

ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS 2006 NO ORKUT: CANDIDATOS E A FORMAÇÃO  
DE COMUNIDADES VIRTUAIS

Leandro Machado Rocha

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia - PPGSA, Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Sociologia (com concentração em antropologia).

Orientadora: Karina Kuschnir

Rio de Janeiro

Agosto de 2007

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS 2006 NO ORKUT: CANDIDATOS E A FORMAÇÃO  
DE COMUNIDADES VIRTUAIS

Leandro Machado Rocha

Orientadora: Karina Kuschnir

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia - PPGSA, Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Sociologia (com concentração em antropologia).

Aprovada por:

---

Presidente, Prof. Karina Kuschnir (PPGSA/IFCS)

---

Prof. Beatriz Maria Alasia de Heredia (PPGSA/IFCS)

---

Prof. Antônio Carlos Alkmim dos Reis (PUC-Rio/IBGE)

---

Prof. Emerson Alessandro Giumbelli (PPGSA/IFCS, Suplente)

---

Prof. Jairo Marconi Nicolau (Iuperj, suplente)

Rio de Janeiro

Agosto de 2007

Rocha, Leandro Machado.

Eleições Presidenciais 2006 no Orkut: Candidatos e a Formação de Comunidades Virtuais/ Leandro Machado Rocha. - Rio de Janeiro: UFRJ/ PPGSA, 2007.

xi, 113f.: il.; 29,7 cm.

Orientador: Karina Kuschnir

Dissertação (mestrado) – UFRJ/ PPGSA/ Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia, 2007.

Referências Bibliográficas: f. 102-107.

1. Eleições. 2. Internet. 3. Orkut. 4. Comunidades virtuais. I. Kuschnir, Karina. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia.

III. Título.

## RESUMO

### ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS 2006 NO ORKUT: CANDIDATOS E A FORMAÇÃO DE COMUNIDADES VIRTUAIS

Leandro Machado Rocha

Orientadora: Karina Kuschnir

Resumo da dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia - PPGSA, Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Sociologia (com concentração em antropologia).

Esta dissertação faz uma análise do desempenho dos dois maiores nomes na eleição presidencial de 2006 (Luís Inácio Lula da Silva e Geraldo Alckmin) na ferramenta de comunicação virtual *Orkut*, no período de 16 de agosto a 25 de outubro do ano de 2006. Foram levantados dados estatísticos da evolução do número de membros de comunidades virtuais relacionadas aos dois nomes, e depois foi feita uma análise da descrição dessas mesmas comunidades, mostrando que o Orkut é um importante espaço de manifestação política e também fazendo uma análise da representação que os usuários do sistema fazem da política e dos candidatos envolvidos no pleito eleitoral.

Palavras-chave: eleições 2006, Internet, Orkut, Comunidade virtual, Lula, Alckmin, Política.

Rio de Janeiro

Agosto de 2007

**ABSTRACT**

2006 PRESIDENTIAL ELECTION IN ORKUT:  
CANDIDATES AND THE FORMATION OF VIRTUAL COMMUNITIES

Leandro Machado Rocha

Orientadora: Karina Kuschnir

*Abstract* da dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Sociologia e Antropologia.

This thesis analyses the performance of the two main candidates running in 2006 Brazilian presidential elections (Luís Inácio Lula da Silva and Geraldo Alckmin) in Orkut, a virtual communication tool, from August, 16<sup>th</sup> until October, 25<sup>th</sup>. Statistical data were collected including the evolution of membership in the communities related to the two candidates. It presents an analysis of the communities' description, showing that Orkut is an important space of political expression. It also discusses the users' representation of the two candidates and of politics in general.

Keywords: election 2006, Internet, Orkut, Virtual Community, Lula, Alckmin, Polítics.

Rio de Janeiro

Agosto de 2007

Há várias pessoas a quem desejo agradecer. Começo pelos meus pais (Gilson e Luzia) e meu irmão Gustavo por todo apoio, que me permitiu chegar até aqui.

Agradeço às minhas duas avós Cencita e Nancy, a minha tia-avó Ruth bem como à minha tia Gisele pelo apoio, carinho e afeto incondicional.

Aos amigos que fiz nesses 7 anos de IFCS: Rodrigo Marques e Marcos Aquino pelo apoio intelectual e estímulo à confecção desta dissertação; Rafael Póvoa e Fernando Carvalho pelo fino e bom senso de humor e conversas “bsianas”; Renato Redenschi pelos anos de apoio, amizade e conforto durante o turbulento período da graduação; Otávio Augusto pelas seguidas “sufocadas”, mas que não o torna menos querido; Rômulo, com seu bom-humor e sua coragem para realizar a aventura da sua vida: voltar de bicicleta de San Diego (EUA) até Cafubá (Niterói), um exemplo inspirador de motivação e superação. E finalmente, por último (e de forma alguma menos importante) Felipe, Luiz Alexandre, Rafael Morada, Waldemar Felinto e Luiz Fernando Miranda.

Agradecimentos também ao CNPq pela bolsa de auxílio à pesquisa. Aos professores Francisco Ferraz, Maria Lígia, Ledilson Lopes, Elisa Reis, Yvonne Maggie e Mirian Goldenberg, os melhores que tive nestes 7 anos de IFCS. Ao professor Emerson Giumbelli, pelo apoio para que eu pudesse terminar esta dissertação.

Não poderia esquecer de um agradecimento especial à professora Karina Kuschnir, que aceitou me acolher e me ajudar num momento crítico e difícil, e teve toda paciência para me orientar no difícil trabalho de preparação desta dissertação. Sua doce ternura me manteve animado para levar este trabalho até o fim.

Feito nos Estúdios *Leandro Imagem & som*, Cachambi, Rio de Janeiro, de janeiro a agosto de 2007. *Computador usado*: AMD K7 Athlon XP 1800 +. Impresso em uma HP PSC 1350 All-in-one. Ilustrações: Orkut e Leandro M. Rocha. *Formatação*: Leandro M. Rocha e Karina Kuschnir.

Apesar de todo o desentendimento que tivemos,  
devo agradecer a *Lizbeth Ferragonio Monteiro*  
pela ajuda. Você me levou a plantar uma semente,  
desejo que ela venha render frutos. Nunca  
esquecerei de você. Espero não guardar  
ressentimentos nem mais mágoas.  
A *Patrícia Ribeiro*, seu trabalho sério, ainda que  
duro às vezes, me encaminha a superar difíceis  
etapas, e continua me ajudando desde então.

## Sumário

Índice de Ilustrações _____	x
Índice de Tabelas _____	xi
Introdução _____	1
1. Objeto _____	1
1.1. A Comunicação Mediada por Computador _____	1
1.2. Orkut _____	3
2. Objetivos _____	8
3. Justificativa _____	9
3.1. A “invasão brasileira” no Orkut _____	9
3.2. Comunidades virtuais e os temas públicos _____	16
4. Metodologia _____	17
5. Plano da dissertação _____	21
Capítulo 1 _____	23
1. Descrição _____	23
1.1. Comunidades com a palavra de busca “lula” _____	26
1.2. Comunidades com a palavra de busca “alckmin” _____	31
1.3. Comunidades classificadas como “outras” _____	36
1.4. Comparação com uma pesquisa de opinião _____	39
2. Características da disputa entre comunidades _____	43
3. Perfil dos moderadores das comunidades _____	50
Capítulo 2 _____	58
2.1. Análise do conteúdo descritivo das comunidades _____	58
2.1.1. Busca com a palavra “Lula” _____	58
2.1.2. Busca com a palavra “Alckmin” _____	64

2.2. A importância dos partidos nas comunidades _____	72
2.3. As instituições associadas aos nomes dos candidatos ____	73
2.4. Outros nomes citados nas comunidades, além dos candidatos Lula e Alckmin _____	73
2.5. Representações dos candidatos e da política _____	74
2.5.1. Candidatos _____	74
2.5.2. Política _____	77
2.6. Nota metodológica sobre a análise do conteúdo das comunidades _____	78
Capítulo 3 _____	82
3.1. Definição de Comunidade _____	82
3.2. A comunidade virtual _____	90
3.3. Diferença entre a eleição de 2006 e as anteriores _____	94
Conclusão _____	97
Referências bibliográficas _____	102
Apêndice _____	108

## Índice de Ilustrações

Figura 1	19
Figura 2	39
Figura 3	59
Figura 4	60
Figura 5	64
Figura 6	68
Figura 7	70
Gráfico 1	25
Gráfico 2	28
Gráfico 3	29
Gráfico 4	30
Gráfico 5	33
Gráfico 6	34
Gráfico 7	35
Gráfico 8	37
Gráfico 9	38
Gráfico 10	42

## Índice de tabelas

Tabela 1	23
Tabela 2	40
Tabela 3	40
Tabela 4.1	53
Tabela 4.2	54
Tabela 5	76
Tabela 6	76

## Introdução

O objetivo desta dissertação de mestrado será o estudo da chamada comunidade virtual, comunidade que se forma na Internet graças às vantagens e facilidades oferecidas pela Comunicação Mediada por Computador (doravante, CMC). Mais especificamente, iremos analisar as descrições de comunidades do sistema de comunicação *Orkut* (sua definição será esclarecida mais à frente) envolvendo os dois principais candidatos na disputa eleitoral às eleições presidenciais de 2006: *Luís Inácio Lula da Silva* (PT) e *Geraldo Alckmin* (PSDB). Foi acompanhada a evolução semanal do número de membros inscritos nas comunidades relacionadas; e logo em seguida foram analisados os conteúdos descritivos dessas mesmas comunidades. Com isso iremos verificar se o Orkut é um importante espaço de manifestação política; bem como também analisar de que forma essa manifestação política ocorre.

### 1. Objeto

#### 1.1. A Comunicação Mediada por Computador

Uma *Comunicação Mediada por Computador* é toda forma de comunicação que se realiza usando microcomputadores como instrumento de transmissão de dados, cujo canal mais comum de tais transmissões se dá pela Internet<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Antes da popularização da Internet nos EUA e no Brasil existia o *BBS* (*Bulletin Board Service*), que era um clube *on-line* que conectavam diretamente dois computadores por meio da linha telefônica, **sem usar a Internet**, e dotado de uma capacidade gráfica muito limitada, se comparados à mesma. Um *BBS*, em geral, continha uma área onde os seus usuários poderiam trocar mensagens entre si, uma área de transferência de arquivos e uma área para conversa em tempo real. Embora existissem *BBSes* profissionais, com acesso pago e melhor estrutura técnica, a maioria era feita por amadores e entusiastas da CMC, que criavam um *BBS* em seu próprio computador pessoal, na sua casa. Tais limitações permitiam que somente alguns poucos usuários acessassem o sistema ao mesmo tempo, limitação essa que foi superada pelos provedores de acesso. Com o surgimento da Internet os *BBSes* se transformaram em sistemas anacrônicos. Os de melhores estruturas financeira e técnica se transformaram em provedores de acesso à Internet, e a maioria dos *BBSes* simplesmente desapareceu, pois os antigos usuários preferiam usar a Internet, dotada de maiores possibilidades audiovisuais. Tais sistemas hoje em dia são raros, e os poucos remanescentes evoluíram e agora usam a Internet para permitir acesso a seus membros, e são mantidos graças a antigos usuários apaixonados e saudosistas.

As ferramentas de CMC permitem ao usuário manter comunicação - em tempo real ou não - com uma rede de contatos que agora vai além das redes sociais limitadas essencialmente pelo espaço físico. Basicamente existem três formas de CMC: e-mail, *news* e chat. As duas primeiras são assíncronas, e a última é síncrona (em tempo real). Normalmente as três se complementam: usuários preferem dispor dos três serviços para aumentar o desempenho da comunicação virtual com sua rede de contatos.

a) Correio eletrônico (*e-mail*)

Forma de comunicação assíncrona análoga a uma carta. É uma mensagem enviada de uma pessoa a outra (ou de uma pessoa a várias outras ao mesmo tempo), com assunto e corpo do texto. Foi a primeira forma de comunicação a se popularizar na Internet, quando esta ainda era de acesso militar e acadêmico.

b) *News*

Sistema de comunicação assíncrono baseado em um serviço de hospedagem e envio de mensagens, em que os usuários se inscrevem, capturam várias mensagens que ficam armazenadas no sistema e podem participar mandando as suas próprias mensagens. Em geral usa o e-mail como ferramenta de participação, ou seja, você recebe todas as mensagens enviadas ao fórum na conta com a qual você se inscreveu. Estes serviços de boletins eletrônicos incluem grupos de notícias, listas de discussão, fórum de mensagens<sup>2</sup>.

c) *Chat*

---

<sup>2</sup> Esta modalidade, o **fórum de mensagens** (ou simplesmente fórum) não se usa o e-mail: os usuários colocam a mensagem diretamente no fórum por meio do programa de navegação na Internet. Elas ficam lá exibidas aos demais usuários, e todos os participantes podem ler, responder e/ou colocar novas mensagens da mesma forma. Um exemplo que deve ser citado são os portais de Redes de Relacionamento – provedores de serviço na Internet que oferecem um espaço pessoal a cada usuário, e permite que cada um crie um perfil pessoal com dados em exibição aos demais usuários do sistema. Estes serviços se tornaram extremamente populares no Brasil, e o mais famoso é o sistema de relacionamentos conhecido como *Orkut*. Voltaremos a falar sobre ele mais tarde.

O bate-papo *on-line* (*chat*) é uma forma de comunicação síncrona na qual os usuários entram numa sala virtual, e podem conversar com outro(s) usuário(s) conectado(s), em tempo real. A conversa pode ser pública, em que todos os demais lêem as mensagens enviadas na sala, ou privada, em que apenas dois conversam sem a interferência dos demais participantes do *Chat*<sup>3</sup>. Neste grupo podemos incluir os programas de mensagens instantâneas (*instant messaging*)<sup>4</sup>.

## 1.2. Orkut

Orkut é o nome de um serviço *on-line* de rede de relacionamentos<sup>5</sup>. É uma rede social filiada ao Google<sup>6</sup>, criada nos EUA em 19 de Janeiro de 2004 com o objetivo de ajudar seus membros a criar novas amizades e manter contatos. Atualmente possui mais de cinquenta milhões (52.044.736 em 24/04/2007) de usuários cadastrados<sup>7</sup>. Este número não é preciso pois uma pessoa pode facilmente ter mais de um perfil. Muitos usuários criam perfis falsos no Orkut para esconder a verdadeira identidade, e assim participar de diversas comunidades sem ser identificado, fazer brincadeiras com outros usuários, praticar *spamming*<sup>8</sup> pelo

---

<sup>3</sup> Vários provedores de acesso oferecem salas de *chat* com acesso gratuito aos usuários de Internet, e também há programas feitos exclusivamente para esse fim, como o *IRC* (*Internet Relay Chat*).

<sup>4</sup> forma de CMC que rapidamente se popularizou pela facilidade e privacidade de uso. Este programa permite a um usuário manter contato em tempo real com outro usuário do mesmo programa, sendo que cada um pode ter uma lista pessoal de contatos para tais conversas *on-line*. Seu funcionamento é idêntico a uma sala de *chat*, mas a diferença fundamental é que você faz a sua lista pessoal de contatos (nas salas de *chat* a lista depende de quem entra e sai no momento de uso). Os mais populares programas de mensagens instantâneas são (não em ordem de popularidade) *ICQ*, *MSN Messenger* e *Skype*.

<sup>5</sup> “O Orkut é uma comunidade on-line que conecta pessoas através de uma rede de amigos confiáveis. Proporcionamos um ponto de encontro on-line com um ambiente de confraternização, onde é possível fazer novos amigos e conhecer pessoas que têm os mesmos interesses. Participe do Orkut para estabelecer seu círculo social e se conectar a ele”. Descrição fornecida no sítio do serviço. <http://www.Orkut.com/>.

<sup>6</sup> Portal de buscas e também provedor de outros serviços na internet. <http://www.google.com>.

<sup>7</sup> Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut>.

<sup>8</sup> *Spamming* vem do termo *spam*, que é o nome usado pra designar a prática de envio de propaganda e/ou correspondência não solicitadas a outros usuários da internet por e-mail (o mais comum), *instant messaging* e outros. Tal prática se tornou tão freqüente na Internet e em tão grande quantidade que servidores de e-mail já contam com filtros eletrônicos para eliminar tais mensagens, classificadas como “lixo eletrônico”. Seu conteúdo vai desde propaganda de produtos e eventos, até falsos boatos de vírus, golpes e mensagens de apelo emocional e pedidos de ajuda.

sistema, vigiar perfis alheios e até desfrutar de conteúdo proibido existente (em geral, até tal conteúdo ser descoberto e eliminado a seguir).

Seu nome é originado no criador e projetista chefe, Orkut Büyükkökten, engenheiro de origem turca do *Google*<sup>9</sup>. Neste sistema de comunicação *on-line* uma pessoa se inscreve, cria um perfil com informações pessoais, sociais e profissionais<sup>10</sup>, e pode estabelecer contato com outras pessoas também inscritas por intermédio de mensagens. Há também a possibilidade de participar de comunidades virtuais. Sua estrutura de funcionamento é uma rede, onde cada nó é uma pessoa e as ligações são as relações estabelecidas com outras pessoas (independente de se conhecerem pessoalmente ou não) conhecidas pelo nome genérico de “amigos”.

A conta pessoal de cada usuário possui um nome de acesso com uma senha. Quando o sistema foi criado, a participação só era permitida se você recebesse convite de um membro (o que não era difícil de se conseguir). Esta regra foi abandonada<sup>11</sup> e agora o único requisito necessário é que você possua uma conta de e-mail no provedor de serviços *Google*.

Após se inscrever, o membro pode:

- a) colocar uma descrição pessoal: aqui cada usuário escreve um pouco a respeito de si mesmo, seus interesses, objetivos no sistema, características pessoais;
- b) álbum de fotos, onde o usuário pode colocar suas fotos pessoais;
- c) página de recados: é um mural onde outros usuários e o próprio dono do perfil podem escrever pequenas mensagens e recados;

---

<sup>9</sup> Idem

<sup>10</sup> Ibidem.

<sup>11</sup> Não conseguimos descobrir a data em que tal exigência acabou.

d) quadro de amizades: onde aparecem os amigos do usuário, aqueles aos quais ele está ligado na rede do Orkut. Pode conter desde parentes, amigos, familiares, até pessoas conhecidas virtualmente, no próprio sistema do Orkut.

e) comunidades: área onde estão listadas as comunidades nas quais o usuário está inscrito. A inscrição em uma comunidade não significa necessariamente que o usuário participe dela. As comunidades do Orkut são fóruns de mensagens sobre um determinado assunto, que possuem um dono (proprietário da comunidade) e opcionalmente tem os mediadores (auxiliares na manutenção).

O sistema está em constante mudança, com novidades sendo adicionadas tanto para os usuários, como para as comunidades. Só em 2007 foram incluídas duas opções que expandiram as possibilidades de uso: a colocação de vídeos pessoais e a conversa pelo sistema de *Instant messaging*. Os proprietários de comunidades passaram a contar com pesquisas de opinião e ferramenta de busca nos tópicos.

Com tantas ferramentas e possibilidades de uso, é difícil estimar o total de informação que circula no sítio diariamente, dado ao qual talvez só o provedor do serviço tenha acesso exclusivo. É também difícil fazer uma estimativa do perfil do público que usa o Orkut, através do levantamento de dados de idade, gênero, renda, escolaridade, profissão, etc. Apesar de existir campos de preenchimento de tais informações nos perfis de cada usuário - o que facilitaria muito o trabalho de coleta e análise - há um problema citado anteriormente da diversidade de perfis falsos. O resultado final de um levantamento do tipo pode dar margens a erros e dúvidas quanto à sua veracidade e representatividade: como saber se aquele perfil é realmente de quem ele diz ser? Quantas informações foram preenchidas corretamente, e quantas foram preenchidas de má fé com interesse de ocultar certas informações em detrimento de outras (usuários podem mentir a idade e a

escolaridade para parecerem mais jovens e bem situados socialmente no perfil)? São alguns problemas que tais levantamentos sócio-econômicos no universo do Orkut trazem e trarão, devido principalmente à *exposição* de cada perfil e a *visibilidade* que o mesmo tem perante outros usuários. Aqueles que detêm um perfil no Orkut podem deliberadamente falsificar informações ao seu próprio respeito, o que talvez não o fariam diante de um pesquisador preenchendo um formulário e que promettesse sigilo sobre as informações recolhidas.

Sendo assim é difícil até mesmo definir os grupos sociais envolvidos com tal sistema. Só as informações mais simples como idade, cor, gênero, estado civil, etc. são de preenchimento por opções pré-definidas – todos os demais campos são escritos à vontade pelo dono do perfil. As opções de hábitos de consumo, comportamento, gostos, filiações a grupos, e outras mais que permitiriam identificar agrupamentos sociais só poderiam ser levantadas investigando cuidadosamente – de uma amostragem pré-selecionada – de perfil a perfil, o que tomaria um tempo considerável e necessitaria de uma equipe de pesquisa<sup>12</sup>.

A repercussão social mais importante para quem participa do universo do Orkut é a fama que um usuário pode obter dos demais usuários, seja tendo alto número de amigos, participando de várias comunidades, divulgando opiniões e materiais polêmicos, enfim, tomando várias atitudes que despertem a curiosidade e a atenção dos demais membros participantes. O sistema não faz nenhum concurso nem promove nenhum tipo de premiação, sendo os prêmios mais comuns – fama “virtual”, popularidade, comunidades feitas por amigos em homenagem (ou críticas) a determinada pessoa – dados pelos próprios usuários; são estes que definem quem é

---

<sup>12</sup> Apesar destas dificuldades, acreditamos que se pode inferir que o perfil mais comum do usuário do Orkut está dentro do perfil do usuário da Internet em geral.

popular e impopular, quem merece homenagens e honrarias virtuais, quem merece desprezo, indiferença e ridicularização. Lembramo-nos de um usuário protestando em uma comunidade cujo objetivo era criticar a criação de falsos perfis de celebridades (pessoas que fingiam ser celebridades do mundo da mídia, como atores e atrizes, com intuito de enganar os demais usuários). O seu argumento para saber se um perfil de celebridade era falso era bem simples: “é fácil saber pois celebridades não precisam de perfil no Orkut”, ou seja, em sua análise pessoal, o Orkut é uma espécie de “mundo da fama” (virtual) para quem não tem acesso aos dispositivos e meios de comunicação da grande mídia, como televisão, jornais e revistas<sup>13</sup>. Quem é famoso nestes, não precisa de uma ferramenta como o Orkut.

Além da comunidade virtual, as eleições presidenciais do ano de 2006 também são parte do objeto de estudo e análise de nossa dissertação. Neste pleito foram disputados os cargos de presidente e vice-presidente da república; deputados federais e um terço do senado federal; governadores e vice-governadores; e as assembleias legislativas e câmara distrital (DF). Durante a campanha, os candidatos à presidência mais citados nas pesquisas de opinião foram Luís Inácio Lula da Silva (Partido dos Trabalhadores, PT), Geraldo Alckmin (Partido da Social Democracia Brasileira, PSDB), Heloísa Helena (Partido Socialismo e Liberdade, PSOL) e Cristóvam Buarque (Partido Democrático Trabalhista, PDT). As eleições aconteceram nos dias 1º de outubro e 29 de outubro (2º. turno para presidente e governadores dos estados) de 2006.

Não há como delimitar agora quando a mobilização para as eleições presidenciais de 2006 começou no Orkut. Usuários criaram perfis e comunidades

---

<sup>13</sup> Infelizmente não conseguimos achar o endereço original da comunidade com o texto citado, bem como seu autor.

homenageando e criticando um universo vasto de candidatos, partidos e correntes político-ideológicas. É possível delimitar quando as comunidades relacionadas ao pleito e aos candidatos surgiram, pois cada uma contém na tela principal a data de sua criação. O candidato que resolver divulgar sua candidatura pelo Orkut não precisa de muito investimento, apenas um computador, um perfil bem confeccionado, bem como tempo e disposição para publicar sua campanha on-line. Como o material político é divulgado por usuários com ou sem filiação partidária, os partidos acabam tendo um papel secundário na divulgação de eventos e material de campanha pelo Orkut. Há certa repercussão social importante do material divulgado no sistema, como veremos detalhadamente adiante.

## **2. Objetivos**

Justifica-se pelo desejo de realizar um estudo do estudo do fenômeno da formação das comunidades virtuais na Internet, junto com o crescente uso da Internet do Brasil, bem como compreender um pouco mais sobre o uso do sistema de relacionamento *Orkut*. Obtivemos as descrições de comunidades do sistema relacionadas às eleições presidenciais de 2006 dos dois principais candidatos na disputa eleitoral, bem como um levantamento estatístico mostrando a evolução semanal do número de membros das mesmas comunidades de 16 de agosto até 25 de outubro de 2006.

Como questões relativas a esse material, pretendemos primeiro demonstrar que o Orkut é um importante espaço de manifestação política, onde os usuários expressam suas opiniões, defendem ou atacam determinado candidato, fazem campanha favorável ou contrária aos partidos e correntes ideológicas, chegando a disputar com defensores de candidatos concorrentes de modo cordial ou agressivo,

de forma análoga a uma campanha e mobilização política de rua, tal como HEREDIA e PALMEIRA (1997) estudaram.

Em segundo lugar vamos analisar como essa manifestação política ocorre. O mundo do Orkut permite algumas peculiaridades não presentes no mundo real, tal como divulgação rápida e barata de informações e mensagens. A falta de contato físico entre os eleitores, partidários e simpatizantes dos candidatos pode ser elemento potencial de novas formas de manifestações políticas ou não; se não nova, pelo menos de um modo não realizado até então. Devido à sua disposição no formato de redes, há uma rápida penetrabilidade, divulgação e propagação de imagens, vídeos, sons, permitindo que a campanha se realize de uma forma que talvez não encontre paralelo no mundo dito real. Sua importância não pode ser desprezada, é possível que de agora em diante todos os candidatos deverão considerar a Internet como espaço de propaganda e mobilização política.

Mais interessante, em nosso caso, é *medir o impacto das campanhas eleitorais às eleições presidenciais de 2006 no universo do Orkut*. A disputa eleitoral esteve presente no Orkut, resta estudar detalhadamente como essa presença aconteceu e quais conseqüências ela teve, principalmente porque chegou a chamar a atenção e mobilizar os comitês de campanhas eleitorais.

### **3. Justificativa**

#### **3.1. A “invasão brasileira”<sup>14</sup> no Orkut**

O Orkut é apenas um entre muitos outros sistemas de redes de relacionamento que existem mundialmente. Entretanto ele foi o que atingiu mais sucesso entre os brasileiros, sendo seu estilo copiado por inúmeras outras empresas e

---

<sup>14</sup> Traduzido do inglês *crazy brazilian invasion*.

provedores nacionais de serviços virtuais que passaram a oferecer também serviços de redes sociais.

O sistema possui atualmente mais de cinquenta milhões (52.044.736 em 24/04/2007) de usuários cadastrados.

O Brasil é o país com o maior número de membros, superando inclusive os EUA. Cerca de 55,72% dos usuários do sistema, aproximadamente 29 milhões de usuários, declaram ser brasileiros. Na verdade esse número não apresenta muita exatidão, já que muitos membros criam mais de um perfil por usuário, ou declaram residir em outros países, graças a um *hoax* [boato falso ou brincadeira que circula na internet] pregando que se você declarasse ser de um outro país que não fosse Brasil o sistema ficaria mais rápido e erros e bugs iriam diminuir. Isso acabou sendo provado incorreto, pois a alocação de banda é feita por endereço IP, e a lentidão no sistema acontecia somente em horários de pico.<sup>15</sup>

O sucesso do Orkut aqui chamou a atenção dos demais usuários de outras nacionalidades e até da empresa que mantém o sistema (*Google*), que não soube explicar o porquê da popularidade entre os usuários brasileiros. Uma vez que temas como cibercultura, sociabilidade virtual e identidade na internet cada vez mais atraem a atenção de pesquisadores devido às novas possibilidades deste promissor campo de estudo, a razão para o sucesso do Orkut entre os brasileiros virou tema de debate e de pesquisa de inúmeros estudiosos da área de ciências humanas<sup>16</sup>.

O uso do serviço eletrônico passou a ter impacto não só na Internet como também fora dela, sendo registrados inúmeros problemas decorrentes de mau uso ou uso incomum do sistema, que saíram dos limites do espaço virtual e chegaram ao mundo real.

#### **Redes virtuais enfrentam problemas na Justiça**

Folha Online, 29/11/2006 - 09h09

Não é porque são virtuais que as comunidades on-line não enfrentam problemas reais. Depois que o Orkut enfrentou várias solicitações de quebra de sigilo de seus usuários, exigidas pela Polícia Federal brasileira, o *MySpace*, outro gigante da rede, também mostrou que sua enorme teia enlaçou pendengas judiciais. [...]

---

<sup>15</sup> Dados de 23 de junho de 2007. Nota fornecida pelo sítio

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut#Alguns\\_dados\\_estat.C3.ADsticos](http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut#Alguns_dados_estat.C3.ADsticos)

<sup>16</sup> Citamos como exemplos os trabalhos de AQUINO (2005), DORNELLES (2004), FONTANELLA & PRYSTHON (2004), JUNGBLUT (2005), MELO (2005), MORAIS & ROCHA (2005), PITHAN (2004), RECUERO (2004, 2005b, 2005c, 2006); além destes, encontramos também LEONARD (2004).

O site de relacionamento Orkut, pertencente à Google, ameaçou deixar desabrigados seus mais de 33 milhões de usuários, ao ser pressionado pela Procuradoria da República para tirar do ar conteúdos considerados ofensivos ou ilegais. Até agosto, a sede da empresa, nos EUA, havia recebido 15 ordens judiciais criminais de órgãos brasileiros<sup>17</sup>.

É inegável o crescimento da informática no Brasil, e com ela o aumento do acesso à Internet. Pesquisas do instituto IBOPE/NetRatings<sup>18</sup> mostra que até hoje o número de microcomputadores em residências não pára de crescer. Uma primeira pesquisa mostra que o percentual de domicílios com computador doméstico subiu de 27,5% no primeiro trimestre de 2005 para 31,9% no 4o. trimestre de 2006<sup>19</sup>. Uma segunda pesquisa mostra que o percentual de domicílios com acesso à internet via um computador doméstico aumentou de 11% para 12% de 2005 a 2006<sup>20</sup>.

Há pouco mais de 10 anos, acesso à Internet era um luxo tecnológico acessível somente a uns poucos privilegiados que tinham condições de ter um microcomputador pessoal. Com a queda dos custos na área de informática (especialmente relacionado aos provedores de acesso) cada vez mais brasileiros buscam uma conexão na Internet: seja por meio da compra de um microcomputador pessoal, ou por intermédio de locais alternativos de conexão (*LAN houses*<sup>21</sup>, computadores em universidades, trabalho, escolas, casa de amigos e parentes, etc.).

O tempo de acesso também aumentou. Vejamos por exemplo estes dados de uma pesquisa realizada com internautas de diversos países:

**Número de internautas brasileiros bate recorde em março, diz Ibope**  
da Folha Online - 20/04/2007 - 18h50

---

<sup>17</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u21078.shtml>.

<sup>18</sup> A Ibope-NetRatings é uma associação entre o instituto de pesquisa Ibope e a empresa de consultoria internacional Nielsen-NetRatings, que mede o uso da internet em dez países: Brasil, Estados Unidos, França, Japão, Austrália, Alemanha, Reino Unido, Itália, Espanha e Suíça.

<sup>19</sup> Fonte: <http://www.cetic.br/usuarios/ibope/tab02-08.htm>.

<sup>20</sup> Fonte: <http://www.cetic.br/usuarios/ibope/tab02-04.htm>.

<sup>21</sup> Lojas onde existem vários computadores disponíveis aos clientes, ligados em rede e conectados à internet. Algumas dessas lojas oferecem uma opção a mais, como jogos eletrônicos em rede onde várias pessoas podem jogar juntas, ao mesmo tempo e o mesmo jogo. O sistema tem funcionamento bem simples, os usuários pagam por uma hora ou mais de uso de cada computador – em geral com custo bem baixo – e podem assim jogar ou navegar na Internet.

O número de internautas no Brasil chegou a inéditos 16,3 milhões de pessoas em março no Brasil --um aumento de 15,6% em relação a fevereiro, informou a empresa de pesquisa de mercado Ibope/Net Ratings nesta sexta-feira.

O número refere-se aos usuários residenciais ativos, ou seja, pessoas que acessaram a web ao menos uma vez de casa no mês.

Além de março ter um número maior de usuários ativos do que fevereiro (que é um mês mais curto, além de ter o feriado do Carnaval), também aumentou a quantidade de usuários com pelo menos um computador em casa.

Existem agora 25 milhões de brasileiros morando em residências com acesso (contra 22,1 milhões em 2006) e 32,9 milhões com acesso em qualquer ambiente (casa, trabalho, escolas, universidades e outros locais).

O Brasil ainda é o país com maior tempo médio de navegação residencial por internauta, com 20 horas e 54 minutos no mês --9,4% mais do que em fevereiro. O crescimento anual de horas navegadas é de 7,8%.

A França, com tempo médio por internauta residencial de 19 horas e 56 minutos, os Estados Unidos, com 19 horas e 8 minutos, o Japão, com 18 horas e 34 minutos, e a Alemanha, com 17 horas e 53 minutos por pessoa, foram os países que mais se aproximaram do Brasil, entre os dez medidos com a mesma metodologia. [...]<sup>22</sup>

Tal crescimento de acesso veio acompanhado do surgimento de um outro fenômeno interessante (mas não novo, uma vez que já acontece há mais tempo em países de uso anterior da internet): o sucesso e uso cada vez mais comum de ferramentas da CMC com objetivo de estabelecer e manter uma rede de relações pessoais. Além do uso de programas de redes sociais, outro programa que se popularizou entre brasileiros é aquele que permite o uso de mensagens instantâneas via Internet (*instant messaging*).

Ficou claro que os brasileiros possuem cada vez mais uma presença marcante na Internet e principalmente no mundo virtual do Orkut. A Comunicação Mediada por Computador, principalmente por meio da Internet, está se transformando num novo espaço de convívio e interação social, e há muito já deixou para trás aquela imagem de um ambiente inóspito, estranho e exclusivo de pessoas tímidas, entusiastas da informática e indivíduos anti-sociais. Ela se transformou numa extensão da vida social, reproduzindo o que acontece no mundo real: seus usuários cada vez mais usam a CMC para manter contato com amigos, conhecer novas

---

<sup>22</sup> Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u21990.shtml>.

pessoas, arrumar um par amoroso, procurar emprego, divertir-se, buscar informações, etc.

Pesquisadores de diversas áreas acadêmicas, como sociologia, antropologia, comunicação, filosofia, economia voltam-se ao crescente fenômeno do aumento do uso de redes de comunicação por intermédio da CMC – especialmente a Internet – bem como em estudar o crescimento de comunidades virtuais, com objetivo de compreender se tais redes eletrônicas apresentam rupturas e/ou continuidades com relação às formas de redes sociais tidas como tradicionais, que envolvem o contato face a face<sup>23</sup>.

A Comunicação Mediada por Computador permite às pessoas buscarem novas formas de conectar-se, estabelecer relações e formar agrupamentos de apoio, suporte mútuo e interação, bem como a busca de informação. Por isso, muitos optaram por definir os agrupamentos surgidos por intermédio da CMC por “comunidades virtuais”. Os trabalhos de FERNBACH & THOMPSON (1995); LÉVY (1996, 1999); RHEINGOLD (1996) foram pioneiros nessa área de estudo, sendo de RHEINGOLD (idem) o primeiro autor a estudar e definir o conceito de comunidade virtual. As comunidades se estendem como uma rede eletrônica de comunicação interativa, organizada em torno de um interesse ou finalidade compartilhados, embora algumas vezes a própria comunicação se transforme no objetivo.

---

<sup>23</sup>Citamos como alguns outros exemplos de pesquisadores brasileiros que se lançaram ao estudo e compreensão do uso da Internet como ferramenta comunicativa e de interação social: DORNELLES (2000, 2004); GUIMARÃES Jr. (1997, 1999a, 1999b); JUNGBLUT (2004, 2005); LEMOS (2002a, 2002b); PEREIRA DA SILVA (2004a, 2004b); PRIMO (1997); RECUERO (2001, 2003, 2004, 2005a, 2005b, 2005c, 2006).

Rheingold (1996, p. 18, citado por RECUERO, 2005; RIBEIRO, 2001; PRIMO, 1997; PAULINO, 2003; PEREIRA DA SILVA, 2004), define o termo “comunidade virtual” da seguinte forma:

As comunidades virtuais são agregados sociais que surgem da Rede [Internet], quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no espaço cibernético [ciberespaço].

São elementos formadores da comunidade virtual as discussões públicas sobre os mais variados assuntos; os usuários que se encontram e reencontram; manutenção da discussão pela Internet; o tempo de uso; e o sentimento pelo grupo e pelos demais usuários. Esses elementos, combinados através do ciberespaço, poderiam ser formadores de redes de relações sociais, constituindo-se em comunidades. Rheingold, porém, deixa de lado um dos pontos mais essenciais da definição do que até então a maior parte dos sociólogos convencionou chamar de comunidade: um agrupamento humano dentro de uma determinada base territorial.

Para CASTELLS (1999, p. 445) as comunidades virtuais são comunidades, mas não como as comunidades físicas, pois não seguem os mesmos modelos de comunicação e interação das comunidades físicas. Entretanto, não são irreais, pois funcionam em outro plano da realidade. São redes sociais interpessoais, em sua maioria baseadas em laços fracos, diversificadíssimas e especializadíssimas, também capazes de gerar reciprocidade e apoio por intermédio da dinâmica da interação sustentada.

Segundo JANOTTI JUNIOR (2003)

denominam-se comunidades de sentido determinadas agregações de indivíduos que partilham interesses comuns, vivenciam determinados valores, gostos e afetos, privilegiam determinadas práticas de consumo, enfim, manifestam-se obedecendo a determinadas produções de sentido em espaços desterritorializados, através de processos midiáticos que se utilizam de referências globais da cultura atual. É a vivência desses sentidos através do consumo de determinados objetos culturais que permite a um indivíduo reconhecer seus pares, seja um skatetista, um punk, um headbanger, um clubber; independentemente do território em que esses sentidos se manifestam.

Para Cliff Figallo (citado por LEMOS, 2002a) estas comunidades são construídas mais pela interação entre seus participantes do que pela tecnologia, que funciona em segundo plano, como um suporte. Assim, uma comunidade virtual é definida pelos benefícios que provém das relações entre seus usuários, sendo dois fatores fundamentais para o seu desenvolvimento e a sua manutenção: a estrutura técnica de redes de computadores e a intenção de seus membros no tempo e no espaço. Para participar de uma comunidade virtual é preciso, antes de tudo, instrumentalizar-se, munir-se dos recursos tecnológicos para o contato com outros membros. Mas a rede técnica por si só não basta: precisa-se de um espaço simbólico e de uma determinada duração temporal.

CASTELLS (2000) nos mostra que a característica da sociedade moderna é o seu funcionamento em rede. O que é uma rede? Um conjunto de nós interconectados cuja lógica é bem simples, a inclusão/exclusão de seus nós integrantes, de acordo com suas leis de funcionamento. Aos nós excluídos resta a formação de redes paralelas, que funcionam com novas regras. Suas características são a descentralização, flexibilidade, e a penetrabilidade. Àqueles agrupamentos que não concordam com as mudanças proporcionadas pelas redes fecham-se em “comunas” cujos valores, tipicamente “tradicionais”, não são negociáveis nem flexíveis.

A Internet é a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores: é a rede que liga a maior parte das redes (CASTELLS, 1999, p. 431). A capacidade da rede das redes é tal que uma parte considerável das comunicações que acontecem na rede é, em geral, espontânea não organizada e diversificada em finalidades e adesão (idem, p. 439). As redes de CMC, dentro e fora da Internet, têm como características a penetrabilidade, descentralização multifacetada e flexibilidade. Alastram-se como colônias de microorganismos (ibidem, p. 442).

WELLMAN (2001a, 2001b, 2002a, 2002b, 2004a, 2004b) ao contrário das crenças alarmistas contemporâneas ao primeiro impacto da expansão da Internet, mostra que os laços sociais **não** estão se desintegrando, levando às pessoas a se afastarem umas das outras. Uma nova forma de sociabilidade - o individualismo em rede - emergiu no pós-guerra, em que agora as redes sociais a qual um indivíduo pertence vão muito além da vizinhança local – conceito até então muito confundido com o ideal de “comunidade”. Cada um possui uma rede de contatos pessoais que transcende a vizinhança e o parentesco próximo, e que graças aos meios de transporte, comunicação e encurtamento das distâncias não precisa mais de presença física para ser mantida. O surgimento e a evolução da informática, o aparecimento de formas de CMC, sua difusão e popularização vieram a servir muito bem a esta nova forma de socialização. Mais do que separar pessoas, as formas de CMC estão aproximando-as, é uma forma de tecnologia que entrou em ressonância com a forma de sociabilidade moderna, o que explicaria sua rápida difusão.

### **3.2. Comunidades virtuais e os temas públicos**

Conforme explica MARQUES (2006, p. 168), seria pouco inteligente descartar toda a gama de possibilidades democráticas abertas por estes novos sistemas de comunicação digital, mais plurais, dinâmicos e que realçam o oferecimento dos vários pontos de vista. Ele aproveita para introduzir o conceito de *esfera pública* cuja noção pode ser compreendida a partir de três ângulos: o primeiro deles é o debate deliberativo, essencial à democracia, que pode ser exemplificado através das argumentações apresentadas nas casas parlamentares, ou mesmo ligado a assuntos de um grupo particular, como uma associação de moradores ou acionistas de uma empresa, tudo com o objetivo de definir políticas; O segundo é o debate não-deliberativo, na maioria dos casos com fins informativos, com a intenção de fornecer

aos interessados uma maior capacidade de reflexão dos prós e contras de determinada matéria (ou apenas mantê-los a par do assunto), uma conversação civil, ocorrendo em situações cotidianas e sem a marca da formalidade. Por último, a esfera pública pode consistir de uma esfera de exposição ou visibilidade pública, quer dizer, quando não há necessariamente uma realização dialógica entre quem emite e quem recebe determinado conteúdo, ocorrendo a exposição, sobretudo através da mídia de massa de materiais acerca do que deverá habitar os setores deliberativos. A *esfera pública virtual* possui essas três características, e em seu texto o autor busca analisar as três vertentes de estudo e procura um conceito de *esfera pública virtual*: a primeira vertente vê nela um espaço discursivo público por excelência, onde vozes marginalizadas podem se expressar livremente; a segunda é cética quanto a sua eficácia ao aperfeiçoamento da democracia, vendo-a como um espaço pouco sério e caótico onde é mais comum a falta de seriedade e a experimentação adolescente, e por fim uma terceira posição - que segundo o autor vem ganhando força - que vê a esfera pública virtual como um complemento para uma melhor formação cívica, sendo um local de debate de diferentes formas, porém sem maior viabilidade de se aliar à verdadeira deliberação política, que ocupa espaço nos partidos políticos e casas parlamentares (idem, p.171, 172).

#### **4. Metodologia**

Minha motivação para pesquisar tal objeto é meu envolvimento pessoal desde 2004 com o sistema Orkut. Sendo usuário afincado deste provedor de relacionamentos e conteúdo, comecei a observar comportamentos e modos de uso que sempre me chamaram a atenção, bem como a existência de um vasto material armazenado (descrições de comunidades, tópicos de mensagens nestas mesmas

comunidades, perfis, etc.) que a meu ver é um riquíssimo material de pesquisa sociológico e antropológico.

Defini que faria um estudo baseado no Orkut, porém ainda não decidira qual seria o recorte de pesquisa. Acreditava que tal resposta seria encontrada após a leitura de maior quantidade de material teórico sobre cibercultura, sociologia de comunidades virtuais e estudos feitos sobre CMC. Fiz uma pesquisa na Internet e coletei dezenas de textos (artigos, monografias, apresentações) que foram impressos e lidos, nos quais encontrei trabalhos realizados por pesquisadores da área de comunicação, sociologia, antropologia, filosofia, psicologia, jornalismo e ciência política. A leitura serviu para me situar dentro do tema de estudo, uma vez que tal área até então era completamente nova para mim.

Enquanto fazia o trabalho de leitura, durante o período de 16 de agosto até 25 de outubro de 2006 acompanhei a evolução do número de membros de comunidades relacionadas aos dois maiores nomes em disputa na campanha presidencial daquele ano, no Orkut. O critério usado para seleção foi simples: após digitar a palavra “lula” na ferramenta de busca de comunidades, anotei o nome e o número de membros das vinte primeiras comunidades listadas pela ferramenta do próprio sistema. Fiz o mesmo com a palavra “Alckmin”. Toda quarta-feira de cada semana eram impressos os resultados exibidos por tal ferramenta do próprio Orkut, onde estavam os nomes e números de membros das vinte primeiras comunidades listadas que estariam relacionadas aos presidenciáveis (quando fazia a pesquisa por “lula”, apareciam algumas comunidades sem nenhuma relação com o candidato, que eram desconsideradas). Excepcionalmente, no dia 30 de setembro, um dia antes da eleição do primeiro turno, foram coletados os dados da comunidade para observar se houve

alguma mudança extraordinária. O processo se repetiu até a última semana da campanha eleitoral.

Devo fazer uma observação importante: com a proximidade da eleição, algumas comunidades que tinham um significativo número de membros não apareceram entre as vinte primeiras listadas na ferramenta de busca. Entretanto, uma busca pelo nome delas em separado revelou que ainda existiam. Para que não perdesse a continuidade dos dados após tantas semanas, excepcionalmente decidi incluir os números de membros destas comunidades (fazendo uma pesquisa separada pelo nome das mesmas) para não prejudicar a continuidade das estatísticas, nem prejudicar o gráfico final<sup>24</sup>.

Para conduzir tal pesquisa, criei um perfil de pesquisador no Orkut. Abaixo, na figura 1, temos uma imagem capturada do perfil criado.

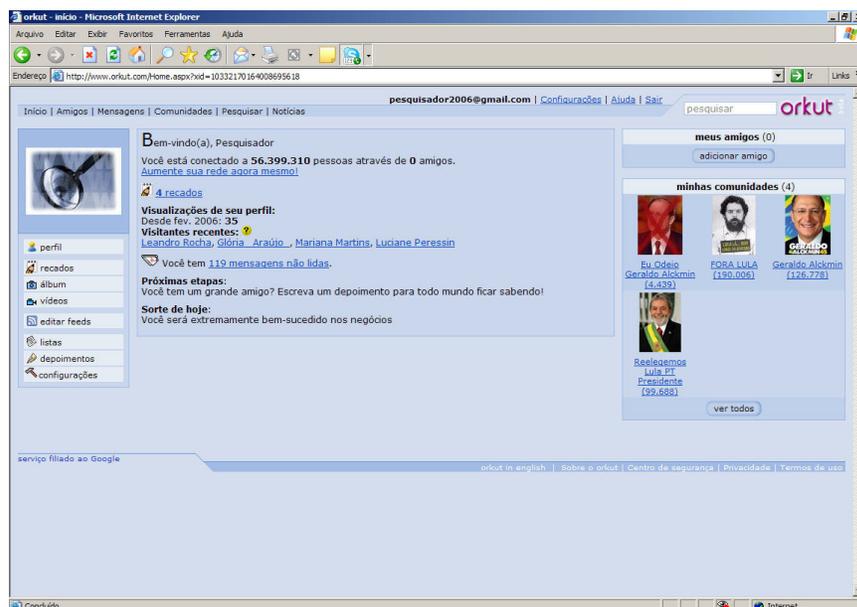


Figura 1

<sup>24</sup> Não conhecemos detalhes do funcionamento da ferramenta de busca de comunidades do Orkut. Em tese, ele exhibe páginas - com dez comunidades cada - onde são listadas em ordem decrescente pelo número de membros. Nossa pesquisa nos mostrou que nem sempre o Orkut exhibe nos resultados de busca as comunidades com maiores números de membros, algumas só são encontradas digitando-se o seu nome completo na ferramenta de busca. Tal procedimento acontecia aleatoriamente, e aumentou na proximidade da eleição.

Terminado o trabalho de leitura e coleta de material, tive dificuldade em fazer um recorte preciso do objeto a ser estudado. Várias opções se apresentavam e todas pareciam igualmente fascinantes. Analisar os perfis dos usuários? Analisar as mensagens nos fóruns das comunidades? Observar a descrição das comunidades envolvendo os presidentes? Como guardei todo o material impresso de cada semana, resolvi que a análise das descrições das comunidades seria a melhor opção. As duas primeiras citadas mostraram-se depois inviáveis, devido à escassez de tempo e à grande quantidade de informações presente no próprio Orkut.

Terminado ambos os trabalhos (coleta e leitura), parei para organizar o material recolhido e dar-lhe forma de uma dissertação. Comecei cuidando do material lido, escrevendo a parte teórica da dissertação que envolvia conceitos de comunidade, comunidades virtuais e sociedade em rede. Terminado esta etapa, defini o recorte do material observado e então decidi que seria uma análise nas descrições das comunidades impressas, por acreditar ser um rico material que expressava opiniões pessoais dos proprietários das comunidades e seus participantes, bem como observava a existência de um diálogo entre as descrições de comunidades antagônicas.

A grande vantagem desta pesquisa foi a facilidade em coletar e organizar o material de estudo, seja a bibliografia de leitura ou o material estatístico. Tudo foi encontrado na Internet dispensando a necessidade de um trabalho de campo. Outro ponto positivo foi a facilidade em montar as tabelas com os números de membros, que nos permitiu observar a evolução do número dos mesmos de uma forma clara e objetiva. A grande desvantagem que posso citar foi o excesso de informação encontrado no mundo virtual: havia muitos textos a serem impressos e lidos, muitas comunidades disponíveis para análise (daí decidi concentrar-me apenas nas 20

primeiras exibidas), muitas mensagens e muitos usuários discutindo e debatendo nos fóruns das mesmas. Quando optei por um corte no material estudado, ficou uma impressão de estar “perdendo” material que poderia ser útil e valioso para análise. Entretanto não tive escolha devido ao excessivo volume de informações disponíveis, selecionando apenas uma parte do material observado.

O material coletado, por estar presente em uma tela de computador, apresenta um problema sério com o qual todo pesquisador irá se deparar: o questionamento da veracidade das informações, uma vez que, sendo textos *on-line*, são de fáceis edição e manipulação. Ao meu favor existe o fato de que cada comunidade pode ser acessada por qualquer um que possuir uma conta no Orkut, e desejar ver por si próprio o material. Um outro problema é a velocidade e mutabilidade das fontes usadas. Sendo de fácil edição, as descrições das comunidades estão sujeitas a mudanças e até mesmo exclusão pura e simples. A velocidade e rapidez com que as coisas mudam no mundo virtual é um problema que todo pesquisador terá de enfrentar ao fazer pesquisa na área, assegurando que o seu material de pesquisa não seja tão fugaz e volátil ao ponto que a existência de tal material seja contestada. Sítios e portais inteiros podem desaparecer da noite para o dia, levando consigo milhares de mensagens, perfis de usuários e rico conteúdo.

### **5. Plano da dissertação**

No Capítulo 1 fazemos um mapeamento do nosso objeto de estudo, apresentando o material estatístico das comunidades estudadas e mostrando a mobilização existente no mundo virtual do Orkut.

No Capítulo 2 analisaremos o conteúdo descritivo das comunidades, delineando as representações feitas da política e dos candidatos.

No Capítulo 3 faremos uma discussão sobre o conceito clássico de comunidade e o novo conceito de comunidade virtual, ressaltando a presença da Internet na disputa eleitoral de 2006 como uma característica desta eleição.

Por fim, encerramos este trabalho na Conclusão, aproveitando para apontar também novas questões para futuras pesquisas deste promissor campo de estudo.

## Capítulo 1 - Análise Quantitativa

### 1. Descrição

De 16 de agosto até 25 de outubro de 2006 fizemos um levantamento estatístico do número de membros das comunidades encontradas com a palavra “lula” e “alckmin”, digitadas na ferramenta de busca por comunidades do Orkut. A cada semana, as 20 primeiras comunidades listadas eram impressas, tendo assim a descrição da comunidade e seu número de membros. Este último dado foi colocado em uma tabela, que ao final do processo permitiu-nos montar um gráfico de visualização da evolução semanal do número de membros das comunidades. As descrições serão analisadas adiante.

Este é o capítulo em que faremos uma análise quantitativa de material recolhido no Orkut. Começamos com as comunidades encontradas, partindo depois para o número de membros de comunidades encontradas com a palavra de busca “lula”, e logo em seguida com a palavra de busca “alckmin”, e por fim as classificadas na categoria “outras”; logo depois faremos uma comparação com as pesquisas de opinião publicadas na mídia. Na segunda parte, mostramos um pouco mais das disputas existentes entre as comunidades observadas, e por fim faremos uma análise de uma pequena amostragem de perfis de moderadores de algumas das comunidades estudadas.

A tabela 1 mostra o número total de comunidades de cada categoria. Ela mostra que Alckmin teve muito mais comunidades favoráveis em seu nome do que Lula (23 de Alckmin contra 6 de lula), e Lula ainda teve 14 comunidades contrárias ao seu nome em oposição às 10 contrárias ao nome Alckmin. Teremos um quadro em que podemos levantar a hipótese de que a presença do apoio ao candidato Alckmin é bem maior no universo virtual do Orkut.

Comunidades	Quantidade
Pró-Lula	6
Contra Lula	14

Pró-Alckmin	23
Contra Alckmin	10
Outras	7

Tabela 1

Isso não significa necessariamente um maior apoio ao candidato Alckmin no universo total de candidatos no mundo virtual “Orkutiano”, pois havia outros nomes envolvidos na disputa presidencial também presentes no Orkut, bem como adeptos do voto branco e/ou nulo. Entretanto se quiséssemos explicar a causa do fenômeno da maior popularidade do candidato Alckmin neste universo (em relação ao candidato Lula), lançaríamos a hipótese de que tal fato acontece devido à maior parte do eleitorado de Geraldo Alckmin pertencer às classes médias e altas, justamente as que têm maior e mais freqüente acesso à Internet, o que explicaria também a maior rejeição ao candidato Lula dentro do Orkut<sup>25</sup>. Seria necessária uma pesquisa empírica valendo-se de dados estatísticos para confirmar (ou refutar) tal hipótese.

Ao digitar a palavra de busca “lula”, separamos os dados em 3 partes, ou três categorias, que somados devem dar o total de 20 (comunidades): *pró-lula*, *contra-lula* e *outros*, o mesmo acontecendo com a palavra de busca “Alckmin”: *pró-alckmin*, *contra-alckmin* e *outros*. Montamos assim uma tabela (veja Tabela 1 do apêndice), e assim temos o gráfico 1 que mostra a variação do número de comunidades (de 0 a 20) por categoria em cada semana. Ao longo do período em que os dados foram recolhidos, as comunidades categorizadas como **Pró-Alckmin** e **Contra Lula** sempre estiveram no topo em número total de comunidades encontradas.

<sup>25</sup> Lula teve apoio expressivo dos setores mais pobres da sociedade brasileira. Ele venceu a eleição – nos dois turnos – nos estados da região nordeste. Teve excelente desempenho nos estados da região norte do país, vencendo em todos exceto Acre e Rondônia no primeiro turno, e o estado de Roraima nos dois turnos. Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Elei%C3%A7%C3%A3o\\_presidencial\\_brasileira\\_de\\_2006](http://pt.wikipedia.org/wiki/Elei%C3%A7%C3%A3o_presidencial_brasileira_de_2006).

Número de comunidades por semana

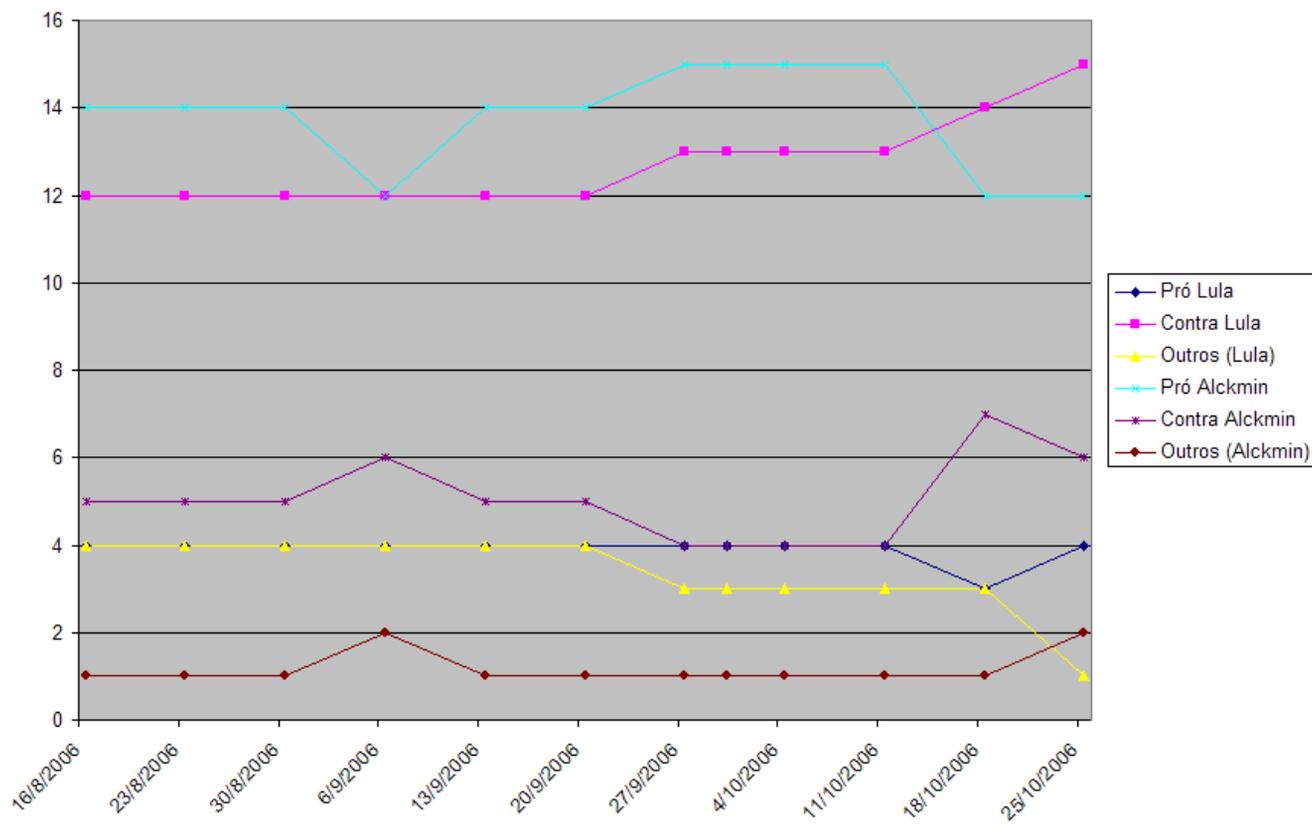


Gráfico 1

### 1.1. Comunidades com a palavra de busca “lula”

Os três gráficos nas páginas seguintes mostram a evolução do número de membros das comunidades encontradas com a palavra de busca “lula”.

Os gráficos 2 e 3 referem-se aos mesmos dados, e evolução do número de membros das comunidades **contrárias** ao candidato. A diferença é que o segundo teve as três comunidades mais numerosas suprimidas para uma melhor visualização da evolução do número de membros das demais restantes. A comunidade “Fora Lula 2006” tem uma queda brusca até zero no primeiro gráfico devido ao seu desaparecimento temporário do sistema (detalhes sobre tal fato serão dados adiante). No gráfico 3 observa-se que as comunidades tiveram um crescimento acentuado na proximidade do dia do pleito. A comunidade “Fora lula!” registrou um súbito crescimento com a aproximação do dia do voto, e a comunidade “Eu tenho mais moral que Lula” teve um crescimento acelerado após o 1º. Turno, que continuou até o 2º. Turno, ultrapassando os demais índices deste gráfico. A comunidade “odeio o PT e o Lula” aparece repentinamente no primeiro gráfico, até então ela não tinha sido encontrada pela ferramenta de busca. *Todas* as comunidades registraram crescimento no período observado, excetuando aqui o súbito desaparecimento da comunidade “Fora Lula 2006” registrado no gráfico, que foi restaurada logo em seguida (a radical diminuição do número de membros desta até zero não foi um processo provocado por abandono dos usuários, ela foi excluída propositadamente do sistema, sendo restaurada logo em seguida como mostram os índices. Voltaremos a este ponto adiante).

O gráfico 4 mostra a evolução do número de membros das comunidades **favoráveis** ao candidato Lula. Novamente, *todas* apresentam crescimento do número de membros ao longo da pesquisa. Foram poucas as comunidades encontradas nesta

categoria, logo foi feito apenas um gráfico. Chama a atenção a comunidade “Nós votamos lula presidente 13”, a única que não teve um crescimento linear como as demais restantes. Como mostra o gráfico, ela teve dois momentos de brusco crescimento, um até a semana do primeiro turno (o seu crescimento foi de um pouco mais de 40 mil membros até 60 mil membros) e outro logo após a eleição do primeiro turno (levando o número de membros da casa do 60 mil até mais de 100 mil membros). O aumento do número de membros foi o dobro em um período menor, entre o primeiro e segundo turnos se comparado com o aumento antes do primeiro turno.

### Contra Lula - 2o. Turno

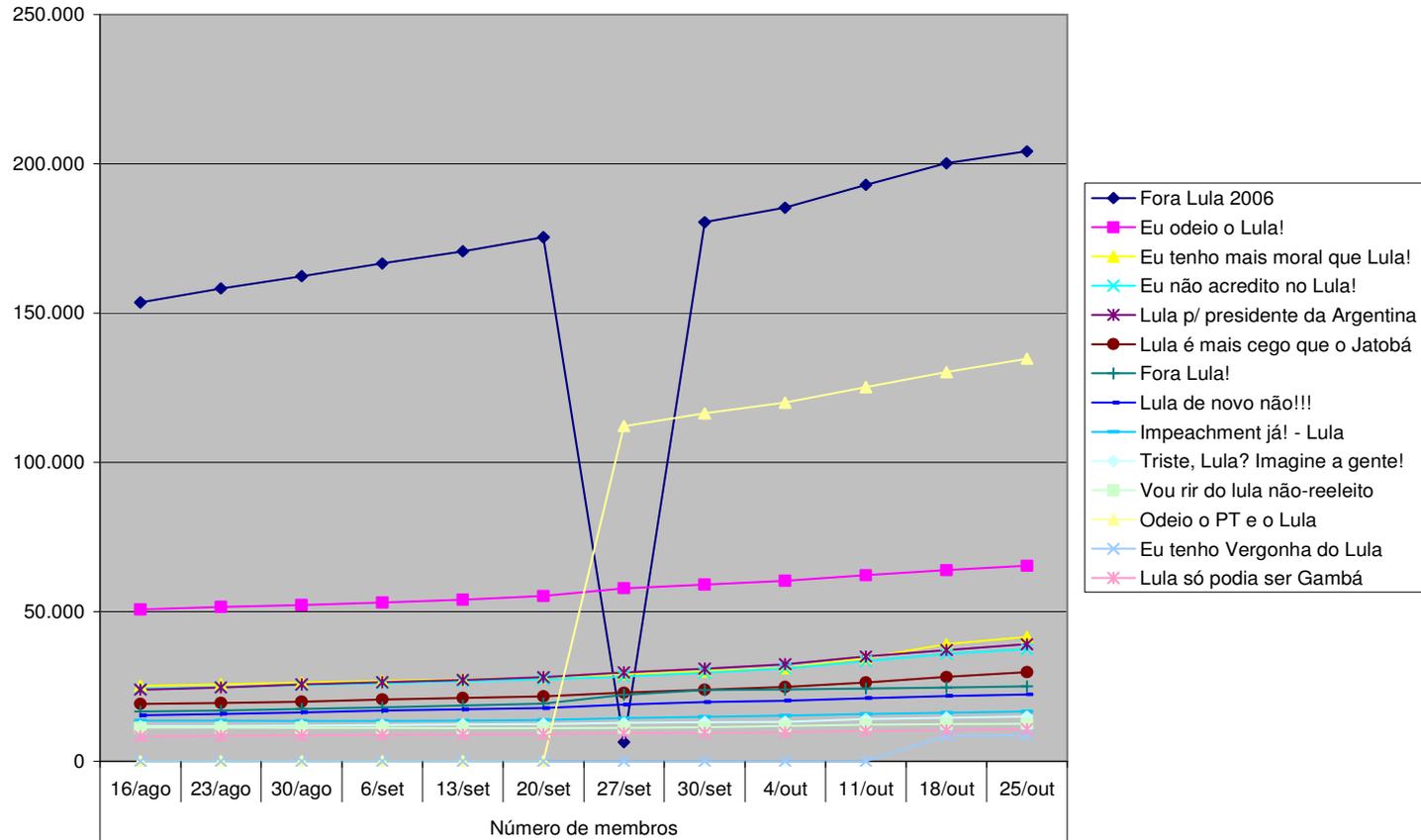


Gráfico 2: Evolução do número de membros das comunidades contrárias a Lula.

**Contra Lula - 2o. Turno**  
(sem as 3 primeiras mais numerosas)

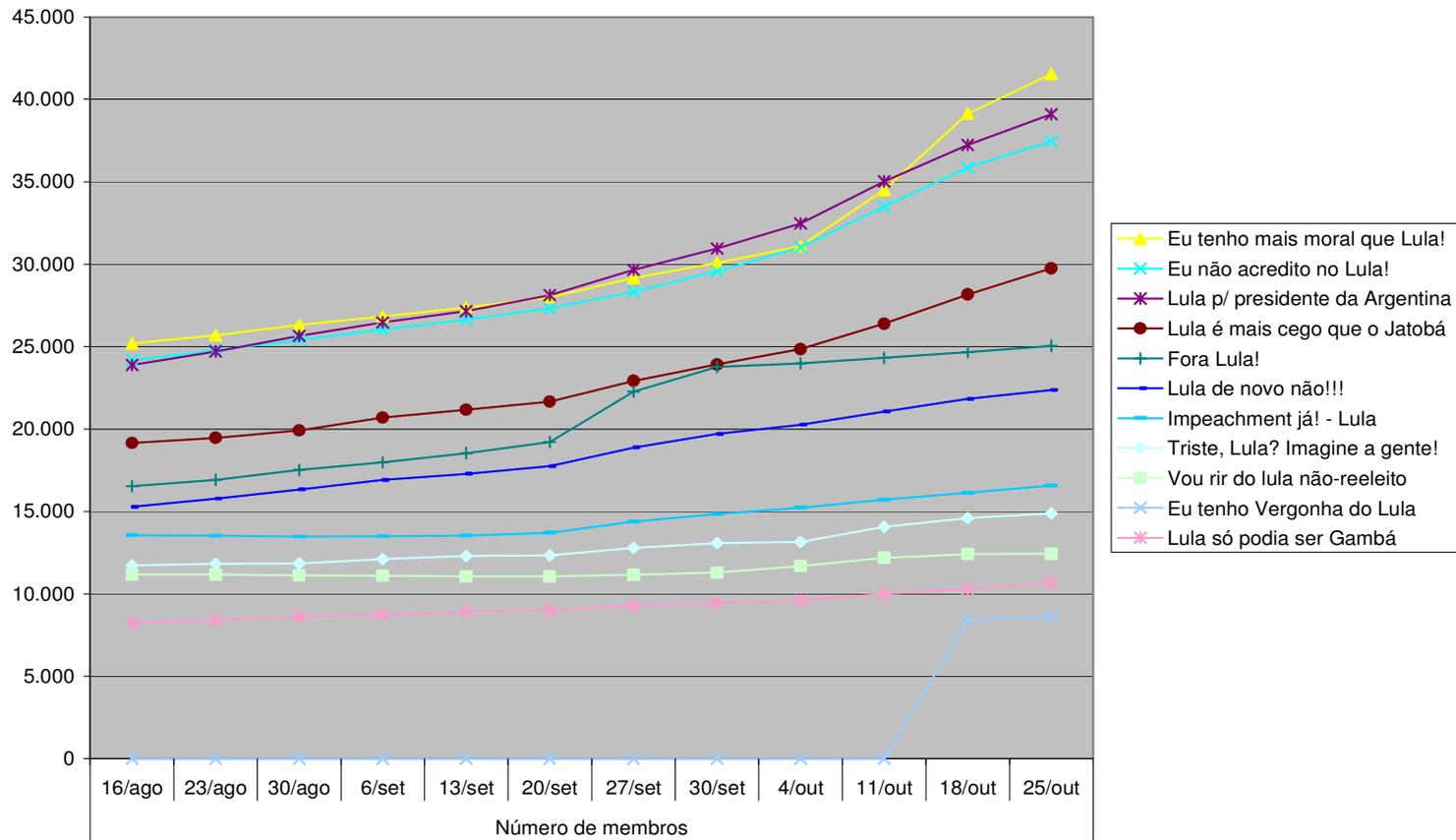


Gráfico 3: Evolução do número de membros das comunidades contrárias a Lula, sem as 3 primeiras com maior número de membros.

### Pró Lula - 2o. Turno

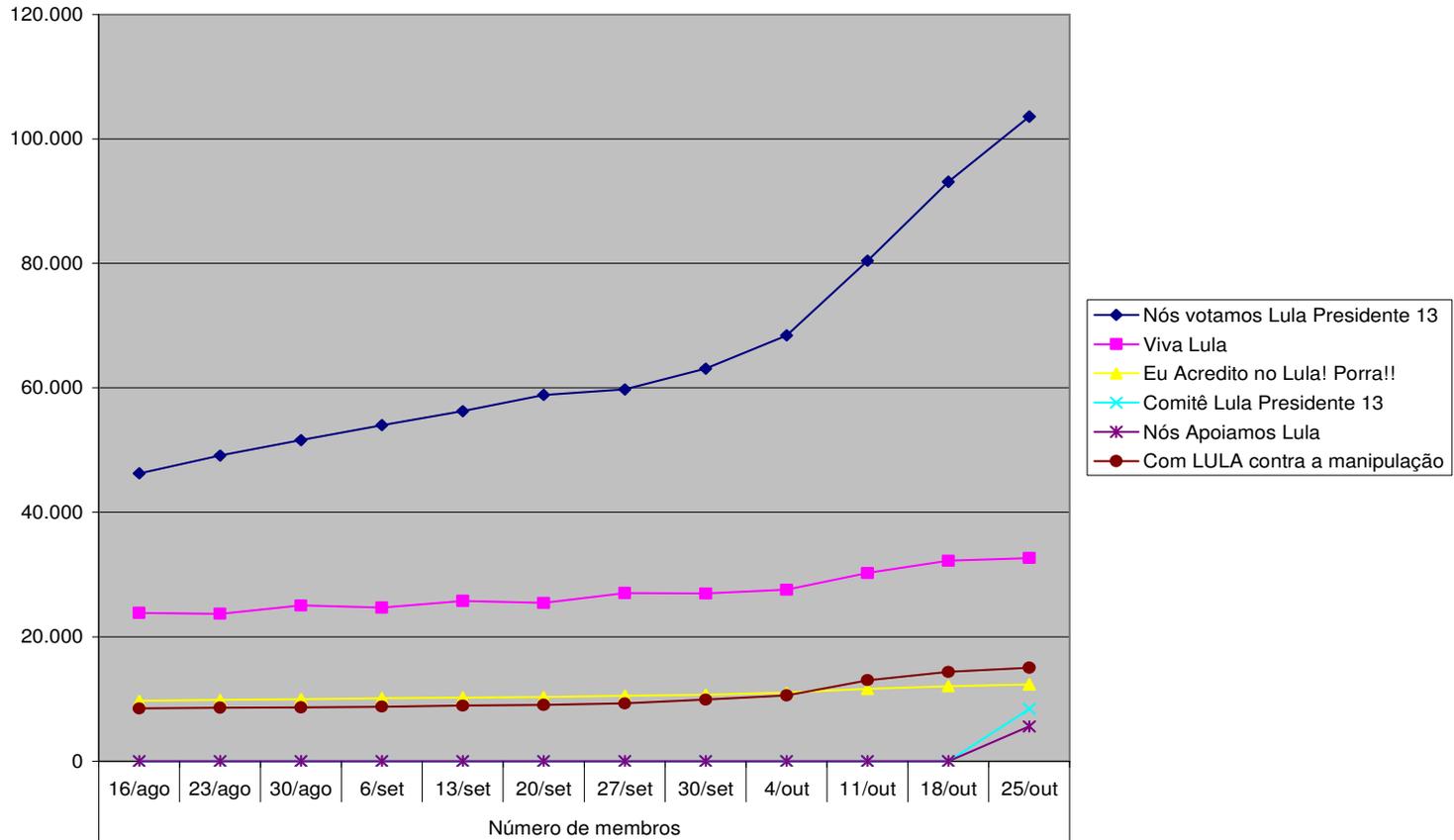


Gráfico 4: comunidades favoráveis ao candidato Lula

## 1.2. Comunidades com a palavra de busca “alckmin”

O gráfico 5 mostra a evolução do número de membros de todas as comunidades **favoráveis** ao candidato Alckmin. A comunidade “Geraldo Alckmin Presidente 45” se manteve destacada das demais pelo elevado número de membros, tendo uma elevação acentuada na semana da eleição (quarta, dia 27/09 e sábado, dia 30/09). Devido ao seu número de membros ter uma ordem de grandeza bem maior que as demais comunidades, fez-se necessário a criação de um gráfico separado para melhor visualização da evolução do número de membros das demais comunidades.

O gráfico 6 é o mesmo gráfico anterior, só que sem a maior comunidade “Geraldo Alckmin Presidente 45”. As comunidades com um súbito decréscimo a zero - de uma semana para outra - são as que desapareceram do sistema de buscas, seja porque não foram encontradas, ou algumas simplesmente foram apagadas do sistema. Certas comunidades como a “Alckmin presidente” retornaram, como demonstra o gráfico. Todas elas tiveram crescimento do número de membros ao longo do período observado, bem como todas tiveram uma inclinação maior com a aproximação das eleições, a partir da semana do primeiro turno. A comunidade “Voto Alckmin presidente!” foi a que teve o crescimento mais brusco e radical observado entre *todas as comunidades registradas*, após a votação do primeiro turno. A comunidade desapareceu do sistema pouco antes do segundo turno (provavelmente foi excluída, pois realizamos uma busca em separado, e não a encontramos mais). As comunidades “Valeu Serra! É Alckmin 2006”, “João é Geraldo Alckmin 45”, “Eu voto em Geraldo Alckmin” e “ACM neto apóia Alckmin 45” só apareceram uma semana antes da eleição do segundo turno.

O gráfico 7 mostra a evolução do número de membros das comunidades **contrárias** ao candidato Alckmin. Todas tiveram uma elevação maior no número de membros a partir da semana do primeiro turno, porém foi na comunidade “Geraldo

Alckmin nem morto” que tivemos uma elevação mais acentuada após o primeiro turno da eleição. Algumas comunidades que caem a zero de uma semana para outra, e retornam logo em seguida, são aquelas que foram excluídas definitivamente ou não apareceram na ferramenta de busca entre as 20 primeiras. A algumas semanas do segundo turno, quatro comunidades antes não registradas antes apareceram, são elas: “Fora alckmin picole de chuchu”, “Geraldo Alckmin é da Opus Dei!”, “Não voto em Alckmin. Voto Lula” e “Fora Geraldo Alckmin!”.

### Pró-alcmin - 2o.turno

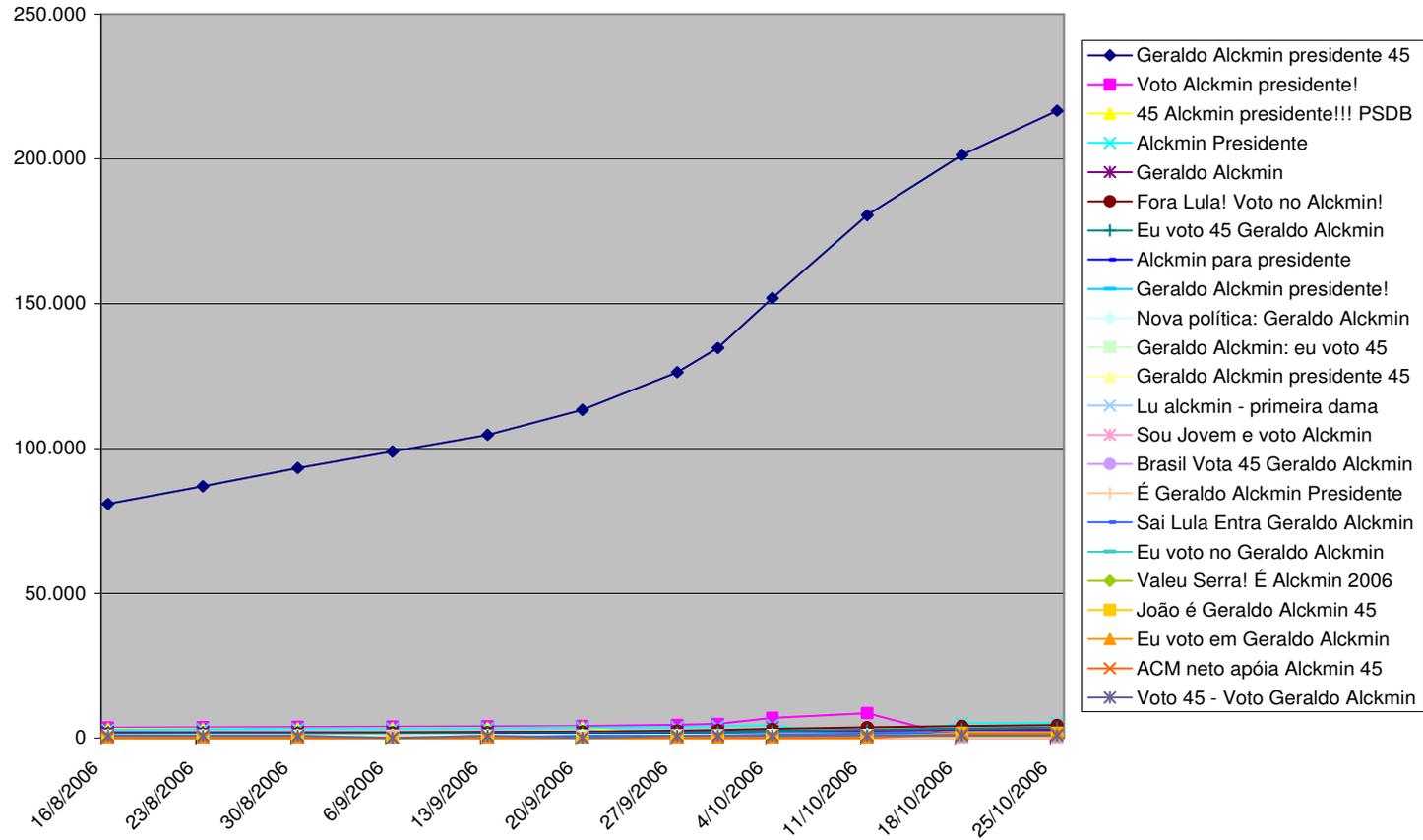


Gráfico 5: Comunidades da categoria “pró-alcmin”.

**Pró-alcmin - 2o.turno**  
Sem a primeira "Geraldo Alckmin Presidente 45"

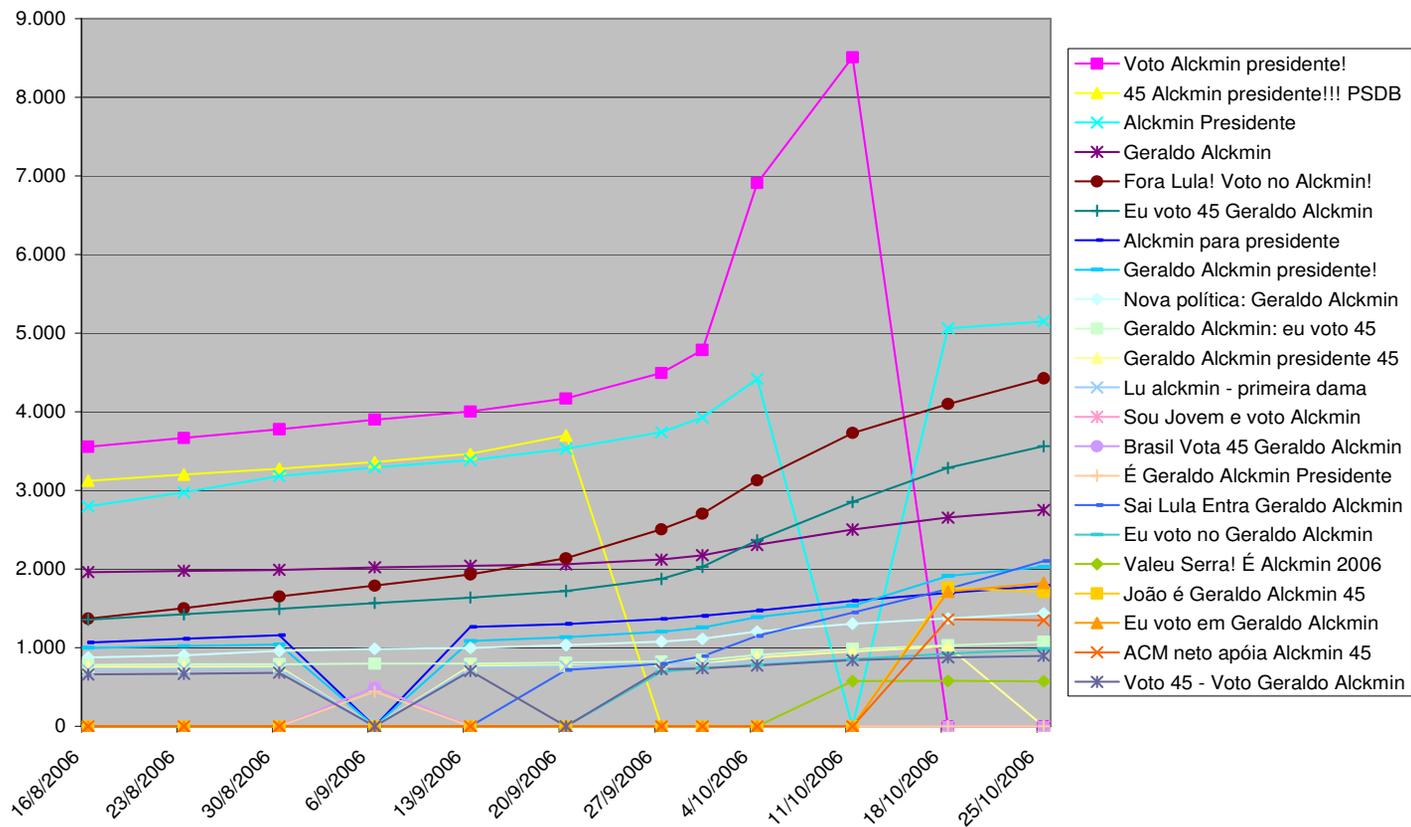


Gráfico 6: Comunidades da categoria “pró-alcmin”, sem a primeira comunidade “Geraldo Alckmin presidente 45”.

### Contra Alckmin - 2o. turno

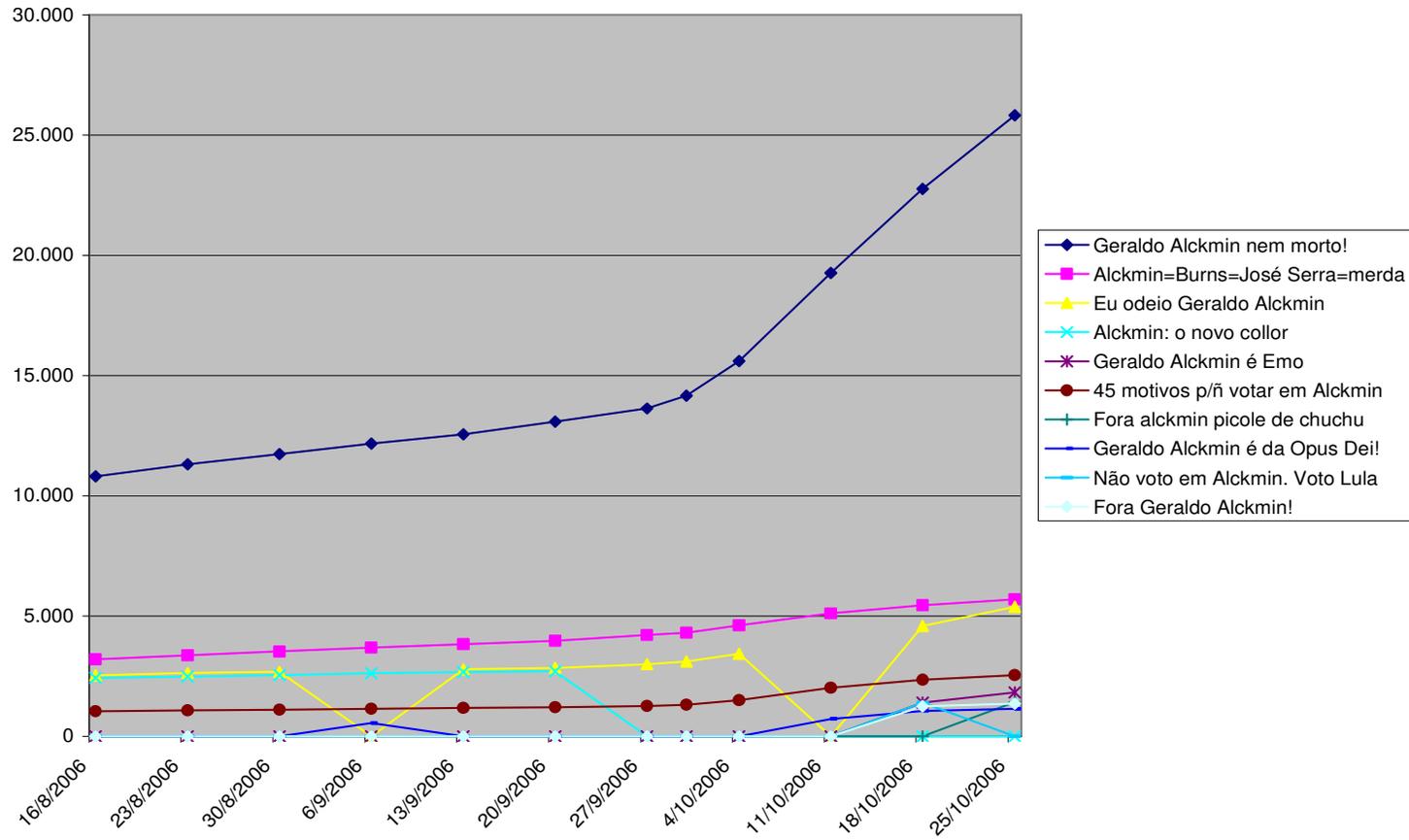


Gráfico 7: Comunidades da categoria “contra alckmin”.

### **1.3. Comunidades classificadas como “outras”**

São apenas sete comunidades classificadas desta forma. No gráfico 8, vemos que a maior delas “onde estará o dedinho de lula” desapareceu antes do primeiro turno, provavelmente excluída junto com outras (mais detalhes mais adiante). O gráfico 9 é o mesmo, apenas sem as duas maiores comunidades “onde estará o dedinho do lula” e “Cicarelli doe um dedo para lula”. A comunidade “Nem Alckmin, Nem lula” teve um aumento significativo de membros após o primeiro turno – até então seu crescimento era linear. As comunidades “ALCKMIN vs. LULA” e “Lula x alckmin = Heloisa Helena?” só apareceram uma vez cada ao longo do período observado, como mostra o gráfico.

Outras - 2o. turno

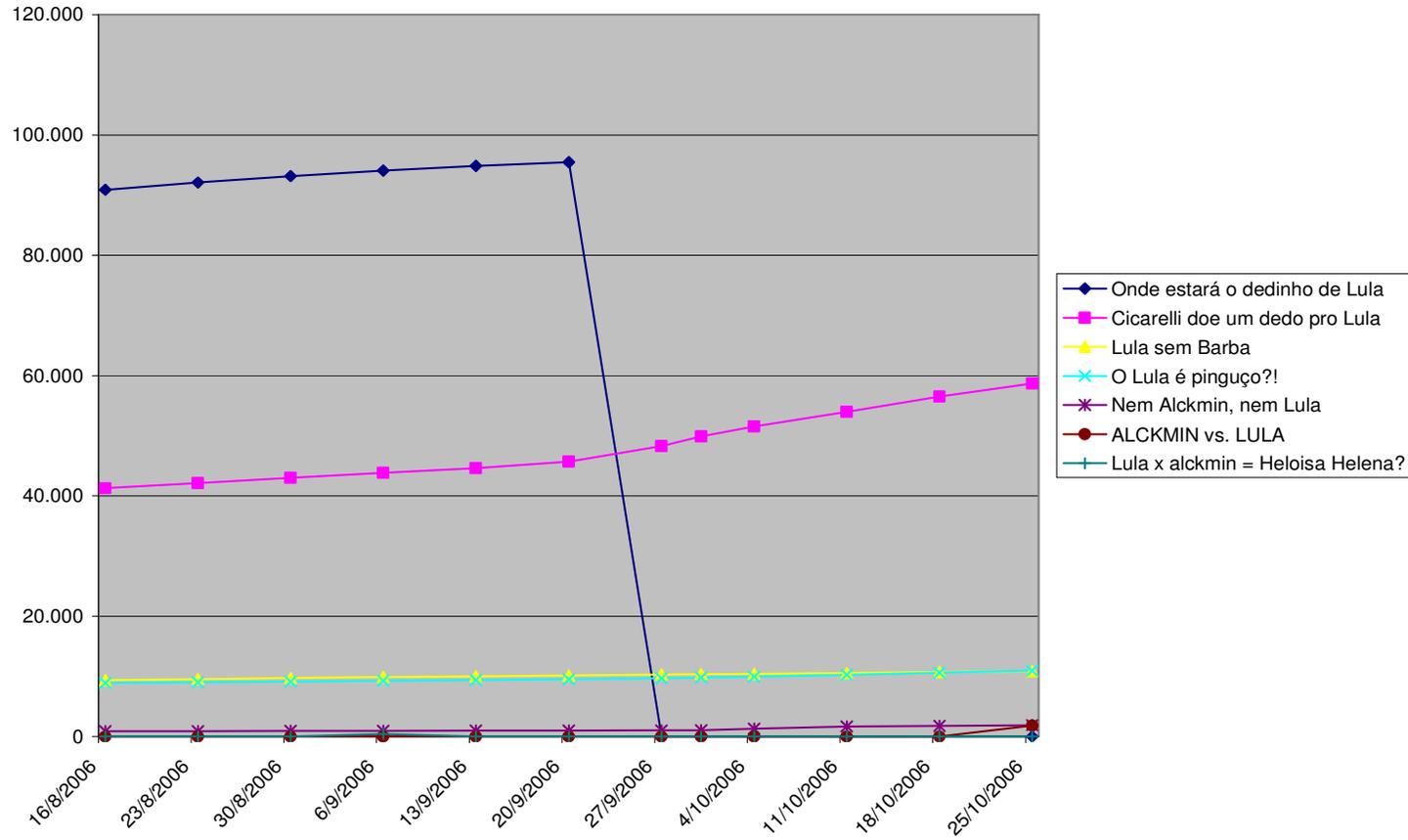


Gráfico 8: comunidades classificadas como “outras”

**Outras - 2o. Turno**  
 Sem a comunidade "onde estará o dedinho do Lula" e "Cicarelli doe um dedo para o Lula"

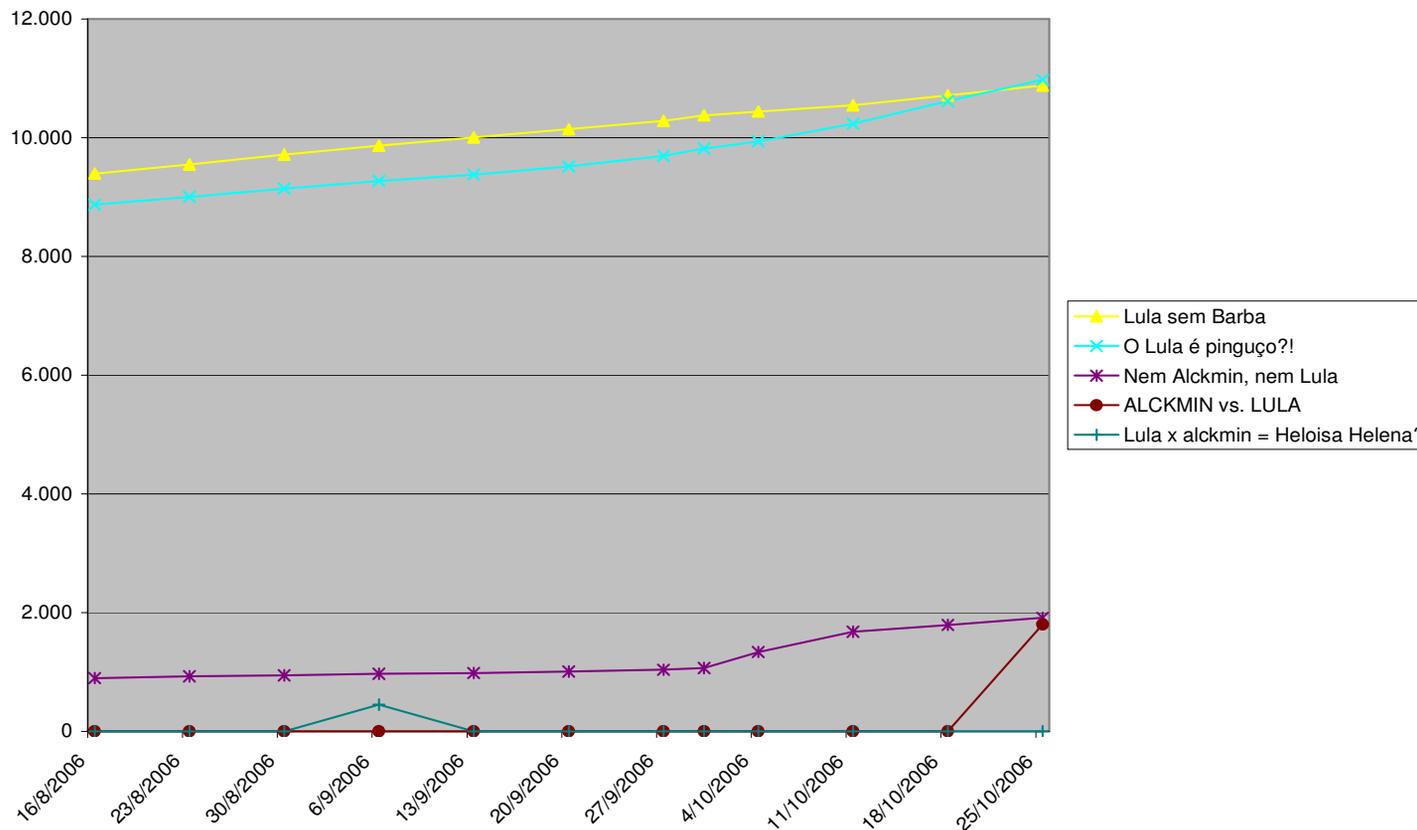


Gráfico 9: comunidades classificadas como “outras”, sem a comunidade “onde estará o dedinho do lula” e “Cicarelli doe um dedo para lula”.

#### 1.4. Comparação com uma pesquisa de opinião

Agora podemos fazer uma comparação entre a evolução do número de membros das comunidades dos candidatos com os índices das pesquisas de opinião. A figura 2 mostra a pesquisa do instituto Datafolha<sup>26</sup> feita entre o primeiro e o segundo turnos. Ao lado há uma tabela com o resultado final da eleição para presidente, mostrando que os valores estimados de intenções de voto ficaram bem próximos ao resultado final.



Figura 2

Pensamos em somar o número total de membros de todas as comunidades favoráveis a um candidato, porém nos depararíamos com uma questão séria: um usuário pode se inscrever em mais de uma comunidade de um determinado candidato, o que traria um problema de representatividade dos valores somados. Decidimos então optar por uma opção mais simples e de maior confiabilidade para termos uma idéia da popularidade de cada um deles, resolvemos usar o número de membros da maior comunidade favorável a cada candidato: “Nós votamos lula presidente” e “Geraldo Alckmin presidente 45”.

<sup>26</sup> Fonte: [http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver\\_po.php?session=323](http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=323).

Na tabela 2 temos os números de membros das duas maiores comunidades citadas. O total é obtido a partir da soma dos dois número, e daí calculamos a porcentagem de participação de cada um. Seus resultados estão abaixo.

<b>Número de membros</b>				
<b>Fonte</b>	<b>04-Out</b>	<b>11-Out</b>	<b>18-Out</b>	<b>25-Out</b>
<b>Nós votamos Lula Presidente 13</b>	68,414	80,413	93,118	103,587
<b>Geraldo Alckmin presidente 45</b>	151,890	180,581	201,390	216,628
<b>Total de membros (Lula + Alckmin)</b>	220,304	260,994	294,508	320,215
<b>Porcentagem de Lula (%)</b>	31,05	30,81	31,61	32,34
<b>Porcentagem de Alckmin (%)</b>	68,94	69,18	68,38	67,65

Tabela 2

Na tabela 3 temos comparados as porcentagens indicadas pelo instituto Datafolha com a que foi montada por nós. Os valores de porcentagem montados na tabela anterior foram arredondados.

<b>Comparação - Orkut e Datafolha (em %)</b>				
<b>Fonte</b>	<b>04-Out</b>	<b>11-Out</b>	<b>18-Out</b>	<b>25-Out</b>
<b>Lula no Orkut (aproximado)</b>	31	31	32	32
<b>Alckmin no Orkut (aproximado)</b>	69	69	68	68
<b>Lula na pesquisa de opinião Datafolha</b>	54	56	60	61
<b>Alckmin na pesquisa de opinião Datafolha</b>	46	44	40	39

Tabela 3

Abaixo temos o gráfico 10, que é a visualização da tabela 3. Sobre este gráfico podemos fazer duas importantes observações: a primeira é que o candidato Lula subiu tanto nas pesquisas de opinião Datafolha quanto na sua maior comunidade no Orkut; o candidato Alckmin diminuiu sua porcentagem tanto na sua maior comunidade do orkut quanto no índice da pesquisa de opinião. Então, vemos que a evolução dos índices das duas maiores comunidades acompanharam a evolução dos índices das pesquisas de opinião do Datafolha.

A segunda observação é que embora os índices do Orkut acompanhem a tendência dos da pesquisa de opinião usada, vemos que em números absolutos o candidato Alckmin tem mais adeptos que o candidato Lula. Em número absoluto de

membros, o candidato Alckmin tem um desempenho muito melhor que Lula, chegando a ter o dobro de adeptos que este em sua comunidade. Daí o porquê dos índices de porcentagem de apoio a Alckmin no Orkut serem tão mais altos, se comparados ao seu candidato concorrente.

### Orkut e Datafolha

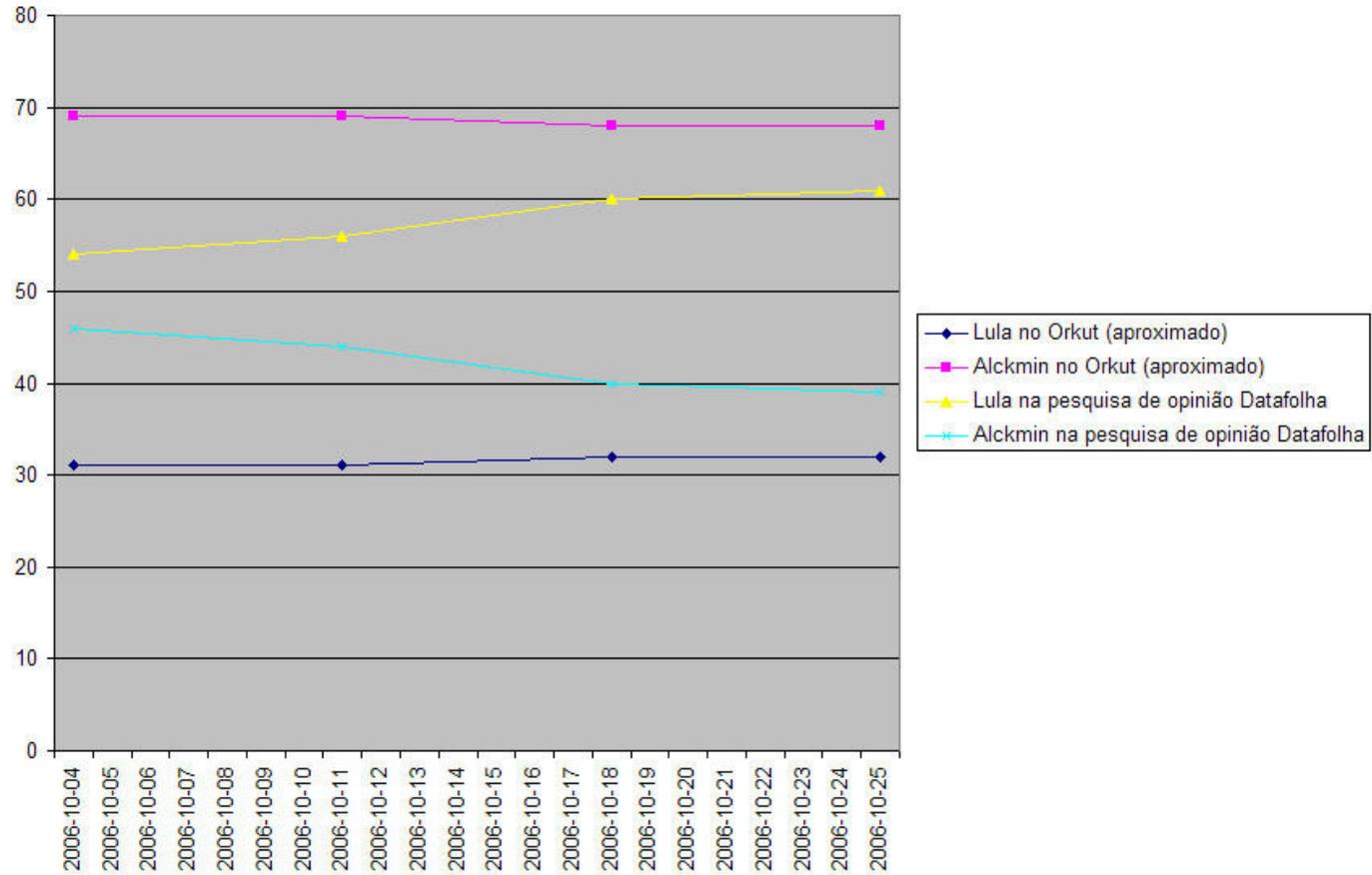


Gráfico 10: comparação entre pesquisas.

## 2. Características da disputa entre comunidades

Existem regras impostas pelo termo de serviço do Orkut para o uso do sistema, bem como uso das comunidades. Abusos e uso indevidos podem ser denunciados, tal como expresso na ajuda on-line do Orkut.

### **Estatuto da comunidade**

Como membro da comunidade Orkut.com, você tem responsabilidades para si próprio e para com os outros membros. Por exemplo, você deve cumprir na comunidade virtual as mesmas leis válidas no mundo real. As diretrizes a seguir têm como objetivo proteger a privacidade, os direitos legais e a experiência geral dos membros da comunidade Orkut.com. Observe que essas diretrizes não pretendem substituir os Termos de serviço da comunidade Orkut.com, mas sim complementá-los.

Possíveis violações ao Estatuto da comunidade devem ser denunciadas por meio do uso do botão "denunciar abuso", localizado na página de qualquer perfil ou comunidade, ou do link "denunciar como abusivo", abaixo de um vídeo. O uso excessivo das ferramentas "Denunciar abuso", porém, resultará na suspensão da conta do delator. Incentivamos os usuários do Orkut.com a denunciar as violações ao Estatuto da comunidade, mas não queremos que eles ajam como policiais.<sup>27</sup>

Como nos propomos a fazer uma análise das descrições das comunidades, começamos destacando um comportamento que nos chama a atenção: as comunidades deixam claro que não irão tolerar a presença de membros integrantes de grupos opositores, ou seja, serão excluídos sem serem ouvidos. Na comunidade “Viva Lula” (cerca de 30.000 membros)<sup>28</sup> temos um bom exemplo dessa postura de exclusão de membros discordantes.

[...] Portanto, para aqueles aventureiros que querem causar polêmicas, fora. Você não é bem-vindo se for falar mal do presidente. Além disso, aqui não é um lugar democrático, é comunidade. Leia a descrição e veja se se enquadra. Discordou, nem entra. Discordou, entrou e falou coisas contrárias ao propósito da comunidade, tá expulso.

E na comunidade “Odeio o PT e o Lula” acontece o mesmo. A descrição abaixo foi escrita toda com letras maiúsculas:

---

<sup>27</sup> Estatuto da comunidade - <http://help.Orkut.com/support/bin/answer.py?answer=16198&topic=10310>. Faz-se necessário exibir esta descrição para que fique claro ao leitor que o sistema possui regras de uso definidas – e que seus transgressores não ficarão impunes. Ressaltamos aqui a ferramenta “denunciar abuso”, talvez o maior instrumento da disputa virtual que tomou palco no Orkut.

<sup>28</sup> Colocamos juntos do nome o valor **atual** do número de membros aproximado da comunidade citada – quando foi possível achar tal informação. Assim o leitor terá uma estimativa de sua importância no sistema. Números de membros coletados no mês de junho de 2007.

[...] todo o petista que se manifestar será expulso da comunidade! tópicos de petistas também serão excluídos!

A característica aqui do conflito é que ele se distingue muito do que seria a forma considerada “correta” pela academia de dialogar: uma discussão séria e mais profunda, bem como uma tentativa de dialogar e persuadir de forma racional com a outra parte. Uma das características definidas da idéia do “debate democrático” é a garantia da existência de mais de uma parte, e que todas tenham o livre direito de expressarem suas idéias e opiniões em torno de um objeto de disputa. A discussão asseguraria que todas as partes participem do processo democrático, e as partes derrotadas aceitem o candidato vencedor, bem como seus defensores. Mas o que temos nas comunidades do Orkut é um pouco diferente: a segregação espacial, em que sua característica mais comum é a freqüente tentativa pura e simples de exclusão do outro lado, cujos argumentos e idéias seriam inaceitáveis e intoleráveis. Na descrição da comunidade “Eu tenho mais moral que Lula!” aparece o aviso

[...] Não tem choro nem vela. Petistas serão convidados a se retirar.

Na comunidade “Viva Lula”

[...] Portanto, para aqueles aventureiros que querem causar polêmicas, fora. Você não é bem-vindo se for falar mal do presidente. Além disso, aqui não é um lugar democrático, é comunidade. Leia a descrição e veja se se enquadra. Discordou, nem entra. Discordou, entrou e falou coisas contrárias ao propósito da comunidade, tá expulso.

Isso acontece provavelmente porque sendo as acusações mais comuns as de desvios (ou não) de caráter dos candidatos em questão (ao invés de seus projetos de governo), a solução passa pela simples exclusão e destruição do lado opositor. Talvez isto explique o porquê dos sumiços de comunidades à véspera da eleição, e a tamanha comoção que causou entre seus membros.

Segundo Marques (2006),

a interação de caráter político mais próxima do ideal envolve o respeito ao outro com o objetivo de chegar a um consenso racional e aprovado pelo menos

pela maioria. [...] Nos fóruns abrigados pelo ambiente digital, são comuns ofensas ou exclusões de usuários que não se dobras a determinado posicionamento, o que na verdade não caracteriza uma atitude democrática, na medida em que se configura como uma forma de violência [...] (p. 181)<sup>29</sup>.

Entretanto, há comunidades que aceitam a presença de membros opositores, desde que se comprometam a manter o diálogo dentro de certas regras. Na comunidade “Fora Lula!” (aproximadamente 20.000 membros) temos o seguinte aviso:

[...] A todos: mantenham o nível e discutam civilizadamente. Não escrachem pessoas só porque elas têm opiniões diferentes da sua.

Poucas comunidades envolvendo os nomes Alckmin e Lula se propõem a discutir de forma neutra e sem tomar partido. Além das sete comunidades classificadas como “outras”, só uma, a intitulada “Geraldo Alckmin” se autoproclama com o objetivo de discutir o governo deste em São Paulo de forma imparcial.

Esta comunidade é aberta a todos que desejem discutir o governo de Geraldo Alckmin no Estado de São Paulo. Todos podem discutir aqui, sejam contrários ao (*sic*) favoráveis ao governador”.

Inscriver-se e sair de uma comunidade nesse sistema virtual é fácil sendo somente necessário um clique no *mouse*. Algumas comunidades, moderadas, exigem apenas a aprovação do moderador para que um usuário se inscreva e comece a participar (ainda assim, a inscrição só demora um pouco mais, não a tornando mais difícil de ser efetivada).

---

<sup>29</sup> Sendo usuário frequente do Orkut, observamos que tal fenômeno também se repete em outras comunidades com temas completamente diferentes, e em geral de assuntos polêmicos. Só para citar exemplos: as comunidades que discutem sobre o tema do “aborto” raramente possuem tópicos de membros opositores, que quando o fazem provocam revolta e discussões acaloradas. As frequentes tentativas de um lado de persuadir o outro com mensagens e apelos (muitas vezes de fundo emotivo) são criticadas e refutadas enfaticamente por vários membros. O mesmo acontece na comunidade “Eu quero o Rio sem favelas!”, onde membros tentando argumentar em favor dos moradores de favelas acabaram desistindo de debater o assunto e se retiraram da comunidade. A comunidade “quero sair do Rio de Janeiro” se propõe a ser um centro de informações sobre empregos e locais de moradias em outras cidades, destinada para aqueles que desejam sair da capital do estado do Rio de Janeiro, e em nenhum momento houve interesse em ofender os cariocas. Mas mesmo assim, a comunidade foi tomada por críticos da idéia de se deixar a cidade, que passaram a atacar duramente seu moderador e membros com ofensas pessoais. Como consequência esta passou a ser moderada e o moderador passou a excluir membros ofensores. Os tópicos das comunidades do tipo “odeio o Rio de Janeiro e “odeio São Paulo” frequentemente são tomadas por discussões com ofensas e palavras chulas. PALMEIRA e HEREDIA (1997) já deixam claro em seu texto que no campo da política, nas disputas que observaram, “há uma clara consciência de que não se convence o adversário ou eleitor já definido” (p. 171). Diríamos que tal comportamento é muito comum nos fóruns das comunidades, em assuntos além da política.

Para maior informação sobre a movimentação eleitoral na Internet, citamos a pesquisa encontrada intitulada *A Mídia e Esfera Pública*, realizada pelos pesquisadores Clóvis de Barros Filho, Marcelo Coutinho e Vladimir Safatle, do *Centro de Altos Estudos de Propaganda e Marketing* da ESPM, que mapeou a disputa pelo voto em blogs e sites de comunidades nesta última eleição presidencial. O trabalho mostra que a rede digital foi palco de intensa mobilização de militantes não só no primeiro, como também no segundo turno. Tal pesquisa procurou analisar se o uso da Internet afeta o comportamento de candidatos, eleitores e a cobertura da mídia no processo eleitoral, bem como se a área virtual está se transformando num novo espaço de futuras campanhas políticas com um potencial de uso eleitoral num futuro próximo.

As conclusões preliminares do trabalho são

- a) A internet mostrou-se um instrumento eficaz de mobilização de eleitores;
- b) A Internet foi mais usada por eleitores e militantes que não se sentiram representados pela agenda da mídia tradicional (especialmente, militantes do candidato Lula, embora perfil sócio-econômico do internauta está mais próximo do eleitor de Alckmin do que do eleitor de Lula);
- c) Comunidades e espaço para comentários dos blogs funcionaram como fontes de informação para “ratificar” as preferências e opiniões políticas, principalmente quando fontes tidas como “oficiais” (ou seja, a mídia tradicional) estavam sob suspeita de manipulação ou comportamento tendencioso;
- d) No segundo turno desta eleição, as estratégias de desqualificação supostamente usadas apenas pela mídia tradicional foram amplamente utilizadas na Internet - pelo menos para um público com tendências a votar no candidato governista;
- e) Em certas circunstâncias, a desqualificação no mundo virtual das notícias veiculadas pela mídia tradicional, bem como a do discurso dos adversários, aparecem como estratégias político-eleitoral, sendo usada com um certo grau de eficiência;
- f) “Política” não é um tema de grande interesse do público em geral, mas o volume de militantes no espaço virtual já é suficiente para tornar a Internet uma ferramenta indispensável para organização da campanha eleitoral nas próximas eleições;
- g) Expansão do uso da rede na arena política, fazendo com que esta se estabeleça como alternativa para o papel da mídia tradicional. Entretanto, somente quando o percentual de internautas atingir proporções significativas do eleitorado<sup>30</sup>.

A uma semana da eleição, houve uma movimentação maior e mobilização mais intensa dos membros das comunidades do Orkut envolvidas na disputa eleitoral. Causou

---

<sup>30</sup> FILHO, Clóvis de Barros; SAFATLE, Vladimir; COUTINHO, Marcelo (2006).

uma verdadeira comoção e mobilização de protestos o sumiço repentino de comunidades (todas com grande número de membros) relacionadas a temas políticos e eleitorais. Nem o proprietário do sistema, o *Google*, soube explicar exatamente as razões do sumiço das comunidades<sup>31</sup>. Várias hipóteses foram cogitadas, como mobilização de usuários opositores para denunciar uma comunidade<sup>32</sup>, ataque em massa de *hackers*<sup>33</sup>.

#### **Comunidades somem do Orkut sem deixar rastros**

Entre as páginas apagadas na madrugada de sábado estão a "Fora Lula 2006", que tinha 180 mil integrantes, e "Serra 45", com 11 mil.

David Butter, do G1, em São Paulo  
23/09/2006 - 17h51min - Atualizado em 24/09/2006 - 14h47min

Bastou uma madrugada e pronto. Pelo menos dez grandes comunidades do Orkut foram apagadas, sem explicação. A maioria tratava de temas políticos e era relacionada à oposição.

A maior de todas as comunidades varridas da rede na madrugada de sábado, a "Fora Lula 2006", tinha 180 mil integrantes. Diferentemente do costume em casos assim, nenhum grupo de "defacers" (hackers que desfiguram páginas) assumiu a autoria da ação.

"Foi um ataque à liberdade de expressão", afirmou ao G1 o publicitário Fernando Nascimento, 21 anos, criador e moderador da "Fora Lula 2006". "Já sabia que isso poderia acontecer, não fui pego de surpresa", completou.

O moderador da também apagada "Serra 45", Thierry Besse, 21 anos, teve o próprio perfil apagado. A comunidade que ele mantinha, com 11 mil

---

<sup>31</sup> Uma comunidade do Orkut pode ser extinta ("apagada") de duas maneiras: a primeira depende da ação do próprio moderador, que a exclui do sistema. A segunda depende da administração do Orkut que, conforme explicado, pode remover conteúdo ofensivo por solicitação dos usuários, graças ao uso da ferramenta "denunciar abuso" (não conseguimos descobrir quantos usuários – ou denúncias – são necessários para que uma comunidade seja removida). Neste segundo caso, ultimamente a administração do Orkut também tem retirado conteúdo (comunidades e perfis) graças a ações judiciais, independente de mobilização de usuários.

<sup>32</sup> "[...] Ao que tudo indica, ambos os lados estão se aproveitando de uma funcionalidade que permite denunciar comunidades com material ofensivo para deletar comunidades de candidatos contrários. [...] A funcionalidade que abre a brecha para deletar as comunidades é uma que permite aos usuários votar, por meio do clique no botão 'Falso! Denunciar', em comunidades que consideram de conteúdo ofensivo. Após 500 votos a comunidade é automaticamente excluída".

Fonte: Último Segundo - [http://ultimosegundo.ig.com.br/materias/eleicoes2006/2534001-2534500/2534149/2534149\\_1.xml](http://ultimosegundo.ig.com.br/materias/eleicoes2006/2534001-2534500/2534149/2534149_1.xml). Uma nota: tal número (quinhentos votos) não pôde ser verificado, logo não sabemos se é verdadeiro.

<sup>33</sup> "Originalmente, e para certos segmentos de programadores, são *hackers* (singular: *hacker*) indivíduos que elaboram e modificam software e hardware de computadores, seja desenvolvendo funcionalidades novas, seja adaptando as antigas. Originário do inglês, o termo é comumente utilizado no português sem modificação. Na língua comum o termo designa programadores maliciosos que agem com o intuito de violar ilegal ou imoralmente sistemas cibernéticos". Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hacker>.

participantes, sumiu. Para Thierry, que é filiado ao PSDB, os ataques tem caráter criminoso.

O rol de comunidades apagadas não inclui apenas aquelas de aspecto político-ideológico (como "Heloísa Helena Presidente", "Mamãe, eu sou reaçã", "Olavo de Carvalho", "PSDB Nunca Mais" e "Anti-PT"), mas também outras que tratam de cerveja ("Kaiser" e "Skol") e confissões ("No Escuro"), entre outros temas menos cotados. Os grupos mais populares já começaram a ser reconstruídos. Do zero. [...] Os representantes do Google não foram encontrados para comentar esta reportagem. Veja abaixo a lista das comunidades apagadas do Orkut

[...]  
*Jose Serra*  
*Fora Lula 2006 (quase 180.000 membros)*  
*Cade o dedinho do Lula*  
*Heloisa Helena Presidente 50*  
*Heloísa Helena Presidente 50*  
*Heloísa Helena*  
*Eu voto na Heloísa Helena*  
*Somos a favor da pena de Morte!*  
*Pena de morte já!!*  
*Bandido bom é bandido Morto!*  
*Anti-PT*  
*Odeio PT*  
*PT- PARTIDO DOS TRAIADORES*  
*Paulo Souto*  
*Odeio o MST*  
*Comunista = Nazista*  
*Lula: Uneducated Marxist Drunk*  
*Geraldo Alckmin*  
*PSDB Nunca Mais*  
*Olavo de Carvalho*  
*PSDB nunca mais!*  
*Mamãe, eu sou reaçã.*<sup>34</sup>

Outra notícia que chamou nossa atenção:

#### **Comunidades de presidenciáveis somem do Orkut**

25/09/2006 – 17h 22min

[...] O escritório do Google no Brasil, no entanto, não soube informar as razões pelo sumiço das páginas. A maioria das páginas tinha conteúdo político como, por exemplo, "Anti-PT", "Olavo de Carvalho", "Heloísa Helena 50 Presidente", com mais de 54 mil membros, "Heloísa Helena 50 Presidente", com mais de 28 mil membros, "Eu voto na Heloísa Helena", com mais de 20 mil membros, "José Serra Governador 45" e "Fora Lula 2006", com quase 180 mil membros.<sup>35</sup>

<sup>34</sup> <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1283854-6174,00.html>.

<sup>35</sup> Fonte: Último Segundo - [http://ultimosegundo.ig.com.br/materias/eleicoes2006/2534001-2534500/2534022/2534022\\_1.xml](http://ultimosegundo.ig.com.br/materias/eleicoes2006/2534001-2534500/2534022/2534022_1.xml).

As razões citadas para o desaparecimento são variadas. A hipótese de mobilização de usuários favorável ao candidato do PT não foi descartada, sendo para muitos talvez a verdadeira razão do desaparecimento das comunidades.

A hipótese mais provável, no entanto, é que militantes petistas tenham organizado um ataque em massa ao Orkut. Para tirar determinada comunidade do ar basta que os usuários do Orkut denunciem em grande número a comunidade em questão. Usuário não identificado do Orkut explica como funciona esse sistema [...].<sup>36</sup>

Chegou até a cogitar-se a hipótese de um *hacker* contratado para fazer tal serviço.

A ação de *hackers* é outra possibilidade considerada, embora pouco provável. Um usuário, identificado como *Slash*, chega a denunciar um esquema em que um hacker teria sido contratado pelo PT para realizar o serviço. Disse que conversou com o responsável pela exclusão das comunidades e que este disse que ele um “simpatizante petista” criaram um programa para “encher de denúncias as comunidades anti-petistas” e que recebeu pelo serviço.<sup>37</sup>

Não foi descartado também a possibilidade de um erro e/ou problema técnico no sistema (popularmente conhecidos como *bugs*, em sistemas telemáticos):

Outra hipótese seria um “bug” no sistema. Nesse caso, as comunidades estariam todas abrigadas dentro de uma mesma área, por isso o fato de tantas comunidades com o mesmo assunto. E o Orkut poderia publicar novamente as comunidades.<sup>38</sup>

Como houve uma reação por parte dos opositores, que revidaram o ataque e fizeram sumir comunidades relacionadas ao candidato Lula, o sumiço de comunidades chegou a envolver comitês de presidenciáveis, que protestaram contra o desaparecimento delas e exigiram seu imediato retorno alegando que não houve infringimento de regras do sistema, e que tal atitude se configurava um ataque à liberdade de expressão.

#### **Disputa eleitoral chega ao Orkut**

Plantão, Publicada em 26/09/2006 - 18h 55min, O Globo Online

BRASÍLIA - A disputa entre militantes do PT e do PSDB já chegou ao mundo virtual. O site de relacionamentos Orkut tem registrado o que

---

<sup>36</sup> *idem.*

<sup>37</sup> *ibidem.*

<sup>38</sup> *Opus cit.*

classificou "de guerra eletrônica eleitoral". Usuários do site têm excluído as chamadas "comunidades" em que são divulgadas mensagens a favor dos presidenciáveis. A comunidade "Lula a Força do Povo" foi uma das atingidas.

Segundo o comitê de campanha do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, eram 70 mil acessos diários na comunidade. O comitê informou que a direção do Google nos Estados Unidos, a responsável pelo site, garantiu que vai restaurar a comunidade até esta quarta-feira.<sup>39</sup>

Os protestos e mobilização surtiram efeitos, pelo menos junto à empresa que cuida do Orkut, Google. Vejamos esta notícia:

#### **Orkut restabelece amanhã a comunidade de apoio a Lula**

26/09/2006 - 20h 35min

A assessoria brasileira da empresa Google informou nesta terça-feira ao comitê central da campanha do presidente Luiz Inácio Lula da Silva que vai restabelecer a partir de amanhã a comunidade que apóia a reeleição do petista na página do Orkut, seu site de relacionamentos. Os defensores da reeleição registrados no Orkut são 70 mil. Sua comunidade virtual tinha sido retirada do ar na semana passada, tendo passado por um crivo de especialistas norte-americanos.

Houve protesto do comitê de Lula, que alegou não existir nenhuma violação das regras do site na comunidade de defensores da reeleição. De acordo com a assessoria do candidato-presidente, o Google concordou que a comunidade de eleitores do presidente realmente não fere os princípios do site. Recentemente, pressionado pelo Ministério Público, o Google retirou do ar comunidades que faziam apologia da violência e da prostituição infantil.<sup>40</sup>

Todos estes fatos mostram que a Internet foi palco de disputa séria entre seus frequentadores em torno de objetos de disputas de tema eleitoral: partidos, candidatos, correntes político-ideológicas. Essa disputa chamou a atenção da grande mídia e dos comitês de campanha eleitoral do "mundo real".

### **3. Perfil dos moderadores das comunidades**

Antes de começarmos uma pequena análise dos perfis dos moderadores de algumas das comunidades acompanhadas, precisamos fazer uma distinção conceitual, definindo o que é um *perfil normal* ou *verdadeiro*; e um *perfil falso*. O que seria um *perfil normal* (ou *verdadeiro*) no Orkut? Basicamente é um perfil em que seu criador usa a própria identidade – fotos próprias e descrição de si mesmo, ou seja uma

---

<sup>39</sup> Fonte: O Globo On-line - <http://oglobo.globo.com/pais/eleicoes2006/mat/2006/09/26/285847716.asp>.

<sup>40</sup> Fonte: Agência Estado - [http://jc.uol.com.br/tvjornal/2006/09/26/not\\_108246.php](http://jc.uol.com.br/tvjornal/2006/09/26/not_108246.php).

identidade construída com descrições e informações pessoais, bem como uma lista de comunidades de assuntos de interesse. Muitas vezes tais perfis contém um álbum de fotos que, além das imagens próprias, está repleto com imagens de amigos, namorado(a), familiares, etc<sup>41</sup>. Um *perfil falso* seria o oposto disso: qualquer perfil em que seu dono vale-se de uma construção identitária falsa, inventada, seja por meio de fotos e/ou informações forjadas ou alheias<sup>42</sup>. Fizemos uma pequena amostragem de perfis, coletando três perfis cada categoria.

- Comunidades com a busca “Lula”:

Favoráveis:

- Nós votamos Lula Presidente 13 (mais 100 mil membros)
- Viva Lula (mais de 30 mil membros)
- Eu Acredito no Lula! Porra!! (mais de 10 mil membros)

Contrárias:

- Fora Lula 2006 (mais de 190 mil membros)
- Eu tenho mais moral que Lula! (mais de 44 mil membros)
- Eu não acredito no Lula! (mais de 41 mil membros)<sup>43</sup>

- Comunidades com a busca “Alckmin”:

Favoráveis:

- Geraldo Alckmin (mais de 131 mil membros. Antes se chamava “Geraldo Alckmin presidente 45”)

---

<sup>41</sup> Notamos aqui que o brasileiro faz questão de exibir, no álbum de fotos do perfil do Orkut, toda a sua rede social de familiares e amigos próximos.

<sup>42</sup> Perfis falsos são muito comuns no Orkut, e são chamados de *fakes* (falso em inglês). Há aqueles perfis de pessoas que se passam por celebridades, perfis de personagens de histórias fictícias (desenhos, literatura, programas de tevê, cinema, etc.) e perfis de personagens inventados com diversos fins (fazer propaganda, ser proprietário de comunidade(s), atacar outros usuários, desfrutar de conteúdo proibido por lei no sistema do Orkut).

<sup>43</sup> A comunidade “Nós votamos Lula Presidente 13” mudou de nome e agora se chama “Reelegemos Lula PT Presidente”.

- Geraldo Alckmin (mais de 2.200 membros)
- Alckmin para Presidente (mais de 1.500 membros)

Contrárias:

- Alckmin=Burns=José Serra=merda (mais de 5.600 membros)
- Eu odeio Geraldo Alckmin (mais de 4.500 membros)
- Geraldo Alckmin é Emo (mais de 4.700 membros)

Os dados coletados foram montados em uma tabela, reunindo informações de nome da comunidade, moderador, tipo do perfil, idade, sexo, formação, religião, cor/etnia, orientação política e participação. A tabela original era muito grande para ser colocada aqui, tivemos então de dividi-la em duas tabelas, 4.1 e 4.2.

	Moderador	Tipo do perfil	idade	sexo
<b>Pró-Lula</b>				
<b>Nós votamos Lula Presidente 13</b>	Alex "13" Piero	VERDADEIRO	-	M
<b>Viva Lula</b>	"craudio"	VERDADEIRO	25	M
<b>Eu Acredito no Lula! Porra!!</b>	Flávia Moreira	VERDADEIRO	32	F
<b>Contra-Lula</b>				
<b>Fora Lula 2006</b>	"Fernando FL Moderador"	FALSO	-	M
<b>Eu tenho mais moral que Lula!</b>	"Djow Djow"	VERDADEIRO	36	M
<b>Eu não acredito no Lula!</b>	"Pau, o moderador thebest"	FALSO	-	M(?)
<b>Pró-Alckmin</b>				
<b>Geraldo Alckmin presidente 45</b>	Thierry Besse - Moderador	VERDADEIRO	21	M
<b>Geraldo Alckmin</b>	Serginho Finelli	VERDADEIRO	20	M
<b>Alckmin para Presidente</b>	Felipe Varroni	VERDADEIRO	19	M
<b>Contra-Alckmin</b>				
<b>Alckmin=Burns=José Serra=merda</b>	Fagner	VERDADEIRO	-	M
<b>Eu odeio Geraldo Alckmin</b>	Neyde Brizolista	FALSO	77	F
<b>Geraldo Alckmin é Emo</b>	"Prince Marciano Eper! "	FALSO	-	M(?)

Tabela 4.1

Moderador	formação	religião	cor/etnia	Orientação Política	Participação
<b>Alex "13" Piero</b>	estudante	-	branco	esquerda	"juventude do PT" e "DCE USP"
<b>"craudio"</b>	Jornalista	agnóstico	asiático	muito liberal de esquerda	"União Juventude Socialista" e "PCdoB"
<b>Flávia Moreira</b>	direito/atriz	humanismo religioso	branco	esquerda-liberal	não
<b>"Fernando FL Moderador"</b>	-	cristão/católico	branco	Conservador de direita	não
<b>"Djow Djow"</b>	jornalismo/direito	-	branco	centrista	não
<b>"Pau, o moderador thebest" (sic)</b>	-	cristão/católico	negro	-	não
<b>Thierry Besse - Moderador</b>	estudante em Adm. Pública	-	multiétnico	-	auto proclamado "militante tucano"
<b>Serginho Finelli</b>	estudante de direito	ateu	branco	esquerda-liberal	não
<b>Felipe Varroni</b>	estudante de direito	zoroastra	branco	-	não
<b>Fagner</b>	ensino médio	ateu	multiétnico	libertário	"União Juventude Socialista" e "PCdoB".
<b>Neyde Brizolista</b>	-	-	-	-	não
<b>"Prince Marciano Eper! "</b>	-	-	-	-	não

Tabela 4.2

Uma breve análise de uma pequena amostragem dos perfis dos donos das comunidades (moderadores) permitiu-nos observar que nas comunidades classificadas como “pró” todos os perfis são verdadeiros, já nas comunidades classificadas como “contra” existe uma maior presença de perfis falsos. Podemos especular que o uso de perfil falso por parte dos moderadores de comunidades contrárias deve-se provavelmente pela exposição a críticas que estão sujeitos. Então seus moderadores optem pelo uso de um perfil falso, com objetivo de preservar sua identidade e comunicação com amigos longe do trabalho de moderação da comunidade polêmica.

Todos os perfis são do sexo masculino, exceto dois: um é um dado duvidoso e outro é mulher. A média de idade é entre 18 e 40 anos, sendo que apenas um usuário – “Neyde Brizolista” – declare ter 77 anos. A formação dos moderadores é em geral universitária, quando não alguns ainda são estudantes universitários (só um declarou ter apenas ensino médio), informação que se aproxima de nossa especulação de que a maior parte dos usuários do Orkut são de classe média, classe cujos integrantes mais comumente possuem diploma de curso superior. Cinco moderadores declaram-se não-cristãos, e apenas dois consideram-se “cristãos” (coincidentalmente com o fato de serem moderadores de comunidades contrárias a Lula)<sup>44</sup>. Seis declararam-se “brancos” e dois “multi-étnicos”. Cinco declaram-se de esquerda (com diversas gradações) sendo que um deles é dono de uma comunidade de apoio ao candidato Alckmin; o moderador da comunidade “Fora Lula 2006” foi o único que se declarou “conservador de direita”; e o moderador da comunidade “Eu tenho mais moral que Lula!” declarou-se como “centrista”. Três moderadores são participantes de movimentos militantes de esquerda,

---

<sup>44</sup> Grupos classificados como “conservadores” no espectro político-ideológico brasileiro freqüentemente acusam partidos classificados de “esquerda” de irem contra conceitos de religiões de tradição judaico-cristã, ao apoiarem temas polêmicos como aborto, apoio a grupos de homossexuais engajados politicamente, e misturar idéias religiosas com propaganda política e partidária de “esquerda”. Por isso achamos curiosa deixar esta observação feita.

intitulados “juventude do PT”, “DCE USP”, “União Juventude Socialista” e “PCdoB”. Apenas o moderador da comunidade “Geraldo Alckmin Presidente 45” se autoproclama “militante tucano”. É curioso notar quanto à orientação política-ideológica que a maioria dos perfis se identifiquem com a esquerda do espectro político, tendo em vista que aparentemente a maior parte dos usuários das comunidades pesquisadas – conforme visto anteriormente – prefere apoiar Geraldo Alckmin.

As classificações de *religião*, *cor/etnia* e *Orientação Política* são dadas pelo próprio perfil no Orkut, preenchidas pelo seu proprietário, e apenas a aproveitamos. A classificação de *cor/etnia* provavelmente segue a maior simplicidade do modelo de classificação estadunidense, usando negro, branco, asiático e multi-étnico para classificações indefinidas. Uma outra nota importante deve ser feita, e refere-se ao conteúdo “liberal” de algumas orientações políticas mostradas. Sendo o Orkut um sistema originalmente criado em inglês, nos EUA, lá é usado o termo *liberal* para designar que tem uma orientação política à “esquerda” do espectro político estadunidense e o termo *conservative*, para designar os que seriam classificados como de “direita”. Quando o Orkut foi traduzido para o português, esta classificação foi traduzida literalmente, ficando a denominação “esquerda-liberal” no perfil. O rótulo “esquerda-liberal” é uma classificação contraditória aos nossos padrões, já que no Brasil “liberais” e “esquerda” têm posições antagônicas no espectro político brasileiro, sendo o correto provavelmente “esquerda-progressiva”.

As colunas de *formação* e *participação* foram preenchidas baseadas na análise mais detalhada do perfil (descrição pessoal e comunidades). Muitos informavam o que faziam em suas vidas na descrição ou estavam inscritos em comunidades de alunos de determinada faculdade ou instituição de ensino. Dois perfis se diziam participantes da “juventude do PT”, “DCE USP”, “União Juventude Socialista” e “PCdoB”.

A idéia era usar cinco comunidades de cada critério, porém nas comunidades relacionadas ao candidato Alckmin não conseguimos identificar quais comunidades eram na época das eleições, de acordo com o material que temos impresso. Quando o pleito terminou, várias comunidades foram apagadas do sistema, ou mudaram de nome e/ou sua imagem de divulgação, por isso resolvemos então reduzir e usar apenas três comunidades de cada categoria<sup>45</sup>. Aqui temos outro fenômeno interessante a observar: as comunidades de repúdio e apoio a Lula em geral se mantiveram intactas (imagem de exibição, título e descrição); já as comunidades relativas ao candidato Alckmin sofreram modificações: ao fazermos novamente a busca usando essa palavra chave, encontramos inúmeras comunidades não listadas anteriormente (indicando que talvez muitas mudaram de nome e/ou imagem de divulgação) ou então não encontramos mais certas comunidades, indicando que provavelmente foram excluídas do sistema.

---

<sup>45</sup> Esta amostragem foi coletada em 14/06/2007.

## **Capítulo 2 – Análise do Conteúdo das Comunidades**

Já fizemos um capítulo descritivo, apresentando o objeto de estudo com um mapa quantitativo do mesmo. Devemos agora partir para a análise do conteúdo descritivo das comunidades. Primeiro faremos com os resultados encontrados com a busca usando a palavra “lula”, em seguida com a palavra “Alckmin”; em seguida analisaremos a importância dos partidos nas comunidades, as instituições associadas aos nomes dos candidatos, bem como outros nomes relevantes que apareceram nas descrições, terminando a análise com as representações envolvidas dos candidatos e da política. No final deste capítulo há uma nota metodológica sobre o porquê de nossa escolha pelo uso das descrições das comunidades virtuais do Orkut. Quando necessário, colocamos ilustrações para que haja uma visualização do conteúdo mencionado.

### **2.1. Análise do conteúdo descritivo das comunidades**

#### **2.1.1. Busca com a palavra “Lula”**

Digitando a palavra de busca “Lula”, encontramos em sua maioria comunidades de oposição ao candidato do PT, ao longo da pesquisa. Foram 24 comunidades diferentes listadas e analisadas, quatorze contrárias ao candidato, apenas seis favoráveis e quatro que estão relacionadas ao candidato mas se posicionam de forma neutra (classificadas como “outras”).

Analisando as comunidades contrárias ao candidato, elas destacam o candidato do PT usando termos para indicar “falta de caráter”, “omissão”, “inaptidão para o cargo”, e “populismo”. Essas quatro classificações não aparecem de forma independente nas descrições, e em geral estão associadas umas às outras. Por exemplo, as comunidades que o acusam de “corrupto” em geral o classificam também de “omisso”, pelo fato de insistir em dizer que “não sabia de nada” sobre a corrupção envolvendo seu

governo e o seu partido. A sua “falta de preparo” também é sempre mencionada junto com a sua “falsa honestidade”.

**FORA LULA**

descrição: Essa comunidade tem o objetivo de denunciar crimes e incompetências do PT e tirar LULA do poder.  
O PT é uma máquina incansável de produzir mentiras.  
Já que não existem políticos brasileiros verdadeiramente de oposição, então nós seremos a oposição.

Sites recomendados  
<http://www.cavaleiroconde.blogspot.com/>  
<http://www.diegocasagrande.com.br/>  
<http://www.midiasemmascara.com.br/>  
<http://veja.abril.com.br/blogs/reinaldo/>  
<http://www.youtube.com/visaolive>  
<http://www.visaolive.com.br>

idioma: **Português**  
categoria: Governo e Política  
dono: [Fernando FL MODERADOR](#)  
mediadores: [Paulo Fernando](#), [Sir. Allan](#), [Republicano](#), [Morana](#), [Black Spider](#)  
tipo: pública  
fórum: não-anônimo  
local: Brasil  
criado em: 27 de Maio de 2004 12:26  
membros: 189.986

tópico	postagens	última postagem
<a href="#">O cerco vai se fechando: irmão de Lula na PF</a>	6	05/06/07
<a href="#">Devastação Gramscista</a>	24	05/06/07
<a href="#">Retrato desolador da educação no Brasil</a>	3	05/06/07
<a href="#">Queremos Golpe Militar!</a>	8.131	05/06/07
<a href="#">xeque mate</a>	4	05/06/07

novos tópicos    ver todos os tópicos

Figura 3: “Fora Lula”, a maior comunidade de oposição a Lula e uma que desapareceu às vésperas do pleito eleitoral. Na imagem da comunidade, a placa pendurada em uma foto com os dizeres “Lula lá...bem longe do governo”. Trata-se de uma montagem digital em cima de uma foto verdadeira.

1. Falta de caráter pessoal: desonestidade, falsa honestidade, corrupção;

A comunidade “Lula p/presidente da Argentina” (mais de 45.000 membros) deixa isso claro em sua descrição<sup>46</sup>:

Se você acha que as palavras omissão, inaptidão, prevaricação, incompetência e corrupção soam muito melhor em espanhol do que em português, então esta é a sua comunidade<sup>47</sup>.

<sup>46</sup> Descrições copiadas diretamente do *site*, sem correção de erros ortográficos, abreviações e expressões usadas normalmente no universo virtual, como ‘vc’, ‘kcte’, etc.

<sup>47</sup> Nesta e em outras descrições não será possível colocar o endereço eletrônico de onde foi retirada a descrição de cada comunidade, pois muitas delas já mudaram de nome ou simplesmente não existem mais. Retiramos tais informações do nosso arquivo impresso, pois à medida em que fomos fazendo o

2. Indiferente e omissos frente às denúncias de corrupção em seu governo;

Na comunidade “eu não acredito no Lula” (na figura 4, com mais de 40.000 membros):

se você [...] está cansado de ser feito de idiota, com esse papo de que o presidente Lula não sabia de nada, de ver todo mundo tentando blindá-lo, para continuar nos enganando, junte-se a nós. [...] chega com esse blábláblá, nós não somos idiotas.

The image shows a forum post on a website. At the top left, there is a small image of a man with a red nose and a green hat, which is a digital manipulation of a photo of Lula and Fidel Castro. The main title of the post is "EU NÃO ACREDITO NO LULA!". Below the title is a description in Portuguese: "SE VC É ANTI-PT OU PETISTA, ESTÁ CANSADO DE SER FEITO DE IDIOTA, COM ESSE PAPO DE QUE O PRESIDENTE LULA NÃO SABIA DE NADA, DE VER TODO MUNDO TENTANDO BLINDÁ-LO, PARA CONTINUAR NOS ENGANANDO, JUNTE-SE A NÓS. PORQUE EU NÃO ACREDITO QUE O PRESIDENTE LULA NÃO SABIA DE NADA, NÃO SABIA DO MENSALÃO, NÃO SABIA DO VALÉRIO, NÃO SABIA DA EMPRESA DO FILHO DELE. CHEGA COM ESSE BLÁBLÁBLÁ, NÓS NÃO SOMOS IDIOTAS." The post is in Portuguese, categorized under "Governo e Política", and has 41,843 members. Below the post, there is a forum table with columns for "tópico", "postagens", "última", and "postagem".

tópico	postagens	última	postagem
<a href="#">FANI SE MASTURBANDO NO CHUVEIROS</a>	1	05/06/07	
<a href="#">Oportunidade De Trabalho! Clique</a>	1	05/06/07	
<a href="#">Brasileiro está abaixo da média global de caráter?</a>	1	05/06/07	
<a href="#">Não Acredito que ele Morreu</a>	1	05/06/07	
<a href="#">COMUNIDADES NOVAS- entre 100 virus</a>	2	04/06/07	

Figura 4: A foto é uma manipulação digital, em que aparece Lula com nariz comprido e o líder cubano Fidel Castro com nariz de palhaço. Nota-se nos tópicos do fórum a presença de propaganda.

3. Falta de preparo para o cargo de presidente que ocupa: incapacidade de governar, falta de conhecimento, incredulidade quanto à sua presença no cargo;

Comunidade “Lula: só podia ser gambá!” (mais de 14.500 membros):

Comunidade pra todo mundo que quando vê esse analfabeto na presidência pensa só podia ser Curinthiano mesmo Lula e o típico Curinthiano que meteu o dedinho na maquina pra se aposentar e fingir que foi acidente, enquanto o país

levantamento estatístico da evolução do número de membros, fomos também imprimindo as descrições das comunidades para facilitar nosso trabalho.

esta na merda ele só quer saber de beber cana , corno sempre o ultimo a saber e alem de tudo e LADRÃO Tinha ou não que ser CURintiano (*sic*)?

O termo “curinthiano” é usado para se referir pejorativamente à torcida do Sport Clube Corinthians, clube de futebol da cidade de São Paulo, que assim como o Clube de Regatas do Flamengo (clube carioca), possui a maior parte dos torcedores da cidade (a segunda e a primeira maiores torcidas do país, respectivamente). Ambas as torcidas são alvos de ataques por torcedores adversários em que seus integrantes são referidos como “analfabetos”, “pobres”, “burros” e “ladrões”. Esta comunidade também reúne características dos itens 1 e 2.

Há também que se observar que várias comunidades fazem referência ao fato de o candidato gostar de ingerir altas quantidades de bebidas alcoólicas<sup>48</sup>. Uma faz referência ao fato de forma humorística (“O Lula é pinguço?”, mais de 11.800 membros, e classificado como “outras”), mas a exibida aqui se refere às supostas “bebedeiras” do candidato de forma pejorativa (“[...] ele só quer saber de beber cana”).

#### 4. Forma de governar: populismo.

A Comunidade “Eu tenho mais moral que Lula!” (mais de 44.000 membros) é a única que faz referência a esta palavra.

[...] Brasileiros que sabem o SEU VELOR (*sic*) e que estão cansados de ser SUBJUGADOS pelo populismo de Lula sejam bem vindos.

Analisando as comunidades favoráveis ao candidato, observamos que das seis comunidades encontradas no total durante a coleta do material, duas apareceram entre as vinte primeiras comunidades listadas na busca somente na semana do 2º turno (“Comitê Lula Presidente 13”, atualmente com cerca de 5.900 membros; e “Nós Apoiamos Lula”, com cerca de 4.500 membros).

As comunidades destacam:

---

<sup>48</sup> O ex-governador do Rio de Janeiro Leonel Brizola deu uma entrevista ao jornalista americano Larry Rohter (correspondente do *The New York Times*), na qual acusou o presidente de ter problemas com alcoolismo, surgindo daí provavelmente o estereótipo do “presidente pinguço”.

1. Identificação com as classes de poder aquisitivo mais baixo;

Ressaltam a origem humilde do candidato e sua suposta “semelhança física” com a população mais pobre, bem como a solidariedade com ela, sendo rotulado de “presidente do povo”. A comunidade “Nós votamos 13 Lula presidente” (que agora se chama “Reelegemos Lula presidente” e conta com quase 100.000 membros) coloca em sua descrição um poema que ressalta a origem do governante:

[...] O Brasil quer seguir em frente  
Com o 1º homem do povo presidente  
Ele sabe governar com o coração  
E governa pra todos com justiça e união  
É o primeiro presidente que tem a alma do povo  
E tem a cara da gente

2. Honestidade: ausência de culpa perante as denúncias de corrupção no seu governo;

A comunidade “Eu acredito no Lula! Porra!!” (*sic*), com cerca de 10.600 membros, ressalta que as denúncias de corrupção no governo Lula não são novidades de seu governo, e que ele não fez nada a respeito para preservar-se de um suposto esquema maior e mais poderoso (que a descrição da comunidade não diz qual seria).

gente, pelo amor de Jesus cristinho, como podem ser tolos de achar q a corrupção começou agora no governo do Lula? fico besta c isso. a corrupção sempre existiu desde q o mundo é mundo e o que está acontecendo, é q o Lula não está colocando panos quentes como colocaram outros governantes. gente, pára pra pensar!!! vcs acham realmente q tudo isso começou agora? fala sério! acredito na idoneidade do Lula, e coloco a minha mão no fogo até hoje. ele poderia até saber, mas sinceramente me digam: o q vcs fariam no lugar dele? porra nenhuma sabe prq? prq se fizessem antes de estarem no poder total, amanheceriam com a boca cheia de formiga. e tenho dito!<sup>49</sup>

A comunidade “com Lula contra a manipulação” (acerca de 11.800 membros) ressalta na sua descrição que está ao lado do candidato “contra a manipulação e contra a corrupção” (também tudo escrito em maiúsculas).

3. Nacionalismo;

---

<sup>49</sup> Detalhe interessante: descrição foi toda escrita com letras maiúsculas, que no mundo virtual significa “estar gritando”.

O candidato é identificado com interesses nacionais ao ser comparado com o governo anterior, do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, na comunidade “Viva Lula” (mais de 30.000 membros).

“Como só existem comunidades que nasceram para falar mal do governo Lula, esta aqui se propõe a mostrar o quanto o país melhorou desde a saída do nosso tirano e entreguista FHC [...]”.

Devemos ainda mencionar que temos quatro comunidades que não se posicionam com relação ao candidato (classificadas como “outras”). No caso do Lula, todas as quatro se referem ao candidato de forma humorística, independente da política e de seu governo. Duas fazem referências ao dedo mínimo da mão esquerda que o candidato perdeu durante a época em que trabalhava (“Onde estará o dedinho de Lula?”, não encontrada mais, e “Cicarelli doe um dedo pro Lula”<sup>50</sup> com cerca de 72.000 membros). A comunidade “Lula sem barba” (cerca de 10.500 membros) tem provavelmente como único objetivo divulgar uma foto de campanha manipulada digitalmente do candidato *sem barba*, uma vez que sua descrição não tem sentido, parecendo ser uma espécie de poema:

Lula sem barba é:  
Neoliberal.  
Como o Tony Ramos sem pêlos.  
O avô que todo pimpolho gostaria de ter.  
Espetáculo do crescimento capilar.  
Übersexual emo boy.  
Tão achincalhado quanto Juscelino Kubitschek.<sup>51</sup>

A última delas (“Lula é Pinguço?!”) tem claro objetivo humorístico, como mostra sua descrição:

Esta comunidade foi criada com o propósito de discutir --de forma bem humorada-- as atitudes do homem que governa o maior país da América do Sul. Faça sua pergunta, que o Lulinha responde no programa "PINGA COM O PRESIDENTE" [...].

---

<sup>50</sup> Esta comunidade faz uma referência à modelo brasileira Daniella Cicarelli, que descobriu-se recentemente ter seis dedos no pé direito.

<sup>51</sup> O “neoliberal” desta descrição provavelmente se refere ao fato de que os candidatos e presidentes classificados com este rótulo sempre aparecem sem barba e bigode, como Fernando Collor e Fernando Henrique por exemplo.



Figura 5: Imagens das comunidades “Lula sem barba” e “Lula é Pinguço?!”.

### 2.1.2. Busca com a palavra “Alckmin”

Digitando a palavra de busca “Alckmin” foram encontradas trinta e seis comunidades: vinte e três comunidades de apoio ao candidato, dez contrárias e apenas três indiferentes a ambos os candidatos em disputa (classificadas como “outras”), que na verdade manifesta uma busca por uma terceira opção.

Como parte das comunidades relativas a este candidato foi excluída do sistema ou algumas simplesmente mudaram de nome, ficaria complicado encontrar e colocar o número médio de membros de cada uma. Optamos então por escrever entre parênteses a variação observada do número de membros da comunidade relacionada, de 16/08 a 25/10 (exceto quando for avisado).

#### 1. Experiência e capacidade;

A comunidade “Geraldo Alckmin presidente 45” (80.867 a 216.628 membros) deixa isso claro em sua descrição:

em 2006 o Brasil terá que retomar o caminho da ética e do trabalho, com espírito republicano e respeito ao dinheiro público. O melhor candidato é Geraldo Alckmin: 30 anos de vida pública: vereador, prefeito, deputado estadual, federal, vice-governador de Mário Covas, e governador mais bem avaliado do país.

A comunidade “Fora Lula! Voto no Alckmin!” (1.369 a 4.425 membros, classificada como Pró-Alckmin por aparecer somente quando foi feita buscas com o

nome deste candidato) usa “uma pessoa séria e inteligente” para descrever o candidato. Devemos mencionar que algumas comunidades como esta colocam uma mini biografia do candidato para ressaltar suas realizações na vida pública.

## 2. Seriedade, honestidade e ética

A comunidade “Alckmin Presidente” (2.796 a 5.151 membros, que mudou de nome 4 vezes ao longo das semanas antes da eleição) nem faz nenhuma menção ao candidato na descrição, ao invés disso tem uma lista de fatos que tem como objetivo demonstrar a incapacidade do atual governo e a corrupção que tomou conta do poder público. Várias comunidades ressaltam características como “seriedade”, “honestidade” e “ética” em clara oposição ao então atual governo e candidato à reeleição, Lula.

## 3. Renovação na política

Duas comunidades buscam destacar o candidato Alckmin como pertencendo a uma “nova política”: “45 Alckmin Presidente!!! PSDB” (3.123 até 3.699, em 20/09/2006, sendo excluída após esta data. Também mudou de nome uma vez) e “Nova política: Geraldo Alckmin” (876 a 1.438 membros). A primeira citada coloca na sua descrição uma frase atribuída ao próprio candidato:

Nem de esquerda nem de direita (...), eu pertencço a essa “nova política”, que diz o que pensa, fala no que acredita e trabalha.<sup>52</sup>

Novamente a polaridade político-ideológica aparece em uma descrição, só que desta vez insinua-se que ela seja algo negativo para a política. A exaltação do candidato como não pertencendo a nenhum destes pólos políticos exaltaria um novo atributo do mesmo, de não se comprometer com nenhuma corrente ideológica e assim de fazer um governo mais voltado ao pragmatismo administrativo, e para além das disputas político-ideológicas.

---

<sup>52</sup> Esse trecho é único que foi colocado todo em letras maiúsculas, como se o interlocutor estivesse “gritando”.

A segunda descreve que a candidatura de Alckmin representaria um “choque ético”, um “choque de gestão”, sendo a “Nova política”<sup>53</sup> uma iniciativa de mobilização da “sociedade civil”, que identifica com o candidato suas idéias de uma administração pública eficiente, pragmática, racional e honesta.

Devemos destacar também a comunidade “Lu Alckmin – primeira dama” (718 a 893 membros), que refere-se à esposa do candidato, Maria Lúcia Ribeiro Alckmin. Curioso notar que sua única qualidade destacada na vida pública é o fato de ter sido presidente do Fundo de Solidariedade do Estado de São Paulo. É representada como “bela e virtuosa”, uma “mulher de classe, porte e gala”. E ainda escreve: “afinal já estamos fartos de primeiras-damas feias, lúgubres, insípidas e ridículas”. A beleza da esposa do candidato é o maior fator de peso para ser desejada como primeira-dama do que sua atuação na área pública.

Analisando as comunidades contrárias ao candidato percebemos que elas possuem descrições que retratam o candidato como

1. Candidato da classe média e alta, elitista, insensível; sendo politicamente conservador e ligado à direita.

Na comunidade “Geraldo Alckmin NEM MORTO” (10.811 a 25.821 membros, mudando de nome uma vez.) sua frieza e insensibilidade é retratada no apelido de “picolé de chuchu”. É visto como “defendido pela [revista] Veja”, “amigo e ‘sócio’ da Daslu<sup>54</sup>”, o que lhe daria – segundo o vocabulário da esquerda – o rótulo de membro e defensor das classes mais altas (em oposição ao “homem do povo” Lula); defensor do

---

<sup>53</sup> <http://www.novapolitica.org.br/>.

<sup>54</sup> “A *Villa Daslu* é um grande empreendimento de Eliana Tranchesi que reúne muitas das principais marcas de luxo do mundo em uma megaloja na Vila Olímpia, cidade de São Paulo. A loja foi uma evolução da Antiga Daslu, estabelecimento anterior que ficava no bairro residencial da Vila Nova Conceição”. Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Daslu>. Houve um escândalo envolvendo os donos, acusados de crimes como fraudes na importação (com evasão fiscal), formação de quadrilha e falsidade ideológica por apreensão feitas no aeroporto de Guarulhos-SP.

estado mínimo, ALCA e privatizações, repressão de movimentos como o MST (vistos como “movimentos sociais” pelas comunidades pró-lula, e “baderneiros” pelos favoráveis ao candidato Alckmin), o que o ligaria à direita e ao “neo-liberalismo”.

A comunidade “Geraldo Alckmin é Emo<sup>55</sup>” (1.391 a 1.820 membros, só aparece nas duas últimas semanas) descreve o candidato, usando em toda a descrição letras maiúsculas:

se o geraldo tivesse cabelo ele seria emo.. hehehe. se vc concorda que ele é emo entra ae hauahahaha.... candidato a presidencia q soh conhece o estado de são paulo afirma q a segurança esta sobre controle e só sabe falar da classe média e classe alta assim esquecendo os miseraveis e pobres, não sabe nada sobre o pcc haha e perde seu tempo passando lápis de olho, só pode ser emo, se ele tivesse cabelo seria assim, se tu concorda então entra ae...

novamente insistindo que o candidato é ligado às classes mais favorecidas, e tem hábitos dessa mesma elite, como “passar lápis no olho” (em um homem, hábito de cuidados excessivos com a aparência é considerado supérfluo e tipicamente ligado às classes mais altas). A comunidade usa o humor na sua comparação com uma pessoa “Emo”, ao também usar como imagem da comunidade uma foto (abaixo) do candidato (manipulada digitalmente) em que ele aparece com cabelo no estilo tipicamente “Emo”.

## 2. Ligado à Igreja Católica, em especial à *Opus Dei*;

A comunidade “Geraldo Alckmin é da Opus Dei” (547 a 1.137 membros, detalhe que só aparece em 4 semanas, sendo que as 3 últimas vezes nas 3 semanas finais) vê a associação do candidato Alckmin com a instituição como uma tentativa desta de chegar ao poder, o que segundo a descrição da comunidade representaria o

---

<sup>55</sup> “Emo (abreviação do inglês *emotional*) é um gênero de música derivado do *Hardcore*. O termo foi originalmente dado às bandas do cenário *punk* de Washington (capital dos EUA) que compunham num lirismo mais emotivo que o normal. [...] No Brasil, o gênero se estabeleceu sob forte influência norte-americana em meados de 2003, na cidade de São Paulo, espalhando-se para outras capitais do Sul e do Sudeste, e influenciou também uma moda de adolescentes caracterizada não somente pela música, mas também pelo comportamento geralmente emotivo e tolerante, e também pelo visual, que consiste em geral em trajes pretos e franjas do cabelo caídas sobre os olhos”. Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Emo>.

perigo de um estado teocrático no Brasil (a comunidade se propõe a discutir “como seria se a opus dei alcançasse o poder no Brasil”).

### 3. Mau e corrupto

A comunidade “Alckmin=Burns=Jose Serra=Merda” (3.193 a 5.702 membros) colocou como descrição uma notícia sobre um “racha” no partido pela decisão do candidato à presidência. Na semana do dia 23/08/2006, uma nova descrição foi feita ressaltando a incapacidade do ex-governador de controlar o crime organizado, ressaltando que “o PCC nasceu durante o governo do PSDB”. O que chama a atenção é notar a imagem usada na comunidade: um desenho do “Sr. Burns” (citado no nome) esfregando as mãos. O “Sr. Burns” é uma personagem da série animada de TV americana “Os Simpsons”. Na série, Sr. Burns é o chefe de Homer Simpson (o pai do personagem principal) e suas características nas estórias são o poder extremo, a maldade, indiferença e a avareza. Uma outra razão para tal personagem ser usado é provavelmente um atributo físico semelhante: a personagem em questão, assim como os dois candidatos, é calvo<sup>56</sup>.



Figura 6: duas representações humorísticas do candidato Alckmin: a imagem da esquerda pertence à comunidade “Alckmin=Burns=Jose Serra=Merda”, a da direita aparece na comunidade “Geraldo Alckmin é Emo”.

<sup>56</sup> Mais informações sobre a personagem pode ser encontrada em [http://en.wikipedia.org/wiki/Montgomery\\_Burns](http://en.wikipedia.org/wiki/Montgomery_Burns).

A comunidade “Fora Alckmin picolé de chuchu” só apareceu na ferramenta de busca entre as vinte primeiras na última semana antes do segundo turno com 1429 membros. Ela faz acusações contra o candidato, e mostra endereços na Internet onde pode-se conferir tais denúncias. A descrição foi toda escrita em letras maiúsculas. A imagem da comunidade é uma caricatura de um jornal, em que aparece a cabeça do candidato desenhada como um picolé derretendo, um picolé de chuchu (verde). Sua descrição faz constantes referências ao fato de ele ser “picolé de chuchu” em tom humorístico, escrita toda com letras maiúsculas:

esta comunidade e para quem nao gosta de tudo que vem dos tucanos, depois de fhc, criaram a aberracao do motoserra e agora vem com uma maior ainda esse tal de alkimim picole de chuchu,(ainda que muitos o considerem como um legume, o chuchu é o fruto de uma trepadeira originária do méxico )que disse que vai transformar o brasil na republica do chuchu arrrrg. que patetico nunca vi tucano comer chuchu. ele fez sim, abafou cpi pra chuchu, cria bandidos(com seu modelo de gestao) febem para chuchu, sucateou a educacao de sao paulo pra chuchu, criou pedagogos pra chuchu e agora quer fazer com que o povo brasileiro engula chuchu? fora psdb, serra fhc e agora o picole de chuchu!!!

A comunidade “Não voto em Alckmin. Voto Lula” só apareceu uma vez nas buscas, com 1.399 membros, duas semanas antes da eleição. Também se caracteriza por usar o humor para descrever o candidato, usando como imagem uma foto de rosto do candidato “pichado” digitalmente o rótulo de “idiota” em sua testa. A figura 7 mostra em detalhes sua descrição e imagem (foi digitalizada a partir do material impresso, pois a comunidade não foi mais encontrada).



[Não voto em Alckmin.Voto Lula](#) 1.399 membros

Eu votarei mesmo é no Lula, ta definido.

Não voto no Alckimin nem morto. A verdade é que os tucanos cometeram um erro Tasso ao escolherem o governador de São Paulo para perder a eleição contra o Lula. Devido ao seu temperamento insípido, inodoro e incolor, o governador de São Paulo criou o programa de inclusão social Carisma Zero. Médico de formação, Alckmin é o candidato preferido dos hipertensos e dos cardíacos, já que é um sujeito completamente sem sal. Político que veio do interior, Geraldo Walkman tem um forte reduto eleitoral no Ceasa e na Cobal, onde é apoiado pelos chuchus e outros hortifrutigranjeiros de duplo sentido. Simpatizante da Opus Dei, o governador é acusado pela oposição de participar de um capítulo do "Código da Vinci". Orgulhoso de sua condição vegetativa, Geraldo Alckmin acredita que é o único candidato capaz de resolver os pepinos do país e descascar os abacaxis em Brasília mas, pelas pesquisas, ele está ameaçado é de levar uma banana do eleitorado. Alckimin nem morto.

Voto Lula nº13.

Figura 7

Estas três comunidades, somadas à “Geraldo Alckmin é Emo” utilizam o humor como forma de ataque e crítica ao candidato do PSDB. As comunidades que descrevem Lula de forma humorística fazem referência ao fato dele “beber” e de faltar-lhe um dedo na mão, mas foram classificadas como “outras” (não atacam nem defendem o candidato); já com Alckmin o humor é usado como forma de crítica e ataque, sempre fazendo referências às suas características físicas (ser calvo) e a seu apelido de “chuchu”.

Curioso notar que em eleições anteriores, era comum o então candidato Luis Inácio Lula da Silva ser ridicularizado, e fazia-se humor com o fato de ter uma origem pobre, de ele ser “analfabeto”, “não falar corretamente”, “incapaz” e ter certo desvio na pronúncia correta das palavras. As comunidades de crítica ao candidato Lula que vimos não fazem mais nenhuma referência humorística com isso.

#### 4. Incompetente

Comunidades contrárias ao candidato destacam problemas na administração no estado de São Paulo como de sua responsabilidade. Por exemplo, a comunidade “45motivos p/ñ votar em Alckmin” (*sic*), com 1.043 a 2.543 membros, lista supostos 45 motivos para o candidato não ser eleito à presidência, que mostrariam sua falta de preparo e capacidade para administrar o estado de São Paulo.

Há ainda três comunidades classificadas como “outras”: “Nem Alckmin, nem Lula” (896 a 1.911 membros), “Alckmin vs. Lula” (1.800 membros, somente apareceu no dia 25/10, última semana), “Lula x aleckmin = Heloisa Helena?” (446 membros, só apareceu uma semana, em 06/09) que apesar de críticas aos candidatos, têm mais um objetivo constituído em torno da busca de uma terceira opção entre os dois maiores nomes da eleição. A comunidade “Alckmin vs. Lula” já tem como objetivo debater a disputa entre os dois candidatos, de uma forma neutra.

## 2.2. A importância dos partidos nas comunidades

As acusações e defesas concentram-se mais em torno da imagem dos candidatos, tendo o partido um papel secundário. A exceção talvez seja uma comunidade intitulada “Eu odeio o PT e o Lula” em que só apareceu nas ferramentas de busca na pesquisa de 27 de setembro (na semana do primeiro turno) com 112.170 membros. A descrição deixa claro sua aversão ao partido:

Existem 3 coisas que ninguém faz duas vezes:

- Nascer;
- Morrer; e
- Votar no PT!

Se você não vota em vagabundo, aqui é o seu lugar! Fora PETISTAS! Para aqueles que odeiam os enganadores; O estelionato eleitoral; Os incompetentes; Os incoerentes; E - sobretudo! - odeiam aquele dedo que falta na mão esquerda do Lula: ODEIO O PT E O LULA!

É a única comunidade que aparece durante a pesquisa que se opõe ao partido, não à figura do presidente. Vendo as comunidades associadas desta, há também muitas outras que demonstram sentimentos ruins com relação ao PT (“aqui petista não entra”; “pt = organização criminosa”; “eu odeio o pt”; “eu odeio o pt e sou anti-lula”). Porém, não apareceram durante a busca realizada, para a construção do objeto dessa pesquisa. Mas fica registrado o fato de que as comunidades listadas ao se pesquisar pelos nomes dos candidatos (tanto de oposição como de apoio) tem como objeto de disputa os candidatos, colocando os partidos pelo qual concorrem ao cargo de presidente em segundo plano. Até mesmo as comunidades classificadas como “outras” (ou seja, não se colocam nem como favoráveis, nem como contrárias) não mencionam os partidos dos candidatos, estes aparecem como uma pequena referência a eles (na comunidade “onde estará o dedinho do Lula?” aparece na imagem da comunidade a estrela com o logotipo do PT).

A sigla PSDB também é pouco citada em comunidades relacionadas ao Alckmin, aparecendo também duas vezes relacionada ao nome “PFL”. Não apareceu nenhuma comunidade “eu odeio o PSDB” (ou algo semelhante) durante a busca.

### **2.3. As instituições associadas aos nomes dos candidatos**

É ao candidato Geraldo Alckmin que estão associados a igreja (mais especificamente pelo segmento da igreja católica chamado de *Opus dei*), como partidos políticos ditos de “direita” (sigla PFL) e a imprensa dita “conservadora” como *Revista Veja* e *Folha de São Paulo*.

Quanto ao candidato Lula, este é associado a seu próprio partido político, porém nenhuma comunidade o associa ao MST (Movimento dos Sem-Terra).

A imprensa também é citada como parte integrante do processo eleitoral. É acusada de “manipulação” em favor de determinado candidato, de apoiar este ou aquele candidato. A comunidade “Viva lula” acusa ao jornal *Folha de São Paulo* de prejudicá-lo.

[...] Desde já, o iniciador desta comunidade acredita que existe uma verdadeira conspiração por parte da imprensa - em especial a Folha de S.Paulo - contra o presidente, assim como já ocorre com Fidel e com Chávez. [...]

A comunidade “Geraldo Alckmin nem morto” (10.811 a 25.821 membros) associa o nome deste à revista semanal *Veja*. Nenhuma comunidade que acuse a imprensa de fazer propaganda contrária e prejudicial ao candidato Alckmin foi encontrada em nossas buscas (o que não significa que não exista).

### **2.4. Outros nomes citados nas comunidades, além dos candidatos Lula e Alckmin**

Fernando Henrique Cardoso é visto como “tirano e entreguista” na descrição da comunidade “Viva Lula” (cerca de 30.000 membros).

O candidato Alckmin é taxado de “novo Collor” pela comunidade “Alckmin: o novo Collor” (2.427 a 2.698 membros, de 16/08 a 20/09. A comunidade provavelmente foi excluída depois disso). A descrição ressalta que suas características “elitistas” como elegância, bom discurso e boa aparência fazem lembrar do ex-presidente Fernando Collor de Mello, que construiu sua personagem política em torno da imagem de juventude, dinamismo, boa aparência e apresentação.

Tanto Lula e Alckmin são relacionados a Juscelino Kubitschek, mas só Lula é de fato comparado a este. O primeiro é considerado “tão achincalhado como Juscelino Kubitschek” pela comunidade “Lula sem Barba”, já Alckmin é acusado de arrogância ao se “comparar ao Juscelino” na comunidade “Geraldo Alckmin nem morto”.

José Serra é visto como ligado diretamente ao Alckmin, e também é atacado em comunidades como “Alckmin=Burns=Jose Serra=Merda”. E é elogiado na comunidade “Valeu Serra! é Alckmin 2006” por ter abdicado de sua candidatura à presidência em nome de Alckmin.

Duas comunidades apareceram nas duas últimas semanas de busca: “João é Geraldo Alckmin” (1.764 a 1.707 membros), de João Alves Filho, governador do estado do Sergipe e candidato à reeleição pelo mesmo; e “ACM neto apóia Alckmin 45” (1.361 a 1.346 membros). São duas comunidades com candidatos do estado do nordeste que aparecem associados ao nome de Geraldo Alckmin.

## **2.5. Representações dos candidatos e da política**

### **2.5.1. Candidatos**

As descrições das comunidades englobam um certo padrão de descrições. Podemos apreender algumas das categorias utilizadas para melhor compreensão.

Observamos que as comunidades:

- fazem referência à honestidade/desonestidade dos candidatos – o tema da corrupção é comum nas descrições;
- mencionam a capacidade/incapacidade do candidato em questão, e seus feitos (ou erros) como administrador público;
- trabalham com a polarização política esquerda/direita;
- usam o humor e a ironia como forma de se referirem aos candidatos;
- citam a origem social dos candidatos como pretexto para acusação ou exaltação dos mesmos;

Fizemos duas tabelas (tabela 5 e 6) com uma amostra dos temas envolvidos, envolvendo o nome de cada candidato. A coluna “presença” mostra quantas vezes o tema foi identificado, “Total de membros” mostra as somas dos números dos membros das mesmas comunidades à época do material coletado. As amostragens contêm informações da *primeira semana* de material coletado, no dia 16/08/2006, e da *penúltima semana*, no dia 18/10/2006<sup>57</sup>.

---

<sup>57</sup> Não foi possível usar os dados da última semana – dia 25/10/2006 – porque o Orkut mudou a forma de exibição das descrições das comunidades encontradas pela ferramenta de busca, exibindo só o início da descrição e cortando o resto, provavelmente para fins estéticos e para facilitar a visualização das comunidades, diminuindo o tamanho das páginas *on-line* (até então, ele exibia a descrição completa, o que nos permitia imprimir folhas de material volumoso já contendo todas as descrições). Felizmente essa mudança foi na última semana de pesquisa e não prejudicou nosso trabalho (do contrário, teríamos que entrar em cada comunidade para obter a descrição completa, aumentando consideravelmente o tempo de coleta de material).

	16/8/2006	16/8/2006	18/10/2006	18/10/2006
Temas	Presença	Total de Membros	Presença	Total de Membros
Honestidade	2	18.168	2	26.368
Desonestidade	6	238.721	7	280.431
Competência	1	23.795	-	-
Incompetência	5	247.676	5	254.054
Elite	-	-	-	-
Classes populares	2	54.718	2	107.431
Esquerda	1	16.542	1	24.671
Direita	1	9.397	2	25.028
Omisso	1	19.154	-	-
Presente	2	55914	2	105.173
Populismo	1	25.196	-	-
Humor	4	150.405	3	77.834
Outros	2	28.275	4	273.139

Tabela 5: Amostragem usando o nome do candidato **Lula**. “Desonestidade” e “Incompetência” são as representações mais comuns, com maior número de membros.

	16/8/2006	16/8/2006	18/10/2006	18/10/2006
Temas	Presença	Total de Membros	Presença	Total de Membros
Honestidade	5	85.466	4	210.687
Desonestidade	2	13.238	3	30.556
Competência	7	87.191	6	214.128
Incompetência	4	17.581	5	36.541
Elite	2	13.238	2	24.147
Classes populares	-	-	-	-
Esquerda	-	-	-	-
Direita	2	14.004	1	22.756
Omisso	1	10.811	2	24.147
Presente	-	-	-	-
Populismo	1	2.427	-	-
Humor	1	3.193	3	8.239
Outros	9	15.658	11	21.801

Tabela 6: Amostragem usando o nome **Alckmin**. “honestidade” e “competência” são os temas mais freqüentes, contendo a maior parte do número de membros, na primeira semana. Já em 18/10 o tema “incompetência” aparece em segundo lugar (5 vezes), atrás do tema “competência” e à frente (por um voto) do tema “honestidade”.

### 2.5.2. Política

Observando o material de pesquisa, a política é associada com corrupção e roubo; incapacidade, incompetência; descaso; desejo de mudança e renovação; elitismo.

A observação do material impresso nos permite chegar a algumas conclusões:

“corrupção” e “roubo” são os mais citados nas descrições da comunidade, nenhum dos dois candidatos é poupado de tais acusações, embora elas sejam mais freqüentemente atribuídas ao candidato Lula.

“Incapacidade” e “incompetência” são atribuídos com mais freqüência ao Lula.

O “descaso” passa a ser uma constante a ser atribuído a qualquer político, bem como ao Estado Brasileiro como um todo.

O “desejo de mudança e renovação” é expresso mais como uma característica exclusiva do candidato Alckmin (mudança para “acabar com a corrupção e pelo retorno da ética e moralidade na administração pública”, no dizer de seus partidários), apesar de em 2002 o então candidato Lula adotou para si tal perfil de “renovador” usando a idéia da “esperança venceu o medo”.

O “elitismo” é atribuído exclusivamente ao candidato Alckmin, devido à sua origem familiar e suas condições sócio-econômicas, sendo visto como um membro da “elite” paulistana (sua imagem é por várias vezes associada à “Daslu”, loja de elite econômica na cidade de São Paulo).

Várias comunidades de ódio e de apoio aos candidatos expressam tais atributos e sentimentos negativos ou positivos com relação à política e à pessoa do candidato. Mas a mesma ênfase não é dada aos partidos políticos, sendo estes relegados ao segundo plano.

## 2.6. Nota metodológica sobre a análise do conteúdo das comunidades

O problema fundamental é mostrar como se dá a manifestação do voto no momento da campanha eleitoral, isto é, como os candidatos à presidência são representados pelos eleitores que criam comunidades ligadas a este tema no universo virtual do Orkut.

Uma primeira abordagem tomará como material de análise a descrição das comunidades selecionadas no Orkut. Toda comunidade possui uma imagem de exibição e uma descrição de qual assunto é tratado nela. Nossa experiência e observação com Orkut têm nos demonstrado que tal descrição funciona não apenas como mero elemento descritivo, mas muitas vezes seu papel é de um pólo emissor de determinada mensagem, cujo objetivo é atingir o máximo possível de usuários dentro do sistema. Presenciamos casos em que as descrições são feitas claramente com o objetivo de rivalizar, se opor e configurar elementos de disputa entre diferentes correntes e comunidades dentro do próprio Orkut.

Abaixo dois exemplos bem ilustrativos:

### **Leu na Veja? Azar o seu!**

descrição: Sob nova moderação, uma vez que o antigo moderador estava ausente para tal. Mantendo a mesma idéia de sua criação, uma crítica ao bordão irritante que ouvimos "Li, na Veja!" de onde você se lembra da atuação dela nessas áreas:

- \_ Política e Economia: tendenciosa, panfletária, neoliberal, entreguista e derrotista.
- \_ Relações Internacionais: baba-ovo de Bush e seus "amigos"
- \_ Jornalismo de supositório: só denuncia por interesse político e fabrica "factóides" pra vender revista.
- \_ Sociedade: elitista, conservadora, preconceituosa e contrária aos Movimentos Sociais.
- \_ Música, arte, cinema, literatura e etc: só rola jabá!!!
- \_ Ciência e tecnologia: simples catálogo de compras e de inutilidades.
- \_ Repleta de fofoca de celebridades.
- \_ Tem sempre um teste idiota do tipo "como você é"

Se você já passou por esta situação, está é a sua comunidade!

\*ainda agradecendo aos que contribuíram para esta definição!<sup>58</sup>

o segundo exemplo:

**Leu na Caros Amigos? Se mate!**

descrição: Assim como tem a comunidade Leu na carta Capital? pior! resolvi fazer essa.e a comunidade também é a resposta da comunidade "Leu na veja? azar o seu!". Não é necessariamente pra quem lê a veja,essa comunidade é pra mostrar que quem fala mal da veja e LÊ esses panfletos comunista não tem moral,e se acham os "informados"essa revista não passa de uma mídia de alienação. Não aguenta matérias comunistas ou Zé arbex jr falando suas merdas ou Marilene Felinto defendendo bandido e dizendo comentários nazi facista,ou nem se quer aguenta aqueles leitores alienados que só falam merda? Join se vc é um esquerdinha revoltado cai fora pois aqui não é seu palanque,enchu o saco é thau.<sup>59</sup>

A primeira comunidade contém mais de cinquenta mil membros, e foi criada em 1 de Junho de 2004. A segunda ainda é pequena, e possui somente pouco mais de trezentos membros, provavelmente porque sua data de criação é mais recente, de 25 de Novembro de 2005. Mas suas descrições mostram que possuem uma posição antagônica em torno de um mesmo objeto de disputa: revistas carregadas de conteúdo político-ideológico, onde destacam-se a força das marcas de oposição esquerda-direita. A comunidade "Leu na caros amigos? Se mate!" foi feita em resposta às críticas que são feitas aos leitores da revista semanal *Veja*, uma forma de mostrar que não são somente os contrários à revista semanal citada que se encontram presentes no Orkut. Ambas comunidades estão ligadas a uma rede de comunidades relacionadas de mesma orientação ideológica. O mesmo se repete com comunidades dos mais diversos assuntos: religião, relacionamentos homem e mulher, torcidas de clubes de futebol, etc.

A segunda opção que poderia ser trabalhada é a análise dos tópicos das comunidades, onde são escritas as mensagens dos participantes das mesmas. Aqui é onde todos os membros podem manifestar suas opiniões e idéias, além do proprietário da comunidade.

---

<sup>58</sup> <http://www.Orkut.com/Community.aspx?cmm=79318>.

<sup>59</sup> <http://www.Orkut.com/Community.aspx?cmm=6727960>.

Como o exemplo acima demonstra, a análise das descrições das comunidades são um material rico e interessante. Para as finalidades de nossa pesquisa, tomamos como objeto de análise as descrições das comunidades relacionadas aos candidatos Lula e Alckmin, coletadas conforme explicamos. Optamos assim por este material, levantado à época do pleito, em detrimento do conteúdo interno aos tópicos das referidas comunidades. A escolha justifica-se pois no momento em que escrevemos isso, já passamos e muito do período das eleições. A análise do conteúdo dos tópicos agora poderia ser objeto de crítica devido à defasagem entre a sua coleta e a época das eleições.

Em segundo lugar, graças à liberação do pólo de emissão destas novas ferramentas comunicativas, aliado à facilidade com que um tópico pode ser criado, temos como resultado uma proliferação enorme de tópicos nas comunidades. Como as ferramentas de buscas não são precisas, o resultado é que muitos membros preferem criar novos tópicos ao invés de simplesmente procurar um que já exista sobre o assunto desejado<sup>60</sup>. Assim, muitas das comunidades que analisamos contém um número que pode chegar a dezenas de milhares de tópicos (o qual não conseguimos levantar, pois o Orkut não exibe mais o número total de tópicos de uma comunidade) que torna o trabalho de coleta e análise oneroso. Além disso, o conteúdo mistura tópicos repetidos, propagandas, convites para outras comunidades, divulgação de eventos, reprodução de

---

<sup>60</sup> Curioso notar que o mesmo fenômeno acontece com a criação de comunidades. Há inúmeras delas repetidas, pois muitos usuários preferem ser donos de comunidades ao invés de simplesmente se filiar a uma já existente. Não basta apenas manifestar uma opinião ou um exibir elemento de construção identitária ao se filiar a uma comunidade, é preciso também ser proprietário de uma. Uma busca de comunidades usando o nome da cidade “Arraial do Cabo” serve de exemplo. São várias comunidades com o mesmo tema: exaltar as belezas deste pequeno balneário fluminense localizado na região dos lagos. Seria um estudo interessante a análise do porquê do interesse de um membro em ser o proprietário de uma (ou várias) comunidade(s), mas uma hipótese que temos é que o prestígio social no mundo do Orkut parece se transformar – em alguns casos – em prestígio social mais amplo, chegando ao mundo real. Temos um ótimo exemplo: algumas comunidades já foram até objetos de transação comercial fora do Orkut, como mostra esta reportagem: <http://www.estadao.com.br/tecnologia/internet/noticias/2007/jan/12/96.htm>.

noticias da mídia tradicional. Ainda que fosse feito um recorte, pela data da mensagem ou pelo número de mensagens em um tópico, ficaria complicado tomá-los como objeto de análise devido à diversidade de respostas à primeira mensagem, muitas vezes saindo do objetivo original. O uso excessivo de recursos de “copiar e colar” do *software* de navegação também dificulta uma análise pois permite que inúmeros tópicos sejam mera reproduções de notícias veiculadas na mídia. Tudo isso contribui para a dificuldade de achar tópicos relevantes no meio de tanta informação, trabalho que talvez fosse requerer toda uma equipe de pesquisadores. Há ainda o agravante que tópicos podem ser apagados a qualquer momento, sem aviso prévio.

Em terceiro lugar, muitas pessoas filiam-se a comunidades no Orkut devido à sua descrição. Sabendo que muitos adicionam uma comunidade seguindo essa orientação, esse universo de manifestações permite ver quais imagens e perfis os usuários do Orkut constroem para os políticos que são o assunto nas comunidades. Como acompanhamos a evolução do número de membros das comunidades, agora faz-se necessário analisar o conteúdo descritivo de cada uma delas, e aí teremos completado os dois itens enunciados no início deste texto.

Assim, as descrições das comunidades são mais relevantes que os tópicos em si, pois nos permitem uma melhor limitação do material de análise. Elas possuem uma atenção maior dos usuários que navegam pelo sistema em busca de informação e/ou conhecer novas pessoas. Os conteúdos dos tópicos são muitos úteis para os membros que desejam se expressar, querem conhecer outros usuários, buscam apoio em suas idéias e atos e desejam procurar por informação, porém não os tomamos como objeto central neste nosso caso de pesquisa. Logo nos concentraremos somente nas descrições das comunidades.

## **Capítulo 3 – Comunidades, Orkut e sua relação com a eleição presidencial de 2006**

### **3.1. Definição de Comunidade**

Um dos temas mais discutidos e debatidos na sociologia é o conceito de comunidade. Faz-se necessário uma breve análise de tal tema antes de entrarmos na discussão sobre comunidades virtuais.

O principal debate acerca da questão é a oposição entre comunidade e sociedade. A sociedade representaria agrupamentos sociais característicos do urbanismo, das relações econômicas modernas, individualistas e de poder, cujo principal palco seria a cidade moderna, de laços integrativos fracos e flexíveis; enquanto a comunidade representaria o estilo pastoral, idílico e tranqüilo do campo, com as relações familiares, de vizinhança e de proximidade, de fortes religiosidade e laços integrativos entre seus membros. Os elos existentes entre as pessoas têm influência sobre a formação de um senso de comunidade. Tais elos são fortalecidos através da frequência e/ou do estabelecimento de novas relações de amizade, companheirismo ou trabalho.

“Comunidade” é uma palavra de forte significado, que guarda sensações. Sua pronúncia sugere uma coisa boa: o que quer que “comunidade” signifique, é bom “ter uma comunidade”, “estar numa comunidade” (BAUMAN, 2003, p.7).

Duas características comuns a várias definições referem-se ao espaço físico ocupado pela comunidade bem como a existência de interesses comuns entre seus membros:

A limitação geográfica é freqüentemente aludida para caracterizá-la, utilizando como referência a união de pessoas que vivem em determinada área. Outro critério utilizado é aquele em que se privilegia a presença de interesses comuns. Nesse critério, o conceito de comunidade estaria relacionado ao conjunto de pessoas ligadas por algum objetivo comum relevante. (PAULINO, 2003, p.5)

Existe o conceito de comunidade “pura”, idealizada, oposta ao conceito de sociedade criado pela vida moderna. *Gemeinschaft* (comunidade) representava o passado, incluindo aí a família, a aldeia, o campo, um calor humano e a solidariedade mais intensa e comum. Tinha uma motivação afetiva, era orgânica e lidava com relações locais (normalmente englobava a vizinhança). As normas e o controle davam-se através da união, do hábito, do costume e da religião. Era um círculo que abrangia a família, aldeia, o campo e/ou a pequena cidade. Já *Gesellschaft* (sociedade) era a frieza, o egoísmo, resultado do racionalismo moderno, com uma motivação objetiva, mecânica e de relações complexas e interdependentes. As normas e o controle davam-se através de convenção racional, lei e ordem burocrática, egressa da Revolução Industrial. Seu círculo abrangia a metrópole, a nação, o Estado e o Mundo. (TÖNNIES, 1947; citado também por RECUERO, 2001, p.1; LEMOS, 2002a, p.2; PRIMO, 1997, p.1; RIBEIRO, 2001, p.3).

Durkheim usa uma dicotomia semelhante para analisar os agrupamentos humanos, uma dicotomia análoga a de Tönnies, que consiste na solidariedade mecânica (comunidade) e na solidariedade orgânica (sociedade). A primeira ocorre em sociedades inferiores, onde a religião penetra em toda vida social e todos seguem a “consciência coletiva”, uma consciência comum muito desenvolvida (DURKHEIM, 1984, p. 211), não havendo espaço para a individualidade. Outra característica é a falta de uma autoridade central, que se existe quase não tem poder perante os demais. A sua estrutura social é a de segmentos homogêneos semelhantes entre si, com divisões por relações de descendência. (DURKHEIM, 1984).

Já a solidariedade orgânica acontece em sociedades mais complexas e diversificadas, onde os agrupamentos se dão de acordo com a atividade social que desenvolvem. Ela só pode se desenvolver com o desaparecimento da solidariedade

mecânica, porém desta se alimenta durante o seu desenvolvimento. A solidariedade mecânica persiste nas sociedades mais avançadas, porém tendem a desaparecer à medida que as sociedades se desenvolvem mais. (idem)

A mudança de um estado a outro só acontece na medida em que a primeira regride e a segunda progride, bem como há uma mudança da autoridade da consciência coletiva para outra autoridade, em geral individual e/ou estabelecida pelo grupo (ibidem).

Outro autor clássico da sociologia discute a idéia de comunidade. Segundo Max Weber,

uma relação social denomina-se "relação comunitária" quando e na medida em que a atitude na ação social - no caso particular ou em média ou no tipo puro - repousa no sentimento subjetivo dos participantes de pertencer (afetiva ou tradicionalmente) ao mesmo grupo. [...]

A relação comunitária pode apoiar-se em todas as espécies de fundamentos afetivos, emocionais ou tradicionais: uma confraria inspirada, uma relação erótica, uma relação de piedade, uma comunidade "nacional", uma tropa unida por sentimentos de camaradagem, Compreende-se mais facilmente esse tipo no exemplo da comunidade familiar. A grande maioria das relações sociais, porém, tem caráter, em parte, comunitário e, em parte, associativo - Toda relação social, por mais que se limite, de maneira racional, a determinado fim e por mais prosaica que seja (por exemplo, a freguesia), pode criar valores emocionais que ultrapassam o fim primitivamente intencionado. (WEBER, 1994, p.25)

Weber considerava que a idéia de comunidade compreendia relações muito abrangentes; com a comunidade e a sociedade não sendo mais necessariamente alternativas de integração do indivíduo nas estruturas sociais. Também não podem ser vistos como conceitos que se excluem mutuamente, ou até que se oponham frontalmente.

Para Weber, a comunidade só existiria quando dois elementos fossem satisfeitos:

- agrupamento sobre uma base de sentimento de situação comum e de suas conseqüências;

- quando estas pessoas começam a orientar seu comportamento pelo das outras, com o nascimento de uma *relação social*<sup>61</sup>; (idem, p.26)

Observamos que em Weber e Durkheim a maior parte das relações sociais tem em parte o caráter de comunidade, e em parte o caráter de sociedade; elas não se excluem, uma permite o surgimento da outra e podem ambas coexistir na sociedade.

Bauman, sociólogo reconhecido por seus trabalhos sobre o fenômeno da globalização, procura analisar o que estaria acontecendo com a noção de comunidade.

A comunidade é um lugar “cálido”: um lugar confortável e aconchegante. É como um teto sob o qual nos abrigamos da chuva pesada, como uma lareira diante da qual esquentamos as mãos num dia gelado. Lá fora, na rua, toda sorte de perigo está à espreita; temos que estar alertas quando saímos, prestar atenção com quem falamos e a quem nos fala, estar de prontidão a cada minuto. Aqui, na comunidade, podemos relaxar - estamos seguros, não há perigos ocultos [...] (BAUMAN, 2003, p. 7)

A noção de comunidade vai além da proteção social, há também solidariedade e entendimento no diálogo das partes integrantes.

Numa comunidade, todos nos entendemos bem, podemos confiar no que ouvimos, estamos seguros a maior parte do tempo e raramente ficamos desconcertados ou somos surpreendidos. Nunca somos estranhos entre nós. [...] nunca desejamos má sorte uns aos outros, e podemos estar certos de que os outros à nossa volta nos querem bem. [...]. Se dermos um mau passo, ainda podemos nos confessar, dar explicações e pedir desculpas, arrependermos se necessário; as pessoas ouvirão com simpatia e nos perdoarão, de modo que ninguém fique ressentido para sempre. (idem, p. 8)

Ele continua:

[...] numa comunidade podemos contar com a boa vontade dos outros. [...] E sempre haverá alguém para nos dar a mão em momentos de tristeza. Quando passarmos por momentos difíceis e por necessidades sérias, as pessoas não pedirão fiança antes de decidirem se nos ajudarão; não perguntarão como e quando retribuiremos, mas sim do que precisamos. E raramente dirão que não é seu dever ajudar-nos nem recusarão seu apoio só porque não há um contrato entre nós que as obrigue a fazê-lo, ou porque tenhamos deixado de ler as entrelinhas. [...] Nosso dever, pura e simplesmente, é ajudar uns aos outros e, assim, temos pura e simplesmente o direito de esperar obter a ajuda de que precisamos. E assim é fácil ver por que a palavra "comunidade" sugere coisa boa. (ibidem, p. 8)

---

<sup>61</sup> Por “relação” social entendemos o comportamento reciprocamente referido quanto a seu conteúdo de sentido por uma pluralidade de agentes e que se orienta por essa referência. A relação social consiste, portanto, completa e exclusivamente na probabilidade de que se aja socialmente numa forma indicável (pelo sentido), não importando, por enquanto, em que se baseia essa probabilidade. (ibidem, p.16)

O autor supõe que haja uma oposição entre liberdade e comunidade. Considerando-se que o termo “comunidade” implique uma obrigação fraterna de partilhar as vantagens e ganhos entre seus membros, independente do talento ou importância de cada um deles, os indivíduos egoístas (que perceberiam o mundo pela ótica do mérito individual), não teriam nada a ganhar com a bem-tecida rede de obrigações comunitárias, e muito que perder se forem capturados por ela. (BAUMAN, p.56; COSTA, 2005, p. 236-237)

É interessante perceber que a aparente oposição entre liberdade e comunidade que encontramos em Bauman deve-se, de fato, ao sentido que ele atribui à noção de comunidade: uma rede de compromissos de longo prazo, de direitos inalienáveis e obrigações inabaláveis, com compromissos do tipo de “compartilhamento fraterno”, reafirmando o direito de todos a um seguro comunitário contra os erros e desventuras que são os riscos inseparáveis da vida individualista. Para o autor, a vida de uma pessoa individualista está envolta em riscos: quem deseja viver em liberdade o faz sacrificando a segurança proporcionada pela comunidade. Já a comunidade, que seria o lugar da segurança, remete-nos ao sentido mais tradicional que conhecemos, em que os laços por proximidade local, parentesco, solidariedade de vizinhanças seriam a base dos relacionamentos consistentes.

Richard Sennett acredita que a noção de *Gemeinschaft* como um território limitado foi substituída pela noção de comunidade como a de "mentes iguais", ou de pessoas com pensamentos semelhantes. O que há de distintivo na *Gemeinschaft* moderna está em que a fantasia compartilhada pelas pessoas é o terem uma mesma vida impulsiva, a mesma estrutura motivacional (SENNETT, 2002, p. 378). Evidencia-se um importante traço na definição de uma comunidade: um senso de característica comum, identidade ou interesses em comuns.

O pesquisador Marcos Palácios (1998, online, citado por RECUERO, 2001, p.3) enumera os elementos que caracterizariam a comunidade: o sentimento de pertencimento, a territorialidade, a permanência, a ligação entre o sentimento de comunidade, caráter corporativo e a emergência de um projeto comum, a existência de formas próprias de comunicação. O sentimento de pertencimento seria a idéia de que o indivíduo é parte do todo, coopera para uma finalidade comum com os demais membros integrantes (caráter corporativo, sentimento de comunidade e projeto comum); a territorialidade, o local da comunidade; e a permanência, condição essencial para o estabelecimento das relações sociais.

Para Robert A. Nisbet (1977, citado por LEMOS, 2002a, p.2) tanto no século passado quanto na época atual, comunidade denota “todas as formas de relacionamento caracterizadas por um grau elevado de intimidade pessoal, profundidade emocional, engajamento moral, coerção social e continuidade no tempo”.

Ferreira (1968, citado por PAULINO, 2003, p.5) atenta para um outro aspecto importante, que é a relação das variáveis econômicas e sociais na formação da comunidade. Para este autor a comunidade é um grupo localizado, porém os limites de sua área são tão amplos quanto a interdependência existente entre as partes que a compõem (sob o ponto de vista econômico e social) e não se confundem necessariamente com os limites administrativos ou políticos pré-estabelecidos.

LOUREIRO DA SILVA (1999, p.7) define comunidade

“como grupo de pessoas que vê a sua proximidade ser constituída pelo facto de usufruírem e partilharem um mesmo espaço físico, mais ou menos dilatado. E, pelo facto, de partilharem o mesmo nomos, ou seja, o mesmo cujo de normas de organização e, por vezes, também o mesmo legado histórico e cultural” e “como grupo de pessoas com um conjunto de interesses comuns, sejam esses de ordem profissional, social, religioso, lúdico ou outro. Não sendo o critério geográfico o factor aglutinador, mas sim a dinâmica dos projectos em comum movidos por motivos/razões partilhadas”.

PEREIRA DA SILVA (2004, p.9) define comunidade como “um conjunto de pessoas numa determinada área, normalmente geográfica, com uma estrutura social (existe algum tipo de relacionamento entre os indivíduos), podendo existir um espírito compartilhado entre os seus membros e um sentimento de pertença ao grupo”.

Em todos os conceitos de comunidade há semelhanças em diversos aspectos. Podemos dizer que a definição de uma “comunidade” possui características comuns identificáveis e enumeráveis.

Enumeramos como pontos em comum:

- a coesão social;
- a existência de formas próprias e singulares para a comunicação;
- o sentimento de pertencimento;
- a permanência e a continuidade no tempo. Muitos membros têm a vida toda (ou pelo menos a maior parte dela) dentro da comunidade;
- a solidariedade mais abrangente e comum, com formas específicas de proteção social entre seus membros;
- a base física: uma comunidade possui um espaço territorial, uma região geográfica que pode ser delimitada, ainda que essa região seja simbólica e não obedeça a critérios políticos e geofísicos;
- caráter cooperativo e a emergência de um projeto comum: há consciência da existência de interesses comuns, que permitem aos seus membros atingirem objetivos que de outras forma não seriam alcançados (pelo menos individualmente), sendo a realização desses objetivos também uma força de coesão interna da comunidade;

E quanto ao conflito? Interessante que muitos autores não mencionam a existência do conflito no interior da comunidade, deixando para analisar apenas o seu

lado mais idílico e muitas vezes mostrando o conflito como características apenas de sociedades (*Gesellschaft*) individualistas e de laços sociais fracos. O conflito é visto nestes agrupamentos como uma situação inerente à sua condição de falta de solidariedade e projetos comuns entre seus membros. Acreditamos que imaginar uma comunidade (*Gemeinschaft*) onde não há conflito entre seus membros seria construir um tipo ideal de comunidade. Qualquer agrupamento humano, por mais coeso e unido que seja, tem divisões internas em torno de interesses diferentes, que dependendo das motivações e objetivos visados podem levar a um conflito entre suas partes integrantes (curiosamente, conflitos esses que muitas vezes podem contribuir para reforçar mais ainda os laços de solidariedade entre as partes).

Em meio a todo esse alvoroço no ciberespaço, um termo tão consolidado como o de “comunidade” vem sendo discutido e mesmo questionado por alguns teóricos. Alguns reclamam sua falência, com um certo tom nostálgico, lamentando seu desgaste e perda de sentido no mundo atual. Outros apontam para os focos de resistência que comprovariam sua pertinência, mesmo em meio a nossa sociedade capitalista individualizante. Mas há os que acreditam, simplesmente, que o conceito mudou de sentido. (COSTA, 2005).

Mesmo com as mudanças causadas pela industrialização e rápida urbanização, as comunidades modernas ainda guardam elementos facilmente identificados com a idéia de solidariedade, permanência, apoio mútuo e bem comum. Exemplos de comunidades tradicionais são mais difíceis de se achar em nações industrializadas; não que não existam, mas o mais provável é que *Gemeinschaft* (comunidade) e *Gesellschaft* (sociedade) coexistam alimentando-se uma da outra. Encontramos hoje em dia exemplos perfeitos do primeiro tipo, inseridos num círculo maior do segundo tipo, sendo um bom exemplo as grandes cidades. A existência da primeira acaba se tornando

uma necessidade para os seus moradores, como uma forma de sobrevivência e apoio nas grandes metrópoles de hoje. É interessante que alguns casos de comunidades formadas apresentam tendência à institucionalização, como sindicatos, clubes e instituições. A idéia de comunidade original é absorvida e adaptada convenientemente para a vida em *Gesellschaft*: um projeto comum bem como a solidariedade e ajuda a seus membros é adaptada para servir não a apenas a estes, mas também existe como um projeto maior e de apoio a *Gesellschaft*.

A idéia de comunidade moderna começou a se distinguir de seu protótipo antigo, apoiando-se em diferentes princípios de coesão entre os seus elementos constituintes, como o contraste entre parentesco e território, sentimentos e interesses, etc. Quando as pessoas se aproximam por interesse, podem formar uma comunidade de prática, virtual ou não, gerando as redes de pesquisa. Ou seja, podem estabelecer objetivos e tarefas para seus integrantes. As redes podem estar ligadas a projetos de pesquisa que utilizam um meio eletrônico como a Internet, para que seus usuários possam criar uma grande base de conhecimento através de um interesse comum. Temos aqui um exemplo de comunidade virtual, que analisaremos logo a seguir.

### **3.2. A comunidade virtual**

LOUREIRO DA SILVA (1999) define uma comunidade virtual como uma comunidade de pessoas compartilhando interesses comuns, tópicos de interesse, idéias e relacionamentos, através da Internet ou de outras redes colaborativas que contam com o intermédio da CMC. As comunidades mediadas pelas redes CMC ou comunidades virtuais são comunidades que se geram por mecanismo de aglutinação motivacional e não geográfica dado que existem para além dos constrangimentos espaciais e temporais. Os utilizadores da Internet não são meros consumidores e produtores de informação, são também seres eminentemente sociais que como tal procuram também, através do uso

dos serviços telemáticos, pertencer a um grupo, bem como afirmar as suas convicções políticas, culturais, religiosas, etc., Busca-se também apoio para as suas dificuldades pessoais ou grupais.

Fernback e Thompson (citado por RECUERO, 2005; PRIMO, 1997; PEREIRA DA SILVA, 2004) definem a comunidade virtual como a relação social, forjada no ciberespaço, através do contato repetido no interior de uma fronteira específica ou lugar (ex.: uma conferência ou *chat*) que é simbolicamente delineada por tópico de interesse. Eles concordam que o termo “comunidade” tem um significado dinâmico, bem como acreditam que as comunidades virtuais possam ser a base para a formação de comunidades de interesses reais e duradouros. Para eles, os diversos indivíduos reúnem-se por um senso comum, e não por mera agregação geográfica.

LEMOS (2002a) define as agregações eletrônicas de tipo comunitária ou, simplesmente, as chamadas comunidades virtuais como aquelas onde existe, por parte de seus membros, o sentimento expresso de uma afinidade subjetiva delimitada por um território simbólico, cujo compartilhamento de emoções e troca de experiências pessoais são fundamentais para a coesão do grupo.

As dimensões espacial e temporal são fundamentais para se definir uma comunidade virtual: ela deve durar enquanto comunidade e ter um terreno próprio de desenvolvimento. Assim, um fórum de mensagens, por exemplo, pode ser uma comunidade, se nela eu vou sempre encontrar meus “pares”, assim reconhecidos por mim, e trocamos experiência de cunho privado e público. Se, por outro lado, ele for apenas um lugar de passagem como todos os outros, onde os usuários colocam informações e todos lêem, sem nenhuma interação, então neste caso, seria apenas um serviço de informações, não uma comunidade. Entretanto, se em determinado momento seus usuários começarem a trocar mensagens, com apoio, suporte e auxílio mútuo, surge

uma comunidade. Talvez seja necessário fazer uma distinção entre comunidades tal como definida e delineada aqui, e simples agregações eletrônicas, tal como explicado, onde os usuários apenas interagem o suficiente para conseguir alguma informação.

Não basta apenas colocar à disposição uma série de ferramentas comunicativas; é necessário que haja interesses compartilhados, sentimento comunitário e perenidade nas relações. É isso que vai diferenciar uma comunidade mediada por computadores de uma simples agregação eletrônica. É preciso motivação para que uma comunidade continue com vigor e intensidade, mesmo levando em conta a ausência de contato corporal e a distância geográfica. Se por um lado preconceitos são deixados de lado, por outro, é cada vez mais difícil saber com quem está falando, causando insegurança e fugacidade no estabelecimento de contatos.

O termo técnico para os agrupamentos do Orkut que investigamos é “comunidade virtual”, assim batizada pelos próprios criadores do sistema. Entretanto, para chegarmos à conclusão se tais agrupamentos são ou não “comunidades virtuais” conforme aqui definido, necessitaríamos investigar mais profundamente uma amostragem de seus tópicos e discussões, como os membros participam delas, e verificar se encontramos algumas das características que definem uma comunidade virtual conforme delineado.

Inúmeros questionamentos surgem se tais comunidades virtuais poderiam ser classificadas como “comunidades”. Dois problemas apontam nesse sentido: em primeiro lugar, muitos membros se inscrevem em comunidades apenas para que sejam exibidas em seu perfil, elas são adicionadas como forma de construção identitária e visam apenas exibir aos visitantes as opções, características e gostos do dono do perfil<sup>62</sup>. Em segundo

---

<sup>62</sup> Muitos usuários vêm na Internet e suas ferramentas uma forma de expressão pessoal e construção de sua identidade, para si e para os outros. Confira CORRÊA (2004); LOUREIRO DA SILVA (1999);

lugar, a própria natureza de comunidades virtuais do Orkut leva a vários questionamentos sobre sua real natureza de comunidade: a facilidade de entrar e sair de uma comunidade do Orkut, excesso de tópicos e de membros participantes, uso esporádico e de acordo com interesses pessoais (e não tradicionais, de acordo com a definição clássica de comunidade).

Como podemos ver, o conceito de comunidade virtual é bem distinto do conceito clássico em um ponto: a base territorial ocupada pela comunidade. Enquanto as comunidades clássicas contam com uma base geográfica permanente mais ou menos delimitada, o conceito de comunidade virtual possui um espaço geográfico simbólico. Uma sala de Chat ou fórum de mensagens em que se desenvolva o sentimento de comunidade pode estar eletronicamente hospedado em qualquer parte da Internet, tendo participantes do mundo inteiro.

A questão do impacto do uso da Internet no cotidiano já foi discutida e debatida por diversos autores. Entre eles citamos WELLMAN (2001a, 2001b, 2002a, 2002b, 2004a, 2004b) que mostra como a Internet entra em ressonância com a nova forma de sociabilidade - o individualismo em rede – que apareceu antes da expansão da Rede das redes. Assim, a expansão e uso intensivo da Internet e de outras ferramentas de CMC seriam conseqüências naturais de uma forma de sociabilidade pré-existente.

Como o universo de comunidades *Orkutianas* é imenso, faremos apenas uma análise das comunidades relacionadas ao nosso objeto de estudo, sendo por isso que de forma alguma tais resultados possam ser generalizados. Entretanto, tendo em vista nossa experiência de uso diário do Orkut, nossas observações de comunidades dos mais diversos temas indicam que existem certos padrões universais de conduta entre os

---

SIBILIA (2003); LEMOS (2002b); TOLENTINO, FURTADO & MACHADO (2004); MEUCCI & MATUCK (2005); NASCIMENTO (2001) para mais detalhes a respeito.

membros das comunidades, especialmente no tocante à prestação de solidariedade entre seus membros de acordo com um interesse ou objeto de disputa em comum, tipicamente o tema da comunidade ao qual os usuários estão inscritos<sup>63</sup>.

### **3.3. Diferença entre a eleição de 2006 e as anteriores**

Talvez a maior diferença desta eleição presidencial para as anteriores (2002, 1998, 1994 e 1990) seja a presença mais freqüente e comum de ferramentas comunicativas como a Internet e suas diferentes formas de uso, como Chat, e-mail, Orkut, páginas na Internet. Uma grande campanha de apoio ou difamação de candidatos foi feita por intermédio de mensagens de e-mail entre usuários, bem como pelo Orkut, como vimos. Entretanto, seu impacto ainda não é muito grande devido à limitação do alcance de tais ferramentas na sociedade brasileira. Apenas uma porcentagem do eleitorado tem acesso à Internet, ficando a maioria ainda limitada à obtenção de informação pelos meios “tradicionais” como jornais, revistas e televisão, principalmente.

#### Segundo GOMES (2005)

A informação política em rede está disponível a um acesso mais rápido, mais barato e mais cômodo do que a informação política industrial. Por fim, a internet inclui e supera a informação industrial, permitindo, ademais, acesso a informações que os meios industriais de notícias não conseguem, não querem ou não podem divulgar.

Para este autor, a Internet vem fracassando em seu papel de indutor e promotor de uma suposta participação política mais intensa, de forma que ainda é cedo para perspectivas e previsões otimistas sobre uma futura comunidade ligada à Internet mais engajada na vida política graças à facilidade, praticidade e comodidade desta mesma ferramenta. Apesar de sua vantagem, o sistema político continua fechado, o partido é um aparelho de assimilação, de enfraquecimento de alternativas ousadas, de

---

<sup>63</sup> Insistimos que tal afirmação tem caráter de hipótese, não devemos de forma alguma ser considerado como fato devido à falta (e à impossibilidade) de uma pesquisa de tamanha magnitude num universo virtual tão fragmentado e disperso como o Orkut.

manutenção do seu sistema de vida, de forma que a Internet como alternativa às instituições políticas tradicionais teriam que representar um contra-poder muito mais forte do que é atualmente, para assim ter alguma chance contra elas.

No aspecto conjuntural, o fim do comunismo - com a queda do muro de Berlim - deu início a um novo processo político e econômico em partes do mundo ocidental, como a América Latina. As reformas liberalizantes tomariam o lugar do capitalismo estatal presente nestas economias. Resumidamente, os países deste continente foram levados a promover abertura de suas economias, estabilização monetária, fim da escalada inflacionária e a redução do tamanho do Estado e seu papel na economia. A posse de Fernando Collor em 1990 foi um primeiro esforço nesse sentido, sendo parcialmente bem-sucedido. Entretanto, a estabilidade econômica foi realmente implantada pelo primeiro governo de Fernando Henrique Cardoso, em 1994. O que nós observamos nas eleições de 1998, 2002 e 2006 é que todos os candidatos tiveram que se alinhar com a meta da estabilização e controle inflacionário, bem como a retomada do crescimento econômico. Este é outro tema recorrente durante as eleições: como fazer o país voltar a crescer sem a escalada inflacionária e os gastos públicos tidos como “irresponsáveis”? O último grande ciclo de crescimento do país foi na década de 70, e desde então nunca mais tais índices foram retomados. Outro tema que passou a estar no centro do debate também é a questão da carga tributária do país, considerada por muitos como alta e abusiva demais.

Assim como houve uma mudança na agenda de discussões dos assuntos mais urgentes a serem resolvidos, houve também uma mudança no discurso dos candidatos às eleições que acompanhou todo este processo. O exemplo disso é indicado por MENDES (2006), que após fazer uma análise do discurso do candidato Lula ao longo das eleições de 1989 até 2002, mostra como o discurso do candidato passou do de “luta de classes”

entre elite e povo (com Lula se autoproclamando o candidato “do povo”) ao apelo da conciliação e humanização da sociedade, com a união de todos.

Se antes de 1990 a pauta dos candidatos incluía o discurso da luta de classes e dos trabalhadores, a justiça social e erradicação das desigualdades (discursos muitas vezes de caráter de esquerda), os novos assuntos em pauta passaram a ser (após a eleição de Fernando Henrique Cardoso em seu primeiro mandato): manutenção da estabilidade econômica com controle inflacionário; retomada do crescimento econômico do país; racionalização e limpeza da vida pública, como o combate à corrupção e contenção de despesas (bem como da carga tributária), agora limitadas somente à arrecadação.

A situação se complica porque há pressão por mais gastos feitos por agrupamentos sociais que desejam melhorias em suas condições perante a sociedade. A constante demanda por melhoria de serviços públicos, obras, contratação de mais funcionários públicos e aumento de salários destes acabam gerando um ambiente de constante disputa e ataques na mídia e na esfera pública entre defensores de maiores gastos por parte do estado e aqueles que defendem à limitação racional de despesas. O desempenho administrativo de Alckmin e Lula à frente de seus respectivos governos foi motivo para descrição de muitas comunidades de apoio e repúdio aos mesmos, como vimos, indicando que tais temas já estão emaranhados no discurso social e do cotidiano.

## Conclusão

Segundo MARQUES (2006, p. 173), a pluralidade de vozes e a possibilidade de combinação de "esferas públicas" (institucionais, temáticas, espontâneas, mediáticas) fariam com que a internet se tornasse apta a ser um ambiente discursivo. Cidadãos com acesso ao computador em rede podem se reunir livremente para discutir qualquer tema e fazer quaisquer proposições sem constrangimentos, ainda que a efetividade deste tipo de ação seja, na maioria das ocasiões, de pequeno alcance (idem, p.171). Porém, o autor deixa claro que a hipótese de que uma esfera pública virtual entendida como espaço deliberativo (no sentido decisório conferido às casas legislativas) de grandes questões nacionais ou como espaço de massiva visibilidade pública seria mais difícil de ser realizada em sua plenitude. Um problema de se ter grande quantidade de vozes e discursos é que diferenças inconciliáveis emergiriam do pluralismo possível, fazendo com que os processos de tomada de decisão sejam impossíveis de se realizar (p. 173,175). O autor ainda conclui:

Portanto, para tentar conferir maior lucidez à proposta, pode-se dizer que, no que se refere à política institucional de maior abrangência (aquela cujo objetivo é lidar com as administrações de municípios, estados e países), os debates empreendidos nas redes telemáticas funcionam melhor como reforço para os laços e espaços sociais já existentes, no sentido de abrir mais uma modalidade de comunicação que contribui para a formação discursiva da vontade.

No âmbito da formação de grupos, HEREDIA e PALMEIRA (1997) mostram que a política é um período de conflito autorizado e com uma dimensão festiva manifesta, não só na excitação despertada e nas comemorações internas a cada facção, mas também no prazer dos embates mais ou menos simulados entre contendores e na consciência do papel da disputa no sentido da integração. Os autores referem-se às observações de campo de suas pesquisas sobre a época de eleição em cidades brasileiras de Pernambuco e Rio Grande do Sul. É uma observação do mundo "real", mas análoga à formação de grupos ocorrida no Orkut.

No âmbito temporal, existe um “tempo da política” que concentra todas as ações que a experiência concebe como políticas, um tempo em que a presença da divisão é tolerada e até estimulada, mas que, como todo tempo, é de extensão limitada (cadernos do NuAP, p.21). Vimos que esse tempo também se reproduziu no universo virtual do Orkut. Deve-se estabelecer uma ressalva: as comunidades dos candidatos continuaram a existir mesmo após o fim da eleição. Seria necessário uma pesquisa e análise minuciosos dos tópicos de mensagens (e possivelmente das descrições das comunidades) para saber se as discussões continuam com o mesmo teor, qualidade e quantidade antes e depois do processo eleitoral.

Segundo KUSCHNIR (2007, p. 4), a abordagem antropológica da política privilegia a dimensão simbólica, ou seja, a interpretação que os atores sociais fazem das instituições, relações e objetos com os quais lidam no seu cotidiano. Essa interpretação se exprime e se constrói tanto nas conversas, falas e discursos quanto nas decisões e ações empreendidas. Sendo o Orkut uma ferramenta comunicativa onde acontecem também disputas eleitorais, conforme vimos, podemos conjecturar que tais disputas e embates podem ser apreendidos e classificados nesse mesmo mundo virtual, e daí podemos analisar as interpretações que os atores fazem dos objetos em disputa (políticos) por meio do conteúdo descritivo presente nesse universo virtual, ainda que ele seja todo digital (e aparentemente, “desligado” da realidade por uma suposta “falta de materialidade”).

A observação de Marques (2006) funciona muito bem para os exemplos aqui analisados: o debate racional entre cidadãos comuns, por exemplo, se não acontece na internet, também não parece acontecer rigorosamente fora dela. Em outros termos, deve-se considerar que, funcionando mal ou bem, pelo menos o ambiente digital abre a

oportunidade para a exposição de opiniões e formação de arenas conversacionais, instâncias antes pouco prováveis ou mais difíceis de se realizarem (p. 183).

Analisamos apenas uma fração do número total de comunidades existente no Orkut, porém acreditamos que nossa amostragem seja representativa pois escolhemos e monitoramos as 20 maiores comunidades em número de membros de cada candidato, cada uma delas com um grande movimento de tópicos dentro de seu fórum de mensagens, e com o número de membros variando constantemente.

Ficou claro que o Orkut foi palco de uma disputa política entre partidários dos dois maiores candidatos à eleição presidencial de 2006, com comunidades sendo excluídas do sistema, discussão e debate nos fóruns de mensagens e até uma polêmica causada por uma imagem usada em uma comunidade<sup>64</sup>

Nossa contribuição tem a importância de revelar que a variação do número de membros inscritos nas comunidades do Orkut e o universo de descrições das mesmas é importante e relevante para pesquisa social. Dois pontos devem ser destacados.

O primeiro é o número de membros das comunidades. Eles acompanharam o calendário eleitoral, e *todas* as comunidades observadas tiveram crescimento do seu número de membros, com este respondendo ao calendário eleitoral: comunidades tiveram crescimento acentuado com a proximidade do dia do voto no primeiro turno e no segundo turno. Usuários se filiavam às comunidades, mesmo que não participassem dos fóruns, para deixar claro sua opção eleitoral e/ou ainda manifestar seu sentimento a respeito de determinado(s) candidato(s)

---

<sup>64</sup> A comunidade “Fora Lula”, com quase 21.000 membros, teve de trocar sua imagem anterior, que era um desenho de uma mão sem o dedo mínimo envolta por um círculo vermelho com uma linha transversal, semelhante a uma placa de trânsito indicando “proibido estacionar” (uma alusão ao candidato Lula). O dono da comunidade trocou a imagem e colocou a foto de uma lula gigante (um molusco, com a foto riscada da mesma forma) alegando que era menos ofensiva e não traria problemas.

O segundo ponto é que vimos existir um diálogo entre as descrições das comunidades, como se cada descrição fosse um “chamado virtual” para que os usuários escolhessem o lado em que ficariam na disputa que se aproximava.

Significativo é também o fato de muitos usuários “adesivaram” suas fotos de perfil do Orkut, ou seja, usaram ferramentas virtuais disponibilizadas por militantes dos candidatos para colocar faixas virtuais (com o nome e número do candidato) em suas fotos de rosto, logo a foto mais importante do perfil – é a primeira que aparece assim que realizamos uma busca no sistema por perfis, vemos tópicos em fóruns de comunidades, visitamos a página de recados ou entramos em um perfil de usuário.

Mas algumas questões ainda permanecem e poderão ser respondidas por mais pesquisas sociais. A primeira que fazemos é se tais agrupamentos eletrônicos do Orkut podem ser considerados “comunidades virtuais”, de acordo com os conceitos sociológicos analisados por diversos autores. Existe um real sentimento de comunidade e pertencimento entre seus membros, que talvez se aproxime ou seja igual ao conceito de comunidade clássico?

A segunda questão que levantamos: será que a Internet – e especificamente o Orkut – irá se tornar um importante instrumento de campanha política e propaganda de candidatos? Durante a nossa pesquisa, encontramos fotos em perfis que mostravam manifestações dos candidatos com relação ao apoio recebido no Orkut. Uma delas, aparece uma foto da esposa do candidato Geraldo Alckmin sorrindo e segurando um cartaz, onde aparece escrito um agradecimento ao apoio fornecido ao candidato do PSDB no Orkut. Será que em um futuro próximo os candidatos deverão montar comitês oficiais em tais plataformas eletrônicas, com uma participação mais ativa na busca por votos?

Uma pesquisa mais minuciosa nos fóruns de mensagens poderia nos dar resposta a uma outra pergunta. Os padrões de relação entre os membros das comunidades se baseiam nos mesmos fatos que deram a dinâmica da campanha eleitoral, ou seguem fatos próprios iniciados no Orkut, no mundo virtual?

E talvez a maior questão de todas seja a pergunta que muitos pesquisadores se fazem e a que mais instiga tantas pesquisas sobre os temas cibercultura, virtualidade e sociabilidade virtual: a Internet influencia e/ou modifica o comportamento de seus usuários?

## Referências Bibliográficas

### 1. Livros e Artigos

- AQUINO, M.C.J.. *Interação Mútua e Interação Reativa no Orkut: Uma Abordagem do Sistema como Rede Social e Campo Interativo*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.
- BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade, a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2003.
- CADERNOS DO NUAP. *Uma Antropologia da política: rituais, representações e violência: projeto de pesquisa*. NuAP (Núcleo de Antropologia da Política), NAU editora, Rio de Janeiro, 1998.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. São Paulo, Paz e Terra, 1999.
- \_\_\_\_\_. *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Materials for an exploratory theory of the network society*. British Journal of Sociology, Volume 51, Issue 1, pages 5 – 24. January 2000.
- DURKHEIM, Emile. *A divisão do trabalho social*. Lisboa, Editorial Presença, 1984.
- KUSCHNIR, Karina. *Antropologia da política*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2007.
- LÉVY, Pierre. *O que é Virtual?*. São Paulo, editora 34, 1996.
- \_\_\_\_\_. *Cibercultura*. São Paulo, Editora 34, 1999.
- MENDES, Gabriel Gutierrez. *Da Frente Brasil Popular à Aliança Capital Trabalho: a análise do discurso das campanhas de Lula a Presidência (1989 a 2002)*. iv, 99 f. Dissertação (mestrado) - Ciência Política, Rio de Janeiro, 2004. Orientação de: Marcus Faria Figueiredo.
- MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. *Debates políticos na internet: a perspectiva da conversação civil*. Opinião Pública, Campinas, vol. 12, nº 1, Abril/Maio, 2006, p. 164-187.
- PALMEIRA, M., HEREDIA, B. 1997. “Política Ambígua” (p. 159-183). In: BIRMAN, P., NOVAES, R. e CRESPO S. (org.) *O Mal à Brasileira*. Rio de Janeiro, EDUERJ, 1997.
- RHEINGOLD, Howard. *A comunidade Virtual*. Lisboa, Gradiva, coleção Ciência Aberta no. 79, 1996.
- SENNETT, Richard. *O Declínio do Homem Público: as Tiránias da Intimidade*. São Paulo, Companhia das Letras, 2002.

TÖNNIES, Ferdinand. *Comunidad y Sociedad*. Buenos Aires, Editorial Losada, 1947.

WEBER, Max. *Economia e sociedade. Fundamentos da Sociologia Compreensiva*. Volume 1. Brasília. Editora UNB, 1994.

## 2. Fontes de Internet

CORRÊA, Cynthia Harumy Watanabe. *Comunidades Virtuais Gerando Identidades na sociedade em Rede*. Ciberlegenda, no. 13, 2004. Disponível em <http://www.uff.br/mestcii/cynthia1.htm>. Acesso em 6 fev 2007.

COSTA, Rogério da. *Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva*. Interface – Comunic., Saúde, Educ., v.9, n.17, p.235-48, mar/ago 2005. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/icse/v9n17/v9n17a03.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2007.

DORNELLES, Jonatas. *Amigos Virtuais: estudo antropológico sobre sociabilidade na Internet*. Porto Alegre, nov. 2000. Disponível em <http://www.megabaitche.hpg.ig.com.br/amigosvirtuaiscompl.html>. Acesso em: 31 jan. 2007.

\_\_\_\_\_. *O Orkut e a terceira forma de sociabilidade*. 2004. Disponível em <http://www.megabaitche.hpg.com.br/orkut.htm>. Acesso em: 27 fev. 2007.

FERNBACK, Jan & THOMPSON, Brad. *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?*. The WELL, 1995. Disponível em <http://www.well.com/~hlr/texts/VCCivil.html>. Acesso em: 8 fev 2007.

FILHO, Clóvis de Barros; SAFATLE, Vladimir; COUTINHO, Marcelo. *Internet e a Esfera Pública*. São Paulo, projeto de pesquisa, divulgada em 20 dez 2006, ESPM. Disponível em <http://www.espm.br/ESPM/pt/Home/Outros/SalaImprensa/PressReleases/Edicao/esfera publica.htm>. Acesso em 10 abr 2007.

FONTANELLA, F.I.; PRYSTHON, N.F.. *Trocando figurinhas: sobre Orkut, frivolidades, neotribalismo e flanêrie*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 27., 2004. Porto Alegre. Anais... São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM.

GOMES, Wilson. *Internet e participação política em sociedades democráticas*. V ENLEPICC (Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura), Salvador, Bahia, 2005. Disponível em <http://www.gepicc.ufba.br/enlepcc/pdf/WilsonGomes.pdf>. Acesso em: 18 mai 2007.

GUIMARÃES Jr. Mário José Lopes. *A Cibercultura e o surgimento de Novas Formas de Sociabilidade*. Trabalho apresentado no GT *Nuevos mapas culturales: Cyber espacio y tecnologia de la virtualidad*, na II Reunión de Antropologia del Mercosur, Piriápolis, Uruguai, de 11 a 14 de novembro de 1997. Disponível em <http://www.cfh.ufsc.br/~guima/ciber.html>. Acesso em: 31 jan. 2007.

- \_\_\_\_\_. O Ciberespaço como Cenário para as Ciências sociais. 1999 (a).
- \_\_\_\_\_. Sociabilidade no Ciberespaço: distinção entre Plataformas e Ambientes. Trabalho apresentado na 51ª reunião Anual da SBPC, PUC/RS, jul 1999 (b). Disponível em [http://www.cfh.ufsc.br/~guima/papers/plat\\_amb.html](http://www.cfh.ufsc.br/~guima/papers/plat_amb.html). Acesso em: 6 fev 2007.
- JANOTTI JUNIOR, J. S. . *Da Lama ao Caos, Do Caos à Lama: algumas propostas para análise das comunidades e dos grupamentos contemporâneos*. Revista eletrônica 404nOtFOund, v. 1, n. 25, 2003. Disponível em [http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtFOund/404\\_25.htm](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtFOund/404_25.htm). Acesso em 3 abr 2007.
- JUNGBLUT, A. L. *A heterogenia do mundo on-line: algumas reflexões sobre virtualização, comunicação mediada por computador e ciberespaço*. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 10, n. 21, p. 97-121, jan./jun. 2004. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-71832004000100005](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832004000100005). Acesso em: 31 jan. 2007.
- \_\_\_\_\_. *A Internet e a cultura brasileira: sinais de brasilidade na rede*. In: VI Reunión de Antropología del Mercosur, 2005, Montevideu, 2005.
- LEONARD, Andrew. *You are who you know*. Revista Eletrônica Salon. Jun. 2004. Disponível em [http://dir.salon.com/story/tech/feature/2004/06/15/social\\_software\\_one/index.html](http://dir.salon.com/story/tech/feature/2004/06/15/social_software_one/index.html). Acesso em: 27 fev. 2007.
- LEMOS, André. *Agregações eletrônicas ou comunidades virtuais? Análise das listas facom e cibercultura*. Parte integrante da pesquisa *A Cibercultura no Brasil. Comunicação e Sociabilidade Contemporâneas*, realizada com apoio do CNPq entre 1997-1999. Publicado na revista eletrônica 404nOtFOund, mar. 2002a. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/agregacao.htm>. Acesso em: 31 jan. 2007.
- \_\_\_\_\_. *A Arte da Vida: Diários pessoais e webcams na Internet*. 2002b. Disponível em <http://www.comunica.unisinos.br/tics/textos/2002/T3G4.pdf>. Acesso em 28 fev. 2007.
- LOUREIRO DA SILVA, Lúcia J. Oliveira. *Globalização das redes de comunicação: uma reflexão sobre as implicações cognitivas e sociais*. In: ALVES, José Augusto, CAMPOS, Pedro e BRITO, Pedro Quelhas. *O Futuro da Internet – Estado da Arte e Tendências de Evolução*, p. 53-63, Lisboa: Centro Atlântico. 1999. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-lidia-oliveira-globalizacao-Internet.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2007.
- MELO, Paulo Henrique da Fonseca. *Software Social e Interação Humana: Observações Preliminares Sobre o Orkut*. In: HIPERTEXTO 2005, ENCONTRO NACIONAL SOBRE HIPERTEXTO: DASAFIOS LINGÜÍSTICOS, LITERÁRIOS E PEDAGÓGICOS, 1., 2005, Recife. Disponível em <http://www.ufpe.br/hipertexto2005/TRABALHOS/Paulo%20Henrique%20da%20Fonseca%20Melo.htm>. Acesso em: 27 fev. 2007.

- MEUCCI, A.; MATUCK, A.. *A Criação de Identidades Virtuais através das Linguagens Digitais*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.
- MORAIS, C.M.D.; ROCHA, D.L.. *Porque existe tanto brasileiro no Orkut? Ou as Redes sociais e o Homem Cordial..* In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.
- NASCIMENTO, Susana. *Para uma compreensão sociológica das identidades na CMC*. BOCC, Biblioteca On-line de ciências da comunicação. 2001. Disponível em <http://bocc1.ubi.pt/pag/nascimento-susana-identidades-cmc.pdf>. Acesso em 28 fev. 2007.
- PAULINO, Rita C. R. *Comunidades Virtuais e Redes de Relacionamentos*. Apresentado no XIII ENDOCOM, 3 Set 2003, Belo Horizonte / MG, no XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG, 2 a 6 Set 2003. Disponível em [http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/5279/1/ENDOCOM\\_PAULINO.pdf](http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/5279/1/ENDOCOM_PAULINO.pdf). Acesso em: 31 jan. 2007.
- PEREIRA, Vanessa A. *Como assim “Pesquisa Etnográfica no Ciberespaço”?*. 20--.
- PEREIRA DA SILVA, Adelina. *Ciberantropologia, O estudos das comunidades virtuais*. Biblioteca online de ciências da comunicação, on-line, seção Cibercultura, 2004a. Disponível em <http://bocc.unisinos.br/pag/silva-adelina-ciberantropologia.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2007.
- \_\_\_\_\_. *Mundos Reais, Mundos virtuais, Os jovens na sala de chat*. BOCC - Biblioteca on-line de ciências da comunicação, on-line, seção Cibercultura, 2004b. Disponível em <http://bocc.unisinos.br/pag/silva-adelina-mundos-reais-mundos-virtuais.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2007.
- PITHAN, F.A.. *A Rede Orkut como Mecanismo de Vínculo Social e Produção de Conhecimentos*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 27., 2004. Porto Alegre. Anais... São Paulo: Intercom, 2004. CD-ROM.
- PRIMO, Alex F. T. *A Emergência das Comunidades Virtuais*. Texto apresentado no GT de Teoria da Comunicação, no XX Congresso da Intercom, Santos/SP, de 27 de agosto a 07 de setembro de 1997. Disponível em [http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/comunidades\\_virtuais.pdf](http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/comunidades_virtuais.pdf). Acesso em: 31 jan. 2007.
- RECUERO, Raquel da C. *Comunidades Virtuais – Uma abordagem teórica*. Trabalho apresentado no V Seminário Internacional de Comunicação, no GT de Comunicação e Tecnologia das Mídias, promovido pela PUC/RS. 2001. Disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel/teorica.htm>. Acesso em: 31 jan. 2007.
- \_\_\_\_\_. *Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais*. Revista

404notfound - Revista Eletrônica do Grupo Ciberpesquisa, v. 1, n. 31, ago 2003. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-weblogs-webrings-comunidades-virtuais.pdf>. Acesso em 6 fev 2007.

\_\_\_\_\_. *Teoria das Redes e Redes Sociais na Internet: Considerações sobre o Orkut, os Weblogs e os Fotologs*. In: XXVII Intercom, 2004, Porto Alegre. Anais do XXVII Intercom, 2004.

\_\_\_\_\_. *Comunidades em Redes Sociais na Internet: um estudo de uma rede pró-ana e pró-mia*. Página pessoal da autora (<http://www.pontomidia.com.br/raquel/>), 2005a. Disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel/chile2005.pdf>. Acesso em 6 fev 2007.

\_\_\_\_\_. *Redes Sociais no Ciberespaço: Uma proposta de Estudo*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005b. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

\_\_\_\_\_. *Um estudo do capital social gerado a partir de redes sociais no Orkut e nos Weblogs*. 2005c. Disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/composraquelrecuero.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2007.

\_\_\_\_\_. *Dinâmicas de Redes Sociais no Orkut e Capital Social*. Razón y Palabra, v. 52, p. 1-15, 2006.

RIBEIRO, Jose Carlos S. *Comunidades Virtuais Eletrônicas convergência da técnica com o social*. XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação, Campo Grande / MS, set 2001. Disponível em <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/4724/1/NP8RIBEIRO.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2007.

SIBILIA, Paula. *Os diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica*. jan 2003. disponível em <http://www.comunica.unisinos.br/tics/textos/2003/GT12TB6.pdf>. Acesso em 28 fev. 2007.

TOLENTINO, Joice; FURTADO, Livia; MACHADO, Priscila. *Comunidades Virtuais e Identidade: Considerações Sobre a Sociabilidade na Web*. Revista Eletrônica MEMEX, Informação, Cultura e Tecnologia, ano3, n. 9, out/nov 2004. Disponível em <http://www.eci.ufmg.br/memex/discorigido/ano3n09/comunidades-virtuais-e-identidade.pdf>. Acesso em 28 fev. 2007.

WELLMAN, Barry. *Physical Place and CyberPlace: The Rise of Personalized Networking*. Fev. 2001a. Disponível em <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/individualism/ijurr3a1.htm>. Acesso em: 27 fev. 2007.

\_\_\_\_\_. *The Persistence and Transformation of Community: From Neighbourhood Groups to Social Networks*. Relatório para Law Commission of Canada, 30 out. 2001b. Disponível

em <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/lawcomm/lawcomm7.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2007.

\_\_\_\_\_; Boase, Jeffrey; Chen, Wenhong. *The Networked Nature of Community: Online And Offline*. It&Society, Volume 1, Issue 1, 2002a, Pp. 151-165. Disponível em <http://www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety//v01i01/v01i01a10.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2007.

\_\_\_\_\_; Quan-Haase, Anabel; Boase, Jeffrey; Chen, Wenhong. *Examining the Internet in Everyday Life*. Centre for Urban and Community Studies, Universidade de Toronto. Out. 2002b. Disponível em <http://chass.utoronto.ca/~wellman/publications/euricom/Examining-Euricom.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2007.

\_\_\_\_\_; HOGAN, Bernie. *The Immanent Internet*. Department of Sociology, University of Toronto. Mar. 2004a. Disponível em <http://chass.utoronto.ca/~wellman/publications/immanent/immanent.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2007.

\_\_\_\_\_, BOASE, Jeffrey. *Personal Relationships: On and Off the Internet*. Versão: Dez. 2004b. Disponível em [http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/personal\\_relations/PR-Cambridge-Boase\\_Wellman%20-%20ch2%20-final.%20doc.pdf](http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/personal_relations/PR-Cambridge-Boase_Wellman%20-%20ch2%20-final.%20doc.pdf). Acesso em: 27 fev. 2007.

APÊNDICE – Tabelas não apresentadas anteriormente na dissertação.

Tipo	16-Ago	23-Ago	30-Ago	06-Set	13-Set	20-Set	27-Set	30-Set	04-Out	11-Out	18-Out	25-Out
<b>Pró Lula</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
<b>Contra Lula</b>	12	12	12	12	12	12	13	13	13	13	14	15
<b>Outros (Lula)</b>	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	1
<b>Pró Alckmin</b>	14	14	14	12	14	14	15	15	15	15	12	12
<b>Contra Alckmin</b>	5	5	5	6	5	5	4	4	4	4	7	6
<b>Outros (Alckmin)</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2
<b>Total</b>	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

Tabela 1: Evolução do número de comunidades por cada categoria.

<b>Pró Lula</b>												
Nome	16-Ago	23-Ago	30-Ago	06-Set	13-Set	20-Set	27-Set	30-Set	04-Out	11-Out	18-Out	25-Out
Nós votamos Lula Presidente 13	46,232	49,108	51,591	53,988	56,242	58,842	59,740	63,069	68,414	80,413	93,118	103,587
Viva Lula	23,795	23,700	25,009	24,709	25,753	25,432	27,016	26,946	27,537	30,226	32,190	32,620
Eu Acredito no Lula! Porra!!	9,682	9,818	9,944	10,106	10,216	10,260	10,538	10,683	10,989	11,612	12,055	12,344
Comitê Lula Presidente 13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8,389
Nós Apoiamos Lula	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,575
Com LULA contra a manipulação	8,486	8,595	8,618	8,771	8,899	9,048	9,288	9,858	10,554	13,014	14,313	15,005

Tabela 2: Evolução do número de membros das comunidades da categoria “pró-lula”

<b>Contra Lula</b>												
Nome	16-Ago	23-Ago	30-Ago	06-Set	13-Set	20-Set	27-Set	30-Set	04-Out	11-Out	18-Out	25-Out
Fora Lula 2006	153,582	158,225	162,336	166,594	170,730	175,356	6,328	180,386	185,266	192,976	200,126	204,157
Eu odeio o Lula!	50,803	51,577	52,306	53,120	54,059	55,301	57,867	59,119	60,363	62,208	63,893	65,386
Eu tenho mais moral que Lula!	25,196	25,687	26,302	26,832	27,380	27,988	29,155	30,082	31,103	34,512	39,140	41,548
Eu não acredito no Lula!	24,173	24,789	25,412	26,035	26,646	27,321	28,346	29,569	31,026	33,495	35,877	37,465
Lula p/ presidente da Argentina	23,887	24,706	25,650	26,462	27,142	28,127	29,659	30,944	32,470	35,028	37,242	39,113
Lula é mais cego que o Jatobá	19,154	19,472	19,915	20,693	21,170	21,674	22,920	23,925	24,857	26,384	28,176	29,757
Fora Lula!	16,542	16,921	17,506	17,985	18,531	19,215	22,278	23,771	23,976	24,325	24,671	25,045
Lula de novo não!!!	15,284	15,771	16,337	16,907	17,286	17,746	18,880	19,698	20,261	21,062	21,821	22,368
Impeachment já! - Lula	13,557	13,519	13,484	13,499	13,539	13,706	14,385	14,838	15,237	15,718	16,137	16,566
Triste, Lula? Imagine a gente!	11,733	11,817	11,855	12,116	12,302	12,339	12,790	13,081	13,161	14,067	14,590	14,874
Vou rir do lula não-reeleito	11,166	11,170	11,117	11,108	11,055	11,063	11,160	11,299	11,690	12,192	12,405	12,432
Odeio o PT e o Lula	-	-	-	-	-	-	112,170	116,438	120,054	125,241	130,214	134,732
Eu tenho Vergonha do Lula	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8,422	8,614
Lula só podia ser Gambá	8,238	8,414	8,606	8,741	8,900	9,012	9,275	9,451	9,607	10,003	10,300	10,671

Tabela 3: Evolução do número de membros das comunidades da categoria “contra-lula”

Pró Alckmin												
	16-Ago	23-Ago	30-Ago	06-Set	13-Set	20-Set	27-Set	30-Set	04-Out	11-Out	18-Out	25-Out
Geraldo Alckmin presidente 45	80,867	86,948	93,208	98,948	104,694	113,335	126,377	134,728	151,890	180,581	201,390	216,628
Voto Alckmin presidente!	3,554	3,666	3,779	3,899	4,001	4,169	4,492	4,786	6,906	8,507	-	-
45 Alckmin presidente!!! PSDB	3,123	3,204	3,275	3,358	3,464	3,699	-	-	-	-	-	-
Alckmin Presidente	2,796	2,977	3,182	3,293	3,384	3,528	3,739	3,929	4,417	-	5,060	5,151
Geraldo Alckmin	1,961	1,977	1,990	2,023	2,041	2,061	2,122	2,176	2,306	2,501	2,656	2,752
Fora Lula! Voto no Alckmin!	1,369	1,499	1,650	1,787	1,931	2,137	2,505	2,704	3,130	3,729	4,098	4,425
Eu voto 45 Geraldo Alckmin	1,355	1,425	1,493	1,569	1,638	1,721	1,874	2,030	2,365	2,855	3,286	3,560
Alckmin para presidente	1,067	1,113	1,158	-	1,265	1,302	1,366	1,406	1,471	1,598	1,695	1,785
Geraldo Alckmin presidente!	999	1,021	1,041	-	1,084	1,133	1,204	1,258	1,390	1,534	1,913	2,028
Nova política: Geraldo Alckmin	876	907	960	986	999	1,032	1,078	1,115	1,205	1,305	1,374	1,438
Geraldo Alckmin: eu voto 45	785	789	791	796	797	809	824	845	908	985	1,030	1,075
Geraldo Alckmin presidente 45	758	757	758	-	770	774	779	800	878	949	1,018	-
Lu alckmin - primeira dama	718	729	738	-	745	762	790	791	823	856	874	893
Sou Jovem e voto Alckmin	-	-	-	502	-	-	-	-	-	-	-	-
Brasil Vota 45 Geraldo Alckmin	-	-	-	492	-	-	-	-	-	-	-	-
É Geraldo Alckmin Presidente	-	-	-	441	-	-	-	-	-	-	-	-
Sai Lula Entra Geraldo Alckmin	-	-	-	-	-	716	795	893	1,149	1,446	1,746	2,101
Eu voto no Geraldo Alckmin	-	-	-	-	-	-	695	740	784	855	926	983
Valeu Serra! É Alckmin 2006	-	-	-	-	-	-	-	-	-	577	578	574
João é Geraldo Alckmin 45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,764	1,707
Eu voto em Geraldo Alckmin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,713	1,824
ACM neto apóia Alckmin 45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,361	1,346
Voto 45 - Voto Geraldo Alckmin	658	668	682	-	703	-	725	738	773	841	877	897

Tabela 4: Evolução do número de membros das comunidades da categoria “pró-alckmin”

<b>Contra Alckmin</b>												
	<b>16-Ago</b>	<b>23-Ago</b>	<b>30-Ago</b>	<b>06-Set</b>	<b>13-Set</b>	<b>20-Set</b>	<b>27-Set</b>	<b>30-Set</b>	<b>04-Out</b>	<b>11-Out</b>	<b>18-Out</b>	<b>25-Out</b>
Geraldo Alckmin nem morto!	10,811	11,316	11,740	12,167	12,557	13,080	13,631	14,168	15,608	19,266	22,756	25,821
Alckmin=Burns=José Serra=merda	3,193	3,356	3,525	3,692	3,830	3,975	4,204	4,300	4,617	5,108	5,449	5,702
Eu odeio Geraldo Alckmin	2,534	2,623	2,679	-	2,782	2,846	3,001	3,117	3,435	-	4,594	5,392
Alckmin: o novo collar	2,427	2,480	2,546	2,621	2,668	2,698	-	-	-	-	-	-
Geraldo Alckmin é Emo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,391	1,820
45 motivos p/ñ votar em Alckmin	1,043	1,075	1,111	1,148	1,177	1,211	1,265	1,316	1,503	2,016	2,351	2,543
Fora alckmin picole de chuchu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,429
Geraldo Alckmin é da Opus Dei!	-	-	-	547	-	-	-	-	-	726	1,058	1,137
Não voto em Alckmin. Voto Lula	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,399	-
Fora Geraldo Alckmin!	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,242	1,350

Tabela 5: Evolução do número de membros das comunidades da categoria “contra-alckmin”

<b>Outras</b>												
	<b>16-Ago</b>	<b>23-Ago</b>	<b>30-Ago</b>	<b>06-Set</b>	<b>13-Set</b>	<b>20-Set</b>	<b>27-Set</b>	<b>30-Set</b>	<b>04-Out</b>	<b>11-Out</b>	<b>18-Out</b>	<b>25-Out</b>
Onde estará o dedinho de Lula	90,868	92,082	93,162	94,084	94,833	95,465	-	-	-	-	-	-
Cicarelli doe um dedo pro Lula	41,266	42,157	43,035	43,833	44,633	45,690	48,268	49,872	51,554	53,982	56,502	58,686
Lula sem Barba	9,397	9,552	9,719	9,868	10,007	10,143	10,284	10,381	10,442	10,549	10,715	10,883
O Lula é pinguço?!	8,874	9,005	9,148	9,274	9,379	9,519	9,695	9,822	9,938	10,240	10,617	10,976
Nem Alckmin, nem Lula	896	925	944	967	982	1,005	1,035	1,067	1,335	1,678	1,791	1,911
ALCKMIN vs. LULA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,800
Lula x alckmin = Heloisa Helena?	-	-	-	446	-	-	-	-	-	-	-	-

Tabela 6: Evolução do número de membros das comunidades da categoria “outras”

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)