

Conectibilidade e geografia em sites de rede social: um olhar sobre as relações entre território e identidade e a permeabilidade on-line/off-line a partir do Orkut¹

Suely Fragoso²

Resumo: Sistemas e ambientes multiusuário de comunicação *on-line* facilitaram enormemente a comunicação em tempo real a distância, de modo que o espaço físico e as localizações geográficas parecem ter se tornado irrelevantes. No entanto, a permanência dos referentes territoriais é evidente em muitas interações *on-line*. A pesquisa aqui relatada procurou descrever e discutir o caso das representações de lugares *off-line* em ambientes *on-line*, problematizando-as desde as associações que os usuários estabelecem com elas e sua influência nas interações entre eles. Para esse fim, construiu-se uma amostra de comunidades do Orkut relativas a estados brasileiros e suas capitais. Foram analisadas as descrições dessas comunidades e atividades em seus fóruns. Os resultados sugerem que, embora a interação *on-line* facilite associações por afinidade, o espaço geográfico permanece importante devido à relevância dos referentes territoriais para a construção identitária e à intensa permeabilidade entre os espaços *on-line* e *off-line*.

Palavras-chave: internet; comunidades *on-line*; representações espaciais; Orkut; web; comunicação mediada por computador

Abstract: *Connectibility and geography on social network sites: a glance at the relations between territory and identity and on-line/off-line permeability based on Orkut* — Digital connectedness has greatly facilitated distance communication in real time, so that physical space and geographical location appear to have become irrelevant. However, territorial references are still evident in many on-line interactions. This work seeks to describe and discuss the case of representations of off-line locations in on-line environments, emphasizing the associations users establish with them and how they influence user interactions. To this end, a sample of *Orkut* communities was constructed to represent Brazilian states and capitals. An analysis was made of the descriptions of these communities and the activities

¹ Este texto apresenta resultados parciais de uma pesquisa apoiada pelo CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico).

² Os dados apresentados foram coletados e sistematizados com o apoio das bolsistas de Iniciação Científica Jully Denise Rodrigues (UNIBIC – Unisinos) e Natacha Nonnenmacher Kötz (BIC-FAPERGS).

in their *fora*. Our findings suggest that, although on-line interaction facilitates associations based on affinity, geographical space remains important due to the relevance of territorial references for the construction of identity and to the great permeability between on-line and off-line spaces.

Keywords: internet; online communities; spatial representations; Orkut; web; computer mediated communication

A ideia de que o desenvolvimento das tecnologias de transporte e comunicação respondeu a uma necessidade de ultrapassar as barreiras espaciais — que é própria da modernidade e, mais especificamente, inerente e fundamental para o capitalismo (BAUMANN, 2001; HARVEY, 1999) — tem sido amplamente aceita. O entendimento da modernidade como período em que o tempo passou a ser instrumentalizado *contra* o espaço (BAUMANN, 2001, p. 131) não permite outra conclusão a não ser a de que, sob a pressão de tecnologias de aceleração cada vez mais poderosas, o espaço tornou-se cada vez menos importante. De acordo com essa lógica, a internet seria uma tecnologia apoteótica, cujo alcance global, em um contexto de radical desmaterialização da economia, teria finalmente anulado o “atrito das distâncias”³ e tornado o espaço irrelevante para as trocas econômicas (GATES, 1995; NEGROPONTE, 1995) e para a vida social como um todo (VIRILIO, 1995; MITCHELL, 1995).

Com base em uma leitura da história das tecnologias de transporte e comunicação, Harold Innis (1999 e 2007) propõe que as mídias que enfatizam o tempo (entendidas como aquelas em que as mensagens têm maior durabilidade) favorecem a descentralização e a heterogeneidade, enquanto as mídias que se estendem no espaço são adequadas para o exercício centralizado de poder sobre grandes áreas. Em seu desenvolvimento posterior, Marshall McLuhan identifica as mídias elétricas com o poder descentralizador das mídias temporais e desenha uma ideia de “aldeia global” que, ao contrário do senso comum, não se baseia no modelo massivo, em que alguns poucos focos de emissão enviam mensagens para todos os cantos do planeta. Conforme McLuhan (1998, p. 255),

muitos analistas se enganam frente à aparente habilidade das mídias elétricas para estender nosso poder de organização espacial. As mídias elétricas, entretanto, não ampliam a dimensão espacial, mas a abolem. Graças à eletricidade, em toda parte podemos retomar os contatos pessoais na escala da menor das vilas. É uma relação em profundidade e sem delegação de funções ou poderes. Em todos os lugares, o

³ Nesse contexto, “atrito das distâncias” denomina o aumento no custo dos bens e serviços que decorre da necessidade de transporte entre os locais de produção e consumo. O argumento a que fazemos referência remonta a uma colocação de Bill Gates (1995), para quem o acesso universal à informação, via TICs, criaria um “capitalismo sem atrito” (friction-free), no qual o custo de produzir e distribuir qualquer bem tenderia a zero e as informações sobre oferta e demanda estariam igualmente disponíveis para todos os compradores e vendedores. O resultado seria uma economia imaterial em que a localização geográfica de consumidores e produtores não mais importa, e as intermediações tornam-se desnecessárias.

orgânico supera o mecânico. O diálogo supera a palestra. Pessoas de máxima importância convivem com os jovens.⁴

Não por coincidência, essa ideia de aldeia global emerge das considerações de McLuhan sobre o telégrafo e o telefone, cuja distribuição é estruturada em rede. Embora o autor estenda suas considerações à tevê e ao rádio, apenas com a popularização da internet passou a ser possível falar em comunicação muitos-muitos em larga escala. Em paralelo à descentralização e à pluralidade da comunicação instituída em um cenário de milhões de pessoas produzindo conteúdos variados e comunicando-se umas com as outras, o alcance internacional da internet recoloca a ênfase na abolição dos entraves geográficos a despeito de estarmos longe da conectibilidade universal e igualitária.⁵

Ainda que esses e outros limites sejam devidamente considerados, é possível dizer que sistemas e ambientes multiusuário de comunicação on-line (MUDs, BBSs, SNSs, MMOGs⁶ etc.) viabilizam interações que superam os entraves da geografia física e, por conseguinte, potencializam as associações por afinidade. Com isso, o sentido de pertencimento dos agrupamentos sociais se desvincula da territorialidade, viabilizando o desenvolvimento de comunidades baseadas em interesses comuns, independentemente da localização de seus membros. Essa possibilidade foi antevista há quarenta anos por Licklider e Taylor (1968) e está na base do entusiasmo pelas “comunidades virtuais” que Rheingold (1993) demonstraria 25 anos mais tarde:

Numa comunidade virtual podemos ir diretamente ao lugar onde nossos assuntos favoritos estão em discussão e conhecer pessoas que compartilham nossas paixões ou que usam as palavras de um jeito que achamos atraentes. [...] Suas chances de fazer amigos são ampliadas em [muitas] ordens de magnitude em comparação com os velhos métodos para encontrar seus pares.

Para alguns autores, no século XXI, a separação geográfica teria sido substituída por um único espaço virtual, no qual seríamos todos igualmente cibercidadãos, vizinhos virtuais de todas as outras pessoas no mundo. Quando “você vive virtualmente na casa ao lado de cada outro Netizen do mundo [...] a geografia e o tempo não são mais barreiras. As limitações e as convenções sociais não impedem mais as amizades e as parcerias em potencial” (HAUBEN, 1996), pois a ausência de barreiras geográficas permite a criação e o desenvolvimento de laços sociais baseados em outros tipos de afinidades. Wellman (2001) enxerga um paralelismo entre esse fenômeno atual e a transição histórica que teve lugar na passagem do século XIX para o XX, quando as relações comunitárias passaram para uma nova escala graças à extensão dos laços sociais

⁴ Todas as citações em língua estrangeira foram traduzidas livremente pela autora.

⁵ Em meados de 2008, a internet ainda está ao alcance de menos de 22% da população mundial (MINIWATTS, 2008).

⁶ Respectivamente Multi-User Dungeons, Bulletin Board Systems, Social Network Services e Massive Multiplayer On-line Games.

que provêm sociabilidade, suporte, informação, senso de pertencimento e identidade social⁷ para além dos limites da vizinhança imediata.

A permanência do espaço

Edward Soja (1989) adverte que, desde as últimas décadas do século XIX, vigora uma hegemonia das abordagens historicistas, cuja consequência mais imediata é a sobrevalorização dos fatores temporais em detrimento da espacialidade no pensamento sociológico ocidental. De acordo com esse raciocínio, é o próprio foco no tempo que conduz à conclusão de que “a modernidade é, mais que qualquer outra coisa, a *história do tempo*” (BAUMAN, 2001, p. 129), o período em que o tempo é mobilizado para a conquista do espaço e que culmina na anulação dos condicionantes espaciais. Para Soja (1989, p. 27), “[a] modernização, como todos os processos sociais, é desigualmente distribuída através do espaço e do tempo e portanto inscreve geografias históricas bastante diferentes nas distintas formações sociais regionais”. Por essa razão, “precisamos estar insistentemente alertas para os modos como o espaço pode ser mobilizado para esconder de nós as consequências, como as relações de poder e disciplina estão inscritas na espacialidade aparentemente inocente da vida social, como a geografia humana tornou-se repleta de política e ideologia” (SOJA, 1989, p. 6). Um exemplo disso é a persistência do discurso da universalidade da internet a despeito da evidente heterogeneidade das condições de acesso nas várias regiões do planeta, sobretudo quando se tem em mente a relação direta entre essas disparidades e as diferenças político-geográficas entre as várias localidades (FRAGOSO, 2004). Vai nessa direção o raciocínio de Saskia Sassen (2006, p. 344) quando chama a atenção para a importância dos fatores locais para as dinâmicas da globalização:

muito do que acontece no espaço eletrônico é profundamente alterado pelas culturas, pelas práticas materiais e imaginárias que têm lugar fora do espaço eletrônico. Muito do que nós temos em mente quando falamos em ciberespaço deixaria de ter qualquer sentido ou referentes se excluíssemos o mundo fora do ciberespaço. O digital e o não-digital simplesmente não são condições mutuamente exclusivas. O digital está embutido nas estruturas sociais, culturais, subjetivas, econômicas e imaginárias maiores da experiência vivida e nos sistemas dentro dos quais nós existimos e operamos.

Essa perspectiva aponta para um imbricamento entre os espaços instituídos pelas redes digitais de comunicação e os espaços *off-line* que é consoante com o comportamento dos sistemas e ambientes multiusuário *on-line*. No dia a dia dos ambientes e

⁷ A referência é uma definição sucinta de comunidade que Wellman (2001) propõe no texto citado: “redes de laços interpessoais que proveem sociabilidade, suporte, informação, senso de pertencimento e identidade social”.

sistemas multiusuário, as menções a referentes *off-line* são recorrentes e abrangem desde os arquetípicos “de onde tc” em sistemas baseados em texto até refinados modelos tridimensionais de lugares do mundo físico nos ambientes gráficos, como os presentes nas regiões do *Second Life* denominadas *Amsterdam* e *Buenos Aires*. No âmbito deste trabalho, interessam particularmente as manifestações que tomam a forma de referências diretas a países, cidades, bairros e, ainda mais especificamente, aquelas que aparecem sob a forma de grupos de interesse nos SNSs, por exemplo a “comunidade” *New Delhi* no Orkut, ou a “rede” *São Paulo* no Facebook.

A motivação mais evidente das referências territoriais nos sistemas e ambientes de interação *on-line* é de ordem prática: pergunta-se “de onde tc” com a intenção de estabelecer laços sociais possíveis de estender à vida *off-line*, o que é muito mais fácil quando os interlocutores estão geograficamente próximos. Questões de compartilhamento cultural constituem outro fator para a reiteração das vinculações territoriais nos ambientes e sistemas *on-line*, pois interesses comuns são mais prováveis entre pessoas que compartilham o mesmo repertório e a cultura continua, em grande parte, geograficamente situada (HALL, 2003). Por um lado, é esperado que esse fator enfraqueça progressivamente devido ao aumento das interações tecnologicamente mediadas e à crescente mobilidade que caracteriza os tempos atuais (URRY, 2007). Por outro lado, a vinculação territorial é reiterada no contexto das “poderosas expressões de identidade coletiva que desafiam a globalização e o cosmopolitanismo em nome da singularidade cultural e do controle que as pessoas têm sobre suas vidas e seu ambiente” (CASTELLS, 1998, p. 2) Nesse último sentido, as definições de território constituem uma alternativa particularmente interessante para a construção de identidade graças a sua aparente objetividade e clareza.

Os espaços continuam a ser lugares, onde os encontros presenciais ou observações passivas proveem um sentido tangível de identidade pessoal, um sentimento de comunidade, apoio prontamente disponível na forma de bens e serviços e um senso literalmente concreto do passado e de um futuro (Casey 1997; Orum and Chen 2002). O espaço físico continua a conter e a moldar as interações, provendo oportunidades e empecilhos. (WELLMAN, 2001)

Em consonância com esses autores, a pesquisa aqui apresentada propôs-se a descrever e discutir os vínculos identitários que os usuários estabelecem com as representações de lugares do mundo físico em ambientes *on-line*, bem como sua influência nas interações que acontecem nas redes sociais. As pressuposições fundamentais, já apresentadas, podem ser simplificada e sintetizadas como: a) a extensão das possibilidades de interação para além dos limites presenciais não anula a importância das variáveis geográficas para as dinâmicas socioculturais; b) a fronteira entre as experiências *on-line* e *off-line* é muito mais permeável e tênue do que a nomenclatura dualista (*on/off*) sugere; c) essa continuidade,

ou possibilidade de continuidade, não permite diferenciar de modo estanque as relações sociais presenciais das tecnologicamente mediadas; d) os referentes territoriais continuam sendo relevantes para a construção e o compartilhamento da identidade social.⁸

Procedimentos

Por sua características gerais e, em especial, pelas peculiaridades de sua apropriação pelos usuários brasileiros, o SNS Orkut (<http://www.orkut.com>) foi considerado particularmente adequado para a investigação.

Construção das amostras

Em junho de 2008, buscas por comunidades com palavras-chave como “brasileiro”, “gaúcho” ou “carioca” identificaram mais de mil resultados na grande maioria das vezes. O número de usuários do Orkut que se vinculam a essas comunidades também costuma ser alto, na ordem dos milhares. Por exemplo, em 21 de junho de 2008 a comunidade *Eu amo ser brasileiro(a)!!!* tinha 204.490 membros, *EU ME ORGULHO DE SER GAÚCHO*, 85.292, e *Ser Carioca é...*, 74.719. Comunidades com a palavra “Brasil” e com os nomes dos estados, em vez dos adjetivos pátrios, tinham ainda mais membros: *Brasil*, 1.253.187; *Rio Grande do Sul*, 322.053; *Rio de Janeiro*, 301.551 membros.

Essa constatação sugeriu que a amostra para a pesquisa fosse construída a partir das comunidades mais populares entre as explicitamente vinculadas a localizações brasileiras (ao país, ao Distrito Federal, a seus 26 estados e às capitais de cada um deles). Entre os dias 16 e 22 de junho de 2008 foram realizadas buscas com as 53 palavras-chave correspondentes.⁹ Apenas seis palavras-chave não retornaram mais de mil comunidades.¹⁰ Dentre os até 996 resultados que o Orkut disponibilizou para cada busca, foram selecionados aqueles que correspondiam às maiores comunidades em número de participantes, tendo a seleção sido considerada encerrada quando se verificou uma queda abrupta do número de membros, o que resultou em não mais que doze comunidades para qualquer localidade. O resultado foi um conjunto de 247 comunidades, daqui por diante denominado “amostra bruta”.

Uma segunda amostra foi composta apenas pelas comunidades com maior número de membros, uma para cada localidade. Nessa etapa, as comunidades cuja denominação ou descrição não indicavam explicitamente a vinculação territorial não foram considera-

⁸ Com a expressão “identidade social” procuramos traduzir o conjunto indissociável das facetas comumente referidas como “identidade individual” e “identidade cultural”.

⁹ Vinte e seis estados e suas capitais, mais “Brasil”, “Brasília” e “Distrito Federal”. Dois estados têm o mesmo nome que suas capitais.

¹⁰ “Amapá” (711 resultados); “Macapá” (990); “Roraima” (661); “Porto Velho” (621); “Rio Grande do Norte” (175) e “Distrito Federal” (129).

das. Nos casos dúbios, a pertinência da comunidade foi verificada pela observação das temáticas abordadas no Fórum. A amostra resultante foi composta de 53 comunidades e será referida como “amostra restrita”.

As comunidades da amostra restrita foram objeto de uma observação mais detalhada, que adicionou aos dados anteriormente coletados (nome da comunidade, número de membros, URL) a data de criação da comunidade, os nomes do dono e dos moderadores da comunidade, o idioma oficial, o local e a categoria aos quais a comunidade estava vinculada e a descrição da comunidade no período de coleta de dados. Em busca de indicativos adicionais de interação entre os membros das comunidades, verificou-se posteriormente a presença de fóruns de discussão, sua popularidade (em número total de tópicos e em número de respostas aos tópicos mais populares) e temáticas predominantes. Nessa etapa, verificou-se ainda a existência de áreas específicas para a divulgação de eventos nas 53 comunidades. Esses dados foram levantados nos dias 1 e 2 de setembro de 2008, época em que não foi possível o acesso a três comunidades: *Amapá*, *Piauí* e *Goiás*.

Análise da amostra de comunidades

As buscas com palavras-chave resultaram em mais de mil em 47 casos e menos de quinhentas em apenas dois casos. O número de usuários vinculados às 247 comunidades da amostra bruta foi elevado, em média 33.621 (28.773 quando a comunidade *Brasil*, que tem um número de membros muito maior que as demais — 1.226.257 — não é levada em conta). A segunda comunidade com maior número de membros foi *São Paulo* (425.353) e a comunidade com menor número de membros foi *MSN Mato Grosso do Sul* (1.145). Entre as 247 comunidades que compuseram a amostra bruta, 215 (87%) tinham denominação que indica vínculo ao lugar.¹¹ Todas as comunidades da amostra bruta tinham nomes em português. As comunidades da amostra restrita tinham em média 87.571 membros, 65.673 se a maior comunidade, *Brasil* (1.226.257), não for levada em conta. A segunda maior comunidade da amostra restrita foi novamente *São Paulo* (425.353) e a menor *Eu Amo meu Mato Grosso do Sul* (1.222).

Durante a criação de uma comunidade, o Orkut oferece quatro níveis de definição de lugar: cidade, Estado, CEP e país. Vinte e sete comunidades indicavam apenas o Brasil em sua localização e apenas duas (*São Paulo* e *São Luís do Maranhão*) não estavam vinculadas ao Brasil, apenas às cidades que representam.

Todas as comunidades da amostra restrita tinham como idioma oficial o português, embora duas (*Amazonas* e *Manaus*) tivessem também descrições em inglês. Ambas pertencem à mesma pessoa e têm moderadores em comum.

¹¹ A maioria das demais fazia referência a times de futebol e igrejas.

A maioria das comunidades da amostra restrita estava distribuída entre as categorias *Cidades e Bairros* (32) e *Países e Regiões* (18). Três comunidades estavam em outras categorias: *Amo a Bahia em Viagens*; *Minas Gerais/MG em Governo e Política* e *Eu amo Natal/RN em Outros*.

O conjunto das descrições das comunidades da amostra restrita revelou alguns padrões claros e permitiu vislumbrar, com relativa facilidade, uma tipologia de conteúdos possível de estruturar em seis categorias: a) descrição qualificadora do lugar; b) descrição oficial do lugar; c) regras da comunidade; d) contatos on-line; e) contatos off-line; f) serviços off-line. As descrições qualificadoras do lugar foram as mais frequentes, aparecendo na descrição de 45 comunidades, com variações que iam do tom neutro (“Boa Vista capital do Estado de Roraima, *ja* diz o Ditado “Quem bebe da *agua* do Rio Branco, sempre volta!”) ao entusiástico (“Comunidade dedicada aos cearenses, sejam estes os nascidos no Ceará ou aqueles que se renderam de coração ao melhor estado do Brasil”). Prevalecem expressões como “eu amo...”, “para quem é de...”, “terra maravilhosa”, “melhor lugar”, sendo que nenhuma descrição tinha conteúdo negativo. As descrições baseadas em dados oficiais incluem informações históricas e geográficas (como “Com uma área equivalente a da França e uma população de 20 milhões de habitantes, o estado tem a segunda maior economia do país...”), links para sites governamentais (por exemplo, <www.pbh.gov.br>) e verbetes (como <<http://pt.wikipedia.org/wiki/alagoas>>) onde informações desse tipo estão disponíveis. Estavam presentes em treze descrições, sendo que em apenas duas comunidades não tinham descrição qualificadora. A maioria das descrições (66%) incluía regras de comportamento como “Obs.: Não é permitido qualquer manifestação de *discriminação* a outros estados, propagandas (O TÓPICO SERÁ APAGADO, E O MEMBRO EXPULSO)”. Proibições e indicações de locais próprios para determinados tipos de conteúdo foram constantes, assim como referências que sugerem a existência de conflitos anteriores. Sete comunidades não apresentavam propriamente uma descrição, apenas uma listagem de regras, sendo que todas tinham mais de 10 mil membros.

Indicativos explícitos de comunicação síncrona *on-line* entre os membros da comunidade apareceram em apenas dezessete descrições de comunidades e incluíam a indicação de canal ou tópico específico para chat (quatro ocorrências), contato com os administradores da comunidade ou indicação de tópico para sugestões (seis), menção à divulgação de outras comunidades (sete) e sugestão de sites de relacionamentos (quatro). Indicativos explícitos de contatos e relacionamentos off-line foram encontrados na descrição de nove comunidades, sendo cinco indicações de que a comunidade era utilizada para procura de pessoas conhecidas em outros ambientes, três sugestões de lugares, festas e eventos locais e uma chamada para encontros off-line. Anúncios, avisos de utilidade pública e outros serviços apareceram em treze descrições, sendo cinco informações sobre o local representado pela comunidade, quatro menções à presença de espaço para propaganda em lugar específico da comunidade, três links para informações ou discussão sobre po-

lítica local e dois anúncios de pessoas desaparecidas, ofertas de empregos e imóveis. A maioria das comunidades (70,1%) possuía área exclusiva para a divulgação de eventos off-line, nas quais os temas mais comuns eram shows, festas e cursos.

Quase 90% das comunidades dispunham de área exclusiva para a realização de enquetes, cujos resultados são expressos em gráficos de barras. Os temas mais frequentes nas enquetes são política e futebol.

Todas as comunidades da amostra restrita tinham fóruns ativos, com 150 tópicos ou mais em 48 casos. Os assuntos mais frequentes nos fóruns eram política, futebol e temas relativos à cidade ou estado de referência (notícias, utilidade pública, divulgação de eventos e lugares). Os tópicos com maior número de mensagens tinham propostas explicitamente voltadas para a socialização: “pontos de encontro”,¹² *chats* livres ou temáticos¹³ ou jogos.¹⁴

Discussão

O elevado número de comunidades do Orkut cujas denominações ou descrições contêm os nomes dos estados brasileiros ou de suas capitais, ou ainda as palavras “Brasil”, “Brasília” e “Distrito Federal” e o grande número de usuários vinculados às comunidades confirmam a elevada frequência de referências espontâneas¹⁵ a localidades off-line e a popularidade das mesmas naquele SNS. Todas as comunidades da amostra bruta (e, por conseguinte, também todas as da amostra restrita) tinham nomes e descrições em português,¹⁶ indicando os brasileiros como seu público-alvo, o que é reiterado pelas frequência de apelos como “para todos os que aqui vivem” ou “para quem nasceu em...”. Confirma essa percepção o fato de que, embora a localização mais frequente entre as comunidades fosse “Brasil”, a indicação de categorias privilegiava o âmbito local, com 60,37% das comunidades vinculadas a *Cidades e Bairros* contra 33,96% associadas a *Países e Regiões*. Apenas uma comunidade (*Amo a Bahia*) estava vinculada à categoria *Viagens*, o que poderia indicar caracterização não identitária. Entretanto, a denominação em primeira pessoa (amo) e a descrição da comunidade (“Para os que amam essa terra quente e maravilhosa!”) confirmam sua vinculação com uma proposta de identidade territorial. Finalmente, vai nessa direção o fato de que a maioria das comunidades tinha

¹² Como *Cantinho dos solteiros e das solteiras*, na comunidade Salvador, que se propõe a “unir pessoas que possuem afinidades e vivem momentos parecidos em suas vidas” e contava 35.876 mensagens.

¹³ Por exemplo, *Chat on-line*, com 30.545 mensagens, na comunidade Rio Grande do Sul e *tópico bate papo, quem não aceita Gov Bandido, Pt*, 24.033 mensagens, na comunidade Brasil.

¹⁴ *Você beijaria a pessoa acima?*, comunidade Goiânia, 24.871 mensagens.

¹⁵ As indicações de país, cidade, Estado nos perfis são sugeridas pelos formulários do próprio Orkut. Os temas das comunidades, por sua vez, são decididos livremente pelos usuários.

¹⁶ Duas tinham versões em inglês de parte de suas descrições, e ambas possuíam o mesmo dono e moderadores.

descrições que destacavam as qualidades dos lugares referidos, com recorrentes afirmações de pertencimento, não tendo sido encontradas descrições com conteúdo crítico ou negativo em relação aos lugares representados. Esses indicativos convergem na afirmação da proeminente função identitária das comunidades analisadas e reiteram a permanência da importância dos referentes territoriais para a construção de identidade, nos termos propostos, por exemplo, por Hall (2003) e Castells (1998).

Também foram encontrados indicativos suficientes de que as comunidades funcionavam como pontos de agregação e sociabilidade. A presença de fóruns ativos em todas as comunidades analisadas, na maioria dos casos com 150 tópicos ou mais, é o primeiro sinal da existência de frequentes interações entre os membros das comunidades. A criação de tópicos não estava concentrada em um número perceptivelmente pequeno de usuários, de modo que o espaço de interação não se encontra monopolizado. A discrepância entre a quantidade de membros da comunidade e o máximo de mensagens em qualquer tópico é um primeiro indicativo de que o número de membros que participavam dos fóruns não correspondia a porcentagens significativas do total de membros das comunidades, o que de resto é pouco provável para qualquer grande comunidade do Orkut, inclusive por razões de escala. A prevalência de tópicos opinativos e a popularidade dos tópicos destinados à socialização indicam que as comunidades funcionam como “pontos de encontro” para pessoas com crenças e opiniões semelhantes. Vai no mesmo sentido a consonância entre os temas propostos pelas enquetes e os fóruns, já que o conjunto de respostas disponível na área de enquetes permite antecipar as opiniões e crenças predominantes entre os membros da comunidade, favorecendo as associações por afinidade. As regras de comportamento presentes em muitas descrições de comunidades são indicativos de interação entre os membros dessas comunidades, e a rigidez das regulamentações sugere a ocorrência de conflitos intensos.

Indicativos explícitos de contatos e relacionamentos *off-line* foram encontrados nas descrições de um número pequeno de comunidades, na maior parte das vezes sugestões de lugares, eventos, festas na cidade ou prestação de serviços. Por outro lado, a maioria das comunidades também inclui áreas específicas para divulgação de eventos locais, indicando permeabilidade entre os espaços *on-line* e *off-line*. Em geral, os indicativos de interação *off-line* foram mais sutis que as indicações da função identitária das comunidades ou que a quantidade e intensidade das interações *on-line* verificadas nos fóruns.¹⁷ Esses achados convergem para indicar que, pelo menos para certo conjunto de membros, essas comunidades não eram apenas “etiquetas identitárias” (TOMASINI, 2007), mas locais de encontro e convivência. Mais especificamente, os indicativos presentes nos fóruns permitem afirmar que as comunidades do Orkut, ou pelo menos as comunidades do Orkut

¹⁷ Isso pode ser resultado do próprio desenho da observação realizada, que se concentrou sobre as comunidades e os perfis, enquanto a interação um a um no Orkut geralmente tem lugar nos livros de recados dos usuários.

vinculadas a localidades *off-line* e muito populares, constituem focos de sociabilidade que potencializam os laços sociais por afinidade, conforme propuseram, por exemplo, Rheingold (1993) e Wellman (2001).

Conclusão

A pesquisa relatada procurou verificar e compreender a influência dos espaços geográficos sobre as construções identitárias e as interações que acontecem nas redes sociais *on-line*. Para isso, construiu-se uma amostra de comunidades do Orkut cujas denominações e descrições faziam referência direta a lugares do mundo físico, no caso, o Brasil, os estados brasileiros, suas capitais e o Distrito Federal.

Todas as comunidades analisadas tinham descrições que sugerem que seu público-alvo são pessoas que já possuíam vínculos com os lugares representados, sendo particularmente frequentes as descrições que enalteciam as qualidades do lugar representado e as afirmações de caráter identitário.

Foram também encontrados indicativos de que as comunidades funcionam como pontos de encontro para pessoas que moram ou moraram nos lugares de referência. Um dos indícios mais sólidos nesse sentido foi a existência de fóruns ativos e com grande número de tópicos e de mensagens em todas as comunidades. As áreas de enquetes informavam sobre os temas e opiniões dos usuários das comunidades, favorecendo as adesões por afinidade. Embora seja pouco provável que a atividade nos fóruns envolva uma porcentagem significativa dos membros de qualquer comunidade, as interações não pareciam estar restritas a um grupo muito pequeno de usuários. As descrições de muitas comunidades mencionam os tópicos específicos para *chat*, que figuram entre os mais populares de diversos fóruns. Assim, embora por definição os fóruns sejam destinados à interação assíncrona, foi evidente sua utilização também para conversação síncrona. A preferência pelos tópicos voltados para a socialização ou com temáticas amplas, como política e futebol, frequentemente abordadas de modo opinativo, também sugere o uso das comunidades como “ponto de encontro” para pessoas com interesses afins. Isso não significa ausência de conflito, pelo contrário: as regras de comportamento presentes nas descrições de muitas comunidades sugerem que as interações entre os membros são intensas e, inclusive, por vezes, problemáticas.

Os indicativos de interação *off-line* entre os membros da comunidade encontrados eram indiretos, sendo os sinais mais proeminentes as ofertas de serviços, o uso das comunidades para busca por pessoas conhecidas e os anúncios de festas, bares e eventos nas localidades de referência. Menções a esses tipos de atividades aparecem nas descrições de poucas comunidades, porém a maioria dispõe de áreas específicas para a divulgação de eventos. Em geral, os sinais de interações *off-line* foram mais sutis que as indicações da função identitária das comunidades e mais raros que os indicadores de interações *on-line*,

o que pode, no entanto, ser decorrente do desenho da pesquisa, que não analisou os livros de recados dos usuários. Afirmações definitivas a respeito das interações *off-line* entre os membros das comunidades do Orkut associadas a lugares geográficos demandariam outras abordagens, inclusive a realização de *surveys* e entrevistas com os usuários do sistema.

No conjunto, os resultados confirmam que as redes sociais *on-line* potencializam as associações por afinidade, embora o espaço e o tempo estejam longe de perder significação. Ou seja, as comunidades funcionam como etiquetas identitárias e também como pontos de reunião e encontro que potencializam as associações por afinidade, mantendo no horizonte os referentes territoriais, cuja importância para a construção e para o compartilhamento da identidade social continua preservada. A importância dos referentes territoriais para a construção identitária e a intensa permeabilidade entre os espaços *on-line* e *off-line* ultrapassam o nível simbólico das representações culturais (HALL, 2003; CASTELLS, 1998) e aparecem tanto no sentido macro proposto por Sassen (2006) quanto na escala dos sujeitos e dos pequenos agrupamentos.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- CASTELLS, Manuel (1998). *The information age: economy, society and culture: the power of identity*. Oxford: Blackwell. v. 2.
- COMSCORE (2007). *Comscore Brasil report*. Disponível em: <<http://www.comscore.com/matrix/>>. Acesso em: 25 jan. 2008. [Acesso pago]
- FRAGOSO, Suely (2004). As múltiplas faces da exclusão digital. *Ícone*, v. 6, n. 7. p. 110-122.
- _____. (2006). Eu odeio quem odeia...: considerações sobre o comportamento dos usuários brasileiros na tomada do Orkut. *E-Compós*, v. 6, p. 1-22.
- GATES, Bill (1995). *A estrada do futuro*. São Paulo: Companhia das Letras.
- HALL, Stuart (2003). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG.
- HARVEY, David (1999). *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola.
- HAUBEN, Michael; HAUBEN, Ronda (1996). *Netizens: on the history and impact of usenet and the internet*. Disponível em: <<http://www.columbia.edu/~netbook/>>. Acesso em: 27 jun. 2008.
- INNIS, Harold (1999). *The bias of communication*. Toronto: University of Toronto Press. [primeira edição 1951]
- _____. (2007). *Empire and communications*. Toronto: Dundurn Press. [primeira edição 1950]
- LICKLIDER, Joseph C. R.; TAYLOR, Robert (1968). The computer as a communication device. *SRC Research Report 61, In Memoriam: J. C. R. Licklider 1915-1990*. Disponível em: <<http://gatekeeper.dec.com/pub/DEC/SRC/research-reports/abstracts/src-rr-061.html>>. Acesso em: 28 jun. 2008.

MCLUHAN, Marshall (1998). *Understanding media: the extensions of man*. Cambridge: MIT Press.

MINIWATTS MARKETING GROUP (2008). *The internet big picture: world internet users and population stats*. Disponível em: <<http://internetworldstats.com/stats.htm>>. Acesso em: 26 jun. 2008.

MITCHELL, William (1995). *City of Bits: space, place and the infobahn*. Disponível em: <http://mitpress2.mit.edu/e-books/City_of_Bits/>. Acesso em: 16 jan. 2003.

NEGROPONTE, Nicholas (1995). *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras.

RHEINGOLD, Howard (1993). *The Virtual Community: homesteading at the electronic frontier*. Disponível em: <<http://www.rheingold.com/vc/book/>>. Acesso em: 16 jan. 2003.

SASSEN, Saskia (2006). *Territory, authority, rights: from medieval to global assemblages*. Princeton: Princeton University Press.

SOJA, Edward (1989). *Postmodern geographies: the reassertion of space in critical social theory*. London: Verso.

TOMASINI, Ana Clúdia V. (2007). *Globalização e nacionalismo: um estudo de caso da comunidade virtual "Brasil" sobre a identidade brasileira no Orkut*. Dissertação (Mestrado em Comunicação)– Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Unisinos.

URRY, John (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.

VIRILIO, Paul (1995). Speed and information: cyberspace alarm! *Ctheory*, 27 ago. Disponível em: <www.ctheory.net/articles.aspx?id=72>. Acesso em: 28 jun. 2008.

WELLMAN, Barry (2001). Physical place and cyber place: the rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25, 2, p. 227-252. Disponível em: <<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/index.html>>. Acesso em: 24 ago. 2008.

SUELY FRAGOSO é professora titular do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos e pesquisadora CNPq. É coordenadora do Grupo de Pesquisa Mídias Digitais (<http://www.midiadigitais.org>), Ph.D. em *Communications Studies* pela University of Leeds (1998), mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP (1992) e bacharel em Arquitetura e Urbanismo pela USP (1987).

suely@pq.cnpq.br

*Artigo recebido em setembro de 2008
e aprovado em novembro de 2008.*