e "profundidade" enquanto que os atuais seriam frágeis e superficiais. Da mesma forma, ela questiona os relacionamentos reais como sendo necessariamente "fortes" e os virtuais como sendo necessariamente "fracos".

O questionamento é semelhante àquele feito acima por Wellman e Boase (2004): se está havendo uma fragilidade nos relacionamentos atuais isso já não estava acontecendo antes da Internet? e até que ponto, na nossa modernidade tardia, os relacionamentos reais eram realmente fortes?

Eles vêem a Internet como um instrumento que pode contribuir para a formação de laços entre as pessoas, em vez de afastá-las. A Internet ultrapassaria as barreiras geográficas de maneira muito mais dinâmica que a simples postagem de uma carta

pelos correios, e por um custo muito menor do que o de uma chamada telefônica internacional.

Eles não negam que na modernidade tardia os laços humanos estejam mudando e que fenômenos tais como a dispersão pelo espaço estejam ocorrendo. Anos atrás as pessoas costumavam manter maior proximidade, transitando e estabelecendo-se nos arredores daqueles com os quais possuíam laços fortes. Atualmente, isto tem tido menos importância, sendo que os autores relacionam tal mudança aos meios de transporte de massa e aos meios de comunicação de massa, os quais já existiam antes da Internet. Eles escrevem: “Well before the advent of the Internet, a large portion of many people’s personal relationships were geographically dispersed, relying on a mixture of telephone and intermittent face-to-face contact”¹⁸ (BOASE e WELLMAN, 2004, p. 4).

E Rheingold (1996), de forma semelhante, defende o ciberespaço como um lugar favorável à formação de laços humanos, assim como a sua manutenção, no caso daqueles que já possuem laços entre si pelo fato de já se conhecerem fora do ambiente virtual. Segundo o autor, o ciberespaço constitui “o espaço conceptual onde se manifestam palavras, relações humanas, dados, riqueza e poder dos utilizadores da tecnologia de CMC” (RHEINGOLD, 1996, p. 18). Tal como na pesquisa de Hampton e Wellman (2003), acima citada, na qual constatou-se em Netville um incremento na sociabilidade entre os vizinhos, ele enfatiza o potencial socializador da rede, chamando a atenção para a questão da solidariedade.

Narrando diversos exemplos nos quais os indivíduos utilizaram a Internet para resolver problemas pessoais ou coletivos, ele narra como eles mobilizaram, através da rede, recursos capazes de apoiá-los em situação difíceis. Segundo o autor: “A capacidade de partilha de conhecimentos de um grande grupo de pessoas motivadas para se entremudarem, cujas disparidades espaço-temporais são pulverizadas pelas CMC, pode atingir níveis consideráveis” (RHEINGOLD, 1996, p. 76).

Hampton e Wellman (2003) acreditam ainda que o uso freqüente da rede não está relacionado à solidão ou isolamento social. Para eles, essas novas formas apenas

¹⁸ “Bem antes do advento da Internet uma grande parte dos relacionamentos pessoais estavam geograficamente dispersos, havendo uma mistura de contatos por telefone e face-a-face”.

umentam e diversificam as possibilidades de interação social. A CMC não eliminaria o hábito de usar o telefone para fazer contato nem reduziria os encontros face-a-face. Para eles, é importante ver a Internet como uma tecnologia que faz parte do dia-dia das pessoas, em vez de criar a idéia de que se trata de um mundo paralelo que as consome, estando sempre em oposição às suas “vidas reais”. Eles partem do princípio de que comunicação gera comunicação.

Tais concepções questionam aqueles que acreditam que a Internet altera radicalmente as vidas pessoas que a utilizam. Boase e Wellman (2004) apresentam uma visão alternativa às expectativas daqueles que a vêem enquanto um instrumento capaz de mudar radicalmente as vidas dos usuários. Após analisar diversos estudos sobre os impactos da CMC nas relações interpessoais dos usuários, eles chegaram à seguinte conclusão:

Findings from these studies all indicate that Internet use does not detract from amounts of contact with people offline. Given the consistency of these findings, we conclude that people have not radically altered their lives because of the Internet¹⁹ (BOASE e WELLMAN, 2004, p. 6).

Nicolaci (2002, p. 200) chama atenção para a ocorrência de transformações subjetivas mais profundas:

[...] Muitos vêem os novos desenvolvimentos tecnológicos como semelhantes a tantos outros que presenciamos ao longo do século XX. Não crêem, portanto, que as novas tecnologias venham a ter conseqüências mais radicais do que aquelas que já fazem parte do nosso dia-a-dia.

Creio haver argumentado exaustivamente que eles estão enganados. Necessitam de alguma distância que lhes forneça uma visão de conjunto para poder perceber que, diferentemente do que aconteceu com a Internet, mesmo as tecnologias de maior penetração no século XX (como o automóvel, o rádio, a televisão, os aviões, o cinema) não tiveram o poder de criar um espaço de vida no qual se desenrolam as mais variadas interações e dramas humanos.

Tanto Nicolaci-da-Costa (1998) quanto Boase e Wellman (2004) discordam que a rede por si mesma traga prejuízos ao usuário ou à convivência. Este posicionamento

¹⁹ “Todos os achados destes estudos indicam que o uso da Internet não diminui a quantidade de contatos entre as pessoas quando estas estão *offline*. Dada a consistência destes achados nós concluímos que as pessoas não alteraram radicalmente suas vidas por causa da Internet”.

esvazia a idéia de que usuários freqüentes da Internet são pessoas viciadas, que preferem se isolar no quarto e vivenciar papéis irreais a ter que sair e encarar às frustrações da realidade.

Os estudos indicam que a tendência daqueles que optam por conhecer pessoalmente os contatos tendem a integrá-los ao seu grupo de amigos *offline* caso tenham sido criados laços afetivos. Segundo Boase e Wellman (2004): “Research has shown that only a small minority users actually meet new people online. When this does happen, these online relationships tend to expand to include offline contact”²⁰.

Por outro lado, nos casos em que os relacionamentos permanecem *online* é mais comum a dispersão das partes. Segundo os autores: “While the Internet does create a new venue through which people may form new relationships, this venue represents only one aspect of the internet’s role in personal relationships for a majority of this users”²¹ (BOASE e WELLMAN, 2004, p. 9).

A partir de toda esta discussão, portanto, pode-se dizer que dizer que a influência exercida pela Internet sobre a vida da pessoa dependerá mais do uso que se fará desta ferramenta do que dela em si. Segundo Nicolaci-da-Costa (1998, p. 235):

Esta é certamente uma nova forma de aprofundar e manter amizades. Mas é uma forma que integra a realidade virtual, responsável pela sensação de proximidade apesar da distância, àquilo que é por nós vivido como a realidade “real”, ou seja, aquela em que sempre vivemos e na qual já nos relacionávamos e ainda provavelmente voltaremos a nos relacionar, com nossos amigos reais e/ou familiares que agora estão distantes.

²⁰ “Pesquisas têm revelado que apenas uma pequena minoria de usuários de fato atualmente conhecem novas pessoas *online*. Quando isso acontece, esses relacionamentos *online* tendem a se expandir para incluir o contato *offline*”.

²¹ “Enquanto a internet criar um novo espaço por meio do qual as pessoas podem formar novos relacionamentos, este espaço representa apenas um aspecto do papel da Internet nos relacionamentos pessoais para a maioria destes usuários” (tradução do autor).

E, mais adiante (NICOLACI-DA-COSTA, 1998, p. 215):

A principal lição a ser tirada de tudo isso é a de que, se a nova tecnologia de telecomunicações pode gerar problemas novos, também pode gerar soluções novas para problemas antigos. Tudo depende de como nós vamos usá-la. E isso, por sua vez, depende do quanto de equilíbrio conseguimos manter e do quanto conseguimos domar nossas primeiras reações à nova tecnologia, sejam elas de horror ou de enlevo.

3.4. AS COMUNIDADES VIRTUAIS

Uma comunidade no seu sentido tradicional constitui-se de um grupo de pessoas que compartilham o mesmo espaço e o mesmo tempo, que estão em interação, que possuem laços comuns entre seus membros. Estes convivem e compartilham intimidade, sendo o sentimento de familiaridade capaz de ser exclusivista.

Partilha-se o sentimento de pertença ao grupo e o sentimento de que se possui uma identidade comum, além da necessidade de permanência ao longo do tempo, ou seja, seus membros encontram na comunidade alguma segurança no sentido de que os laços ali existentes não se desfarão facilmente. Numa comunidade também costuma haver um objetivo comum assim como formas particulares de linguagem, muitas vezes entendida apenas pelos membros dessa comunidade.

A chamada comunidade virtual pode ser contrastada com a noção tradicional de comunidade primeiramente a partir da própria idéia de virtual. Segundo Lévy (1996), virtual vem do latim "*virtualis*" e significa força, potência. Remete a algo que pode ser, mas ainda não é. Trata-se, portanto, de uma possibilidade.

Ao se contrastar com as comunidades tradicionais, pode-se dizer que estas não são virtuais porque ocorrem no mesmo espaço e ao mesmo tempo, dispensando a utilização de recursos tecnológicos como o computador. Elas não são uma possibilidade, elas são comunidades de fato. A partir desta visão, as comunidades virtuais teriam a característica de serem comunidades apenas potencialmente. Acontece, porém, que as pessoas que fazem parte dessas comunidades são pessoas reais que mantêm relações reais. De acordo com Rheingold (1996), as pessoas contam

anedotas, distraem-se, obtêm apoio emocional, apaixonam-se, fazem amigos, jogam e namoram, além de haver também “muita conversa fiada”. Segundo Rheingold (1996, p. 16), estas vivências não se diferem tanto da vivência *offline*, apesar da distância física:

As pessoas das comunidades virtuais fazem tudo o que as pessoas na vida real fazem, mas estão desprendidas de seus corpos. Claro que não se pode nem beijar nem esmurrar o nariz a ninguém, embora muito possa acontecer dentro desses limites. Milhões de pessoas sentem-se atraídas, mesmo viciadas, pelas comunidades unidas por computador.

Na definição deste autor, as comunidades virtuais são agregações sociais que surgem na Internet por um tempo determinado. Nestas agregações ocorrem discussões públicas a partir de interações que apresentam suficiente emoção e formam teias reais de relações sociais (RHEINGOLD, 1996). De acordo com Marcelo (2001, p. 92):

Por intermédio destas novas tecnologias, os processos comunicativos articulam-se e dão visibilidade ao funcionamento das novas formas de sociabilidade. A exemplo das comunidades tradicionais, nas comunidades virtuais os indivíduos interagem, com a finalidade de fazerem quase tudo o que fazem directamente. A única diferença, óbvia, é que a interação nas comunidades virtuais se faz, exclusivamente, por mediação do computador. Comunica-se com aqueles que partilham as mesmas afinidades, os mesmos gostos, os mesmos interesses, com a única finalidade de interagir com eles.

Segundo Silveira (2004, p. 47):

Eles a usam (a comunidade virtual) para a formação de novas relações de amizade e amorosas e para se integrarem a “tribos” eletrônicas que funcionam como as turmas ou ‘panelinhas’ da vida real. Essas relações tanto podem manter-se apenas *online* como ser um trampolim para relacionamentos “reais” face a face.

O virtual pode ser entendido, portanto, de forma relativa, pois as comunidades cuja existência se torna possível através dos recursos da informática são virtuais no sentido de que são mediadas por esta tecnologia, mas são reais no sentido de que são constituídas por pessoas reais cujas experiências são tão reais quanto as experiências daquelas que compartilham o mesmo tempo e o mesmo espaço.

Estas comunidades são uma das alternativas para se relacionar no ciberespaço. A tendência a formar comunidades, tal como as conhecemos hoje, ou seja, tal como se apresentam nos *sites* de comunidades, surgiu depois que o uso dos *chats* tinha se difundido, assim como os *sites* de cadastro e os *softwares* de conversação como o IRC. Quando as pessoas transitam pelas salas de *chats*, por exemplo, elas passam o tempo em conversações, mas nem sempre chegam a formar grupos. As comunidades incrementaram as relações mediadas pelo computador, formando um novo conceito de sociabilidade virtual. Segundo Araújo (2005, p. 219):

Com a rede surgiu um instrumento capaz de formar conhecimento colaborativo e de entrelaçar subjetividades em comunidades, aglutinando pessoas de diferentes formações culturais, filosóficas e religiosas numa comunicação que prescinde da presença física para o estabelecimento como grupo.

Segundo Rheingold (1996, p. 44):

Como é que fazemos amigos? Na comunidade tradicional procuramos entre o círculo de vizinhos, os colegas de profissão e entre os conhecidos de conhecidos, de modo a encontrarmos quem partilhe os mesmos valores e interesses. Depois trocamos informação sobre cada um, discutimos os interesses comuns e por vezes tornamo-nos amigos. Numa comunidade virtual podemos ir diretamente ao lugar onde os assuntos preferidos são discutidos e ficar a conhecer alguém que partilhe dos mesmos gostos ou use as palavras de uma maneira atraente [...]. As hipóteses de fazer amigos são aumentadas várias ordens de grandeza relativamente aos antigos métodos de encontrar um grupo de referência.

Elas em geral agrupam pessoas que compartilham interesses comuns que norteiam a decisão de se afiliar a uma rede (WELLMAN e GULIA, 1999), e servem para troca de experiências, discussão de temas ou simplesmente para o envio e recebimento de mensagens.

A idéia não é tão recente quanto parece. Como dito acima, atualmente existem diversos *sites* de relacionamentos que oferecem a criação de comunidades, mas estas são de certa forma uma versão moderna do que já existia antes. Os fóruns de discussão (*newsgroups*), logo no início da difusão da rede, acabavam formando comunidades, aproximando pessoas que passavam a acessá-los com frequência.

Rheingold relata ter se filiado, em 1985, a uma comunidade chamada WELL (Whole Earth 'Lectronic Link). Ele escreve (1996, p. 13):

[...] a WELL é um sistema de teleconferência por computador que permite aos utentes espalhados pelo globo a participação em conversas públicas e a troca de correspondência privada via correio eletrônico. A princípio pareceu-me fria a idéia de uma comunidade apenas acessível através de um écran de computador, mas depressa constatei a emoção que o correio eletrônico e as teleconferências podem causar, tendo-me, inclusivamente, deixado contagiar. Interesse-me pelas pessoas que vim a conhecer desse modo, e interesse-me profundamente pelo futuro do meio que nos permite reunir.

Na experiência de Rheingold (1996) a freqüente troca de mensagens entre as mesmas pessoas através do mesmo canal fez surgir o sentimento de comunidade, de pertencimento a um mesmo grupo no qual os membros compartilhavam suas vidas e forneciam informações acerca de assuntos de interesses pessoais. O entrosamento chegou a tal ponto que em algumas dessas comunidades eles formaram o hábito de se encontrar regularmente para confraternizar, sendo que o autor teria participado desse tipo de reuniões em outros países além dos EUA, como a França e o Japão. Castells (2006, p. 442-443), ao comentar a experiência de Rheingold, afirma:

[...] ele propôs a idéia de que as comunidades criadas *on-line* poderiam transformar-se, como no próprio caso dele, em reuniões físicas, festas amistosas e apoio material para os membros da comunidade virtual. Em geral entende-se que comunidade virtual, segundo a argumentação de Rheingold, é uma rede eletrônica autodefinida de comunicações interativas e organizadas ao redor de interesses ou fins em comum, embora às vezes a comunicação se torne a própria meta.

Segundo Marcelo (2001, p. 95):

Existem inúmeros exemplos de comunidades virtuais, cujos membros residem na mesma cidade o que lhes permite o estabelecimento de relações face a face, reunindo-se fora da rede, em locais que já consagraram como ponto de encontro.

Existem, portanto, vários tipos de formação de comunidades virtuais. Aquelas nas quais nenhum membro se conhece, aquelas nas quais os membros se conhecem fora da Internet e resolvem criar uma comunidade (ex. turma da escola) e aquelas nas quais existem pessoas que se conhecem e pessoas que não se conhecem. A idéia sofisticou-se após o surgimento do Orkut, em 2004, uma nova plataforma de sociabilidade, conforme o próximo capítulo.

4 O ORKUT E O UOL K

4.1. O ORKUT

O Orkut é uma rede social filiada ao *Google*, cujo nome foi inspirado no projetista chefe, o turco Orkut Büyükkökten. Ele se assemelha a um quadro de recados, sendo o envio e o recebimento destes a base da utilização desse programa, além da possibilidade de criar depoimentos acerca do dono do perfil. A comunicação é, portanto, assíncrona, o que se assemelha ao *email*²².

Os usuários montam perfis que incluem dados pessoais e álbum de fotos, além de vídeos de sua preferência, uma lista de amigos e uma lista de comunidades (grupos de amigos que compartilham interesses semelhantes). Os recados estão sempre visíveis, acessíveis a todos os que acessarem a página do usuário, mas só este pode apagá-los, seja os recebidos seja os enviados.

O Orkut teve no Brasil mais popularidade do que no seu próprio país de origem, os EUA. As estatísticas revelam que lá os usuários somam apenas 11,12%, enquanto que no Brasil, até dezembro de 2006, eles já somavam 64,91% do total (HARMANN e SOUZA, 2006). E de acordo com o *site* “superorkut.com”, dados mais recentes revelaram que aproximadamente 73,2% dos usuários do sistema são brasileiros, quase oito milhões e meio de usuários.

²² Vale lembrar que Wellman (2004) atribuiu à comunicação assíncrona um dos motivos principais do sucesso do *email*. O receptor não precisa ser chamado para ver as mensagens, ele o faz a hora que lhe for mais conveniente.

Ilustração 4: Perfil no Orkut.



De acordo com Dornelles (2005, p. 164), o Orkut representa um passo importante para uma nova forma de sociabilidade que redimensiona a questão do tempo e do espaço dos relacionamentos:

Ele pode ser considerado como um marco no início de um tipo de sociabilidade desvinculada das dimensões de tempo e de espaço para encontro social. O resultado é a geração de uma diversidade ampla de subjetividades colocadas em contato, o que significa a possibilidade de contato entre indivíduos de diferentes referenciais simbólicos e possuindo diversos estilos de vida.

Para o autor, existem três formas de sociabilidade: 1) a mais tradicional, ocorrida no cotidiano do indivíduo, envolvendo escola, família, trabalho entre outros, 2) aquela ocorrida por intermédio da Internet, porém de forma síncrona como nos *chats* e 3) a que ocorre de maneira assíncrona, representada por *sites* de comunidades como o Orkut.

O que justificaria esta nova forma de sociabilidade desvinculada do tempo e do espaço seria o fato de que se trata de uma comunidade na qual as pessoas interagem, trocam experiências, possuem mútuas identificações. No caso dos *chats*, como foi visto, não se chega no geral a formar comunidades, e mesmo que o fosse, seria de forma síncrona, ou seja, por mais que não estivesse atrelada ao espaço, por ser à distância, estaria atrelada ao tempo, pois os interlocutores deveriam estar *online* ao mesmo tempo para que a comunicação fosse possível. O que torna o Orkut tão atraente, segundo Nogueira (2004), além da aquisição de novas amizades, é talvez o estreitamento do convívio, mesmo que de uma maneira virtual, com pessoas já conhecidas.

O hábito de encontrar pessoas através deste *site* é também relatado por muitos usuários, tal como afirma um entrevistado em matéria publicada por Nogueira (2004, p. 83) numa revista de grande circulação no Brasil: “O Orkut é quase um buscador como o Goolge, direcionado para encontrar velhos amigos e parentes. Existem pessoas que criaram comunidades para agregar familiares pelo mundo”.

O fato de ter sido um marco se refere também ao fato de que, apesar de já existirem canais destinados a este fim, eles eram, segundo Dornelles (2005), dispersos e intermediavam redes de sociabilidade de forma isolada. De fato, depois do Orkut, surgiram outros sites semelhantes como o Beltrano e o Gazzag, além de programas semelhantes pertencentes a *sites* muito populares no país como a comunidade do Terra e do UOL.

4.1. O UOL

O UOL K, *site* objeto deste trabalho, segue basicamente o mesmo estilo do Orkut, mas ao contrário deste, ele faz parte de um *site* de conteúdos, o UOL. O UOL (Universo OnLine) é o principal portal de conteúdo e provedor pago de acesso à Internet do país. É considerado o mais extenso conteúdo em língua portuguesa do mundo e oferece serviços, entretenimento e notícias, somando mais de 7 milhões de páginas.

Ilustração 5: Exemplo de página inicial do *site* Universo OnLine (UOL).

The screenshot shows the UOL homepage with a blue navigation menu on the left. The main content area features several news items and advertisements. A prominent headline reads 'Palmeiras Por agressão a reserva, Kléber está fora contra o Inter'. Below it, there are sections for 'Masters de Hamburgo Federer despacha' and 'Duas rodas Schumi, com a moto 77, larga em último'. A 'Hit da Internet' section highlights 'Fabiano quer' and 'Sentido da tradição Chef do Hidaki'. The 'Rádio UOL' section includes a search bar and radio buttons for 'Artista' and 'Música'. The 'Jornais e Revistas' section lists 'Folha de S. Paulo', 'Financial Times', and 'Le Monde'. The bottom of the page features a 'Horóscopo' section and a 'Tempo' section. The right sidebar contains various advertisements and links to external sites.

Segundo Maiorino (2002) que desenvolveu uma pesquisa de mestrado sobre os contratos intersubjetivos em *chats* de sexo no UOL:

O UOL é um dos maiores portais, sendo um ambiente significativo e muito visado pelo público brasileiro e um modelo de Chat para muitos outros provedores nacionais, já que pioneiro em oferecer novos recursos multimidiáticos em seus ambientes (MAIORINO, 2002, p. 10).

Criado em abril de 1996, ele provê acesso em mais de 3.000 localidades brasileiras e oferece também inúmeros locais de conexão em mais de 14 mil cidades no exterior. Seu número de assinantes está em torno de 1,5 milhão e estende-se como portal e provedor na Argentina. Sua popularidade está refletida no fato de que de cada 10 pessoas que acessam a Internet no Brasil, 6 visitam as páginas do UOL.

O *site* possui extenso conteúdo, o qual inclui: UOL Jornais, UOL Revistas, UOL Esportes, TV UOL, UOL Biblioteca etc, além do Bate-papo UOL, tido como o principal ponto de encontro da Internet brasileira, por oferecer 3.000 salas de bate-papo *online* e permitir que 150 mil participantes conversem simultaneamente. Os assinantes do UOL podem abrir suas próprias salas, com capacidade para receber até 50 convidados, sendo que os não assinantes só podem ter acesso às salas até o limite máximo de 30 usuários.

O bate-papo tem programações especiais como quando a conversa gira em torno de algum convidado como celebridades, artistas etc, tendo sido o pioneiro no serviço de conversa com vídeo, o “Videopapo”. Ele se insere na proposta do *site* de oferecer um espaço para os relacionamentos e substituiu os “Amigos Virtuais”, um cadastro mais simples, no qual os usuários faziam buscas por perfis desejados e passavam a ter contato com os donos dos perfis através de seu próprio *e-mail*, fornecido ao *site*. Os resultados das buscas consistiam na confrontação dos dados, feita automaticamente, a qual selecionava apenas os perfis que possuíam aspectos semelhantes aos previamente selecionados pelo usuário autor da busca.

4.3. O UOL K

O UOL K é a rede de relacionamentos do *site* Universo OnLine (UOL). Ele foi criado em 2005 e foi batizado de UOLkut, numa clara alusão ao Orkut, criado no ano anterior. A idéia era ser um sistema semelhante, porém de origem nacional. Assim como o Orkut, é dedicado aos relacionamentos, tendo como base a comunicação assíncronica.

Suas ferramentas oferecem ao usuário a criação de um perfil no estilo página pessoal, podendo ser utilizado como *blog*, *fotolog* e álbum de fotos e possibilitando acesso a usuários que não sejam cadastrados no *site*, o que faz com que ele possa ser usado como página pessoal. Trata-se de uma comunidade virtual cuja política de privacidade permite, por exemplo, a visualização de alguns membros apenas pelo autor do perfil, conforme sua conveniência, assim como a publicação dos recados deixados só é feita após sua autorização.

Ilustração 6: Página de acesso ao UOLK.

The screenshot shows the UOL K website interface. At the top, there is a navigation bar with various services like UOL, ASSINE, BATE-PAPO, E-MAIL, SAC, Messenger, Voip, E-Mail Grátis, Shopping, and ÍNDICE PRINCIPAL. The main heading is "Encontre seus amigos e paqueras" (Find your friends and flirts) with a search bar and a "UOL K" logo. Below the search bar, there are several promotional banners: one for "Monte já seu álbum de fotos" (Create your photo album now) with a "UOL K + Album" logo, and another for "É grátis!" (It's free!). On the right side, there is a login form with fields for "E-mail" and "Senha" (Password), and a "CRIAR O MEU UOL K GRÁTIS AGORA" (Create my UOL K for free now) button. Below the login form, there is a section for "Encontre" (Find) with links to "Garotas de Brasília procurando namorado" (Girls from Brasília looking for a boyfriend), "Homens de Recife querendo namorar" (Men from Recife wanting to date), and "Rapazes gaúchos querendo namorar" (Gaúcho guys wanting to date).

O UOL K, por sua vez, pode ser encontrado no endereço eletrônico www.uol.com.br/uolk. Ele é completamente gratuito, bastando para a inscrição que a pessoa tenha um *email* válido. Ele oferece a possibilidade de interação com o usuário através da manipulação de ferramentas, alterando o perfil, decorando-o com cores, ocultando contatos, divulgando ou não informações entre outros.

Semelhante ao Orkut, o UOL K possui espaços para os amigos e para as comunidades de amigos. A comunicação se dá por meio de mensagens e recados, sendo as primeiras reservadas e os segundos públicos, após a possibilidade do dono do perfil selecionar os recados que poderão ser visualizados pelos visitantes.

Ilustração 7: Exemplo de perfil no UOL K.

The screenshot displays a user profile on the UOL K platform. The browser window title is "UOL K - Mozilla Firefox". The address bar shows the URL: <http://uolk.uol.com.br/confirmFriend.html?codProfile=q9bt77dnfs9h&confirm=yes>. The page features a navigation bar with options like "UOL BUSCA", "Web", "Pessoas", "Comunidades", "Blog", and "Fotoblog". The main content area includes a profile picture of a man, a welcome message "Parabéns, você acaba de incluir mais um(a) amigo(a) à sua lista.", a "Seja bem-vindo" banner, and a "UOL Messenger" advertisement. On the right, there is a "Seus amigos (28)" section with a grid of friend avatars and names like Mimi (35), Valvaldo (91), and ITALIANO (320). Below that, a "Suas comunidades (4)" section is visible. The bottom of the browser shows the Windows taskbar with the "Iniciar" button and several open applications.

No perfil, à esquerda, é possível perceber a foto e a lista de opções que incluem, dentre outros, o álbum de fotos, o perfil e o gerenciamento de recados e depoimentos. O usuário tem a opção de primeiramente ler os recados e depoimentos recebidos e só exibi-los depois de aprovados. No centro, vê-se a frase pessoal do usuário, o *link* da página (utilizado para ler informações básicas sobre o usuário, escrever recados e enviar mensagens e cartões). Na parte inferior estão os espaços para recebimento de recados e cartões. À direita, é possível notar os espaços para os amigos e, logo abaixo, para as comunidades.

Uma característica importante é sua integração com as demais ferramentas do *site*, particularmente o bate-papo. Quem tem UOL K pode, por exemplo, ao adentrar uma das salas do bate-papo, optar por ter sua foto do perfil do UOL K junto ao seu *nick* (apelido), sendo que a foto também funciona como um atalho pra sua página, facilitando a interação e a navegação.

Ilustração 8: Exemplo de foto na sala de bate-papo do UOL.

The screenshot shows a web browser window displaying a UOL chat room. At the top, there are navigation buttons and a search bar. Below that, there are controls for the chat room, including a radio tuner and volume settings. A list of users is visible on the right side, with 'Pesquisador' highlighted. The main chat area shows a log of messages, including entries like 'Pesquisador entra na sala...' and 'Pesquisador fala para Todos: ...'. At the bottom, there is a chat input field with a dropdown menu set to 'Pesquisador' and a button to 'Enviar'.

4.4. O UOL XXX

Associado ao UOL K está o UOL XXX que possui a mesma estrutura, com a diferença de possuir conteúdo erótico com permissão para a publicação de fotos sensuais, sendo que os amigos do UOL XXX permanecem ocultos no UOL K a fim de que sejam preservadas as identidades dos mesmos.

Ilustração 9: Página de acesso ao UOL XXX.

The screenshot shows a web browser window with the URL `http://uolk.uol.com.br/disclaimerHot.html?redir=http://1naq7g8r748.uolk.uol.com.br/`. The browser tabs show 'UOL K' and 'UOL XXX'. The website header includes the UOL logo, contact information (ASSINE 0800 703 3000, BATE-PAPO, E-MAIL, SAC, Voip, E-Mail Grátis, Shopping), and a navigation menu (ÍNDICE PRINCIPAL, UOL BUSCA, Web, Pessoas, Comunidades, Blog, Fotoblog). A search bar is present with the text 'UOL BUSCA' and a 'Buscar' button. Below the header, there are links for 'Meu UOL XXX', 'Meus Amigos', 'Minhas Mensagens', 'Minhas Comunidades', 'Busca', and 'Sair'.

The main content area features a red banner with the text 'Aviso de conteúdo erótico'. Below this, a warning icon (a yellow triangle with an exclamation mark) is followed by the text: 'Atenção! UOL XXX é um site exclusivo para maiores de 18 anos.' Below this, a paragraph reads: 'Se você ainda não tem 18 anos ou se esse tipo de material pode ofendê-lo, NÃO PROSSIGA!' Another paragraph states: 'Se você decidir prosseguir, o UOL irá autorizar o acesso ao conteúdo adulto do UOL XXX. Para cancelar esta autorização reinicie seu navegador (browser).' A link 'Saiba mais sobre o UOL XXX' is provided. At the bottom of the warning box, there are two buttons: 'Não quero prosseguir' and 'Quero prosseguir'.

The footer of the page contains the UOL logo, contact information, and a security notice: 'Sua senha é secreta. Nenhum funcionário do UOL está autorizado a solicitá-la. Regras de uso. | Crimes virtuais: denuncie'. Below this, the copyright notice reads: '© 1996-2008 UOL - O melhor conteúdo. Todos os direitos reservados.'

De acordo com uma propaganda do UOL, o UOL K oferece as seguintes vantagens: proteção à privacidade, mais fácil de paquerar e ser paquerado, cadastro fácil e rápido, integra *blog*, *fotoblog* e álbum de fotos, encontro de amigos, parentes e paquera. Entretanto, um dos diferenciais do *site* é certamente a possibilidade de usar uma foto junto ao apelido no bate-papo. De acordo com informações do próprio *site*:

Ao entrar no Bate-papo UOL, o internauta informa seu apelido e decide se gostaria de aparecer com foto. O processo é simples e rápido, pois aproveita a imagem que o usuário mantém em sua página pessoal do UOL K. As vantagens não param por aí. A foto funciona como atalho para a página pessoal do internauta no UOL K. Basta um clique e pronto. Quem prefere o anonimato pode ficar tranqüilo. Basta selecionar a opção sem foto e sua privacidade estará garantida.

Na sua estrutura é perceptível uma preocupação com a a privacidade do usuário. Isso se mostra, por exemplo, na possibilidade de publicar os recados só depois de lê-los, assim como na ocultação de contatos do UOL XXX na página pessoal. Segundo o *site*:

O UOL K é uma comunidade virtual que oferece proteção à privacidade [...]. No UOL K, ninguém é assombrado por velhas relações amorosas, de amizade ou profissionais. O internauta, quando monta seu perfil no UOL K, só mostra o que quer e a quem quer, pois é possível manter em segredo alguns contatos da rede de amigos. O relacionamento com uma ex-paixão, por exemplo, pode ficar visível apenas para os pares e ninguém mais.

Este seria, junto ao uso da foto no bate-papo, um dos seus diferenciais com relação a outros *sites* do tipo, ou seja, a preocupação com o a preservação da identidade através da ocultação de amigos.

Ilustração 10: Exemplo de perfil no UOL XXX.

The screenshot shows a web browser window displaying a profile on the UOL XXX website. The browser's address bar shows the URL <http://r8tg2afae0q2.uolk.uol.com.br/>. The website's navigation bar includes links for UOL services (Assine, Bate-papo, E-mail, SAC, Voip, E-mail Grátis, Shopping) and a main menu (Índice Principal, UOL Busca, Web, Pessoas, Comunidades, Blog, Fotoblog). The profile is for a user named Tom, with a quote: "Me ame quando eu menos mereço, pois é quando eu mais preciso." and 23 fans. The profile details are as follows:

Pessoal	Sexual
Endereço (URL): http://jbuenosq.uolk.com.br/	
Sexo: masculino	
Altura: 1,80m a 1,85m	
Peso: 80kg a 85kg	
Orientação sexual: bissexual	

The left sidebar contains navigation options: Perfil, Fotos, Adicionar como amigo, Enviar mensagem, Escrever recado, Enviar cartão, Escrever depoimento, and Denuncie. The right sidebar features a section for friends (Amigos de Tom) with 103 friends, including links to profiles like Com_cam_dofimmala (171), Ursinho da Serra (153), 23 meier (175), Caio F. (54), Viola (68), MeninoLevad ribpret (315), WiniçulntSP (1029), and COROA GOSTOSO (131). Below this is a section for UOL Links Patrocinados, featuring an advertisement for "Tenha Pênis Enorme/Grosso" with a link to www.AumentoNatural.com.br. At the bottom, there are sections for "Livro de recados de Tom" (showing a message from scorpion 29) and "Cartões de Tom".

5 O OBJETIVO

O objetivo deste trabalho surgiu do desejo de investigar o recente fenômeno das redes de relacionamentos que têm alcançado cada vez mais popularidade entre os internautas. Estas redes têm se constituído em espaços de relacionamentos a partir de uma nova proposta, a terceira forma de sociabilidade (DORNELES, 2005), uma sociabilidade na qual não é preciso estar em contato direto com o interlocutor e, no entanto, é possível nutrir o relacionamento através dos recursos oferecidos pela comunicação assíncrona.

De fato, as formas de sociabilidade têm se modificado no tempo a partir da influência da tecnologia. Já não é mais preciso estar face a face com a pessoa para travar novos contatos ou simplesmente se relacionar com ela. Com o surgimento da Internet, além de já não ser preciso estar face a face com o interlocutor (pois a interação pode ocorrer através de um programa de bate-papo), torna-se mesmo desnecessário que ambos estejam *online* ao mesmo tempo. É verdade que o *email* já possibilitava este tipo de interação mas, com o surgimento dos *sites* de comunidades, a sociabilidade em rede se expandiu vertiginosamente, dando novas nuances aos relacionamentos ali ocorridos, como a potencialização da vivência em grupo, a auto-exposição, a exposição da vida privada, a criação de novos laços entre outros.

Com o intuito de entender melhor como se dá este fenômeno e quais as suas implicações para as relações humanas, optou-se pela rede de relacionamentos do UOL, o UOL K. A escolha do *site* se baseou no fato deste apresentar um recurso diferenciado, ou seja, a integração entre a comunicação assíncrona (o próprio UOL K) e a comunicação síncrona (as salas de bate-papo), cujo objetivo seria dinamizar as interações reunindo as duas possibilidades de comunicação.

Ao refletir sobre a questão, tornou-se interessante perguntar: que tipos de experiências os usuários cadastrados no *site* têm tido? como eles significam tais experiências?

O objetivo deste trabalho, portanto, foi, por um lado, descrever as experiências dos usuários que se relacionam através do UOL K e, por outro, construir um entendimento acerca dos significados que eles atribuem a tais experiências.

Com este intuito, o pesquisador buscou oferecer aos participantes um espaço através das entrevistas para que eles expusessem seus pontos de vista, seus relatos de fatos ocorridos com seus contatos, seus sentimentos, impressões e avaliações acerca da sua experiência enquanto usuários de um *site* de comunidades com as peculiaridades do UOL K.

6 O MÉTODO

6.1. CONSIDERAÇÕES SOBRE A PESQUISA QUALITATIVA

A metodologia da pesquisa qualitativa tem como característica marcante a ênfase na experiência dos entrevistados, nos seus pontos de vista, nas suas formas de ver e relatar os fatos, o que pareceu muito adequado ao objeto de estudo deste trabalho. De acordo com Neves (1996, p. 1) a pesquisa qualitativa: “[...] não busca enumerar ou medir eventos e, geralmente, não emprega instrumental estatístico para análise de dados. Seu foco de pesquisa é amplo e parte de uma perspectiva diferenciada da adotada pelos métodos quantitativos”.

Esta metodologia não pretende alcançar resultados capazes de descrever, em termos de regularidade, certas maneiras de agir, e nem formalizar padrões predizíveis de comportamento. Em vez disso, ela busca oferecer ao pesquisador instrumentos que o auxiliem a reunir informações fornecidas pelos participantes a fim de tratá-las e analisá-las. Com o objetivo de construir um entendimento acerca dos pontos de vista e experiências relatadas, busca-se refletir acerca das significações que os próprios entrevistados atribuem a tais experiências.

O pesquisador não opta simplesmente por tecer explicações acerca do material que conseguiu reunir, ignorando as explicações dadas pelos próprios entrevistados. Em vez disso, procura entender as formas dos próprios entrevistados entenderem a questão e, a partir disso, reflete acerca do fenômeno estudado, oferecendo uma compreensão científica de seu objeto de estudo. Neste sentido, segundo Neves (1996, p. 1): “[...]. Nas pesquisas qualitativas, é freqüente que o pesquisador procure entender os fenômenos, segundo a perspectiva dos participantes da situação estudada e, a partir daí, situe sua interpretação dos fenômenos estudados”.

É preciso uma capacidade crítica para se perceber as nuances que se apresentam, os vários matizes de um mesmo aspecto, assim como as entrelinhas do que está sendo dito. Não se pode querer, entretanto, que o entrevistado exponha suas experiências e pontos de vista se não houver um clima de confiança capaz de fazê-lo se sentir à vontade para se expressar. E este clima deve ser facilitado pelo pesquisador. Como afirma Geertz (1997, p. 106):

Possuir e desenvolver capacidades normais para estas atividades é, obviamente, essencial, se temos esperança de conseguir que as pessoas tolerem nossa intrusão em suas vidas ou de que nos aceitem como seres com quem vale a pena conversar.

6.2. OS ENTREVISTADOS

Na seleção dos participantes houve dois critérios: ter no mínimo 18 anos e utilizar o UOL K há pelo menos dois meses. Julgou-se que a partir dos 18 o entrevistado tem maior responsabilidade sobre suas afirmações. A idade também foi posta como critério devido a questões éticas tais como, por exemplo, a reflexão acerca da própria intimidade ou a necessidade de tocar em pontos relacionados à sexualidade, principalmente quando se tratava do UOL XXX que era um dos itens do roteiro mínimo. O tempo de utilização de no mínimo 2 meses justifica-se pela idéia de que seria um tempo razoável para que o usuário já tivesse algumas experiências no *site* ou pelo menos já tivesse formado algumas impressões sobre o ele.

Não se estipulou previamente um número exato de pessoas a entrevistar, pois em pesquisa qualitativa a amostra não deve ser limitada de antemão, tal como acontece na pesquisa quantitativa. Em vez disso, deve-se considerar o “ponto de saturação” o qual consiste no momento em que o pesquisador percebe que a inclusão de novos entrevistados não contribui mais de forma significativa às respostas já obtidas, passando a haver uma repetição das mesmas (Bertaux, citado por Seidman, 1998).

Nesta pesquisa foram entrevistados ao todo 23 usuários, sendo 7 durante a pesquisa-piloto e 16 durante a fase de entrevistas propriamente dita.

6.3. A PRESERVAÇÃO DO ANONIMATO

Em pesquisa científica preza-se pela preservação da identidade dos participantes seja substituindo seus nomes por pseudônimos seja excluindo informações que, mesmo com pseudônimos, seriam capazes de identificá-los. Nesta pesquisa necessitou-se apenas substituir os nomes, sendo possível revelar dados pessoais relacionados à idade, ocupação e estado de origem.

6.4. A APROXIMAÇÃO AOS ENTREVISTADOS

Para poder selecionar os usuários que participariam da pesquisa foi necessária a criação de uma página no UOL K. Uma vez criada a página, fez-se diversas buscas no *site* seja utilizando o seu buscador seja passeando pelos perfis. As buscas resultavam em convites aos usuários para participar da pesquisa. Os convites consistiam em um pequeno texto que continha informações gerais e sempre terminavam com o endereço de *email* do pesquisador para contato, conforme modelo abaixo:

Olá, meu nome é Caetano Diniz, eu sou psicólogo e estou realizando uma pesquisa sobre relacionamentos humanos na Internet. Trata-se de minha pesquisa de mestrado em psicologia e meu objetivo é saber como estão sendo as experiências dos usuários do UOL K no que se refere a se relacionar através deste *site*. Caso você esteja interessado em participar podemos conversar sobre o assunto através do MSN, o meu é XXXXXXXX, você pode me add, agradeço desde já sua colaboração.

Aceito o convite e tendo sido adicionado ao MSN do usuário, aguardava-se o momento de encontrá-lo *online* para proceder à entrevista. Quando isto acontecia,

inicialmente o pesquisador fornecia mais detalhes e tirava as dúvidas do usuário acerca da pesquisa.

Após o consentimento do usuário em participar era-lhe solicitado um consentimento formal, o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), o qual era enviado por *email* ou através do próprio MSN. Este podia ser enviado no início, durante ou ao término das entrevistas.

O pesquisador sempre solicitava aos usuários que, após ler e preencher o termo, reenviassem-no, pois um termo preenchido e que tivesse sido originado da própria caixa de *emails* da pessoa serviria como comprovação de que ela concordara em participar da pesquisa.

6.5. A PESQUISA-PILOTO

As primeiras entrevistas serviram como piloto para a elaboração do roteiro mínimo a ser utilizado posteriormente. No total foram feitas 7 entrevistas-piloto. Elaborou-se um roteiro para orientá-las o qual foi sendo aperfeiçoado no seu decorrer. Assim, possibilitou-se testar as perguntas, observando se elas estavam sendo bem compreendidas pelo usuário, retirar algumas e acrescentar outras conforme se percebia os aspectos mais recorrentes e importantes a serem tratados. Além destes benefícios, percebeu-se que o valor da pesquisa-piloto está principalmente no fato de que não é o pesquisador que decide sozinho o que perguntar, ele parte do próprio campo que deseja pesquisar e busca informações para elaborar um instrumento que o auxilie a construir um conhecimento genuíno acerca da sua investigação.

6.6. O ROTEIRO-MÍNIMO

O roteiro-mínimo é assim chamado por não pretender ser um instrumento pronto e acabado, inflexível, que não permita ao entrevistador enfatizar um ou outro ponto, aprofundar questões, inverter a ordem dos tópicos entre outros.

As perguntas não estão previamente formuladas, o que permite ao entrevistador reelaborá-las a cada nova entrevista, tornando o clima mais natural. Segundo Nicolaci-da-Costa, Leitão e Romão-Dias (2004), o roteiro deve conter itens abertos que funcionem como lembretes para o entrevistador. Para as autoras, estes itens: “[...] Lembram-no de, *durante a entrevista*, fazer perguntas sobre os tópicos do roteiro sem que estas perguntas sejam lidas e, em consequência, soem formais e artificiais para os entrevistados” (NICOLACI-DA-COSTA, FARIA e LEITÃO, 2004, p. 5).

No caso das entrevistas *online* as perguntas são reescritas a cada entrevista, devendo-se, porém, tomar-se o cuidado de abordar todos os tópicos do roteiro em cada uma delas a fim de que não se comprometa a qualidade da análise dos resultados na qual, conforme se verá adiante, precisa-se comparar as entrevistas entre si. Estando finalizada a fase das entrevistas-piloto, elaborou-se o seguinte roteiro-mínimo:

ROTEIRO MÍNIMO

1. Dados de identificação:
Nome:
Idade:
Sexo
Estado de origem:
Escolaridade:
Ocupação:

TÓPICOS E ITENS

2. Tempo de utilização da Internet e do K
Há quanto tempo acessa a Internet. Há quanto tempo acessa o UOL K. Frequência de acesso à Internet. Frequência de acesso ao UOL K.
3. Tomando conhecimento do UOL K
Como ouviu falar do UOL K pela primeira vez. O que ouviu falar sobre o UOL K. Expectativas surgidas acerca do serviço.
4. Sobre a decisão de fazer contatos através da Internet e do UOL K
A respeito da opção em buscar pessoas pela Internet. A respeito da opção pelo UOL K (era essa sua intenção ao entrar no UOLK?). Utilização de outros programas na Internet (como, IRC, Orkut etc). Formas de buscar pessoas em outros meios de comunicação de massa (ex. rádio, <i>chat</i> de voz, revistas etc). Formas de buscar pessoas sem a utilização da Internet (praças, bares etc).
5. Buscando pessoas no UOL K
Formas pelas quais faz novos contatos nos <i>sites</i> (respondendo aos convites de outros usuários, utilizando o serviço de busca, buscando pessoas utilizando a rede de amigos dos contatos presentes em sua página, buscando pessoas através da participação em comunidades etc). Critérios de seleção de pessoas ao fazer uma busca no <i>site</i> (sexo, cor, idade, local de moradia, orientação sexual etc). Tipos de relacionamentos buscados (amizade, sexo, namoro, casamento etc).
6. Sobre a decisão de ir conhecer os contatos pessoalmente
Opção de ficar apenas no virtual. Desejo de partir para o contato face a face. Motivos para se optar pelo face a face. Motivos de se optar por ficar apenas no virtual.

7. Diversos usos do UOL K
Manter contato com pessoas já conhecidas. Buscar pessoas que há tempos não se vê.
8. A participação em comunidades
Se faz parte de alguma comunidade. Pesquisar comunidades de seu interesse etc. Significado de fazer parte de uma comunidade.
9. Fatos marcantes relacionados ao site
Fatos marcantes vivenciados no ambiente do UOL K. Fatos marcantes vivenciados face a face a partir de contatos iniciados no UOL K.
10. Pontos positivos e pontos negativos de fazer contatos através da Internet e do UOL K
Comparação com os contatos ocorridos face a face. Pontos positivos e pontos negativos de se utilizar o ambiente virtual para conhecer pessoas.
11. Comparando UOL K e o Orkut
Se utiliza o Orkut. Semelhanças entre UOL K e Orkut. Diferenças entre UOL K e Orkut. Que usos faz do Orkut e que usos faz do UOL K (exemplo: no Orkut estão pessoas que conheço pessoalmente e no UOL K a maioria das pessoas não conheço pessoalmente).
12. Se faz uso do UOL XXX
13. Combinação de uso do UOL K e outros programas
Adição no UOL K de contatos iniciados no bate-papo do UOL. Adição no MSN de contatos iniciados no UOL K.
14. Avaliação dos contatos feitos até então
Como avalia os contatos realizados até o momento. Está satisfeito com a utilização do UOL K.

6.7. ENTREVISTAS PELO MSN

Todas as entrevistas foram realizadas pelo MSN. A utilização de programas deste tipo para fazer entrevistas tem sido cada vez mais comum entre os pesquisadores, como nos trabalhos de Ramalho (2005), Rodrigues (2006), Silva (2006b) e Di Luccio e Nicolaci-da-Costa (2007).

Esta ferramenta tem algumas vantagens: possibilita o acesso às pessoas que moram longe do entrevistador, deixa o entrevistado à vontade no conforto da sua casa e sem a pressão exercida pelo contato face a face, colabora para a manutenção do anonimato e facilita o registro das respostas, pois é possível através de recursos do programa gravar as conversas no computador, o que poupa o entrevistador da transcrição das mesmas.

As desvantagens consistem na dificuldade em perceber claramente as reações dos entrevistados, os *feedbacks* assim são conseguidos basicamente através da língua escrita que na Internet sofre várias mudanças como o uso de *emoticons*, abreviaturas, termos peculiares entre outros, sendo que o entrevistador, a fim de se aproximar dos entrevistados e facilitar a interação, também utilizou esta linguagem. De acordo com Nicolaci-da-Costa, Leitão e Romão Dias (2004, p. 6) as entrevistas *online*:

[...] devem também levar em conta a familiaridade que o pesquisador e os participantes têm com o instrumento adotado (ICQ, Messenger, chats, etc.). Tanto o entrevistado quanto o entrevistador têm que estar à vontade com a mediação tecnológica escolhida. O entrevistador deve também ter consciência das especificidades deste tipo de entrevista.

Outra dificuldade é a dispersão, pois é muito comum o entrevistado se distrair com outras páginas na rede ou com o que estiver se passando no local onde está. A atenção, assim, não é exclusiva para a pesquisa como poderia ocorrer no contato face a face, de forma que as respostas podem demorar a chegar e poderá ser necessário marcar outro(s) dia(s) para continuar a entrevista. Deve-se notar, aliás, que nenhuma delas foi completada em um único dia, tendo sido necessários em média 3 encontros para encerrá-las.

Percebeu-se que é importantíssima a criação de um vínculo positivo com o usuário, pois cada vez que isto acontecia ele demonstrava estar mais à vontade com a situação, passava a escrever mais, a descontrair. Quanto mais confiança ele sentia no entrevistador mais ele se permitia falar das suas experiências. A empatia, ainda, passa a ter um valor especial assim como o esforço de não lançar mão de julgamentos de valores sejam eles quais forem é fundamental para que se estabeleça um clima de confiança.

6.8. O MÉTODO DE EXPLICAÇÃO DO DISCURSO SUBJACENTE (MEDS)

A pesquisa foi realizada com base no Método de Explicação do Discurso Subjacente, o MEDS, elaborado por Nicolaci-da-Costa (1998; 2004; 2004b; 2007). Trata-se de um método de pesquisa qualitativa que objetiva tornar claro aspectos dos discursos dos entrevistados que estão subentendidos. Muitas vezes, durante uma conversa, eles nos dão informações que não são ditas explicitamente, mas podem ser detectadas através da análise, a qual acaba revelando aspectos importantes para compreender seus posicionamentos acerca de determinado assunto, fazendo com que o pesquisador obtenha um entendimento mais completo de sua experiência.

Nesta análise também podem ser discutidos os significados de certos termos ou expressões usados pelos entrevistados. Estes significados podem contribuir para o entendimento do discurso. Por exemplo, algum entrevistado poderia escrever; “minhas amizades na rede são reais”. O termo real seria, então, analisado, levando-se em conta sua noção do que seja o real num contexto virtual.

O MEDS parte do pressuposto de que o ser humano é um ser construído socialmente, sendo o discurso uma peça fundamental nesta construção. Ele é entendido tanto como uma forma de se construir subjetividades em consonância com os valores do grupo social no qual se vive quanto como uma forma de se revelar estes valores (NICOLACI-DA-COSTA, 2007). Desta forma, o método se concentra nos discursos, procurando construir a partir dele um entendimento do objeto de estudo.

Originalmente elaborado na experiência clínica, ele tem sido utilizado na investigação de mudanças psicológicas relacionadas a transformações sociais, inclusive as de cunho tecnológico, como no caso da Internet (NICOLACI-DA-COSTA, 1998).

Sendo um dos métodos da pesquisa qualitativa, o MEDS tem como objetivo central compreender as experiências dos entrevistados. Segundo Nicolaci-da-Costa, Leitão e Romão-Dias (2004, p. 2), ele visa “[...] a identificação, descrição e análise destas experiências e dos significados a elas atribuídos, de forma livre e espontânea, pelos participantes da pesquisa.” O método, portanto, se preocupa com os modos de cada um ver o mundo, entender suas experiências e elaborar explicações acerca delas.

Ele tem em comum com os demais métodos qualitativos a abertura, a investigação aprofundada em contexto, as amostras pequenas e a flexibilidade de procedimentos e técnicas, e também é considerado uma espécie de análise do discurso por trabalhar de maneira explícita com o material discursivo, o que justifica a idéia, já discutida acima, de que se o discurso constrói ele também revela e como tal deve ser analisado tendo como base um procedimento adequado de análise.

6.9. A DISCUSSÃO

Assim como na fase de entrevistas, a fase de análise seguiu a proposta do MEDS, a qual está dividida em duas etapas: a interparticipantes e a intraparticipantes. Na primeira, a fim de obter uma visão panorâmica, foram analisadas as respostas de cada um dos entrevistados a cada um dos tópicos do roteiro mínimo. Por este motivo foi necessário que o entrevistador não deixasse de abordar durante as entrevistas todos os tópicos sob pena de, neste momento, não poder comparar as respostas de cada entrevistado. A visão panorâmica obtida aqui já apontou as tendências centrais, ou seja, as recorrências, chamando a atenção para a importância das mesmas nos vários discursos.

Na segunda etapa, as respostas de cada entrevistado foram analisadas individualmente, obtendo-se uma noção de conjunto cujo objetivo era possibilitar a percepção de conflitos, contradições, inconsistências não percebidas pelo entrevistado.

Uma vez concluída, fez-se uma nova análise interparticipantes a fim de detectar tanto o dito quanto o não dito. Para isto, este movimento inter-intra-inter foi de grande importância. De acordo com Nicolaci-da-Costa, Leitão e Romão-Dias (NICOLACI-DA-COSTA, 2004, p. 8):

Este vai-e-vem (que pode ser repetido quantas vezes for necessário) permite que o material coletado seja dominado a fundo e torna possível detectar, além de vários não ditos (pois o que não é verbalizado em uma resposta pode ser claramente sugerido em outra), os pormenores de sentimentos, conflitos internos e porquês que a pesquisa se propõe a revelar.

Após o referido tratamento dado às respostas, pôde-se organizar os resultados e proceder à discussão dos mesmos. Vale ressaltar, por fim, que as afirmações feitas pelos entrevistados foram mantidas tal como foram escritas no MSN, sem que fossem alteradas suas expressões, erros ortográficos, indecisões, equívocos entre outros, com o objetivo de ser o mais fiel possível às informações coletadas.

7 OS RESULTADOS

Os itens nos quais estão divididos os resultados seguem a mesma ordem na qual estão dispostos os tópicos do roteiro mínimo.

7.1. OS ENTREVISTADOS

Foram entrevistados 16 usuários, com faixa etária entre 18 e 53 anos, sendo a média 36 anos. Foram seis homens e dez mulheres, não havendo nenhuma restrição com relação ao sexo do entrevistado, de forma que este número de homens e mulheres se deu aleatoriamente no decorrer da pesquisa. Com relação ao grau de instrução 4 possuíam nível superior e 12 possuíam nível médio. Na tabela abaixo estão discriminados todos os entrevistados com seu pseudônimo, idade, ocupação, estado de origem e o tempo de uso do *site*:

Nome	Idade	Ocupação	Estado de origem	Tempo de uso do UOL K
Ágata	18	agente administrativa	Acre	2 meses
Amélia	19	estudante	Rio Grande do Norte	7 meses
Aldo	20	estudante	Ceará	9 meses

Alan	23	assistente administrativo	São Paulo	6 meses
Álvaro	23	analista de sistemas	Pará	3 anos
Antônio	26	auxiliar administrativo	Mato Grosso	2 anos
Ana	35	biblioteconomista	Bahia	1 ano
Andreza	38	autônoma	São Paulo	6 meses
Andréa	40	produtora musical	São Paulo	1 ano
Aline	40	técnica em atividades jurídicas	Rio de Janeiro	2 anos
Alfredo	41	desempregado	Rio de Janeiro	3 meses
Ângela	49	administradora	São Paulo	2 anos
Amanda	50	auxiliar de enfermagem	Paraná	1 ano e dez meses
Adriana	51	costureira	São Paulo	2 meses
Almir	52	telefonista	São Paulo	1 ano
Antônia	53	técnica em contabilidade	São Paulo	2 meses

7.2. TEMPO DE UTILIZAÇÃO DA INTERNET E DO UOL K

Quando perguntados acerca do tempo em que são usuários da Internet as respostas variaram de 9 meses a 8 anos, sendo 5 horas a média de tempo em que eles permanecem conectados diariamente, conforme 12 dos 16 entrevistados. Com relação ao tempo em que os usuários acessam o UOL K, este varia de 2 meses a 3 anos e as respostas sobre a frequência são bastante variadas, podendo ir de uma frequência quase nula ao acesso diário de até 8 horas, sendo comum o acesso com duração média de 2 horas por dia em 2 ou 3 dias por semana.

7.3. TOMANDO CONHECIMENTO DO UOL K

Dos 16 entrevistados, 12 tomaram conhecimento da existência do UOL K no próprio *site*, seja ao acessar a página principal do UOL, seja ao acessar o bate-papo do mesmo. Os outros 4 entrevistados relataram terem sido informados através de terceiros. Suas expectativas estavam relacionadas a encontrar um *site* de comunidades nos moldes dos já conhecidos por eles. Também esperavam fazer novos contatos e poder tornar o bate-papo mais interessante ao utilizar a foto nas salas.

7.4. SOBRE A DECISÃO DE FAZER CONTATOS ATRAVÉS DA INTERNET E DO UOL K

As respostas dos entrevistados apresentaram posições mais otimistas ou menos otimistas acerca da possibilidade de fazer contatos através da rede e do *site*. Segundo Alan (23 anos, agente administrativo), conhecer alguém pela rede é “[...] mais prático e mais perigoso ao passo que encontramos com facilidade amigos e namoros, não sabemos na verdade quem esta do outro lado”. Para Aldo (20 anos, estudante): “Kra as vezes é legal. mais em outras é só furada [...] por não saber quem a pessoa é.” Assim como Alan e Aldo, Alfredo (41 anos, desempregado) tem opinião semelhante: “[...] é um

caminho oculto você não sabe o que pode vir a encontrar pois nós não sabemos o que está do outro lado do computador.”

O não saber quem é o outro, entretanto, pode ser vantajoso para os tímidos. Segundo Andréa (40 anos, produtora musical):

A: pessoas tímidas têm medo de ficar frente a frente com as pessoas então a net é bem mais fácil

eu sinto até que as pessoas se expõem mais

Pesquisador: isso seria devido ao anonimato?

A: isso.

É muito mais fácil usar um nome fictício falar um monte e depois desaparecer sabe uma coisa que acho engraçado no uolk?

P: sim?

A: isso é sigiloso né?

P: sim, é

A: é assim

tem gente que não tem coragem de mostrar o próprio rosto

aí procura umas imagens lindas na net e poe como se fosse a pessoa

aí entram na sala de chat com essas fotos

e ainda tem gente que cria fantasias com essas imagens... outro dia vi um cara na sala dizendo assim

meu deus marquei com a Malu Mader e quando encontrei a mulher era a Regina Casé.

A entrevistada entende que a rede acaba servindo de escudo atrás do qual algumas pessoas se escondem não mostrando quem são. Para Amélia (19 anos, estudante), o anonimato ofereceria maior facilidade àqueles que não gostariam de ser identificados ao falar de si. Ao ser perguntada se pensava ser possível conhecer pessoas através da Internet ela respondeu: “[...] acho q sim, pois tem pessoas muito sinceras que naum as conhecem justamente para poder desabafar.

Neste sentido Álvaro (23 anos, analista de sistemas) destaca a escrita como um aspecto que facilita a auto-expressão numa situação em que as pessoas não estão frente a frente e/ou não se conhecem. Para ele, apoiando-se exclusivamente na escrita a pessoa “tem coragem de falar sobre seus desejos”.

Este anonimato também facilitaria na hora de forjar uma imagem de si. Para Andreza (38 anos, autônoma): “[...] na net todos somos perfeitos e lindos... por isso qdo

me perguntam costume dizer q sou baixa, gorda, feia e pobre... perco muitos admiradores depois disso... RS". Um fato a isto relacionado é a existência do perfil *fake* (falso). O *fake* possui dados fictícios sobre o usuário, suas imagens e características não correspondem à realidade. No UOL K este tipo de perfil é muito comum. Usa-se imagens de paisagens, bocas e olhos desenhados, perfis multicoloridos entre outros.

Ilustração 11: Exemplos de imagens *fake* presentes nos perfis:



Mas há aqueles que defendem os perfis *fake* e justificam sua escolha, como Ágata (18 anos, agente administrativa): “[...] não quero que qualquer pessoa entre e olhe tudo sobre mim sem nem ao menos me conhecer [...] Acho que tem muita gente que faz isso no orkut, não gosto de me expor de maneira nenhuma. Acho muito fútil colocar fotos e deixar recados para que todos vejam.”

A questão da imagem é um aspecto importante neste tipo de *site* em geral e no UOL K em particular, devido à possibilidade de ingressar nas salas de bate-papo com uma foto. O uso da foto no perfil UOL K tende a ser visto, assim, como algo que pode tornar a interação no bate-papo mais interessante. Alguns entrevistados, como Andreza (38 anos, autônoma) e Aline (40 anos, técnica em atividades jurídicas), afirmaram ter criado o perfil no *site* unicamente para poder usá-la no bate-papo.

Para Álvaro, a foto é mais interessante quando o assunto é sexo:

Quando se procura sexo, utilizando uma imagem as outras pessoas se interessam mais. Sem a utilização da foto, tem todo um processo de auto descrição física, de imediato algumas pessoas aceitam essas descrições e outras n aceitam quando se usa a foto, a outra pessoa jah tah vendo o q é realmente quem esta tc com ela nos sites de bate papo (uol) as pessoas exigem um padrão de beleza

E acrescenta: “quando mais se vê com quem está conversando, mas se torna interessante a vontade de conhecer encontrar”. Algumas vezes estas imagens são apenas “pedaços”, ou seja, revelam apenas partes do corpo da pessoa, olhos, bocas, pernas, região genital entre outros. Ao ser perguntado sobre a razão de se usar “pedaços” do corpo, ele responde: “[...] despertar a curiosidade do resto mas no bate papo uma grande maioria quer beleza facial se tiver um corpo lindo e um rosto feio n rola em muitos casos.”

Ainda com relação à decisão de fazer contatos pela Internet, não obstante as desvantagens do anonimato (não saber quem é a pessoa do outro lado, os perfis *fake* entre outros) há os que destacam os aspectos positivos, como Ângela (49 anos, administradora): “É fantástico..... o contato instantâneo com pessoas em lugares distantes.... diferentes..... coisa que seria totalmente impossível imaginar em encontros pelas ruas..... lugares.... etc”. Entretanto, no que se refere especificamente ao UOL K, a entrevistada afirma ter o objetivo de fazer novos contatos: “eu naum faço uso do uolk pra conhecer pessoas novas... pra mim ele serve pra add pessoas que eu jah conheço..... mas naum deixa de ser mais uma ferramenta pra que pessoas c encontrem..... o que no dia a dia seria impossível um contato”.

7.5. BUSCANDO PESSOAS NO UOLK

Com relação às formas de fazer contatos através da Internet a totalidade dos entrevistados afirmou utilizar outros meios além do UOL K. Entre os recursos os mais citados estão o Orkut (além de outros *sites* de comunidades como Beltrano, Disponível, Gazzag, Orkut, Par Perfeito, Yahoo e Terra) e os bate-papos (em suas variadas formas: bate-papo do UOL, bate-papo de outros *sites*, ICQ e IRC). Nestes lugares é possível fazer contatos os quais podem ser adicionados ao MSN a fim de serem mantidos.

Questionados acerca do hábito de fazer buscas por contatos no próprio UOL K, 7 dos 16 entrevistados responderam positivamente. As formas utilizadas para isso são basicamente as visitas nos perfis de usuários que estão ou não incluídos nas listas de seus contatos e as buscas eletrônicas, quando se digita nomes nos campos apropriados e se obtém uma lista de perfis. Com relação a este aspecto, há um dado interessante: o hábito de “inchar” a página de contatos com os quais raramente ou nunca se mantém contato. Segundo Aline, alguns usuários têm o hábito de convidar apenas para “encher” seu perfil de contatos, dando a impressão de popularidade, o que ela reprova: “acho irritante essa mania de “perfil lotado”. Diga-me, qual a finalidade de adicionar quem não conhece e continuará sem conhecer? Uma grande bobagem! Adicionar [...] status de “perfil lotado [...] gente q vive as voltas de um monte de gente, mas, na verdade não se contenta nem se satisfaz com nada e ninguém”.

Ângela tem opinião semelhante: “Acho q fazem uma busca e tentam q a gente add.... percebo as vezes que eh soh rpa fazer número no uolk deles... [...] eh o que me parece. Algumas pessoas preferem ter um número de “amigos” add... eu prefiro pessoas improtantes rpa mim...”.

Os 9 entrevistados que responderam negativamente afirmaram que seus contatos em geral são resultados de convites de outros contatos, ou seja, alguém os convida e eles aceitam. Quando isto acontece é necessário, segundo Ângela, antes de aceitar o convite dar uma olhada no perfil de quem convidou e constatar se eles possuem amigos em comum, o que seria uma boa referência da pessoa. Além deste, haveria outros critérios para a aceitação como a necessidade de perceber sinceridade no outro ou a ausência de insinuações sexuais no convite.

Entre os objetivos de se cadastrar no *site* estão: exclusivamente amizade, amizade com possibilidade de envolvimento amoroso e namoro, sendo que 5 dos entrevistados não conseguiram definir o que buscavam. Com relação ao envolvimento amoroso, Andreza escreve: “Não busco especificamente isso... mas se um dia eu encontrasse o homem da minha vida por lá... putz... sabe que seria uma boa?? Rs”.

A utilização de outras tecnologias além da Internet para conhecer novas pessoas não é um hábito entre os entrevistados. Apenas Alan e Álvaro já utilizaram os *chats* de voz através do telefone. Nenhum dos outros entrevistados afirmou já ter utilizado alguma vez outros meios como programas de rádio ou revista. Já com relação a outros meios que dispensam o uso de alguma tecnologia apenas 6 entrevistados admitiram já ter saído de casa com o objetivo exclusivo de conhecer novas pessoas em lugares como bares, clubes e boates. Outros consideram que o importante é estar aberto aos relacionamentos, pois o encontro poderia ocorrer espontaneamente estando nestes lugares.

7.6. SOBRE A DECISÃO DE IR CONHECER OS CONTATOS PESSOALMENTE

Os contatos *online* podem ser prazerosos e gratificantes para os usuários. Mesmo quando não se conhecem face a face sua relação pode ser carregada de emoções e troca de afeto. Este foi um aspecto que apareceu com bastante frequência nos relatos, alcançando maior destaque com relação a outros. Segundo Adriana (51 anos, costureira):

[...] tds que estão em minha pagina foi através de outras pessoas! não conheço ninguém nem imagino como são! mas a gente vai gostando das pessoas como se conhecesse a tempo! sentimos o que elas estão precisando naquele dia que nos passa uma mensagem... são pessoas carinhosas, não sei se verdadeiras mais faz um bem danado em nossa vida! Um bom dia as vezes pode trans formar seu dia.

Segundo Alan: “Em dado momento de uma relação virtual você sente a curiosidade de ver ou sentir a pessoa ao teu lado e o contato da telinha é muito frio”. O desejo de ficar no virtual pode ser visto como a tentativa de criar um mundo pessoal no qual os desejos seriam realizados, onde os ideais são vividos sem que se precise contrapô-los às contradições do cotidiano. De acordo com Andreza: “pra quem gosta de sonhar é melhor ficar no virtual [...] é onde realiza sonhos..... onde coloca em prática fantasias que não realiza.”

Mais comum, porém, é a idéia de que a Internet representa a possibilidade de conhecer pessoas, culturas e lugares diferentes sem sair de casa. Ela representa assim inúmeras possibilidades e alimenta a curiosidade pelo desconhecido, abrindo espaços para experiências nunca vividas. Um exemplo é a facilidade que pessoas de diferentes orientações sexuais, classes econômicas e religiões têm de se aproximarem umas das outras, quando na vida fora da Internet as chances para que isso acontecessem seriam bem menores. Ricos e pobres, heterossexuais e homossexuais, cultos e incultos, jovens e velhos, crentes e ateus, todos têm maior probabilidade de se encontrarem por este meio. Para Aline: “acho dez a oportunidade de conhecer gente de outras regiões... culturas... mesmo que só virtualmente, por isso gosto de interagir mesmo! Aliás, essa, para mim, a magia da net! Poxa, usar essa possibilidade incrível de se conhecer gente para “status de perfil lotado”. Fala sério... RS”.

Aline vai mais fundo e analisa o fato de que estar no virtual é uma forma de relativizar a presença. Para aqueles que preferem não sair do virtual, mesmo sendo uma forma de se preservar, acaba sendo, segundo ela, um “estar não estando”, pois faltaria a comprovação do “real”. Ela sente sempre a necessidade do toque, da pele, do olhar sem barreiras: “[...] é talvez o virtual seja uma forma de estar não estando não é preciso “mostrar a cara”, vc vê como existe perfil fake, criam um personagem”. Ana (35 anos, biblioteconomia) chega a ser mais radical: “Não vejo nada de vantagem no virtual, jas tive relacionamento assim, presta naum, rs”.

Pelo que se observou, entretanto, há um aspecto importante com relação à decisão de ter um encontro face a face: a distância geográfica. Na maioria das vezes a distância inviabiliza o encontro. Para Álvaro: “prefiro ficar no virtual [...] é uma falta de interesse jah q a grande maioria é de fora do estado.”

Outro fator é o tipo de relacionamento. Se for apenas amizade não tem problema de ficar no virtual, mas se houver um envolvimento amoroso, o encontro é imprescindível. Esta opinião é compartilhada por diversos entrevistados. O termo real é em geral tido como sinônimo de face a face e as experiências vividas no ambiente do *site* por mais autênticas que sejam recebem o nome de “virtuais” pela ausência de contato físico. Segundo Andréa (40 anos, produtora musical):

[...] são amigos virtuais que gosto muito mas nunca vão ser iguais as reais pq valorizo muito o olho no olho, o abraço o sorriso e isso a gente só tem pessoalmente [...] isso enquanto não vê pessoalmente será virtual, gosto, converso, brinco, ajudo, choro junto, mas nunca vai ser igual.

Note-se ainda que no caso se “simples amizade” não haveria problema de ficar apenas no virtual, mas no caso de envolvimento amoroso, o encontro face a face é importante, de forma que o namoro virtual não é bem visto.

7.7. DIVERSOS USOS DO UOL K

As experiências dos entrevistados com relação aos usos que fazem do *site* são diversas. Enquanto alguns só possuem contatos desconhecidos, ou seja, nunca vistos face a face, outros possuem contatos originados fora da Internet, contatos estes que podem ser de amigos da faculdade, como é o caso de Álvaro que foi incentivado a criar um perfil pelos colegas de turma, ou de membros da família, como é o caso de Alfredo (41 anos, desempregado) e Adriana que possuem entre seus contatos seus próprios filhos.

Foram 7 os entrevistados que relataram possuir entre os contatos do UOL K pessoas conhecidas face a face. Em alguns casos estes contatos já eram conhecidos antes do UOL K. Apenas 3 afirmaram ter tido contato face a face com pessoas que eles conheceram no *site*.

Apesar da diversidade das experiências dos usuários observa-se algumas tendências como a de adicionar pessoas desconhecidas no perfil. As respostas revelam o hábito de manter *online* os relacionamentos ali iniciados. Ao contrário do que acontece com o Orkut, citado por 12 dos 16 entrevistados, os contatos do UOL K tendem a se constituir de pessoas não conhecidas face a face. Adriana relata ter cometido “orkuticídio” (deletar o orkut) justamente por se sentir muito exposta com relação às pessoas conhecidas. Na sua opinião o UOL K contém mais pessoas que não se conhecem pessoalmente: “[...] muitos parentes tinham sua pagina (do Orkut) tira um pouco sua privacidade! então resolvi fechar!!” Nas palavras de Andréa: “tenho orkut mas lá só tem gente que conheço na vida real amigos e familiares...”. Para Amanda (50 anos, auxiliar de enfermagem): “Lá (no Orkut) meu amigo conheço quase todos os meus contatos mesmo pq já é, amigos e, parentes”.

Verificou-se ainda que os entrevistados não possuem o hábito de buscar no UOL K pessoas que já são conhecidas fora da rede e que há tempos não se vê. Da mesma forma, não possuem o hábito de buscar no *site* pessoas com as quais mantém freqüente contato fora da rede.

7.8. A PARTICIPAÇÃO EM COMUNIDADES

Dos 16 entrevistados, 13 fazem parte de comunidades. Um aspecto importante na hora de se filiar a uma seria a identificação com o tema. Dentre os citados estão: literatura, comida, time de futebol, série de tv, livros, signo, música e auto-valorização. A decisão de participar pode ser vista como uma forma de se fazer conhecer pelos outros usuários, pois a escolha do tema diria algo a respeito de si.

As páginas pessoais deste tipo de *site* exibem um perfil que consiste numa série de informações acerca do seu dono: nome, idade, sexo, estado de origem, orientação sexual entre outros, além da possibilidade de expor uma foto a ser visualizada por quem o acessa. Esta é a principal fonte de informações pessoais (além do álbum de fotos), mas a participação em comunidades funcionaria como complemento na hora de saber quem seria o dono da página, pois a escolha do tema estaria relacionada à necessidade de haver uma identificação na hora de se afiliar. Segundo Ângela: “A: eu

acho que sim....através das comunidades....podemos ter uma idéia sobre a pessoa....do que gosta.....a que cosias de identifica.....trabalho....lazer...preferências...experiências de vida....etc.etc”.

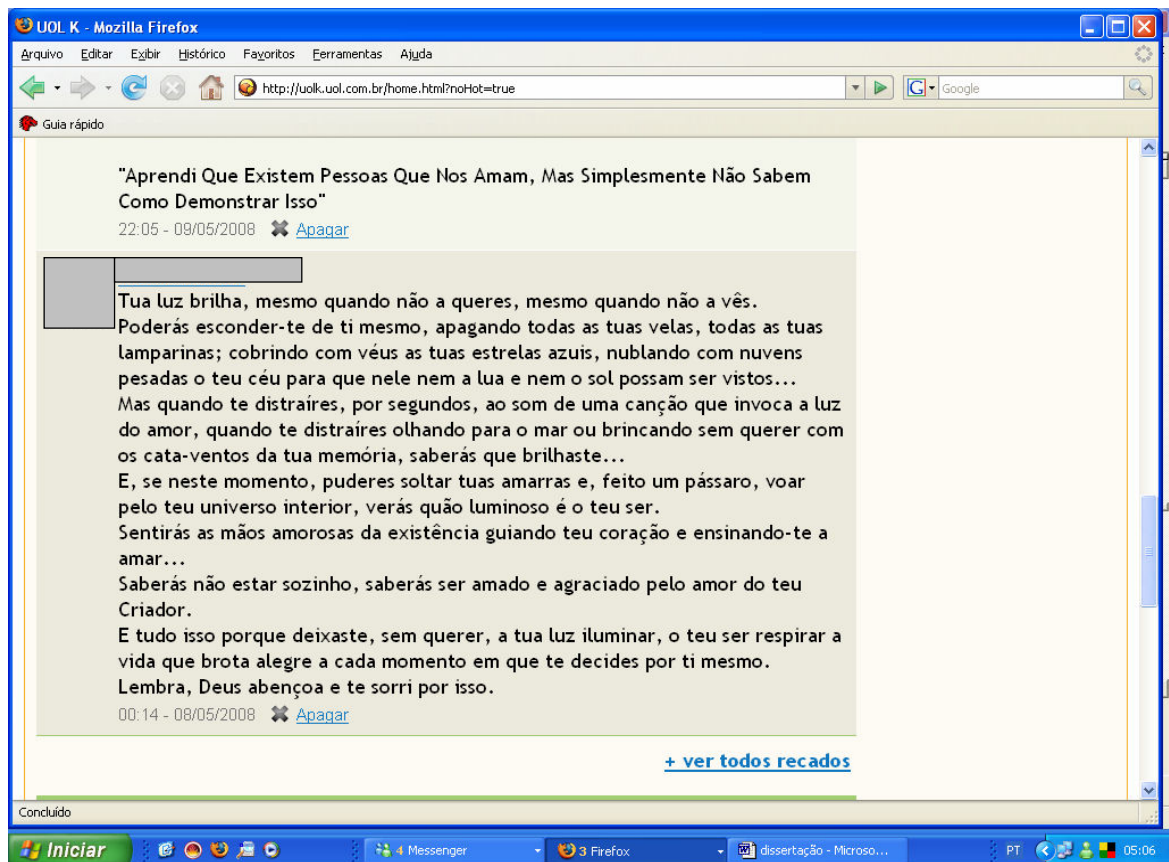
Diversos entrevistados relataram que precisam ter algo em comum com a comunidade. Ao tratar deste tópico, Antônia afirma que se afilia: “...quando recebo convite e quando vejo alguma coisa que parece comigo”, sendo que o título da comunidade importa na hora da aceitação.

Um outro aspecto que parece estar relacionado à afiliação a uma comunidade é a possibilidade de se auto-expressar. Os usuários afirmam que a participação permite entrar em discussões ou fóruns para expressar opiniões acerca de algum tópico (assunto) apresentado por um de seus membros. Além disso, a participação nas discussões é vista como uma das formas de interagir com os outros usuários, além do envio e recebimento de recados e de mensagens.

7.9. FATOS MARCANTES RELACIONADOS AO SITE

Sete entrevistados relataram não ter havido fatos marcantes relacionados ao seu cadastro. Os que destacaram alguma experiência referem-se a fatos muito diversos entre si. Por exemplo, Andréa chama atenção para a obtenção de apoio emocional: “[...] as vezes estou meia pra baixo com algum problema e derrepente acho o uolk e tem uma mensagem bonita de carinho e que se encaixa perfeitamente com o momento que estou vivendo.” Segundo a entrevistada, o envio e o recebimento de mensagens fazem com que as pessoas se sintam bem. Neste sentido, Antônia (53 anos, técnica em contabilidade) afirma: “gosto de ler as mensagens deixadas [...] ainda mais quando são palavras maravilhosas [...] recebo uma mais bonita que a outra, são palavras que as vezes elevam nosso espírito”.

Ilustração 12: Exemplo de mensagem enviada através do *site*.



Antônio (26 anos, auxiliar administrativo) lembra de uma garota que conheceu no UOL K com quem teve intensas experiências sexuais. Ângela recorda, bem humorada, uma briga que presenciou na qual duas mulheres se afrontavam por causa de um homem através de recados agressivos. Ana (35 anos, bibliotecarista) não se esqueceu de um rapaz que conheceu havia anos apenas no *site* pelo qual sentia forte atração e que coincidentemente, num dos dias da nossa entrevista, afirmou ter finalmente acabado de marcar o esperado encontro. Álvaro lamenta, por sua vez, o término de seu atual relacionamento devido a uma traição que descobrira: seu ex-namorado o tinha traído com alguém que conhecera no UOL K, enquanto Amélia (19 anos, estudante) lembra de uma usuária que costumava lhe enviar músicas e textos que a emocionavam muito.

Amanda destaca as amizades virtuais. Ao comentar os “amigos fantasmas” (contatos que nunca se manifestam, não enviam recados nem respondem os enviados), escreve:

Olha teve uma vez, que eu quis sair!! Por causa dos amigos fantasma que só querem ficar com sua página cheia e não da atenção pra ninguém daí coloquei uma frase me despedindo, aí teve amigas que me disseram olha por favor não saia, fique nem se for pra passar de vez em quando precisamos de você aqui!!! Fui comovida pq ai tive certeza que tenho amigos de verdade que sente minha falta por isso fiquei.

Sobre as relações afetivas que podem ocorrer no *site*, Adriana dá um bom exemplo ao se despedir da pesquisa, quando soube que nossa entrevista tinha terminado: “acredita que até me emocionei!! isso é carência afetiva!!! quando a gente acostuma com a pessoa é o que acontece no uolk!! a pessoa parece ser seu parente, é onde vc se apega!!!”

7.10. PONTOS POSITIVOS E PONTOS NEGATIVOS DE FAZER CONTATOS ATRAVÉS DA INTERNET E DO UOL K

Os entrevistados destacaram pontos positivos e pontos negativos acerca de conhecer pessoas com relação à rede de maneira geral e ao UOL K de maneira particular. Dentre os pontos positivos estão a possibilidade de conhecer pessoas novas devido a grande quantidade de pessoas *online* que podem estar em diferentes lugares do mundo. Haveria também uma praticidade na busca de pessoas que não exigiria, por exemplo, ter que sair de casa, e uma rapidez em fazer contatos. Para Andréa: “o bom da net é a velocidade vc escreve imediatamente a pessoa L~e, as cartas tinham um porem demoravam muito aí as vezes a pessoas envia e até chegar a pessoa as vezes se arrependia do que tinha escrito”. Na opinião de Ângela: “no virtual.....encontrar pessoas que jamais teríamos a chance de "conhecer"..pela distância.....nível

social....preferências.etc...torna-se mais fácil manter esse contato..tb fácil....basta ligar o pc....”.

A rede possibilitaria conhecer primeiramente a pessoa através do diálogo e das imagens e prever a ocorrência de uma possível química antes de decidir ir para o face a face. Esta possibilidade nunca fora tão propícia antes da Internet na qual pode-se ter contato com imagens de foto, câmeras, ouvir a voz, conversar pela escrita entre outros. Tudo isto significaria um risco menor na hora de partir para o face a face. Mesmo a distância, segundo Álvaro, pode ser um ponto positivo, pois “sem vc esta vendo a pessoa ao vivo, vc n sente vergonha em falar, expressar o que esta sentindo”.

Os pontos negativos referem-se ao risco de se decepcionar na hora do encontro. Para Amanda o problema está no fato da pessoa não ser “*aquilo que apresenta*”. Conforme Alfredo: “embora as fotos estejam ali pode não ser a pessoa que ali se identifica”. Segundo Antônio: “pela net vc pode ser qm vc quiser e omitir muita coisa”.

Outro ponto é a distância. Quatro entrevistados ressaltaram o fato de que é importante o “olho no olho”, ele tornaria o encontro mais autêntico. Segundo Amanda (50 anos, auxiliar de enfermagem): “[...] Pq face a face já dá pra ver olhando dentro dos olhos da pessoa pq dá pra identificar se está falando a verdade ou não!!”

A rede facilitaria também a traição, pois há um grande número de pessoas conectadas com as quais poderia haver um envolvimento amoroso, sem falar que manter conversas eróticas *online* para algumas pessoas não deixa de ser uma traição já que o sexo virtual, se não é o sexo em que os corpos se tocam, pode ser uma simulação de tudo que possa acontecer no corpo a corpo. Ângela, que busca um relacionamento amoroso, refere-se a este risco:

naum.....rs..uma pessoa da net....será sempre um viciado na net...ae mra o perigo numa relação....rs [...] veja só a quantidade de pessoas....homens e mulheres que acessam a net durante o dia d seu local de trabalho casados..casadas....que passam a maior parte do dia em chats.... isso naum eh legal...por isso eudisse...naum eh confiável..rs [...] o fato da net facilitar contato entre as pessoas.....tb nos traz a insegurança, claro que sim.....haja visto a quantidade de pessoas casadas...."caçando"...rsrs caçando, nao precisa mais pular a cerca, pelo menos não naquela hora e sim no dia seguinte... eh a

facilidade a disponibilidade que acaba atrapalhando.rsrs [...] pois eh.hj naum c pula mais a cerca..só liga pc....rs.

No que se refere ao UOL K mais especificamente, destaca-se como positiva a possibilidade de usar a foto no bate-papo do UOL. Este é um aspecto central encontrado em muitas respostas. Andreza chega a afirmar: “[...] fiz esse uolk apenas para poder colocar as fotos no uol... não entro lá faz tempo”. O usuário, ao acessar sua página no UOL K, tem a opção de, a partir dela, adentrar as salas de bate-papo do UOL. No momento de adentrar uma sala, ele pode escolher fazê-lo tendo seu apelido (*nick*) acompanhado de sua foto que está presente em seu perfil do UOL K. Esta foto funciona, ainda, como um *link* para o acesso ao mesmo de forma que qualquer membro da sala de bate-papo, ao clicar sobre a foto, pode ter acesso à página do usuário.

Este fato é encarado como um atrativo pelos entrevistados e em alguns casos é a justificativa para resolver fazer um cadastro no *site*. Ângela chega a usar a expressão “kit UOL”, pois evita que a pessoa ainda tenha que fazer uma descrição de si mesma na hora do bate-papo; basta o interlocutor clicar na foto e se abre a página com seus dados. Ela afirma: “[...] soh fiz (o cadastro) porque facilita tc nas salas....evita da gente ficar respondendo muitas perguntas.....tipo .kitUOL...rs”.

Há uma estreita relação entre o UOL K e o bate-papo do *site*. Esta relação pode ser de várias formas. Pode-se clicar na foto do perfil e ir direto para a sala de bate-papo, pode-se clicar na foto do bate-papo e ir direto para o perfil, pode-se formar grupos de bate-papo que também sejam cadastrados no UOL K, e daí por diante. Esta relação agrada principalmente aquelas pessoas que costumam freqüentar assiduamente as salas. Este costume, entretanto, na opinião de Aline, pode ser excludente. Na sua opinião, a proximidade de algumas pessoas que formam grupos de conversação no bate-papo acaba excluindo outras pessoas que não fazem parte deste grupo: “[...] o uolK acho q fica muito limitado a quem usa o chat da UOL e como perdi a paciência com sala de bate papo...não consegui interagir lá limoitado ao bate-papo? de que forma? tenho a impressão q a rede de amigos é a mesma das salas são amigos quem frequenta as salas”.

7.11. COMPARANDO O UOL K E O ORKUT

Devido à grande semelhança entre o Orkut e o UOL K e pelo fato de o UOL K ter apresentado a proposta de ser a versão brasileira e inovadora do Orkut, torna-se inevitável a comparação entre os dois *sites*. Ao compará-los percebe-se uma certa ênfase em aspectos técnicos os quais ora revelam vantagens para o UOL K ora revelam vantagens para o Orkut. Este é considerado graficamente mais atraente, seu visual é mais apreciado. Há a opção de escrever, por exemplo, com letras coloridas, de acrescentar vídeos nos recados, de optar por enviar cartões de outros *sites* para os amigos. O UOL K apresentaria alguns obstáculos como o envio de recados que só é possível após digitar letras e números em campos para confirmação. Por outro lado, ele ofereceria maior facilidade para adicionar fotos além de avisar por meio de *e-mail* quando uma comunidade recebe um novo membro.

Outro diferencial seria uma certa ênfase na sexualidade no UOL K, ou melhor, uma maior tolerância com relação à expressão do desejo sexual, representada pela existência do UOL XXX. No Orkut, a questão sexual existe, mas há restrições impostas pelo *site*, como a proibição de postar fotos eróticas, ainda que muitos usuários burlem esta norma. Para Álvaro: “[...] mas uma diferença bem grande entre os dois, é que hoje no orkut n se pode ter fotos picantes pq eles tiram do ar, mas no geral vc conhece outras pessoas, conversa namora [...]”.

Esta ênfase na sexualidade veio também em forma de queixa, particularmente por parte das mulheres. Segundo elas, há constantes investidas por parte dos homens, o que chega a ser incômodo. Nas palavras de Adriana:

[...] net e uol xxx eu acho que devia ser proibido, essas pessoas se mostrando o tempo inteiro. Tem pessoas que não põe foto e coloca a foto de uma pimenta, eu muito curiosa cliquei em cima da foto, quase cai de costas. não pensei que fosse o que vi!!! Rsr sr rsr rrrrscuriosa né!!! [...] no orkut rola recadinhos e mensagens, nada de putaria como no msn e tb no uolk amigos e familiares, pagina feita pra família mesmo!!! comecei a achar as putarias agora no uolk.

Uma outra diferença está na quantidade de perfis *fake*. Parece que no UOL K há muito mais deste tipo de perfil do que no Orkut. Esta característica retiraria um pouco da veracidade das páginas, pois imagens e textos que não correspondem ao usuário podem denotar um desejo de querer se esconder, de não querer estabelecer relações autênticas. Segundo Ana: “[...] acho estranho, sem vida, naso é como o orkut e as pessoas parecem q não existem [...] parece q. muitos perfis são criados.”

Não obstante estas e outras diferenças de um modo geral os dois sites são muito parecidos no sentido de que têm o mesmo modelo de comunidades. Possuem ferramentas destinadas às mesmas funções de receber e enviar recados e mensagens, expor imagens, Nas palavras de Ágata: “tem o mesmo serviço: perfil, álbum de fotos, comunidades”.

7.12. SE FAZ USO DO UOL XXX

Questionados acerca do uso do UOL XXX, 14 dos 16 entrevistados responderam que não o fazem. As mulheres, particularmente, registraram seu desagrado devido às freqüentes investidas sexuais dos homens e criticaram o UOL XXX por seu caráter explicitamente sexual. Segundo elas não eram estes seus objetivos ao fazer contatos. De maneira geral, o UOL XXX não parece ser uma preferência dos entrevistados, dando a impressão de que a questão sexual está em segundo plano. Entre os homens percebe-se uma certa indiferença por esta parte do *site* enquanto entre as mulheres percebe-se uma repulsa. Um exemplo da liberalidade com relação ao tema é a afirmação de Aldo que conheceu o UOL K através de um primo: “eu tinha dito a ele (ao primo) q iria colocar fotos pelado no orkut ai ele disse q não podia mas no uolk podia ai eu fiz um pra mim”.

7.13. COMBINAÇÃO DE USO DO UOL K E OUTROS PROGRAMAS

A adição no UOL K de contatos iniciados no bate-papo foi afirmada por 7 dos 16 entrevistados. Três deles afirmaram não freqüentar as salas de bate-papo. Esta alta freqüência confirma a íntima relação entre o site e as salas de bate-papo. Onze entrevistados afirmaram já ter adicionado no MSN contatos iniciados no UOL K. Ao fazer isso, seus objetivos eram prolongar o contato através da interação em tempo real. No geral não parece haver resistências quanto a isso, mas alguns são mais criteriosos. Seria preciso conhecer as pessoas para poder adicioná-las no MSN.

Para Andréa a interação em tempo real oferecida pelo bate-papo é mais favorável à obtenção deste conhecimento, e o UOL K, por ser um *site* de relacionamentos baseado na comunicação assíncronica, não oferece isso: “[...] pq só adiciono no msn pessoas que realmente merecem minha confiança e no uolk não converso com as pessoas não sei quem são na sala é mais fácil saber quem é quem”. Nesta afirmação de Andréa fica claro a necessidade que alguns usuários têm de manter um contato dinâmico com o interlocutor e a troca instantânea de mensagens permitida pelas salas e pelo MSN é bem-vinda.

7.14. AVALIAÇÃO DOS CONTATOS FEITOS ATÉ ENTÃO

Dos entrevistados, 9 apresentaram em suas respostas conteúdos que demonstram uma avaliação positiva dos contatos realizados. Os termos mais freqüentes foram: “bom”, “muito bom”, “legal” e “muito legal”. Alan e Álvaro ressentem-se do fato de boa parte de seus contatos morarem em outros estados. Adriana chama atenção para as trocas afetivas que ocorrem através do envio e recebimento de recados, cartões e mensagens e que fazem bem à pessoa. Antônio ressalta que apesar de haver ótimos contatos no UOL K o fato de serem virtuais os torna insatisfatórios: “Antônio: creio q tem q ter aquele afeto, calor humano... rola aquela química... coisas do tipo”.

Observa-se que enquanto alguns desenvolvem uma intensa atividade no *site*, freqüentando diariamente e mantendo intensas relações com seus contatos, caracterizadas pela troca afetiva e apoio mútuo, outros fazem apenas contatos superficiais dando a impressão de “estar por estar” no *site*.

Dois entrevistados não avaliaram positivamente os contatos. Usaram expressões como “eu não gostei”, “sem valor”, e atribuíram isto aos perfis *fake*, à superficialidade dos contatos e à falta de relações mais estreitas com seus contatos. Alan destaca a dificuldade em passar para o face a face: “[os contatos] são ruins de se ter algo fora de lá [...] afinal eu quero conhecer meus amigos mas ao passo que eu vou muitos andam na contra-mão aos meus pensamentos [...] tipo relacionamento só virtual e eu sou mais que isso entende?”.

Um ponto que chamou a atenção neste quesito foi a abstinência de 5 entrevistados por não se sentirem em condições para avaliar suas experiências, o que sugere não terem interação suficiente com seus contatos. Esta falta de conhecimento lembra a crítica de alguns entrevistados acerca de usuários que estão no *site* mas não interagem, dando a impressão de que é suficiente estar cadastrado; talvez simplesmente para poder usar a foto no bate-papo, talvez por apenas terem respondido à publicidade do UOL, talvez por manterem perfis *fake*, talvez por sentirem satisfação com o “status de perfil lotado” ou por qualquer outro motivo.

À pergunta mais direta: “Você se sente satisfeito com os contatos feitos até então?” dez entrevistados responderam positivamente, cinco responderam negativamente e um se absteve.

8 A DISCUSSÃO

8.1. FAZENDO CONTATOS PELA INTERNET

A experiência de se cadastrar em um *site* de relacionamentos guarda muitas nuances. De maneira geral são contatos que se estabelecem à distância, que se baseiam na língua escrita, que são assíncronos, que exigem a exposição pública. De uma maneira mais específica são experiências individuais e como tal únicas, irrepetíveis, sendo que os olhares sobre o mesmo objeto podem divergir.

No UOL K, assim como em outros *sites* de relacionamento, a comunicação tem como base a escrita e é através dela que os usuários se dão a conhecer e conhecem o outro, podendo ainda contar com o uso de imagens para transmitir informações acerca de si. De acordo com os relatos obtidos, é possível perceber que o *site* tem duas funções básicas para seus usuários: conhecer pessoas novas e se comunicar com pessoas contactadas fora do *site*.

Os entrevistados costumam “conhecer” novas pessoas, travar novos contatos baseando-se apenas nas trocas ocorridas no ambiente virtual através de recados, mensagens, cartões entre outros. Outros o utilizam para manter contatos iniciados de outra forma, sendo freqüentemente originados no bate-papo do próprio UOL, apesar de terem havido relatos de pessoas que incluíram em sua página amigos da escola e parentes.

8.2. CONHECENDO NOVAS PESSOAS DEVIDO À AUTO-EXPOSIÇÃO

Apesar da possibilidade de travar relações com pessoas já conhecidas, observa-se uma tendência maior em conhecer novas pessoas. Este tipo de *site* pode ser comparado a um quadro de recados (DORNELES, 2005). Quem lá se cadastra precisa estar disposto a se expor, a divulgar informações pessoais e a publicar de uma certa forma seus relacionamentos. Através do envio e recebimento de recados, mensagens, cartões entre outros, através da lista de amigos e da lista de comunidades, através da(s) foto(s), o usuário sabe que pode estar sendo observado por milhões de pessoas.

Esta é uma das características deste tipo de *site*, a invasão do público pelo privado, contrariamente ao panóptico de Bentham no qual o privado era invadido pelo público. Bauman (1999; 2001) analisa a questão a partir de um olhar sociológico. Para ele (BAUMAN, 2001, p. 49) trata-se de um fenômeno da pós-modernidade: “Não é mais verdade que o ‘público’ tente colonizar o ‘privado’. O que se dá é o contrário: é o privado que coloniza o espaço público [...] o espaço público é onde se faz a confissão dos segredos e intimidades privadas.”

Os recados são expostos de forma que qualquer um pode olhar. A comunicação se dá aos olhos dos outros. Não é apropriada para a privacidade e o interessante parece estar justamente em ver os outros se comunicando, assim como em ser visto. Essa auto-exposição, essa revelação de dados pessoais, de certos aspectos da intimidade, de relacionamentos mais ou menos intensos, inevitavelmente, acaba levando, no UOL K, a novos contatos.

Conhecer novas pessoas tem sido uma das características da Internet enquanto um meio de comunicação de massa. Ela tem proporcionado um espaço para aumentar o grupo de pessoas com as quais o usuário pode se relacionar (FRANCE, 2002; SARAIVA e CABRAL, 2001). Seguidamente, *emails*, *chats* e *sites* de comunidades têm diversificado as formas de fazer contatos pela rede, cada um a sua maneira. Os *emails* costumam aproximar pessoas já conhecidas, os *chats* costumam favorecer novos contatos e os *sites* de comunidades, além de favorecer novos contatos, costumam mantê-los pois a relação não se extingue ao desligar o computador: caso seja da vontade dos usuários, ela pode se manter através da página pessoal,

assincronicamente, bastando para isso enviar o endereço para o interlocutor e aguardar até a próxima conexão.

Novos contatos iniciados pela rede têm a característica de inverter as coisas. Tradicionalmente o contato face a face precede o conhecimento da personalidade ou do “jeito” da pessoa. Na rede, como escreveu uma entrevistada, “a química é sempre pelo papo” (Aline, 40 anos, técnica em atividades judiciárias).

Deve-se notar que o objetivo de fazer novos contatos pode não ser explícito, mas está subentendido na própria decisão de se cadastrar no *site*. Ter uma página neste ambiente expõe a pessoa a diversos olhares, pois a rede é um lugar de trânsito intenso. Por mais que não se admita expressamente que se tenha o objetivo de fazer contatos novos isto fica subentendido devido à própria natureza do *site*. Como afirmou Ângela (49 anos, administradora): “[...] eu disse naum faço uso do uolk pra conhecer pessoas novas... pra mim ele serve pra add pessoas que eu jah conheço..... mas naum deixa de ser mais uma ferramenta pra que pessoas c encontrem...”.

Um aspecto que indica a tendência para se travar novos contatos no UOL K é o fato de que a maioria dos contatos lá realizados são de pessoas não conhecidas pessoalmente. Diferentemente do que ocorre no Orkut, no qual é muito freqüente adicionar parentes e amigos. No UOL K, ao contrário, foi muito comum a frase: “não conheço ninguém lá”, e , ao se comparar com o Orkut: “lá (no Orkut) estão pessoas que conheço, parentes e amigos”.

Outro aspecto a ser considerado é a possibilidade de integrar o perfil às salas de bate-papo. Esta conexão provavelmente favoreceria novos encontros pelo fato das salas serem espaços de trânsito contínuo de internautas.

8.3. A ÊNFASE NA LÍNGUA ESCRITA

A língua escrita assume um papel central na interação. Expressões ambivalentes, *emoticons*, *gifs* (animações) abreviaturas, termos próprios das conversas *online* entre outros, vão influenciar os rumos da interação (MARCELO, 2001; NICOLACI-DA-COSTA, 1998; ZACHARIAS, 2005; SILVA, 2005). Os entrevistados

tendem a ver a escrita como uma facilitadora das relações pela rede. Ela deixaria as pessoas mais à vontade para falar de si e para se expor.

Neste falar de si, ou melhor, escrever sobre si, está incluído um processo de subjetivação que se baseia na construção pessoal através da reflexão, da organização de idéias acerca do que se é, de gostos e preferências, de visões do mundo, de ser ou não ser. Neste exercício, a escrita para o outro acaba sendo também uma escrita para si mesmo, nem tanto para se conhecer ou para se compreender, mas para se construir.

Na comunicação assíncrona, que é o caso do UOL K, a pessoa tem ainda mais tempo do que na síncrona ou no contato face a face para selecionar o que transmitir, e isto é visto positivamente pelos entrevistados (WALTHER, 1996), além de simplificar e agilizar a comunicação: “[...] pra ganhar tempo e tb preguiça, eu por exemplo teclar devagar e muito mal, abreviar ajuda” (Andréa, 40 anos, produtora musical).

8.4. O ANONIMATO

A ênfase na escrita, por outro lado, pode favorecer o anonimato. A pessoa pode forjar uma imagem de si que considere mais atraente ao interlocutor (WALTHER, 1996; MARTINS, 2002), o que tende a não ser visto “com bons olhos” pelos usuários. Entretanto, observe-se que este seria um risco não da escrita em si, mas da comunicação à distância que favorece o anonimato.

Há bastante preocupação com o anonimato, sendo interessante notar que nenhum dos entrevistados assumiu utilizá-lo para forjar uma imagem irreal de si, de forma que esta preocupação está sempre voltada para o outro. Chama atenção o receio de se decepcionar, o que leva à pergunta: se, conforme os resultados, não há o costume de partir para o face a face seja por morarem longe seja por não haver intenção de conhecer pessoalmente, por que então este cuidado?

Trata-se de uma contradição que se observa nas entrelinhas já que nenhum dos entrevistados tocou no assunto. E esta contradição aponta para a visão de que a “vida *online*” não está desprendida da “vida *offline*”. A internet não deve ser vista como um mundo à parte (WELLMAN, 2004).

Os entrevistados vivem suas relações na rede como sendo reais; eles não consideram que o fato de estarem utilizando a tecnologia informática para se comunicar significa que seus contatos serão fictícios; assim, mesmo *online*, eles se preocupam com a decepção, pois a decepção que o anonimato ajudaria a causar se fossem encontrar pessoalmente, também poderia ocorrer no próprio ambiente da rede, e seria real como seus relacionamentos na rede são reais. Como afirmou Amanda (50 anos, auxiliar de enfermagem): “[...] é que quando a pessoa não é aquilo que aparenta; fica todo enrolado ai se percebe automaticamente!”.

8.5. CONCEPÇÕES DE REAL E DE VIRTUAL

Ainda que eles considerem suas experiências profundamente reais, costumam usar os termos “virtual” e “real” para designar os mundos *online* e *offline*. Assim, é chamado de virtual o que acontece na rede e é chamado de real o que acontece fora dela. Estas expressões são usadas mesmo que não se perceba o virtual como ficção e sim como uma experiência verídica. O estatuto de real, porém, é atribuído ao toque, ao olho no olho, ou seja, ao *offline*.

Neste sentido, é interessante a distinção feita entre amizade e namoro com relação ao virtual. A amizade é vista como algo perfeitamente possível, e algumas são vividas intensamente, mas o namoro seria inviável por este meio. O contato físico justificaria essa posição. Os usuários acabam se reportando ao mundo *offline* devido ao fato de que, nele, o namoro inclui o contato físico de uma maneira muito mais intensa do que a amizade. Segundo Andréa: “Namoro nunca tive, mas grandes e eternas amizades”.

8.6. “ESTAR ONLINE”: A COMUNICAÇÃO COMO META

As experiências dos usuários giram em torno do “estar *online*”, entendido enquanto a disposição de possuir um perfil cadastrado e de, mesmo não estando conectado, estar disponível para o contato. A partir dos *sites* de comunidades, a noção de estar *online* pôde ser relativizada pois, mesmo não estando conectada, a pessoa está no ambiente virtual, ela tem um lugar lá, a sua página pessoal.

No tempo em que o *email* era a principal forma de comunicação assíncronica isto não acontecia, a pessoa, ao encerrar a conexão, ausentava-se da rede, com os *chats* acontecia o mesmo, mas com o advento deste tipo de *site* a pessoa, através de sua página pessoal, põe-se à disposição e dá-se a conhecer sem estar conectada. De uma certa forma, portanto, ela continua se relacionando. E quando acessa a sua página e envia seus recados, ela está se relacionando com as pessoas ainda que estas não estejam conectadas naquele momento.

Estar *online* pode ser vivido radicalmente por algumas pessoas. Há, por exemplo, pessoas que estão conectadas 24 horas por dia ao MSN, ainda que não estejam na frente do computador todo esse tempo. Outras interconectam MSN e celular para receber mensagens.

Parece ser preciso estar em contato. Comunicar-se é preciso. Ainda que as trocas ocorridas nestes *sites* estejam em geral baseadas nas identificações mútuas, nos interesses comuns, na formação de laços afetivos, a comunicação pode se tornar “a própria meta”, conforme Castells (2006).

Rheingold (1996), da mesma forma, afirma que na vida *online* as pessoas utilizam o computador como uma forma de estar em contato, de se comunicar. Para ele, algumas pessoas não objetivam fazer negócios ou estudar e sim estar em contato umas com as outras, dedicando algumas horas do seu dia e, em alguns casos, muitas horas, para se comunicar com quem está longe ou mesmo perto e assim saber de suas vidas, compartilhar suas experiências, pedir conselhos, solicitar ajuda para resolver problemas, entre outros.

Tem-se, muitas vezes, a impressão de que não há nenhuma necessidade de enviar recados, mas envia-se pela simples necessidade de se comunicar num verdadeiro exercício de sociabilidade.

No UOL K há aqueles usuários que possuem em suas páginas várias centenas de amigos, boa parte dos quais eles jamais contactam. É o que Aline, num tom aborrecido, chama de “*status* de perfil lotado”. Ter o perfil lotado de amigos pode dar a impressão de que o dono é uma pessoa popular, querida, requisitada, e por mais que não seja essa sua realidade, é esta a imagem que a pessoa que acessar o perfil terá. Segundo a entrevistada, isto causa a sensação de que o usuário “está não estando”. Esta expressão é particularmente interessante, pois indica que este tipo de usuário não se comunica com frequência, não “dá sinal de vida”, passando a idéia de que o mais importante é a quantidade de contatos do que a qualidade.

Semelhante a ele é o *fake*, o qual inventa totalmente uma página (perfil e imagens), o que já daria a impressão de que não está disposto a se relacionar abertamente com as pessoas do *site*. A mentira sugerida pelos perfis *fake* não é bem-vinda, pois as experiências *online* podem ser intensas e genuínas, conforme os entrevistados.

É possível fazer trocas afetivas significativas, criar laços, dar e receber apoio emocional. Como no caso de Adriana (51 anos, costureira) que afirma estar apaixonada por um usuário do UOL K e estar sofrendo com sua indiferença: “[...] eu mesmo estou apaixonada por uma pessoa que estou conversando a algum tempo [...] mando mensagens na página dele, mas ele não responde!”.

As experiências afetivas são em geral alimentadas através do envio e recebimento de recados, mensagens e cartões. Observa-se nestes uma intensa demonstração de afeto que resulta na “elevação da auto-estima”, no sentimento de bem-estar e de ser querido. Como escreve Perez (2007, p. 20):

O espaço virtual tem o poder de aproximar pessoas, apesar de se encontrarem geograficamente distantes. Essa aproximação parece legitimada a partir da troca de conversas, nas quais os internautas expõem afinidades, trocam elogios, sonham com o par ideal, fantasiam, intermediam sexo, suspiram ao pensar na idealização construída e ainda obtém disso uma atividade considerada prazerosa e de lazer.

Parece ser prazeroso estar *online*. Manter uma convivência com pessoas que costumam estar longe, como é a tendência observada no UOL K, revela uma disposição de habitar estes espaços virtuais e vivenciá-los e se relacionar neles com quem é “conhecido” apenas de uma certa forma.

Segundo Ramalho (2005, p. 84), citando Gonçalves:

[...] os usuários da Internet podem usar o ciberespaço de duas formas. A primeira delas é a utilização do ciberespaço como um meio de estabelecer relacionamentos “reais”. Em outras palavras, o objetivo é do usuário é conhecer alguém na Internet para, posteriormente, ter um encontro face-a-face com ele. Já a segunda seria utilizar o ciberespaço como um espaço no qual os relacionamentos se iniciariam e se manteriam. Neste caso o usuário não teria nenhum objetivo de tornar tais relacionamentos “reais”.

8.7. CONVIVENDO EM COMUNIDADES

Bauman (2001), analisando a questão das comunidades na atualidade, entende-as como uma reação ao individualismo do capitalismo selvagem. Ele afirma: “Em termos sociológicos, o comunitarismo é uma reação esperável à acelerada ‘liquefação’ da vida moderna” (BAUMAN, 2001, p. 195).

Autores trataram da questão das comunidades nos *sites*, como Rheingold (1996); Marcelo (2001) e Silva (2005), e as experiências relatadas pelos entrevistados confirmam o costume de se afiliar a elas. Os resultados obtidos demonstram esta tendência em 13 dos 16 entrevistados. Elas são uma forma de se reunir ao redor de um tema de interesse, de alguma característica comum (WELLMAN e GULIA, 1999). Conforme Araújo (2005), os membros prescindem da presença física para se estabelecer como grupo.

Os relatos confirmam também a necessidade de se identificar com o tema da comunidade, sendo o título um detalhe importante. Ocorre ainda que o usuário se identifica com a comunidade, filia-se e acaba sendo identificado pelos outros usuários que acessam seu perfil, pois o pertencimento a um determinado grupo demonstraria algo da personalidade da pessoa. Mas a oportunidade de dispor de um espaço para se

expressar parece ser vista com especial importância. Nas comunidades é possível expressar opiniões sobre temas propostos pelos membros, os chamados tópicos, criando uma lista de discussões ou fóruns, a qual alimenta a vida comunitária.

Segundo Dorneles (2005) os *sites* de comunidades constituem a terceira forma de sociabilidade, depois da mais tradicional, ocorrida face a face e da que ocorre através da rede em tempo real. Com o surgimento da Internet a base dos contatos eram os *emails*, os quais são uma forma de comunicação assíncronica e particular. Depois vieram os *chats* que são uma forma de comunicação síncronica que pode ser pública ou particular e, mais recentemente, surgiram os *sites* de comunidades que são assíncronicos e públicos. Segundo Dorneles (2005), a novidade destes últimos com relação aos *emails*, além de terem um caráter público, é justamente a formação de comunidades.

8.8. A FOTO COMO ELO ENTRE O SÍNCRÔNICO E O ASSÍNCRÔNICO

Um dos diferenciais do UOL K é a possibilidade de misturar as comunicações síncronica (*chat*) e assíncronica (do *site* de relacionamentos). Isto acontece devido à ligação entre o *site* e as salas de bate-papo do UOL. Como visto anteriormente, caso o usuário opte por adentrar as salas de bate-papo com sua foto da página pessoal, esta foto lá estará disposta como um *link* que, uma vez clicado, direciona para sua página, possibilitando ao seu interlocutor acessar as informações do seu perfil. É o que a entrevistada Ângela chama de “kit-UOL”.

Segundo se percebeu, o uso da foto é interessante por dinamizar a interação ocorrida no bate-papo. Ela já é por si só uma novidade, pois possibilita ao interlocutor ter logo uma idéia de como é o outro fisicamente, sem ter que passar para o passo seguinte, o MSN, para ter acesso a uma imagem da pessoa. Como afirmou Álvaro (23 anos, analista de sistemas): “[...] sem a utilização da foto, tem todo um processo de auto-descrição física, de imediato algumas pessoas aceitam essas descrições e outras não aceitam, quando se usa a foto, a outra pessoa já tá vendo o q é realmente quem está com ela”.

Com o “kit-UOL” os usuários ficam consultando a página do interlocutor da sala, verificando seus dados, perfil, imagens etc. Eles podem transitar entre os dois ambientes, assim como fazer perguntas acerca das informações encontradas na consulta. O acesso à página facilita também a preservação do novo contato, pois ele pode adicioná-lo ao seu perfil e esperar que o outro o aceite, caso deseje prolongar o contato iniciado na sala. Esta possibilidade, inclusive, pode funcionar como mais um atrativo para passar da sala de bate-papo ao MSN, o que também aumenta a probabilidade de haver um novo contato futuramente.

8.9. A ÊNFASE NA SEXUALIDADE

De acordo com várias entrevistadas são muito comuns as investidas sexuais por parte dos homens. Elas em geral relatavam se sentir incomodadas diante de usuários que demonstravam estar apenas interessados em sexo enquanto elas não estavam. Tentando entender este aspecto, não é difícil lembrar do UOL XXX, a parte do *site* voltada ao erotismo na qual encontra-se um apelo sexual explícito. Contrariamente ao Orkut, que nos álbuns de fotos possui a opção “comunique abuso” referente a este tipo de conteúdo, nesta parte do UOL K praticamente não há restrições quanto ao conteúdo erótico de textos e imagens, o que o torna um diferencial com relação a outros *sites* do tipo.

A pergunta que se faz, portanto, é: estaria o UOL XXX relacionado a estas freqüentes investidas sexuais relatadas pelas entrevistadas no sentido de que a sua existência seria uma espécie de estímulo para os homens tratarem mais freqüentemente do sexo nos contatos?

Seja como for, um aspecto chama a atenção. Ao analisar mais detidamente a questão percebe-se que as usuárias que destacaram este incômodo são em geral assíduas freqüentadoras do UOL K. Esta constatação leva a pensar que o incômodo não é tal ao ponto das usuárias resolverem cometer UOL Kcídio²³. Mesmo

²³ UOL Kcídio é o nome dado ao ato de apagar o próprio UOL K, dando fim às relações de amizade e paquera. No site, quando algum usuário comete UOL Kcídio, em lugar de seu perfil encontramos o seguinte conteúdo:

incomodadas, elas permanecem freqüentando, podendo-se questionar: ser freqüentemente cantada seria para elas algo totalmente indesejável? Até que ponto a situação realmente incomoda? Sustentar esta situação não seria uma forma de se sentir sexualmente desejada?

Vale lembrar, entretanto, que uma resposta afirmativa a estas perguntas não significa que as usuárias estejam dispostas a marcar encontros sexuais *offline*, pois, conforme já foi discutido, a maioria dos usuários restringe suas interações ao *site*, sendo interessante para eles “estar *online*”. Viver esta situação para elas faria parte deste “estar”. Mesmo que a passagem para o *offline* fosse improvável em muitos casos, haveria uma espécie de gratificação em “sofrer” freqüentes investidas. Ainda que o discurso explícito aponte para uma reprovação desta atitude masculina, a ação aponta para uma persistência que parece ignorar tal atitude. Talvez haja outros fatores que compensem esta situação, como as trocas afetivas, as outras amizades entre outros, o que as impediria de encerrar suas participações no *site*, se assim for, isto sugere que a ênfase na sexualidade seja algo ao mesmo tempo incômodo e suportável.

8.10. A RELATIVIZAÇÃO CONSTANTE DAS EXPERIÊNCIAS

O usuário do UOL K está a todo momento tendo a necessidade de relativizar alguns aspectos de suas experiências. Nem tudo está delimitado, definido. Estar longe é ao mesmo tempo estar perto pois a rede permitiu aproximar pessoas dos mais variados lugares do planeta. Para enviar uma mensagem a alguém não precisa mais esperar semanas até que ela chegue ao destinatário, um recado pode estar na página do usuário em apenas alguns segundos. Alguns usuários se referiram à “maravilhosa”



“O dono desta página saiu do UOL K. Você conhece ele? Chame-o de volta agora! Estamos sentindo muita falta dele. Não só nós, mas todos os amigos, paqueras e fãs.

O UOL Adverte:

Cometer UOL Kcídio é extremamente PREJUDICIAL às relações sociais.

possibilidade de entrar em contato com várias culturas, conhecer pessoas diferentes de realidades diferentes.

Estar *online* significa estar conectado em tempo real ou simplesmente estar cadastrado, disponível para visitas e recebimento de comunicações. Estar *online*, portanto, significa também estar disponível para o contato através de sua página pessoal.

O privado se torna público, pois as pessoas estão a todo momento revelando fatos, sentimentos e pensamentos íntimos os quais são observados por quem quiser.

O real é virtual e o virtual é real. Os usuários tendem a se referir ao real como sendo o mundo *offline*, porém a todo momento deixam claro que o que vivenciam no virtual é também real.

O usuário pode ir e vir entre espaços sincrônicos (bate-papo) e assíncrônicos (UOL K) através do recurso oferecido pelo uso da foto enquanto um *link*. E ainda, se por um lado a rede oferece diversas possibilidades para aqueles que desejam encontrar alguém para se envolver amorosamente devido ao grande número de pessoas conectadas, por outro esta imensa diversidade pode ser uma faca de dois gumes: o grande número de opções poderia facilitar que o pretenso parceiro desenvolvesse novos interesses. Nas palavras de Ângela: “[...] o fato da net facilitar contato entre as pessoas.....tb nos traz a insegurança [...] nao precisa mais pular a cerca, pelo menos não naquela hora e sim no dia seguinte...eh a facilidade a disponibilidade que acaba atrapalhando.rsrs”.

Enfim, a relativização das experiências dos usuários indica que manter relações *online* significa que, além de ter que lidar com a diversidade, o usuário precisa aprender que nem tudo está devidamente separado, definido ou guardado em suas respectivas gavetas. Em vez disso, há o imprevisto, o contraditório, o sim e o não convivendo pacificamente sem que se precise fazer uma ruptura. Nas palavras de Perez (2007, p. 22): “[...] a experiência de encontros virtuais possui um caráter difuso, uma vez que abre margens para controvérsias e polêmicas”.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As experiências dos usuários do UOL K são variadas, ainda que em alguns momentos sejam semelhantes, dando a impressão de que há pontos em comum que caracterizam a vivência *online* neste tipo de *site*. Atualmente, e com o surgimento do Orkut, há uma crescente popularização destes ambientes virtuais, atraindo milhões de pessoas em todo o mundo. Mas não é suficiente identificar esta tendência ou desenvolver críticas acerca dos significados que ela possui em suas relações com o momento histórico que estamos vivendo, o da pós-modernidade. É preciso descrevê-la. Já se sabe que um número cada vez maior de pessoas tem se cadastrado nestes ambientes, mas como estão sendo estas experiências? O que os usuários têm a “dizer” sobre elas?

Foi este o objetivo que norteou o trabalho, ou seja, descrever e refletir acerca da experiência de se cadastrar num *site* de relacionamentos para se relacionar, baseando-se nos relatos dos próprios usuários.

Os aspectos mais importantes destacados pela análise dos resultados demonstram que o *site* possibilita tanto fazer novos contatos quanto manter contatos feitos anteriormente, há uma maior tendência a fazer novos contatos, a língua escrita é utilizada tanto para se comunicar como para refletir acerca de si mesmo, o anonimato é favorecido pela comunicação à distância e causa receio de se decepcionar com o outro, as experiências são vistas como reais mesmo ocorrendo num ambiente virtual, “estar *online*” pode ser prazeroso e não significa desprender-se do mundo *offline*, a afiliação às comunidades é freqüente e tem como base objetivos comuns, o uso da foto é, graças aos recursos do *site*, um elo entre a comunicação sincrônica (bate-papo) e a comunicação assíncrônica (UOL K), há uma ênfase na sexualidade e os usuários se vêem na necessidade constante de rever e relativizar conceitos como próximo e

distante, público e privado, estar ou não *online* etc. Se for possível, entretanto, destacar dentre estes alguns pontos, estes seriam três:

- 1. A tendência a fazer novos contatos**, particularmente no que se refere à auto-exposição: ter uma página neste *site* possibilita estar à disposição de olhos desconhecidos (ou conhecidos). A pessoa se deixa conhecer mesmo quando não está *online*, seus dados estão à mostra e isto pode freqüentemente resultar em novos contatos;
- 2. A integração entre as comunicações sincrônica e assincrônica através da foto**, a qual põe lado a lado dois tipos diferentes de interação através da rede, possibilitando dinamizar a experiência de conhecer novas pessoas; um contato que é iniciado numa sala de bate-papo pode ser incrementada pela visita à página do interlocutor, o que favorece a obtenção de mais informações sobre ele sem que se necessite fazer uso de outros programas síncronicos como o MSN; a página, aliás, pode se tornar uma forma de manter o vínculo após a conversa no bate-papo caso os interlocutores adicionem os endereços;
- 3. E, principalmente, o prazer de “estar *online*”**: não tendo o hábito de marcar encontros face a face, os usuários são capazes de se relacionar virtualmente de forma genuína, trocar afetos, formar vínculos e manter relações *online* nas quais o comunicar-se encontra seu sentido em si mesmo, podendo não haver outro objetivo a não ser o de manter contato. Na expressão usada por Castells (2006, p. 443), a comunicação se torna “a própria meta”. É prazeroso se comunicar por se comunicar, mandar recados sem que haja uma necessidade maior do que a própria necessidade de se comunicar. Trata-se de uma espécie de exercício da sociabilidade. Relacionar-se é preciso, mesmo que seja apenas para deixar um recado de “bom final de semana”, ou uma mensagem bonita, ou um simples “olá”.

Para se chegar aos resultados tendo como base a metodologia da pesquisa qualitativa, foi importante a utilização do Método de Explicitação do Discurso Subjacente (1998; 2004a; 2004c; 2007) como uma alternativa para a compreensão do discurso dos entrevistados. O movimento de ida e volta da análise interparticipantes para a análise intraparticipantes e depois novamente para a interparticipantes, possibilitou uma maior clareza dos dados, assim como a identificação de conteúdos não explicitamente expostos pelos entrevistados, mas que constituíam aspectos importantes para se compreender os significados de suas experiências.

Algumas vezes, estes conteúdos se referem a certos posicionamentos do usuário os quais estão relacionados a fatores que ele mesmo não percebe, como no caso daqueles que afirmaram não ter o objetivo de conhecer novas pessoas, desprezando o fato de que a auto-exposição natural destes *sites* tende, inevitavelmente, à formação de contatos com pessoas desconhecidas; ou o caso das usuárias que reclamavam do constante apelo sexual o qual, entretanto, não as impedia de ser freqüentadoras assíduas do UOL K; ou, ainda, o fato de alguns usuários afirmarem não ter o objetivo de partir para o encontro face a face, sem, no entanto, deixarem de demonstrar preocupação com uma possível decepção causada pelo anonimato.

No decorrer das entrevistas pôde-se perceber a necessidade de criar um vínculo com a pessoa. Ela precisa sentir que vale a pena compartilhar algo de suas experiências. Para ser um interlocutor do entrevistado é preciso criar um clima de confiança. Mais de uma vez, por exemplo, houve dificuldade em conseguir a permissão formal para participar da pesquisa. O entrevistado resistia em receber o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Ele talvez tivesse receio de ser vítima de algum golpe como tantos que acontecem pela Internet. Mesmo informado da ética em pesquisa, do sigilo e da seriedade da mesma, ele demonstrava muita indisposição. Mas nas vezes em que o TCLE era solicitado após algum tempo de conversa descontraída cujo objetivo era formar um vínculo positivo sempre o entrevistado concordava sem demonstrar desconfiança nem oferecer resistência.

Por fim, vale ressaltar duas coisas:

Primeiramente, os resultados aqui discutidos não pretendem ser universais. Em vez disso, eles propõem uma forma de compreender um fenômeno atual de grande complexidade, motivo pelo qual é necessário entender melhor suas implicações para a vida em sociedade, particularmente para as vidas daqueles que estão em contato direto com as transformações geradas pelo uso da Internet. Em segundo lugar, assim como os resultados não pretendem ser universais, eles não pretendem ser conclusivos, o que implica na necessidade de se fazer mais estudos sobre o assunto, enriquecendo as contribuições dadas pela pesquisa acerca da relação entre a tecnologia informática e os relacionamentos humanos.

10 REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Yara Rondon Guasque. **Telepresença: interação e interfaces**. São Paulo: EDUC,/Fapesp, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BOGO, Kellen Cristina (2000). **A história da Internet: como tudo começou**. Disponível em: www.kplus.cosmo.com.br. Acesso em: 12 nov. 2006.

CARVALHO, Paulo Sérgio de. **Interação entre humanos e computadores: uma introdução**. São Paulo: EDUC, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia Internet: reflexões sobre Internet, negócios e sociedade**. Lisboa, 2004.

_____. **A sociedade em rede**. 9 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Indicadores**. Disponível em: www.cg.org.br. Acesso em: 17 nov. 2006.

DIAS, Ana Cristina Garcia e DE LA TAILLE, Yves. As salas de bate papo na Internet são um novo espaço para o compartilhamento da intimidade?. In: MALUF, Maria Regina. **Psicologia educacional**: questões contemporâneas. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2004. p. 187-219.

DORNELLES, Jonatas. O Orkut e a terceira forma de sociabilidade. **Ciências sociais Unisinos**, Rio Grande do Sul, 41(3), p.163-171, set/dez 2005. Disponível em: <http://www.megabaitche.hpg.ig.com.br/orkut.htm>. Acesso em: 22 mar. 2007.

FERRARI, Antônio Martins. **Telecomunicações**: evolução e revolução, 9 ed. São Paulo: Érica, 2005.

FRANCE, Louise. **Love at first site**. Observer Magazine, 30 jun 2002. Disponível em: <http://observer.guardian.co.uk/magazine/story/0,,746525,00.html>. Acesso em: 5 jun. 2007.

GEERTZ, Clifford. **O saber local**: novos ensaios em antropologia interpretativa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Unesp, 1993.

HAMPTON, K. e WELLMAN, B. **Neighboring in Netville**: how the internet supports community and social capital in a wired suburb. City and Community, 2003. Disponível: http://www.chass.toronto.edu/~wellman/publications/neighboring/neighboring_netville.pdf. Acesso em: 20 set. 2007.

HARMANN, Fernanda Passarelli e SOUZA, Solange Jobim. Os jovens e o *Orkut*: considerações sobre a criação de jogos de linguagem e de identidade em rede. In: NICOLACI-DA COSTA, Ana Maria (org.). **Cabeças digitais**: o cotidiano na era da informação. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, São Paulo, Loyola, 2006. p. 107-130.

IBÁÑEZ, Tomas. La construccion del conocimiento desde uma perspectiva socioconstruccionista. In: MONTERO, Marilza (coord.). **Conocimiento, realidad e ideologia**, fasc. 6, AVEPSO, Caracas, 1994, p. 39-48.

IBOPE. **Internautas brasileiros quebram novo recorde no uso da rede**, ago. 2007. Disponível: <http://www.ibope.com.br>. Acesso em: 25 ago. 2007.

IBOPE. **Internet brasileira atinge novos e maiores patamares em março**. 25 abr. 2008. Disponível em <http://www.ibope.com.br>. Acesso em: 17 mai. 2008.

JUNGBLUT, Airton Luiz. **Exercícios identitários no ciberespaço brasileiro: o caso dos chats evangélicos**. In: DUARTE, M. B. B. e MEDEIROS, J. L. (orgs.). Mosaico de identidades. Curitiba: Juruá, 2004. p. 15-30.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LUCCIO, Flavia Di e NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Escritores de blogs: interagindo com os leitores ou apenas ouvindo ecos?. **Psicologia: ciência e pesquisa**, Brasília, v. 27, dez. 2007, p. 664-679. Disponível: <http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo>. Acesso em: 24 fev. 2008.

MAIORINO, Fabiana Tavoraro. **Análise do contrato intersubjetivo em chats de encontros e sexo**. 2002. 112f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2002.

_____. A subjetividade na era dos *chats*. In ZACHARIAS, Juliana (org.). **Psicologia e informática: desenvolvimentos e progressos**. São Paulo: Casa do psicólogo, 2005. p. 41-60.

MARCELO, Ana Sofia. **Internet e novas formas de sociabilidade**, 2001. Disponível em: bocc.ubi.pt/pag/marcelo-ana-sofia-internet-sociabilidade.pdf. Acesso em: 26 jan. de 2008.

MARTINS, João Batista (org.). **Temas em análise em análise institucional e em construcionismo social**. Curitiba: Fundação Araucária, 2002.

MATTAR NETO, João Augusto. **Metodologia científica na era da informática**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

MILLENIUM DEVELOPMENT GOALS INDICATORS. Disponível em: <http://mdgs.un.org/unsd/mdg/>. Acesso em: 17 nov. 2006.

NEVES, José Luis. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de pesquisas em administração**, São Paulo, vol. 1, n. 3, p.1-5, 2º sem., 1996.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria, LEITÃO, Carla Faria; ROMÃO-DIAS, Daniela. **Como conhecer usuários através do Método de Explicitação do Discurso Subjacente (MEDS)**. In: VI Simpósio Brasileiro sobre Fatores Humanos em Sistemas Computacionais, IHC, 2004, Curitiba. Disponível em: www.decom.ufop.br/prof/elton/CIC361/meds.pdf. Acesso em: 11 set. 2007.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. **Na malha da rede**: os impactos íntimos da Internet. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

_____. Revoluções tecnológicas e transformações subjetivas. **Psicologia: teoria e pesquisa**. Brasília, v. 18, n. 2, 2002. Disponível: <http://www.scielo.br>. Acesso em: 16 mar. 2006.

_____. A passagem interna da modernidade para a pós-modernidade. **Psicologia: ciência e pesquisa**, Brasília, v. 24, no.1, p.82-93, 2004a. Disponível em: <http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo>. Acesso em: 16 jan. 2008.

_____. Impactos psicológicos do uso de celulares: uma pesquisa exploratória com jovens brasileiros. **Psicologia: teoria e pesquisa**, v. 20, n. 2, pp. 165-174, mai/ago 2004b. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo>. Acesso em 23 abr. 2006.

_____. Internet e subjetividade: a emergência de uma nova "configuração psíquica". In **Psicologia e informática**: desenvolvimentos e progressos. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2005a.

_____. Primeiros contornos de uma nova "configuração psíquica". **Caderno CEDES**, Campinas, v. 25,n. 65, 2005b. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo>. Acesso em: 30 mar. 2006.

_____. Sociabilidade virtual: separando o joio do trigo. **Psicologia Social**. Porto Alegre, v. 17, n. 2, 2005c. Disponível em: <http://www.scielo.br/sciel>. Acesso em: 26 abr. 2006.

NICOLA-DA-COSTA, Ana Maria. O campo da pesquisa qualitativa e o Método de Explicitação do Discurso Subjacente (MEDS). **Psicologia: reflexão e crítica**, Porto Alegre, v. 20, n. 1, p. 65-73, 2007. Disponível: <http://www.scielo.br/scielo>. Acesso em: 16 fev. 2008.

NOGUEIRA, Marcos. Orkut: como entender esse fenômeno? **Super interessante**, São Paulo, p. 80-87, set. 2004.

PEREZ, Sílvia Raquel Santos de Moraes. Te “vejo” na Internet! Reflexões sobre os laços humanos na contemporaneidade. **Revista Técnica IPEP**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 17-24, jan/jun, 2007. Disponível em: http://www.ipep.edu.br/portal/publicacoes/revista/rev07_01/art2_tevejo.pdf. Acesso em: 25 set. 2007.

PRADO, Oliver Zancul e HONORATO, Eduardo. Alguns usos patológicos do computador: o uso patológico de Internet. In SAYEG, Elisa (org.). **Psicologia e informática: interfaces e desafios**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2000. p. 141-161.

PRANGE, A. P. L. Da literatura aos *blogs*: um passeio pelo território da escrita de si. **Psicologia: ciência e profissão**, Brasília, v.27, n.4, dez. 2007. Disponível em: <http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo>. Acesso em: 21 mar. 2008.

RAMALHO, Erika Falcão. **Par perfeito**: um novo espaço virtual para a procura de parceiros amorosos. 2005. 104f. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br>. Acesso em: 21 mai. 2007.

RHEINGOLD, Howard. **A comunidade virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996.

RODRIGUES, Sandra. **Interações no Ciberespaço**: traços de um imaginário. 2006. Disponível em: <http://www.2020online.com.br/sandra/artigos.html>. Acesso em 8 set. 2007.

SARAIVA, Luana Negrelly e CABRAL, Adilson. A Internet que nos protege. **Ciberlegenda**, n. 4, 2001. Disponível em: <http://www.uff.br/mestcii/adilson1.htm>. Acesso em 12 jan. 2007.

SAYEG, Elisa. **Psicologia e informática**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2000.

SEIDMAN, I. **Interviewing as qualitative research**: a guide for researchers in education and the social sciences, 2 ed. New York: Teachers College Press, 1998.

SILVA, Adelina. Mundos reais, mundos virtuais: os jovens nas salas de *chat*. **Textos de la CiberSociedad**, n. 6. fev. 2005. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-adelina-mundos-reais-mundos-virtuais.pdf>. Acesso em 23 mai. 2007.

SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2006a.

SILVA, Cristiane Moreira da. Intimidade *on line*: outras faces do diário íntimo na Contemporaneidade, **IFCH/UFF**, Rio de Janeiro, 2006b. Disponível em: www.slab.uff.br/dissertacoes/2006/Cristiane_Moreira.pdf. Acesso em 25 jan. 2008.

SILVEIRA, Marcelo D. Prates da. Efeitos da globalização e da sociedade em rede via Internet na formação de identidades contemporâneas. **Psicologia: ciência e profissão**, Brasília, v. 24, n.4, p. 42-45, dez. 2004. Disponível em: <http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo>. Acesso 26 set. 2007.

SPINK, Mary Jane. **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano**: aproximações teóricas e metodológicas. 3 ed. São Paulo: Cortez, 2004.

TURATO, Egberto Ribeiro. **Tratado da metodologia da pesquisa clínico-qualitativa**. Petrópolis/Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

WALTHER, J. B. Compute mediated communication: impessoal, interpessoal, and hyperpersonal interaction. **Communication Research**, 23, 1996. Disponível em: http://campus.emp.paed.uni-muenchen.de/sw_vhb/edid/content/data/ressourcen/literature/walther1996.html. Acesso em: 5 jun. 2007.

WELLMAN, Barry e GULIA, Milena. **Net surfers don't ride alone: virtual communities as communities**, 1999 Disponível em: <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/netsurfers/netsurfers.pdf>. Acesso em: 14 set. 2007.

WELLMAN, Barry. **Connecting community: on-and offline**, 2004. Disponível em: <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/index.html>. Acesso em 14 set. 2007.

WELLMAN, Barry e BOASE, Jeffrey. **Personal relationships: on and off the Internet**. Jul 2004. Disponível em: <http://citeseer.ist.psu.edu/695110.html>. Acesso em: 26 set. 2007.

WERTHEIM, Margaret. **Uma história do espaço: de Dante à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

ZACHARIAS, Juliana. Serviços de orientação psicológica mediados por computador desenvolvidos pelo NPPI – Núcleo de Pesquisas da Psicologia em Informática da PUC-SP. In ZACHARIAS, Juliana (org.). **Psicologia e informática: desenvolvimentos e progressos**. São Paulo: Casa do psicólogo, 2005. p. 91-132.

ZACHARIAS, José Jorge M. O processo de construção de questionários *on-line* para pré-seleção de profissionais: utilização, praticidade e limites de questionários on-line. In ZACHARIAS, Juliana (org.). **Psicologia e informática: desenvolvimentos e progressos**. São Paulo: Casa do psicólogo, 2005. p. 225-243.