

Adelina Maria Pereira da Silva



Mundos Reais
Mundos Virtuais

As Relações Interpessoais
na em Rede

Dissertação de Mestrado em Relações Interculturais

Orientada pelo Professor José Ribeiro

Universidade Aberta – Porto

2002

Resumo

Com as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) vivemos tempos de mudança. Esta mudança reflecte-se no quotidiano do(s) indivíduo(s) – elementos que constituem, mantêm e reproduzem uma comunidade ou sociedade. Palavras como espaço, comunidade, mundo, passam a ser referidas no plural. Deixamos de vivenciar um só espaço, uma só comunidade e um só mundo, para passarmos a co-habitar espaços, comunidades, mundos. Paralelamente ao espaço físico, comunidade real e/ou mundo real, surge o ciberespaço, a comunidade virtual, o mundo virtual.

No campo das relações interpessoais, a utilização da Internet, particularmente num ambiente de Comunicação Mediada por Computador (CMC), poderá provocar mudanças a nível organizacional e estrutural de um grupo de indivíduos. Este trabalho tem como principal objecto de estudo as relações interpessoais que se estabelecem numa comunidade virtual, particularmente as relações que se estabelecem entre jovens numa sala de *chat*. Partindo da ideia de comunidade real, isto é, num contexto físico e em presença dos interlocutores, pretende-se saber qual o paralelismo existente entre estas duas comunidades – real e virtual. Existem alguns estudos sobre as relações virtuais, sobre as motivações e identidade(s) dos utilizadores das salas de *chat*, sobre as estruturas antropológicas no ciberespaço. Contudo, quais as alterações que se operam, de facto, na formação de amizades, nas relações de proximidade, nas interações com os pares, que ocorrem nesse processo de transição do real para o virtual? Será que este processo implicará alterações na organização final do grupo? Será que a forma como cada um se representa face ao outro e, conseqüentemente, o modo como é pensado pelos outros leva a alterações na estruturação final das comunidades?

Assim, de um ponto de vista antropológico, pretendemos explorar, através de questionários e de técnicas sociométricas, e de conseqüente elaboração de sociogramas, a estrutura de um grupo de indivíduos que se relacionam numa comunidade real, com o mesmo grupo de pessoas em contexto virtual, escondidas atrás das suas máscaras – nicknames.

Será que a máxima de defendida por Lavoisier - “na natureza nada se cria, nada se perde, tudo se transforma” – se aplica também a estes contextos?

Palavras-Chave: Internet, Tecnologias da Informação e Comunicação, Ciberespaço, Ciberantropologia, Relações Interpessoais, Comunicação Mediada por Computador, Grupos, Sociometria

***Agradeço
a TODOS quantos
de uma forma directa ou indirecta
contribuíram para a realização desta dissertação***

ÍNDICE GERAL

	Página
Introdução	1
I Parte - Comunidade, Relações Interpessoais e Sociometria	9
Capítulo 1 - As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC)	10
A Rede Informática.....	14
Ciberespaço e Cibercultura	16
Capítulo 2 – Ciberantropologia	23
Capítulo 3 - Comunidades	34
Comunidades Virtuais	37
Comunidades Virtuais versus Comunidades Reais (físicas)	37
Comparação entre Comunidade Física e Virtual	40
Comunidades Virtuais – vantagens e desvantagens.....	41
Dicotomia Comunidade Real (física)/Comunidade Virtual.....	42
Razões para a emergência das Comunidades Virtuais.....	45
A Internet como rede social	47
As salas de Chat	50
Capítulo 4 - As Relações Interpessoais – a importância da comunicação	56
Jogo da Identidade	68
Capítulo 5 – Sociometria	73
Definição de grupo	75
A estrutura interna dos grupos	82
O sociograma	83
II Parte - Relações Interpessoais em (na) Rede	87
Capítulo 1 – As Relações Interpessoais	88
Algumas considerações prévias	88

Paralelismo entre lugares virtuais e lugares convencionais	90
A interdependência entre espaço físico e ciberespaço	92
A escolha do objecto de estudo.....	93
Métodos utilizados.....	95
Capítulo 2 - Relações em Rede – Fase 1.....	97
Contexto social do grupo.....	102
Enquadramento geográfico e socio-económico.....	102
Descrição da escola	103
Descrição do grupo	104
Aplicação do teste sociométrico	106
Instruções	106
Relatório e sociogramas	108
Capítulo 3 - Relações na Rede – Fase 2.....	119
Relatório e sociogramas.....	122
III Parte – Análise dos Resultados	133
Teste de Wilcoxon	143
Teste Qui-quadrado.....	144
Correlação de Categoria.....	148
Análises Individuais	151
Conclusão	159
Bibliografia.....	168

INDICE DAS FIGURAS

	Página
Fig. 1 - Caracterização geral dos respondentes	11
Fig. 2 - Antiguidade no acesso à Internet.....	12
Fig. 3 - Tempo dispendido diariamente na Internet.....	12
Fig. 4 - Finalidades da utilização da Internet.....	12
Fig. 5 - Razões de utilização da Internet.....	13
Fig. 6 – Ligação à Internet.....	13
Fig. 7 - Temas mais discutidos nas listas e grupos de conversação	14
Fig. 8 - Tempo dispendido diariamente em listas e grupos de conversação	15
Fig. 9 - Frequência da participação em listas e grupos de conversação	15
Fig. 10 - Opinião sobre finalidades das listas e grupos de Conversação	15
Fig. 11 - Opiniões sobre aspectos sociais, culturais e políticos	20
Fig. 12 - A Internet como tecnologia social	26
Fig. 13 – Comparação Comunidade Física/Comunidade Virtual	40
Fig. 14 – Comparação quanto aos métodos e tipos de Comunicação.....	41
Fig. 15 – Pirâmide dos 12 princípios das Comunidades	43
Fig. 16 - Comparação Rede Virtual/Rede Real.....	48
Fig. 17 - Janela principal do mIRC (comunicação pública).....	51
Fig. 18 - Exemplo de janela de comunicação privada.....	52
Fig. 19 - Exemplos de acrónimos.....	52
Fig. 20 - Exemplos de emoticons	52
Fig. 21 - Esquema Relação Sociedade/Cultura/Indivíduo.....	58
Fig. 22 - Contextos no IRC.....	70
Fig. 23 - Esquema de um sociograma	85
Fig. 24 - Janela Inicial do mIRC	98
Fig. 25 - Extracto de uma Janela de Status da Ptnet do dia 11 de Janeiro de 2002	99
Fig. 26 - Extracto de uma Janela de Status da Ptnet do dia 15 de Março de 2002	99
Fig. 27 - Janela de Registo do canal #tons, que deu à AMPS o estatuto de founder (Op).....	100
Fig. 28 - Questionário Sociométrico aplicado aos indivíduos.....	101
Fig. 29 - Localização geográfica das freguesias do Concelho de Paços de Ferreira	103
Fig. 30 - Distribuição dos participantes por espaço geográfico.....	104

Fig. 31 - Listagem dos nomes dos elementos do grupo do espaço real e nicks do mesmo grupo no espaço virtual, ordenados por ordem alfabética	105
Fig. 32 - Documento preenchido pelos indivíduos, para que a investigadora tivesse conhecimento da correspondência entre o nick e o nome do indivíduo	106
Fig. 33 - Quadro do número de escolhas positivas e negativas – grupo real – por variáveis	109
Fig. 34 - Índice de Status Social e Posição no grupo – grupo real – por variáveis	110
Fig. 35 - Índices de Concentração da Interação – grupo real – por variáveis	110
Fig. 36 - Índices de Interrelação Positiva e Negativa – grupo real – por variáveis	110
Fig. 37 - Índices Sociométricos do grupo – grupo real – por variáveis, em função da coesão, conflito, conectividade e referência	111
Fig. 38 - Sociograma – autoridade ou respeito do grupo -, grupo real.....	112
Fig. 39 - Sociograma – capacidades organizativas -, grupo real	114
Fig. 40 - Sociograma – à-vontade em público -, grupo real	116
Fig. 41 - Sociograma –actividades recreativas -, grupo real	118
Fig. 42 - Janela de ligação ao servidor da Ptnet.....	119
Fig. 43 - Janela de ligação ao canal #tons.....	119
Fig. 44 - Janela Central do canal #tons, onde se escrevia o tópico de discussão.....	120
Fig. 45 - Janela do canal #tons, com tópico de discussão.....	120
Fig. 46 - Janela do canal #tons, em funcionamento.....	121
Fig. 47 - Quadro do número de escolhas positivas e negativas – grupo virtual – por variáveis	123
Fig. 48 - Índice de Status Social e Posição no grupo – grupo virtual – por variáveis	124
Fig. 49 - Índices de Concentração da Interação – grupo virtual – por variáveis	124
Fig. 50 - Índices de Interrelação Positiva e Negativa – grupo virtual – por variáveis	124
Fig. 51 - Índices Sociométricos do grupo – grupo virtual – por variáveis, em função da coesão, conflito, conectividade e referência	125
Fig. 52 - Sociograma – autoridade ou respeito do grupo -, grupo virtual	126
Fig. 53 - Sociograma – capacidades organizativas -, grupo virtual.....	128
Fig. 54 - Sociograma – à-vontade em público -, grupo virtual.....	130
Fig. 55 - Sociograma – actividades recreativas -, grupo virtual	132
Fig. 56 - Quadro comparativo dos relatórios sociométricos produzidos nas duas fases de avaliação – grupo real e grupo virtual	138
Fig. 57 - Teste de Wilcoxon – escolhas positivas grupo real vs escolhas positivas grupo virtual.....	143
Fig. 58 - Teste de Wilcoxon – escolhas negativas grupo real vs escolhas negativas grupo virtual....	143

Fig. 59 - Teste de Wilcoxon – status grupo real vs status grupo virtual.....	144
Fig. 60 - Teste Qui-quadrado – escolhas positivas grupo real vs escolhas positivas grupo virtual – pergunta 1	145
Fig. 61 - Teste Qui-quadrado – escolhas negativas grupo real vs escolhas negativas grupo virtual – pergunta 1	145
Fig. 62 - Teste Qui-quadrado – escolhas positivas grupo real vs escolhas positivas grupo virtual – pergunta 2	145
Fig. 63 - Teste Qui-quadrado – escolhas negativas grupo real vs escolhas negativas grupo virtual – pergunta 2	146
Fig. 64 - Teste Qui-quadrado – escolhas positivas grupo real vs escolhas positivas grupo virtual – pergunta 3	146
Fig. 65 - Teste Qui-quadrado – escolhas negativas grupo real vs escolhas negativas grupo virtual – pergunta 3	146
Fig. 66 - Teste Qui-quadrado – escolhas positivas grupo real vs escolhas positivas grupo virtual – pergunta 4	147
Fig. 67: Teste Qui-quadrado – escolhas negativas grupo real vs escolhas negativas grupo virtual – pergunta 4	147
Fig. 68 - Correlação de categoria, referente à pergunta 1	148
Fig. 69 - Correlação de categoria, referente à pergunta 2	149
Fig. 70 - Correlação de categoria, referente à pergunta 3	149
Fig. 71 - Correlação de categoria, referente à pergunta 4	149
Fig. 72 - Correlação de categoria em função da posição no grupo em função do status social, perguntas 1, 2, 3 e 4.	150
Fig. 73 - Número de escolhas positivas e negativas do grupo real e do grupo virtual.....	152
Fig. 74 - Diferenças (D) e quadrado das diferenças (Q) entre o grupo real e grupo virtual, em função das escolhas, positivas e negativas, por perguntas	152
Fig. 75 - Diferenças (D) e quadrado das diferenças (Q) entre o grupo real e grupo virtual, em função das escolhas, positivas e negativas, por pergunta.....	153
Fig. 76 - Percentagem das diferenças entre o grupo real e o grupo virtual, em função do nº de escolhas positivas (+) e negativas (-), e do número de elementos do grupo.....	153
Fig. 77 - Percentagem do Quadrado das Diferenças entre o grupo real e o grupo virtual, em função do nº de escolhas positivas (+) e negativas (-), e do total da soma dos quadrados	154

Fig. 78 - tabela do status e posição social, em função do número de escolhas, por pergunta, no grupo real	155
Fig. 79 - tabela do status e posição social, em função do número de escolhas, por pergunta, no grupo virtual.....	156
Fig. 80 - Diferenças de status e a posição, entre o grupo real e o grupo virtual.....	156
Fig. 81 - Quadrado das diferenças de status e a posição, entre o grupo real e o grupo virtual.....	156
Fig. 82 – Diferença e quadrado das diferenças da posição, em função das escolhas positivas e negativas entre o grupo real e o grupo virtual - pergunta 1	157
Fig. 83 – Diferença e quadrado das diferenças da posição, em função das escolhas positivas e negativas entre o grupo real e o grupo virtual - pergunta 2	157
Fig. 84 – Diferença e quadrado das diferenças da posição, em função das escolhas positivas e negativas entre o grupo real e o grupo virtual - pergunta 3	157
Fig. 85 – Diferença e quadrado das diferenças da posição, em função das escolhas positivas e negativas entre o grupo real e o grupo virtual - pergunta 4	158

Introdução

Em meados dos anos 40, do século passado Antoine de Saint-Exupéry (1995:39-40) escrevia o seguinte no seu livro “A Terra dos Homens”: *“O uso de um instrumento científico não fez de ti um técnico árido. Parece-me que confundem fim e meio aqueles que se assustam de mais com os nossos progressos técnicos. É certo que todo aquele que luta na expectativa de bens materiais nada colhe digno de ser vivido. A máquina, porém, não é um fim. Não é um fim o avião: é um utensílio. Um utensílio como a charrua.*

Se julgarmos que a máquina deita o Homem a perder, é talvez porque necessitamos de recuar um pouco para apreciar os efeitos de tão rápidas transformações como aquelas por que temos passado. Que são os cem anos da história da máquina, à vista dos dois mil e cem anos da história do homem? Quase que ainda nos não instalámos nesta paisagem de minas e de centrais eléctricas. A bem dizer, mal começamos a habitar esta casa nova que nem sequer acabámos de construir. Tudo mudou tão depressa à nossa volta: relações humanas, condições de trabalho, costumes. A nossa própria psicologia foi abalada nas suas bases mais profundas. Muito embora as palavras continuem a ser as mesmas, as noções de separação, de ausência, de distância, de retorno, já não contêm as mesmas realidades. Para a compreensão do mundo de hoje, usamos uma linguagem criada para o mundo de ontem. E afigura-se-nos que a vida do passado parece corresponder melhor à nossa natureza pela única razão de corresponder melhor à nossa linguagem.

Cada progresso nos empurrou um pouco mais para fora de hábitos que mal acabáramos de adquirir, e em boa verdade somos emigrantes que ainda não fundaram a sua pátria.

Somos todos bárbaros jovens a quem novos brinquedos ainda deslumbram”.

No desenvolvimento da civilização humana, verificamos que as alterações a nível comunicacional, determinaram mutações sociais profundas. Com o computador e o seu acesso à Internet deu-se início à era digital (Negroponte, 1995), com a qual floresce também uma nova era de relações e conexões numa comunidade sem fronteiras, de comunicação muitos-para-muitos, interactiva, através do ciberespaço, propiciadora de mudanças nos conceitos, nos conhecimentos, na cultura – estamos perante uma cibercultura. Diz-se que a crescente integração das Tecnologias da Informação e

Comunicação (TIC) no quotidiano da sociedade, comunidade ou grupo tem vindo a provocar uma alteração cultural e estrutural.

Na sociedade onde vivemos, as TIC desempenham um papel único. Estamos em plena e rapidíssima revolução multimediática. Este é um processo com muitos tentáculos (Internet, PC's, ciberespaço). É um polvo que envolve a vida quotidiana dos indivíduos, permitindo uma acessibilidade a todo um conjunto de saberes de todo o mundo, possibilitando uma intercomunicação do conhecimento, propiciando uma alteração da forma de (re)pensar a sociedade, o mundo, os valores, as crenças, as relações humanas, dando origem a uma nova configuração da cultura. "Os antropólogos de hoje fazem-se eco de Protágoras, na medida em que repetem incessantemente: 'Tudo é cultural' " (Sperber, s/d:10).

A cultura, no seu sentido mais lato, é aprendida, apreendida, partilhada, simbólica e transmitida de geração em geração. Para Tylor (cit. in Kottak, 2002) é todo um conjunto complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, o direito, os costumes e quaisquer outros hábitos e capacidades adquiridas pelo Homem como membro da sociedade.

"O termo cultura possui dois significados. Na sua acepção antropossociológica significa que cada ser humano vive na esfera de uma sua própria cultura. Se o homem é, como é, um animal simbólico disto deriva, *eo ipso*, que vive num contexto conectivo de valores, crenças, concepções e, numa palavra, de simbolizações que constituem a sua cultura" (Sartori, 2000: 30-31).

É evidente para todos que existe uma influência recíproca entre tecnologia e sociedade, que muitas vezes é caracterizada como uma co-evolução ou adaptação mútua.

É importante compreender como é que os grupos usam, adaptam e re-interpretam as tecnologias, em geral, e as da Informação e Comunicação, em particular. Estas terão de ser compreendidas numa dualidade, tanto em relação às outras tecnologias, como também em relação ao contexto social, no momento da sua criação e utilização.

O mundo navegável por computador – ciberespaço – permite pôr em contacto diferentes culturas. Um determinado cibergrupo poderá ligar em rede diversos indivíduos do mundo inteiro com o mesmo tipo de interesse. Assim, poderemos encontrar dois tipos de grupos: grupos de trabalho e grupos de afinidade.

Para o presente trabalho, o foco de estudo incide nos grupos de afinidades – os chamados grupos de amigos, ou seja, interessa-nos o estudo dos processos sociais em

antropologia, numa perspectiva da psicologia social uma vez que o instrumento de avaliação utilizado se prende com os questionários sociométricos – sociometria.

Mas então, qual a relação entre a psicologia e a antropologia? A psicologia estuda as capacidades mentais humanas através das suas manifestações individuais e a antropologia, no sentido mais restrito do termo, procura esclarecer o que são os humanos, estudando quem eles são.

A Antropologia Cultural estuda as manifestações colectivas das capacidades mentais humanas que são as culturas. Assim, em princípio, a Antropologia e a Psicologia deveriam estabelecer relações estreitas e fecundas, pois tratam de manifestações diferentes dum mesmo objecto geral: o espírito humano (Sperber, s/d:12).

A Antropologia e a Psicologia desenvolveram-se num clima empirista, para a manutenção do qual estas disciplinas contribuíram largamente.

Para Kottak (2002) a uma forma de adaptação, como a tecnologia, corresponde a um tipo de adaptação cultural. A antropologia cultural estuda a sociedade e a cultura humanas, descrevendo e explicando, analisando e interpretando as semelhanças e as diferenças culturais, realizando para isso dois tipos de actividades: a etnografia (baseada no trabalho de campo) e a etnologia (baseada na comparação transcultural).

Uma das principais diferenças entre a antropologia e as outras disciplinas que estudam os indivíduos é o holismo, ou seja, a busca de uma visão de conjunto, uma visão do TODO, que possui características próprias, mas também independentes, das partes que o constituem.

Numa investigação parte-se, normalmente, das partes simples, consideradas independentes, para partes em interacção, em processo ou em rede. Porém, não é apenas o conjunto de elementos isolados que formam o universo de fenómenos estudado pela ciência, mas a *interacção* - a relação que existe entre esses elementos. A realidade é um processo de troca de informações, onde estão presentes os factores físicos, biológicos, culturais, psicológicos e sociais. Na verdade, a realidade sobrevive das relações, assim como a música se compõe de relações de sons e ritmos - e não de notas isoladas. Ou seja, nada pode existir sem que imponha e receba características fora de seu contexto.

Assim sendo, existe uma relação profunda entre psicologia e antropologia, na medida em que ambas se apoiam numa base conceptual que envolve padrões físicos, mentais, sociais, culturais.

No caso particular desta dissertação, pretende-se estabelecer uma ponte entre a antropologia e a psicologia. A maioria dos investigadores de psicologia realiza os seus

trabalhos na própria sociedade. A antropologia poderá recorrer a dados transculturais. As afirmações sobre a psicologia humana não podem basear-se exclusivamente no comportamento observado num único tipo de sociedade (Kottak, 2002). A área da antropologia cultural, conhecida como antropologia psicológica, estuda a variação dos traços psicológicos entre culturas.

Os investigadores sociais estão a estudar as formas em que as TIC fomentam novas construções da realidade social, de que maneira os computadores poderão influenciar a mudança das noções de identidade e do EU. Os mundos virtuais são formas de ampliar o EU em várias formas de interacção social (Escobar,1994). As pessoas manipulam as suas identidades mediante as eleições de novos nomes (*nicknames*) para se relacionar no ciberespaço. Na base das diversas investigações em curso está a relação entre o uso do ciberespaço e a participação em grupos e comunidades que se relacionam face-a-face. Uma das perguntas que se coloca, ainda sem resposta, é de que modo a participação em fóruns *on-line* afecta a participação em grupos *off-line*. Não existe *a priori* razão para assumir que uma forma de participação faça diminuir a outra. Existem algumas visões utópicas do papel potencial das redes virtuais na integração das comunidades físicas (Kling, cit. in Kottak, 2002).

Aquilo que torna único o Homem é a sua capacidade simbólica. Para Cassirer (cit. in Sartori, 2000:19), “o Homem não vive num universo puramente físico, mas sim num universo simbólico. Língua, mito, arte e religião (...) são os vários fios que compõem a teia simbólica (...) Cada progresso humano no pensamento e na experiência reforça esta teia (...)”.

A capacidade simbólica dos seres humanos manifesta-se na linguagem, na capacidade de comunicar. Hoje em dia, falamos de linguagens no plural.

“As civilizações desenvolveram-se com a escrita e é a passagem da comunicação oral para a palavra escrita que desenvolve uma civilização. Mas até à invenção da imprensa, a cultura de cada sociedade continua claramente fundada na transmissão oral” (Sartori, 2000: 21).

Qualquer progresso tecnológico é, por definição, um progresso. Claro, que a definição vai depender do significado que damos à palavra progresso. Por si só, progredir é apenas um ir para a frente, o que comporta um aumento. Mas não está demonstrado que este aumento seja necessariamente uma mais-valia, um aumento positivo.

Todos os progressos tecnológicos, na altura da sua aparição, foram temidos e até contestados. É óbvio que toda a inovação incomoda, porquanto muda situações

constituídas. Mesmo quando um processo tecnológico não provoca receios relevantes, cada invenção dá lugar a previsões sobre os seus efeitos, sobre as consequências que irá produzir (Sartori, 2000). Em poucas décadas, o progresso tecnológico mergulhou-nos na idade cibernética. Colocou-se o computador num pedestal, não só porque unificava palavra, som, imagens, mas também porque introduzia as realidades simuladas, as realidades virtuais. O virtual e as simulações alargavam as possibilidades do real.

As novas fronteiras são a Internet e o ciberespaço, e a nova palavra de ordem é o “ser digital” (Negroponte, 1995). A Internet, a rede das redes, é um instrumento polifacetado, que permite várias utilizações desde uma estritamente prática, à educativa e cultural, e, também, de lazer. Com o ciberespaço e os novos sistemas comunicacionais, há uma relativização do espaço e do tempo.

Numa sala de *chat* os indivíduos agem virtualmente como se estivessem numa sala em contexto real. A animação ou o confronto tem o seu lugar. A diferença é que as pessoas actuam preservadas por identidades virtuais, pois espaço é um “não-espaço” – formam-se as comunidades virtuais.

A sociedade não é monolítica. Pelo contrário, representa um mosaico, um diálogo e, por vezes, uma sintonia dos vários grupos, instituições e interesses, reunidos em comunidades.

Mas, como se constroi uma comunidade? Será uma comunidade virtual diferente de outros grupos ou associações de uma comunidade real? É necessário compreender o que é uma comunidade e o que acontece quando esta está *on-line*.

Por definição, uma comunidade forma-se a partir de um conjunto de relações que se estabelecem entre indivíduos. Com a internet passa-se a falar de comunidade *on-line* -, de comunidade virtual – como sendo aquela que se forma em contexto electrónico, em oposição à comunidade *off-line* – comunidade real. Alguns chegam mesmo a advogar que as comunidades virtuais não são comunidades, por não se terem constituído em contexto real; outros que as comunidades virtuais são tão reais como as formadas na comunidade dita real, simplesmente porque se constituíram, embora num outro contexto – electrónico. Os indivíduos que utilizam a internet para comunicar, interagem num mundo quase real, contudo num mundo social onde as pessoas não têm corpos. A comunicação e a interacção são reais, pois é impossível a existência de uma comunidade sem pessoas.

É fácil pensar que as comunidades *off-line* (reais) e *on-line* (virtuais) são diferentes, logo impossível de estabelecer uma comparação. Mas, qual o fundamento? A distância geográfica? A ausência de linguagem corporal? Os meios de comunicação

disponíveis? Será que comunicar em bits e bytes não tem o mesmo efeito imediato da comunicação em presença?

Os meios ao dispor das comunidades *on-line* podem ser diferentes, contudo a forma de comunicar será basicamente a mesma. As comunidades virtuais necessitam de confiança, de identidade, de zonas de lazer, tal como em qualquer comunidade real. A única diferença reside no espaço de encontro dos indivíduos. Aqui, ao contrário das comunidades reais, é permitido que no mesmo contexto comuniquem muitos-com-muitos.

O ciberespaço é um mundo virtual; é uma construção social. As pessoas podem mover-se entre o mundo *off-line* e o mundo *on-line*. Comunidade virtual e comunidade real co-habitam um mesmo mundo.

Até hoje, o homem defrontou e reflectiu sobre o mundo real; agora é projectado para a criação de mundos virtuais.

O computador, tal como a televisão, “não é apenas um instrumento de comunicação; é, também, ao mesmo tempo, *paideia*, um instrumento ‘antropogenético’, um media gerador de um novo *anthropos*, de um novo tipo de ser humano (Sartori, 2000:28) – *o homo videns*.

O sistema antropossocial nasceu de uma inquietação e duma interrogação sobre o Homem e o seu lugar na história, na natureza e na comunidade, considerando que a compreensão do indivíduo só é possível tendo em conta a posição central que este ocupa no cruzamento de vários sistemas.

Na rede de relações sociais podem-se enumerar cinco dimensões: pessoal, interpessoal, grupal, organizacional e institucional-societária.

O sistema antropossocial intervém principalmente a nível das três primeiras dimensões. Parte da hipótese de que cada indivíduo é portador da cultura ou da sub-cultura à qual pertence e de que é representante. As estruturas culturais (conjunto de representações, de valores, de hábitos, de regras sociais, de códigos simbólicos, de comportamentos) interiorizados pelo indivíduo podem ser elementos explicativos de comportamentos pessoais e sociais.

O ciberespaço relaciona-se com as teorias de comunidade se o entendermos como um espaço social emergente, tal como os subúrbios de uma cidade. É um espaço social alternativo onde há indivíduos que trabalham, jogam, compram, se encontram, falam, aprendem, etc., de uma determinada forma e em locais específicos. Pode-se, inclusivé, ser proprietário de espaço, pode-se ficar durante o tempo que se quiser ou puder, pode-se visitar uma cidade ou um amigo, e finalmente, também se pode ficar

perdido e completamente desorientado. Mas, tal como no mundo real, podemos sempre voltar a casa ou ao ponto de partida.

Na verdade, poder-se-ia simular a situação estrutural de uma comunidade virtual *on-line*, sobretudo dos grupos que utilizam a comunicação mediada por computador (CMC), juntando numa sala escura um grupo de indivíduos desconhecidos uns dos outros, pedindo-lhes para comunicarem entre si escrevendo apenas bilhetes e afixando-os num quadro.

Porém, não esqueçamos que os indivíduos constroem as suas vidas em grupos pequenos: inicialmente na família, depois nos grupos de amigos, nos grupos de colegas de trabalho e outros. A natureza dos grupos pequenos está em dar corpo à comunicação face-a-face utilizando expressões faciais, gestos corporais, tom de voz, sotaque e ritmo, imprimindo-lhe uma riqueza comunicacional que dificilmente será reproduzida em contexto electrónico. Na verdade, o que parecia impossível de superar, não o é de todo, devido à capacidade inventiva e criadora do Homem. Assim, em contexto de CMC, nomeadamente nas salas de *Chat* quer através dos smilies quer através de outras formas gráficas, assiste-se a inúmeras maneiras de comunicar ao outro o nosso sotaque, o nosso tom de voz, expressão facial, ritmo, etc.

Na presente dissertação pretende-se aprofundar as reflexões àcerca das relações interpessoais na nossa sociedade, através da inserção da Internet como novo meio de comunicação e interacção social.

O tema central abordado nesta pesquisa é o *chat* – espaço existente na internet, cujo objectivo principal é a conversação entre indivíduos. São, no fundo, salas virtuais, onde se reúnem pessoas, utilizadores de internet, para conversar de assuntos do seu interesse. Todas as salas têm um nome, que normalmente identifica o tema.

É surpreendente o número de pessoas que frequentam estes locais, propiciadores de relações, superficiais ou profundas, contínuas ou não. Assim, colocam-se várias questões:

- **Que tipo de relações são estabelecidas neste contexto?**
- **Qual a organização social dessa rede de relações?**
- **Haverá diferenças assinaláveis entre a organização que se processa num contexto real e a forma como os grupos se organizam num contexto virtual?**

Fala-se das transformações das relações interpessoais com a introdução das novas tecnologias na sociedade. Fazem-se estudos sobre essas relações virtuais, sobre

as motivações e identidade(s) dos utilizadores das salas de *chat*, sobre as estruturas antropológicas no ciberespaço. Existem vários estudos sobre as alterações na formação de amizades, nas relações de proximidade, nas interações com os pares, que ocorrem nesse processo de transição do virtual para o real.

Neste estudo, seguimos as formas de interação tradicionais: as pessoas conhecem-se fisicamente, conhecem os seus interesses e encontram-se, depois, em contexto virtual. Mas, será que este processo implicará alterações na organização final do grupo? Será que a forma como cada um se apresenta e representa face ao outro e, conseqüentemente, o modo como é pensado pelos outros leva a alterações na estruturação final das comunidades?

A metodologia que seguimos é baseada em questionários e técnicas de tipo sociométrico, e conseqüente elaboração de sociogramas, que implementamos após, pelo menos um mês de interação real – Fase 1 - e após três meses de interação via TIC de tipo *chat* – Fase 2 -, sendo que todas as comunicações foram mantidas no total anonimato e, ainda, através da observação participante das interações *on-line*, na sala de *chat*.

Todos nós somos criaturas sociais. Usamos todos os meios necessários e disponíveis para estarmos juntos, comunicar e construir comunidades. Formar e manter comunidades foi desde sempre o principal objectivo do ser humano. Faz parte da nossa sobrevivência, desenvolvimento e evolução. A Internet é um mecanismo poderoso que permite a persecução conjunta de objectivos, de aprendizagem, de partilha, de lazer, de debate, de negócio, de valorização pessoal.

O valor único das comunidades *on-line* reside no facto da informação partilhada e na criação de amizades não estar restrita aos limites geográficos ou temporários. Quando um indivíduo se liga à Internet fazendo assim parte de uma comunidade, transporta consigo interesse, vivências, experiência e desejo de agir e interagir. Quanto mais pessoas participarem, mais enriquecedora se torna a comunidade.

O presente trabalho está dividido em três partes: na primeira parte são expostos todos os temas que mereceram reflexão e que se encontram directamente relacionados com o assunto em estudo – TIC, ciberantropologia, comunidades, relações interpessoais e sociometria. Na segunda parte apresentam-se os pressupostos, a metodologia utilizada e a investigação levada a cabo nas duas fases do estudo – contexto real e contexto virtual. Finalmente, na terceira parte, são discutidos os resultados.

I Parte
Comunidade, Relações Interpessoais e Sociometria

Capítulo 1 - As Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC)

Desde sempre as nossas formas e estilos de vida, o nosso modo de trabalhar e de descansar estiveram condicionados às técnicas e tecnologias utilizadas, das mais artesanais às mais sofisticadas.

Após a revolução dos transportes, no séc. XIX, e da revolução das comunicações, no séc. XX, o “espaço público” (Virilio, 1995:22) é afectado e torna-se “imagem pública”, graças à fotografia, ao cinema e à televisão. Hoje, o dispositivo *tele* (telefone, telemóvel, telefonia, televisão) substitui o espaço público pela imagem pública do mundo virtual. “Reunir-se à distância é estar telepresente, onde se está e não está simultaneamente num tempo real e num espaço comum” (Santos, 2000:39-40).

Virilio (1995) declina a realidade das comunidades reais em detrimento da virtualidade da cidade mundial, a da ligação de todos os computadores do mundo, revelação de um espaço virtual ou ciberespaço. A um tempo vazio, medido uniformemente pelo relógio mecânico, pelos fusos horários e pelo calendário comum (Giddens, 1997), corresponde um espaço vazio: as relações com os outros deixam de se confinar a locais demarcados e os lugares tornam-se “não-lugares”.

A noção de tempo sofre uma alteração: à medida simultânea e descontínua nas sociedades tribais, seguiu-se o tempo repartido das sociedades ocidentais.

McLuhan (1998) procedeu a uma análise dos meios de comunicação inventados pelo Homem ao longo das civilizações. Para ele, os meios de comunicação representavam extensões dos seus sentidos e funções, alterando profundamente a relação estabelecida com o meio envolvente: a roda apareceu como extensão do pé, a escrita como extensão da vista, o vestuário como extensão da pele, os circuitos eléctricos como extensão do sistema nervoso central. McLuhan via a tecnologia como uma extensão do corpo.

No final do séc. XX, quando se descrevem as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), sobressai o computador, como um equipamento dominador do discurso social, político, cultural e doméstico.

Em Portugal, o boom da Internet (a partir de 1995/6) desencadeou uma análise empírica, sociológica e económica. Foram realizados diversos estudos associados ao marketing e produzidos relatórios sobre a evolução da sociedade da informação (Missão para a Sociedade da Informação, 1997). Já em 1999, em Portugal, foi realizado um inquérito (Inquérito Online Ciberfaces), com o objectivo de recolher informação que

permitiu um melhor conhecimento dos utilizadores e das utilizações da Internet domínio .pt, tendo-se apurado os seguintes resultados:

No caso português, o cibernauta maioritário é homem, jovem (20-29 anos), proveniente de Lisboa e Vale do Tejo. São maioritariamente solteiros, de um nível sócio-cultural elevado. Há um grande número de estudantes, profissionais liberais e licenciados.

Fig. 1 - Caracterização geral dos respondentes

		Antiguidade no acesso à Internet				
		Total	Até 1 ano	De 1 a 2 anos	De 2 a 4 anos	> 4 anos
Sexo	Homens	78%	68%	73%	84%	88%
	Mulheres	22%	32%	27%	16%	12%
Idade	10-19	9%	12%	10%	7%	3%
	20-29	48%	46%	46%	50%	48%
	30-39	25%	23%	24%	22%	34%
	40-49	14%	14%	13%	16%	10%
	50 ou +	4%	5%	7%	5%	5%
Nacionalidade	Portuguesa	96%	96%	95%	98%	96%
	Brasileira	1%	1%	1%	1%	2%
	Outras	3%	3%	4%	1%	2%
Região	Norte	22%	22%	21%	22%	21%
	Centro	11%	11%	11%	11%	12%
	Lisboa e Vale do Tejo	56%	57%	55%	56%	61%
	Alentejo	7%	6%	8%	6%	3%
	Algarve	2%	1%	2%	3%	2%
	Regiões Autónomas	2%	3%	3%	2%	1%
Situação Familiar	Solteiro	59%	63%	60%	57%	55%
	Casado	33%	30%	32%	35%	35%
	União de facto	4%	3%	3%	5%	7%
	Outras situações	4%	4%	5%	3%	3%
Escolaridade	Ens. Superior	56%	46%	49%	59%	71%
	Ens. Médio	3%	4%	4%	3%	3%
	Ens. Secundário	30%	35%	36%	29%	20%
	Ens. Básico	5%	9%	6%	4%	3%
	Ens. Técnico Profissional	6%	6%	5%	5%	3%
Grupos Profissionais	Quadros sup. e dirigentes	17%	14%	14%	20%	17%
	Intelectuais e científicos	44%	37%	43%	44%	53%
	Técnicos intermédios	30%	29%	31%	31%	26%
	Outros	9%	20%	12%	5%	4%
Ocupação	Trab. por conta outrém	50%	45%	49%	53%	52%
	Trab. por conta própria	8%	9%	6%	9%	10%
	Estudante	22%	23%	27%	20%	13%
	Estudante-trabalhador	12%	13%	11%	10%	12%
	Patrão/ proprietário	6%	6%	5%	6%	10%
	Outros	2%	4%	2%	2%	3%
Sectores de actividade + Representados	Telecomunicações e SEI	20%	9%	13%	24%	32%
	Sector publico educação	19%	17%	20%	17%	26%
	Serv. Administração púb.	9%	15%	10%	6%	4%
	Actividades financeiras	7%	8%	8%	7%	4%
	Audiovisual e multimedia	5%	3%	5%	6%	6%
	Comunicação social	5%	2%	5%	6%	5%
	Comércio grosso/retalho	4%	5%	5%	4%	2%
	Inst. científicos e I & D	4%	1%	2%	5%	7%
	Indústrias extract/transf.	4%	7%	4%	4%	1%
	Outros	23%	33%	28%	21%	13%
Rendimento Agregado familiar (mensal em escudos)	Superior a 800.000	7%	6%	6%	8%	11%
	Entre 650.001 e 800.000	6%	5%	5%	7%	6%
	Entre 500.001 e 650.000	11%	8%	9%	12%	15%
	Entre 350.001 e 500.000	22%	19%	23%	24%	22%
	Entre 250.001 e 350.000	17%	18%	20%	16%	17%
	Entre 150.001 e 250.000	20%	23%	20%	19%	18%
	Entre 100.001 e 150.000	9%	14%	9%	7%	6%
	Entre 52.101 e 100.000	4%	3%	5%	3%	3%
Sem rendimento próprio	4%	4%	3%	4%	2%	

Fonte: Inquérito Online Ciberfaces

À medida que chega a tecnologia, ela tem um impacto na sociedade (McKay, 1997:266). A descoberta de uma NT por processos internos de investigação e desenvolvimento conduz, por si só, à mudança e ao progresso social (Williams, 1999:46).

Segundo o inquérito atrás referenciado verificou-se também que o acesso à Internet, na maioria dos casos já não é muito recente (2 a 4 anos) e que o tempo dispendido diariamente ronda duas horas.

Fig. 2 - Antiguidade no acesso à Internet

Há menos de 1 mês	1%
De 1 a 6 meses	9%
De 7 meses a 1 ano	10%
De 1 a 2 anos	30,2%
De 2 a 4 anos	33,7%
Há 4 anos ou mais	16,1%
Total	100%

Fonte: Inquérito Online Ciberfaces

Fig. 3 - Tempo dispendido diariamente na Internet

Menos de 1 hora	9,6%
De 1 a 2 horas	58,8%
De 2 a 4 horas	20,3%
4 horas ou mais	11,3%
Total	100%

Fonte: Inquérito Online Ciberfaces

Por outro lado, as razões da utilização deste instrumento são bastante diversas, de acordo com os objectivos:

Fig. 4 - Finalidades da utilização da Internet

	No Local de trabalho
Pesquisa de informação para fins profissionais	21,9%
Troca de informação para fins profissionais	16,4%
Pesquisa de informação para fins pessoais	14,7%
Contacto com outras pessoas e/ou Instituições	12,7%
Actualização e formação profissional	12%
Troca de informação para fins pessoais	9,1%
Contacto ou relacionamento com outras pessoas	7,1%
Participação em listas ou grupos de conversação	5,3%
Outras finalidades	0,8%
Total	100%
	Em Locais de ensino
Pesquisa de informação para fins educacionais	18,8%
Pesquisa de informação para fins pessoais	16,4%
Contacto com professores e/ ou colegas	11,7%
Actualização e formação pessoal	10,1%
Troca de informação para fins educacionais	10,1%
Contacto com universidades e/ou Institutos de investigação	9%
Contacto ou relacionamento com outras pessoas	8,4%
Troca de informação para fins pessoais	8,4%
Participação em listas ou grupos de conversação	6,5%
Outras finalidades	0,6%
Total	100%

Fonte: Inquérito Online Ciberfaces

Fig. 5 - Razões de utilização da Internet

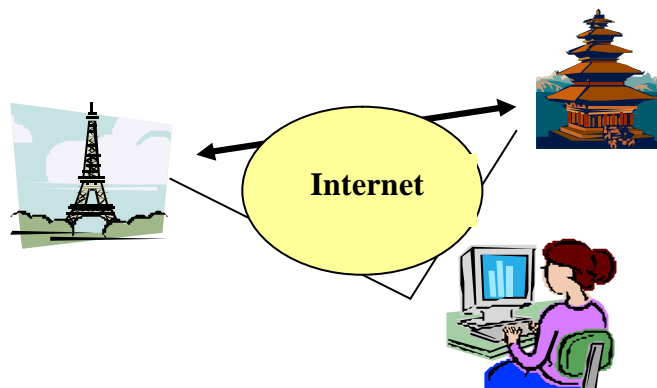
É uma importante fonte de informação	34,2%
É um instrumento de trabalho	26,3%
Encontra-se uma grande variedade de pessoas e culturas	14,2%
É divertido	14,1%
É uma forma de passar o tempo	8,7%
É novidade	0,8%
Outras razões	1,7%
Total	100%

Fonte: Inquérito Online Ciberfaces

Os computadores e o seu uso traduzem-se numa forma diferente de conhecimento e ainda não sabemos se a literacia electrónica (Nunes, 1996:48) ou o analfabetismo digital (Camacho, 1999:161) representam apenas vantagens.

Há quem veja o computador como um segundo EU, uma máquina em diálogo amigável connosco (Turkle,1999:287). Mas, rapidamente, o nosso computador ligou-se a uma miríade de outros computadores, estabelecendo-se uma rede de incomensuráveis dimensões e um portal para milhões de outros portais.

Fig. 6 – Ligação à Internet



De uma forma simplificada e esquemática, quando um utilizador se liga de sua casa à Internet, utiliza em primeiro lugar a rede telefónica para se comunicar com um servidor de Internet. Este possui a sua própria rede, que está ligada a outras redes de outros servidores. A Internet baseia-se, de facto, na interconexão de todas estas redes, o que permite ao utilizador final aceder indiferentemente às informações armazenadas nos computadores, de Paris a Tóquio. As ligações físicas entre os computadores realizam-se por meio de fibras ópticas, cabos telefónicos, satélites.

A Rede Informática

As redes apareceram desde que se começou a ligar os computadores entre si utilizando uma rede telefónica e um modem.

Na verdade, a Internet não é só uma rede, é um conjunto de redes, isto é, um conjunto de equipamentos e de laços de comunicação interligados com outras muitas redes. Qualquer instituição e particulares se podem ligar à Internet, passando por um servidor de acesso, que mantém a sua própria sub-rede unida à Internet.

Todos os computadores conectados à Internet podem comunicar-se entre si porque utilizam a mesma linguagem, isto é o meu protocolo. Um protocolo é uma forma estandardizada de intertrocar informações entre diferentes computadores.

Existem diferentes tipos de aplicações: o correio electrónico, a *web* (www), os *newsgroups* ou grupos de discussão, os *chats* ou salas de conversação, os *muds* (Multi-Users Domain), etc.

Diariamente muitas pessoas participam muito frequentemente estas aplicações, com os mais diversos fins, discutindo os temas mais diversos.

Fig. 7 - Temas mais discutidos nas listas e grupos de conversação

Informática	11,8%
Internet	11,2%
Assuntos do dia a dia	10,3%
Música	7,2%
Hobbies/ Passatempos	7%
Científicos	6,2%
Amorosos/ Sentimentais	5,8%
Culturais	4,8%
Acontecimentos/ Actualidade	4,5%
Cinema	4,2%
Jogos	4,2%
Desportivos	3,9%
Sexo	3,1%
Políticos	2,5%
Filosóficos	2,5%
Trocar/ Vender/ Comprar	2,3%
Económicos	1,5%
Televisão	1,3%
Assuntos de Família	1%
Religiosos	0,9%
Bairrismo/ Nacionalismo	0,7%
Fenómenos Paranormais	0,6%
Teatro	0,4%
Vida das Figuras Públicas	0,2%
Outros temas	1,9%
Total	100%

Fonte: Inquérito Online Ciberfaces

Fig. 8 - Tempo despendido diariamente em listas e grupos de conversação

	Nenhum	< 15 m	15 a 29m	30m a 59 m	1h a 2 horas	2h a 4 horas	Mais 4 horas	Total
Grupos de Chat (IRC)	35,4%	15,7%	9,1%	6,3%	16,4%	12,6%	4,4%	100%
Newsgroups	38,5%	30,3%	16,7%	9,4%	4,2%	0,2%	0,7%	100%
Mailing lists	43%	31,6%	14,5%	7,8%	2,1%	-	1%	100%
Talkers (moo/mud)	81,7%	10,5%	1,2%	1,5%	2,4%	1,7%	1%	100%
Outras listas ou grupos	29,1%	8,9%	16,5%	11,4%	19%	7,6%	7,6%	100%

Fonte: Inquérito Online Ciberfaces

Fig. 9 - Frequência da participação em listas e grupos de conversação

	Nunca	<1 vez mês	1 a 2 vezes mês	1 a 2 vezes quinzena	1 a 2 vezes semana	Todos dias	Total
Colocar mensagens Newsgroups	42,8%	29,2%	11,6%	5,2%	9,2%	2%	100%
Colocar mensagens Mailing-lists	49,9%	17,2%	11,1%	5,6%	9,6%	6,6%	100%
Ligar-se a canal conversação (IRC)	27,5%	10%	6,2%	4,5%	15,8%	35,9%	100%
Ligar-se a local de encontro (Talkers)	76,5%	8,4%	2,3%	1,8%	2,9%	8,1%	100%

Fonte: Inquérito Online Ciberfaces

Fig. 10 - Opinião sobre finalidades das listas e grupos de Conversação

Encontro entre amigos	11,9%
Procura e troca de informações úteis	9,2%
Conhecimento de pessoas novas	8,9%
Conversas casuais	8,8%
Conversas estimulantes e interessantes	8,4%
Procura de amizades virtuais	7,7%
Encontro entre pessoas de diversas culturas	6,8%
Diversão e procura de companhia	6,2%
Procura de amizades na Internet para a vida real	5,4%
Conversa sobre problemas profissionais	4,8%
Conversa sobre problemas pessoais	4%
Dizer e fazer coisas que nunca faria noutra local	3,8%
Procurar namorados, na Internet, para a vida real	3,3%
Simular uma identidade diferente da verdadeira	3%
Encontro de namorados virtuais	2,8%
Fazer negócios informais (comprar/vender/trocar)	2,2%
Cibersexo	1,6%
Saber pormenores da vida pessoal de cada um	0,6%
Outras finalidades	0,6%
Total	100%

Fonte: Inquérito Online Ciberfaces

Os grupos de discussão são uma forma de comunidade virtual, que deu origem a uma parte de cibercultura – a cultura própria das redes informáticas como a Internet. Como qualquer grupo constituído, os grupos de discussão têm a sua própria dinâmica e podem ser regulados. Esta regulação pode ser feita pelo mesmo ou por um moderador que lê todas as mensagens antes de as enviar ao restante grupo. O *chat* é uma variante dos grupos de discussão no qual os participantes dialogam em tempo real. Só as pessoas conectadas num determinado momento recebem as mensagens que são enviadas e que rapidamente aparecem no monitor. É interessante constatar que as pessoas que utilizam as comunicações electrónicas, se dão depressa conta da necessidade, de pelo menos de

vez em quando, compensar a comunicação electrónica por meio de outras formas de comunicação, apenas como objectivo de terem algumas referências físicas concretas e de passarem alguns tempo juntos. É importante criar uma relação interpessoal.

De facto, o computador e a Internet constroem um outro lugar onde podemos estar. Oldenburg (1997:xvii) defendeu o conceito de “terceiro lugar” (após o lar e o local de trabalho), enquanto espaços informais de encontro público. A taberna italiana ou o pub inglês são lugares servindo uma comunidade. Neles, encontram-se pessoas com interesses semelhantes, mas também diferentes, impulsionando as pessoas para diversas formas de associação. Tal como uma esplanada de um café, as pessoas sentem-se bem aí. A socialização promove-se nesses lugares.

Pegando na ideia do terceiro lugar, de ligação íntima entre conversas informais próprias das comunidades reais, Rheingold (1996:341) estabeleceu um paralelismo com as conferências informáticas. O lar desdobrou-se em dois: o das relações físicas entre o agregado familiar e o da comunidade virtual disponível ao ligar o computador pessoal instalado em casa. Os indivíduos e os grupos buscam alternativas associativas, que Rheingold considera estarem a reconstituírem-se nas redes virtuais. A Internet ilustra um novo tipo de terceiro lugar, virtual e sem ponto físico e temporal de referência.

Ciberespaço e Cibercultura

Levy (1998) define ciberespaço e cibercultura da seguinte maneira: por ciberespaço entende que é um novo meio de comunicação que surgiu da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura mundial da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo "cibercultura", especifica o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. É precisamente neste ciberespaço que se criam comunidades virtuais, componentes da cibercultura. Formam-se a partir de interesses comuns entre pessoas e organizações e têm várias formas de expressão, dentre as quais se vulgarizaram as salas de *chat*.

As redes telemáticas, nas quais se inclui a Internet, mais do que um meio de comunicação, afiguram-se um espaço de sociabilidade, no interior do qual se desenvolvem práticas sociais, culturalmente determinadas e relativamente autónomas.

A virtualidade, via de regra, é associada a uma "não-realidade", concepção que não é das mais adequadas para se pensar o Ciberespaço. Vários pensadores argumentam que o virtual não se opõe ao real, mas sim que o complementa e transforma, ao subverter as limitações espaço-temporais que este apresenta. Desta forma, o virtual não é o oposto do real, mas sim uma esfera singular da própria realidade, onde as categorias de espaço e tempo estão submetidas a um regime diferenciado. Esta forma de conceber o virtual (o «real virtual») é fundamental para se tratar de uma das dicotomias problemáticas dentro do campo da Cibercultura - a oposição entre o *on-line* e o *off-line*.

A partir destas considerações, o termo "Ciberespaço" pode ser definido como o *locus* virtual criado pela conjunção das diferentes tecnologias de telecomunicação e telemática, em especial, mas não exclusivamente, as suportadas por computador. Contudo, a Internet, não é a única instância de Comunicação Mediada por Computador (CMC), e por extensão, de suporte ao Ciberespaço.

O Ciberespaço, assim definido, configura-se como um *locus* de extrema complexidade e difícil compreensão. A sua heterogeneidade é notória quando se percebe o grande número de ambientes de sociabilidade existentes, no interior dos quais se estabelecem as mais diversas e variadas formas de interação, tanto entre Homens, quanto entre Homens e máquinas e, inclusive, entre máquinas.

Assim, o conceito de Cibercultura abarca o conjunto de fenómenos sócio-culturais que ocorrem no interior deste espaço ou que estão a ele relacionados. Escobar (1994), percorrendo um caminho inverso chega ao Ciberespaço através da noção de Cibercultura. Segundo afirma, engloba uma série de manifestações contemporâneas, não apenas as relacionadas com as CMC's, mas também as referentes ao relacionamento do homem com a tecnologia e, em especial, a biotecnologia acrescentando a noção de tecno-socialidade.

“O ciberespaço (...) recria de forma espectacular esse eterno mito do reino autêntico da liberdade onde todos imaterialmente (virtualmente) podem estar com todos. O ciberespaço é bem a reencarnação de um outro messianismo redentor, uma “utopia” a caracter, como lhe chama Phillipe Breton, e que eu designaria de enorme ideologia para ocupar o anunciado fim de todas as ideologias” (Cardoso, 1998:x).

Em qualquer caso, a compreensão do Ciberespaço pressupõe que este não seja observado como um objecto no sentido estrito do termo, mas sim como um espaço frequentado por *personas* que constituem localidades e territorialidades. MacKinnon (1995) utiliza o conceito de *persona*, para designar as identidades construídas pelas pessoas no interior do ciberespaço.

Os defensores da cultura do ciberespaço exponenciam a rede enquanto meio descentralizado de comunicação que ultrapassa fronteiras nacionais.

Por ser electrónica, a rede virtual parece democrática. Não há muitas referências ao conflito, deixando transparecer a partilha igualitária (Wolton, 1999:159; McKay, 1997:293).

Por outro lado, uma das críticas que tem sido formulada prende-se com a promoção do “não-lugar” – do espaço virtual – não eliminar o lugar físico onde estamos. Ora, o sítio físico ainda mantém o lugar central na nossa sociedade, onde há inclusivé a desorientação.

Quando Gibson utilizou o termo ciberespaço, em *Neuromancer*, descreveu-o como uma alucinação consensual. Destinava-se, como ele disse mais tarde, a sugerir “o ponto em que os media se juntam e nos rodeiam. É a mais requintada extensão da exclusão da vida diária. Com o ciberespaço, como eu o descrevo, as pessoas podem literalmente embrulhar-se nos media e não terem que ver o que realmente se passa à sua volta” (Wolley, 1997: 161).

Na retórica dos adeptos da realidade virtual, este “não-espaço” não era simplesmente um espaço matemático, nem uma metáfora ficcional, mas uma nova fronteira muito real, que foi aberta à exploração e, ultimamente, à estabilização. “O ciberespaço (...). É actualmente habitado quase exclusivamente por montanheses desesperados e vigilantes, uma espécie de bando de duros”, disse Barlow (s/d).

Na aurora de era espacial, o ciberespaço está a tornar-se a nova fronteira final (“the final frontier”, Espaço 1999 [filme]).

O que é então o ciberespaço? São utilizadas muitas expressões para significar o mesmo: cibéria, espaço virtual, mundos virtuais, espaço de informação, campo digital, campo electrónico, esfera de informação. Como se poderia imaginar que uma palavra que Gibson utilizou no seu livro, seria em tão poucos anos a palavra mais ouvida?

Uma outra interpretação do ciberespaço diz respeito ao aniquilamento do espaço, “como electricamente contraído, o globo não é mais que uma aldeia” (McLuhan, 1964: 5).

Para Poster (1990), o tempo e o espaço deixaram de restringir a troca de informações. Assim, a aldeia global de McLuhan é tecnicamente possível.

No ciberespaço criam-se novas comunidades – as comunidades virtuais -, em que participam pessoas de todo mundo, mas que não necessitam necessariamente de ter um contacto físico ou íntimo (Turkle, 1999:287-288). As pessoas experimentam e partilham experiências com formas variadas de comunicação e de modos de representação. Se uma comunidade real emprega códigos não-verbais para acompanhar as expressões verbais – numa mistura de gestos, vestuário, etiqueta, expressões ou sotaques, produzindo sentimentos, atitudes e comportamentos -, os participantes na rede virtual recriam ambientes e aceitam regras não escritas nem visualizadas, facilitando o contacto entre pessoas que normalmente não o fazem, por timidez, distância geográfica ou qualquer outra forma de inibição.

À frente dos nossos olhos, formas de uma nova cultura, que se pretende ou se presume planetária, sucedem-se com uma amplitude que transforma, a ritmos constantemente acelerados, as maneiras de trocar informação.

A cibercultura já foi definida como o “resultado da multiplicação da massa pela velocidade”, expressão do superar uma longa fase de recepção meramente (ou essencialmente) passiva, de informação, trocada por um universo de experiências de comunicação imediatas, interactivas e bastante pessoais (Kerkhove, 1997).

A cibercultura amplia-se sem parar – “a rede das redes” – um número infinito de interacções aproxima o volume crescente e extremamente diversificado de pessoas reunidas nessa imensa teia.

A cibercultura adensa-se sempre – corresponde habitualmente a um enorme complexo de experiências de comunicação que têm lugar em diferentes segmentos de um tempo que tende a ser único e de um espaço que por ser virtual não deixa de ser tocado pelos sentidos. De facto, dentro de uma qualquer forma de comunicação em linha, verifica-se como acontece noutros instrumentos interacções, engenharias de construção social, práticas de natureza política, atitudes filosóficas, religiosas ou sexuais, experiências institucionais ou de grupo, constantemente produzidas ou reproduzidas. A cibercultura desenvolve-se, desta maneira, como uma outra forma de uma “sociedade real”, na qual se reeditam, ainda que sem o suporte físico a que nos habituamos, os tipos humanos (o sábio e o idiota, o fanfarrão e o idealista, etc) e os espaços tradicionais de sociabilidade (a praça, o centro comercial, etc) que se conhecem do universo material. A multiplicação das mensagens potencia a complexidade destes tipos e destes espaços.

A cibercultura flui em movimento perpétuo. A comunicação por via informática transforma-se nesta viragem de milénio a uma velocidade e cadência quase delirantes. Cresce e diversifica-se, adquire novos instrumentos e aperfeiçoa aqueles já existentes, cria novas necessidades ou amplia as estabelecidas, multiplica expectativas e respostas, emissores e destinatários, públicos e actores, sem paragem nem descanso.

Uma variedade de meios foi possibilitando diversas maneiras de comunicar em rede, de tal modo, que se criam formas renovadas de relacionamento multi-direccional com um conjunto enorme de interlocutores.

Alguns desses instrumentos revelaram-se pouco atractivos por um intercâmbio criterioso de saberes (por exemplo, o IRC). O IRC possibilita a troca, em tempo real, de mensagens em regra pouco elaboradas, com a informação a circular de forma errática, sem critérios de aferição de veracidade ou de responsabilidade de autoria.

Wolton (2000) manifesta uma desconfiança profunda pelas NT e TIC. Começa por focar o facto de que uma verdadeira revolução só existe quando há um encontro entre uma inovação técnica e as mutações culturais e sociais nos modelos de comunicação. Terá de existir uma interacção permanente entre as dimensões de natureza social e de natureza cultural e técnica.

De acordo com o Inquérito Online Ciberfaces (1999), a maioria dos inquiridos (93,8%) foram de opinião que a tecnologia é útil para o bem estar pessoal e social; contudo, 61,8 % parecem confiar que as próximas gerações terão um futuro melhor.

Fig. 11 - Opiniões sobre aspectos sociais, culturais e políticos

	Concordam	Nem concordam nem discordam	Discordam	Total
As próximas gerações vão ter um futuro melhor	61,8%	19,6%	18,6%	100%
A tecnologia é útil para o bem estar pessoal e social	93,8%	3,8%	2,4%	100%
Confio na iniciativa privada e no mercado livre	76,1%	11%	12,8%	100%
Não receio as novas formas de emprego	82,5%	9,1%	8,4%	100%
A crença em deus é importante na minha vida	37,6%	17,6%	44,8%	100%
Tenho confiança nas instituições políticas e nos políticos	19,4%	18,2%	62,4%	100%
O Estado deve garantir e fazer respeitar os direitos das minorias	91,9%	5,5%	2,5%	100%
O objectivo da ac tividade económica deve ser garantir o máximo lucro	45,4%	9,2%	45,3%	100%
A homossexualidade deve ser respeitada	79,9%	12,7%	7,5%	100%
A educação deve promover o respeito pela ordem, tradição, disciplina	64,8%	8,0%	27,2%	100%
O consumo de "drogas leves" deve ser despenalizado	52,4%	14,3%	33,3%	100%

Fonte: Inquérito Online Ciberfaces

Diz o autor (Wolton:2000) que as novas técnicas nunca serão suficientes para mudar a sociedade, isto é, para modificar o modelo de organização social e o modelo cultural de comunicação.

É a ideia de uma nova fronteira, de um novo mundo, representado pelo ciberespaço sobrepondo-se às portagens materiais que os poderes existentes nesse mundo real foram construindo.

Contudo a questão coloca-se a este nível – saber se são as próprias máquinas que dão forma a essa cultura ou se são os humanos que atribuem um sentido a alguma coisa que se passa no intangível mas presente universo digital. Na comunicação entre os indivíduos, que é processada através dos computadores, o corpo humano não se encontra fisicamente ali – não há um rosto evidente, multiplicam-se as siglas, os endereços, os comandos, os pseudónimos, fantasia-se por vezes a realidade – mas isso nada é que não contenha a marca da intervenção humana que aqui simplesmente encontra novas máscaras.

Um dos aspectos desta tendência costuma sobrevalorizar as capacidades de percepção do real que apenas são possíveis por interferência cibernética. A emergência do reino virtual advém dessa noção de que existe algo que, não podendo ser tocado, sentido, e não sendo de uma natureza espiritual ou mágica, de facto, ou potencialmente, existe.

No ciberespaço, a realidade com a qual nos confrontamos é a de um espaço cuja essência própria é a de divulgação e a da comunicação. Quando algum participa no IRC está, com efeito, a participar num mundo onde os próprios interfaces têm como objectivo primário a criação de espaços públicos. Se pretendermos actuar num espaço privado, a iniciativa de partir do próprio utilizador, isto é, temos de concretizar uma opção e alterar a situação de partida.

Será que podemos dizer que o ciberespaço é um espaço público por definição?

Teremos, pois, de concordar que, pelo menos, existe a necessidade sentida por parte dos intervenientes nos processos de interacção social de diferenciar espaço público de privado. A existência de espaço público e privado no ciberespaço deve ser entendida como um facto adquirido.

Será isto o ciberespaço? Existirá realmente alguma espécie de espaço, algum género de domínio independentemente criado pela interligação dos sistemas de informação do mundo? Será um espaço metafórico ou real?

Os utilizadores de computadores estavam directamente ligados a este crescimento das telecomunicações. A experiência da utilização dos diversos serviços electrónicos reforçou poderosamente a imaginação colectiva dos utilizadores dos computadores, mostrando-lhes um outro mundo, um mundo em que grande parte das suas

relações sociais podia ter lugar, e de onde viria grande parte da informação que lhe era oferecida.

Enquanto que o filme é usado para mostrar a realidade às audiências, o ciberespaço é utilizado para lhes dar um corpo virtual e um papel a todos os que se encontram na assistência. O ciberespaço permite que a audiência crie uma narrativa para si própria.

A realidade existe na linguagem, na história, na cultura, em todas as contingências da acção humana e de criatividade, na própria essência do ser de Hamlet, em “palavras, palavras, palavras”.

A realidade deixou o mundo físico e mudou-se para o mundo virtual.

Rheingold (1991:386) escreveu “estamos no limiar de ter o poder de criar qualquer experiência que desejemos”. Há quem argumente que os computadores são teatro. Com efeito, a tecnologia interactiva, tal como o drama fornece uma plataforma para representar realidades coerentes. Quer uns quer outros exprimem um ponto de vista muito paradigmático de que a realidade é um artefacto cultural e o computador é um meio de o enriquecer, dando a mais pessoas um maior controlo sobre a sua construção. Toda a realidade é uma construção de linguagem.

O termo cibernsiedade refere-se colectivamente às novas formas de interacção social e a sistemas sociais complexos, como as comunidades virtuais, que têm vindo a emergir em escalada crescente com o uso das tecnologias de CMC.

Em suma, se partimos do conceito de cultura como conjunto de ideias, conhecimentos, usos e costumes de um Homem ou de um colectivo e se lhe juntarmos o prefixo ciber, encontraremos a cultura com os avanços tecnológicos e a convivência do Homem com a tecnologia. Em consequência, podemos definir a cibercultura como um conjunto de ideias, conhecimentos, usos e costumes da sociedade com os avanços das Novas Tecnologias.

Quanto ao ciberespaço, afigura-se-nos que o termo empregue pela primeira vez por Gibson, com duas acepções:

- Como lugar onde se acede ao nos conectarmos a uma rede de computadores, da qual a Internet é o maior expoente actual de ciberespaço;
- Como conceito virtual do espaço como um grafismo de uma imagem tridimensional, será um espaço de realidade virtual.

Capítulo 2 - Ciberantropologia

As redes e serviços telemáticos, de que se falou no capítulo anterior, geram novos espaços de encontro, novos espaços antropológicos. Há que questionar em que medida esses novos espaços representacionais (re)criam as identidades e as práticas culturais.

Assim, afigura-se-nos, um espaço antropológico alternativo.

Diz Rheingold (1996:43): «Talvez o ciberespaço seja um dos lugares públicos informais onde possamos reconstruir os aspectos comunitários perdidos quando a mercearia da esquina se transforma em hipermercado. Ou talvez o ciberespaço seja precisamente o lugar *errado* onde procurar o renascimento da comunicação, oferecendo, não um instrumento para o convívio, mas um simulacro sem vida das emoções reais e do verdadeiro compromisso perante os outros. Seja qual for o caso, precisamos de descobri-lo o mais rapidamente possível».

O trabalho do antropólogo junto das comunidades que formam parte do próprio sistema de vida tem vantagens e inconvenientes. Se, por um lado, tem a vantagem de se conhecer o objecto de estudo, por outro, tem o inconveniente de se estar demasiado próximo do mesmo.

A pergunta que se coloca é: como, a partir da antropologia, se podem interpretar as actividades que permitiam a um ser humano passar a ter uma identidade, seja ela qual for. E, em que condições, e como os reconheceríamos como tal. Parece-nos fundamental tentar interpretar como os seres humanos se reconhecem uns aos outros, como tal.

Quais estratégias que utilizamos para conviver? Sendo todos sujeitos da mesma espécie, recriamos continuamente identidades. E, além do mais, parece que o objectivo implícito do viver humano é fazer que se *distingam* essas diferenças. A identidade dos seres humanos constrói-se e re-constrói-se.

Recriar identidades em cada cultura e estabelecer sistemas de vida onde convivem diferentes culturas é uma actividade fundamental, inevitável e dinâmica. Inventamos novas linguagens e transformamo-las continuamente. Neste jogo estamos todos comprometidos. Somos obrigados a falar e a propor.

O objecto de estudo da antropologia foi desde sempre as diferentes culturas e sistemas de vida em que elas convivem. Isto é, a forma como o(s) indivíduo(s) se organiza(m) e recria(m) o viver partilhado.

Olhando para e descobrindo os outros como humanos, mas diferentes na sua maneira de viver, na sua cultura, é o motor importante para o desenvolvimento do pensamento antropológico, através do que se denomina de alteridade - o outro. O pensamento antropológico teve origem na necessidade das sociedades em gerar idéias para controlar tudo o tipo de situações e dificuldades que elas mesmas criaram. Em consequência, parece óbvio afirmar que o pensamento antropológico resultou a partir do próprio sistema de vida e para si.

Entende-se que nas sociedades com pensamento antropológico fazemos uso da diferença sócio-cultural para recriar o que se denomina por «nossa realidade». Trata-se facilitar o convívio de diferentes culturas na mesma sociedade.

Nas sociedades convivem diferentes indivíduos, que se organizam entre si através das categorias e diferenças de status. Instalando nessas diferenças uma lógica de oposições, correlações, exclusões, compatibilidades e incompatibilidades para alcançar em definitivo o objectivo de sobreviver. É essa lógica em si mesma que dá sentido à pretensão de sobreviver; isto é, apresenta-se aos actores como o único caminho viável – neste jogo de diferenças. As diferenças e hierarquias de status são criadas, inventadas e desnecessárias antes deste processo. Contudo imprescindíveis para a sua sobrevivência como sistema de vida – se as encararmos como um comportamento e uma necessidade de idealizar estratégias para alcançar esse objectivo.

Cada caso, cada sistema de vida que se concretiza numa *civitas* é particular. Pensou-se num método que para sobreviver não depende de quem o representa, mas que existe como estratégia para alcançar um objectivo comum. Os sistemas de convivência entre culturas diferentes são produto de elaborações particulares de cada sociedade ou comunidade. É arbitrário que uma ou outra cultura seja dominante.

É evidente que os seres humanos nascem incompletos. Os novos sujeitos vêm-se obrigados a apreender e participar nas leis sócio-culturais que estão instaladas na sua sociedade. Necessitam assim de aprender o código de linguagem e os comportamentos que nela estão implícitos. Cada uma das normas de comportamento, regras que se espera de uma mãe, pai, familiares, amigos e comunidade ou rede de relações, formam parte no processo de adesão do novo sujeito.

A oportunidade de observar actividades em que participam, abertamente, tal diversidade de protagonistas é para a antropologia a sua meta e razão de existir.

Desde a existência de vida humana sobre a terra, que o Homem vive fascinado pela comunicação com o seu semelhante. As cidades são locais de encontro e centros de onde se projectam novas associações e convivências.

Hoje temos ao nosso dispor meios de comunicação rápidos e eficazes. Por via telefónica, televisiva, cabo, digital movimentamo-nos e comunicamos de muitas maneiras e variadas formas.

Os seres humanos elaboraram culturas diferentes. Em lugares geograficamente distantes, com particularidades e meios naturais muito diversos. Contudo, a elaboração de tão variadas culturas está relacionada com os contactos que estas mantiveram e mantêm entre si. Levy-Strauss (1986) concluiu que essa elaboração da diversidade cultural não resulta do isolamento dos grupos ou sociedades. Surge sim, das relações que as unem.

Internet, correio electrónico, auto-estradas de informação, cartões de crédito, redes de satélites... As TIC invadem a nossa vida quotidiana.

Com as TIC abrem novas perspectivas, novos debates e novas perguntas. Será que a mudança provocada pelas novas tecnologias é tão profunda como a introduzida pela escrita e pela imprensa? Que impactos tiveram e continuam a ter estas técnicas no ser humano? Estas novas formas de informar e comunicar provocarão transformações na sociedade e na cultura? Que consequências terão na maneira de vivermos juntos, nas relações humanas, nos laços sociais entre os homens? Como formará o homem a sua maneira de sentir, de pensar, de representar o mundo e de viver nele, a partir do mundo da imagem e do virtual? Poderemos alguma vez saber como chegará a ser o homem e a sociedade com as novas tecnologias? Devemos temer esta revolução tecnológica, mantendo-nos à margem ou pelo contrário devemos dar crédito a quem nos promete a sociedade da comunicação?

A Internet é um dos objectos de estudo da antropologia. O seu poder de comunicação e a influência que pode provocar nos usos e costumes de cada sociedade abre um completo panorama que ainda está por explorar. A Internet – como elemento resultante da revolução da informação – tem impacto cada vez maior nos hábitos culturais.

Com efeito, podemos observar a existência de uma mudança sucessiva e cada vez mais acelerada de hábitos de vida, costumes, rotinas, relações e tudo aquilo susceptível de entrar no conceito de cultura.

Toda gente fala da Internet. Está presente na nossa vida quotidiana. Além do mais, caracteriza-se por ser um meio comum que multiplica o nosso círculo relacional, desenvolve as nossas ideias e opiniões ao ponto de provocar uma aceleração nas

mudanças a todos os níveis, não só tecnológicos mas também culturais. Este fenómeno, que pode ser etiquetado de mudança permanente obriga quase todos os estudiosos do tema a entrar na necessidade de se aventurarem em predicções para que as suas teses não se tornem obsoletas.

Fig. 12: A Internet como tecnologia social

	Processadores de informação	Seres Sociais
Unidade	Indivíduo	Grupo
Local	Auto-estrada	Ponto de encontro
Comportamentos	Navegar e surfar	Conversar e discutir
Consequências	Conhecimento individual	Afinação e socialização
Instrumentos	telnet/Ftp/gopher/www	Mailing-list/e-mail/newsgroups/IRC/talkers
Políticas	propriedade informação/custo de acesso	Suporte aos grupos/custo de pertença

Fonte: Sproul e Faraj (1995), in Cardoso (1998:26)

A Internet é um meio, um instrumento de trabalho. Facilita o nosso trabalho, pondo-nos em contacto com outros colegas que desenvolvem o seu campo de estudo na mesma área; é uma fonte idónea para obter informação ou dados na investigação, por escrito, como por exemplo, num *chat*. Um outro aspecto é que a Internet é um objecto de estudo para a nossa ciência. A análise do comportamento das comunidades virtuais nas redes sociais é um exemplo disso mesmo (Wellman, 1996), ou ainda a influência da Internet nas culturas tradicionais (Uimonen,s/d).

Desde há alguns anos que o termo ciberantropologia se vem fixando na nossa linguagem.

A Internet é um extraordinário dinamizador das relações comunicativas. Mais, a Internet provoca a todos os níveis uma normalização de metodologias e formas, não de conteúdos. Um exemplo típico são os *smileys* ou *emoticons* utilizados nos *chats*, ou ainda, o uso da língua inglesa nos acrónimos.

No entanto, é importante ressaltar de novo que ainda que utilizemos a mesma linguagem e o mesmo meio, não implica necessariamente que o conteúdo, pensamentos e mensagem (recebidos e emitidos) também o devam ser.

Considerado um espaço frequentado por *personas*, a observação antropológica volta-se para a compreensão das peculiaridades dos grupos que se constituem no seu interior. A análise poderá ser conduzida a dois níveis: interno e externo.

O interno considera o Ciberespaço como um "nível" de realidade substancialmente específico e diverso dos restantes, dentro do qual se desenvolvem

fenómenos peculiares, que devem ser abordados com um referencial teórico adequadamente desenvolvido ou adaptado.

O externo considera-o como mais um aspecto da cultura contemporânea estando nela inserido e confrontando a reflexão antropológica com o mesmo tipo de problemas.

Assim, a abordagem externa efectua a Antropologia *do* Ciberespaço considerando-a como mais um aspecto de outras realidades, enquanto que a abordagem interna tenta estabelecer uma Antropologia *no* Ciberespaço, uma *Ciberantropologia*.

De qualquer modo, a pesquisa etnográfica em ambientes de sociabilidade virtual poderá contribuir para o enriquecimento da reflexão sobre as sociedades complexas, visto que o Ciberespaço pode ser compreendido como uma das esferas constituintes da mesma. O Ciberespaço oferece um cenário, se não equivalente, pelo menos bastante semelhante ao das sociedades complexas, de cuja reflexão, no campo da Antropologia, já resultou um referencial teórico bastante desenvolvido. Ao debruçar-se sobre as cidades e sobre o mundo ocidental, a Antropologia apercebeu-se de um impasse: como estranhar um "outro" que está aparentemente tão próximo?

Para Levy (1994), o espaço da rede suporta uma realidade social, constituída por um conjunto de actividades coordenadas e construída por diversos interlocutores dispersos pelo espaço físico. Ou seja, caracteriza-se pela multiplicidade dos sujeitos envolvidos, pela coordenação que existe entre eles e, sobretudo, pela convergência de actividades no sentido de alcançar um sentido comum.

Para que um sistema possa ser usado como ferramenta de comunicação, no ciberespaço, deve:

- ser de fácil acesso;
- ser fácil de utilizar;
- ser capaz de filtrar e seleccionar informação relevante;
- permitir o processamento de informação em tempo real (*on-line*).

Vive-se a Era Digital, marcada pela revolução tecnológica que está a mudar as formas de pensamento, os costumes e os hábitos. A evolução das redes e a utilização cada vez maior da CMC, no dia-a-dia, está a fazer com que a sociedade re-adeque os hábitos dos indivíduos tendo em conta, por um lado, a expansão quantitativa da informação, e por outro, a distribuição da mesma. Caminha-se para o que hoje se chama de *sociedade de informação* ou *auto-estradas da informação*. A está em vias de se tornar um fenómeno de massas, uma vez que toda a economia, cultura, saber, etc. passam por

um processo de negociação, distorção, apropriação do ciberespaço - nova dimensão espaço-temporal – (Lemos, s/d).

Na perspectiva da Antropologia, a dimensão simbólica da cultura é concebida como capaz de integrar todos os aspectos da prática social. Os antropólogos tenderam sempre a conceber os padrões culturais não como um molde que produziria condutas estritamente idênticas, mas antes como regras de um jogo, isto é, uma estrutura que permite atribuir significado a certas acções e em função da qual se jogam infinitas partidas (Durhan, cit. in Fleury, 1987).

No estudo de uma cultura, existem três perspectivas a ter em atenção:

- Cognitivista – a cultura é definida como um sistema de conhecimento e crenças compartilhados; é importante determinar quais as regras existentes numa determinada cultura e como os seus membros vêem o mundo;
- Estruturalista – a cultura constitui-se de signos e símbolos. É convencional, arbitrária e estruturada, constitutiva da acção social sendo, portanto, indissociável desta;
- Simbólica – define cultura como um sistema de símbolos e significados partilhados que necessita de ser decifrado e interpretado; as pessoas procuram decifrar a organização, tendo em vista adequar o próprio comportamento.

Para além da perspectiva de análise, a cultura de uma comunidade pode ser apreendida a vários níveis:

- A nível dos artefactos visíveis - ambiente, arquitectura, padrões de comportamento visíveis, por exemplo -;
- A nível dos valores que ditam o comportamento das pessoas - valores que regem o comportamento das pessoas, por vezes, idealizações ou racionalizações -;
- A nível dos pressupostos inconscientes - aquilo que os membros do grupo percebem, pensam e sentem -.

Para criar e manter a cultura, a rede de concepções, normas e valores têm de ser afirmados e comunicados aos membros da comunidade de uma forma tangível, tal como são as formas culturais, ou seja, os ritos, rituais, mitos, histórias, gestos e artefactos.

O rito, em especial, configura-se como uma categoria analítica privilegiada para desvendar a cultura de uma comunidade. As pessoas expressam os símbolos rituais através de diversos fenómenos - gestos, linguagem, comportamentos ritualizados, que podem ser classificados em diversas taxonomias, por exemplo:

- Ritos de passagem;
- Ritos de degradação;
- Ritos de confirmação;
- Ritos de reprodução;
- Ritos para redução de conflitos;
- Ritos de integração.

Assim, os ritos são facilmente identificáveis, porém de difícil interpretação.

As comunidades virtuais são agregações sociais que emergem da Rede quando existe um número suficiente de pessoas, em discussões suficientemente longas, com suficientes emoções humanas, para formar teias de relações pessoais em ambientes virtuais, alterando de algum modo o EU dos que nele participam (Rheingold, 1994).

A existência de uma comunidade virtual depende de três factores: computador, linha telefónica (ou cabo) e software.

A tradicional comunicação em suporte papel e fala natural, há muito foi mediada pela electrónica: primeiro através do telex, telefone e fax; mais recentemente através do *e-mail* ou mesmo através do *chat*, que permitem a comunicação simultânea e dialogante *on-line*.

O termo comunidade virtual sugere aparentemente uma comunidade que só existe no ciberespaço. De qualquer modo, implica uma nova forma de ligação que passa a existir no meio de, ou entre, comunidades no espaço geossocial real, ligando-as e estendendo-as, trazendo mesmo comunidades reais para o seu contacto. Nesse sentido, a Net representa uma analogia do mundo, ou seja, é um lugar onde se constrói um espaço topográfico (*interface*), com lugares (*sites*) e os caminhos (*path*) que irão ser percorridos, até se chegar ao destino.

Ribeiro (s/d) defende que na internet os utilizadores quando interagem, criam um mundo paralelo, *on-line*, transportando-se para outros locais.

Real ou virtual, não há dúvida que os utilizadores interagem no ciberespaço. Mais do que informações e mensagens, circulam na Net actos de linguagem que colocam em jogo a interacção, a negociação entre actores sociais (Aranha, s/d).

Os discursos no ciberespaço sugerem que se pode caminhar para fora do EU numa extensão tal que pode mesmo recriar-se do EU, conferindo-lhe uma identidade virtual, em que o ciberespaço constitui a metáfora da pessoa – o utilizador é levado a reinscrever a sua identidade, que pouco tem a ver com a sua voz, aparência física ou mesmo personalidade.

É a essa construção de identidade do EU que antes se deu o nome de *persona*. A *persona* que aparece no ciberespaço é, potencialmente, muito mais do que um mero reflexo do EU real.

O conceito de sociabilidade ampliou-se ao permitir que os mais tímidos, que mal ousam sair de casa, se relacionem com desconhecidos, quantas vezes através de personalidades fictícias criadas para o efeito, através de uma ciberexistência. Ao constituir-se como espaço de sociabilidade, o ciberespaço gera novas formas de relações sociais, com códigos por vezes conhecidos, mas adaptados ao espaço e tempo virtuais e às possibilidades de construção de novas identidades. Cabe à Antropologia o estudo desses códigos, no sentido de identificar as representações sociais que transmitem.

Para além disso, há também a questão da oralidade. Verifica-se um retorno à oralidade, uma vez que o modo como a comunicação se processa na Internet (ex. nas salas de *Chat*), escrevendo como se fala, está muito próximo dessa mesma oralidade, embora pertencente ao domínio da escrita. Contudo, a Internet vai muito mais além da mera oralidade, combinando texto, sons e imagens.

Por essa razão, a internet está a mudar a comunicação humana. Nela encontramos verdadeiros pontos de encontro *on-line*, que têm contribuído para a formação de comunidades virtuais.

Em suma, ao criar um meio de circulação de informações, a rede possibilitou uma multiplicidade de formas de comunicação e de criação de sociabilidades através do CMC. Criou-se um novo espaço, virtual, a que se deu o nome de ciberespaço. Nele materializam-se relações sociais e valores, que vulgarmente se chama de cibercultura.

A cibercultura tem possibilitado mudanças nas relações do homem com a tecnologia e entre si, gerando novas formas de sociabilidade. Estas novas formas de sociabilidade estão condicionadas pelo aparecimento de novas identidades sociais.

Os utilizadores do *chat* mantêm um senso de comunidade e linguagem partilhada. Reconhecem o seu universo simbólico particular que os caracteriza e os une, apresentam um senso de respeito pelas convenções do grupo, de responsabilidade pelo *chat*, e os que não o respeitam são marginalizados.

A Internet desenvolve novas possibilidades de comunicação, expressão cultural e de sociabilidade.

Estas novas formas de sociabilidade podem ser enquadradas no quadro de uma Ciberantropologia.

O objectivo da Ciberantropologia será o estudo das novas formas de sociabilidade que são estabelecidas na Internet através de outros elementos de identidade que não a voz, a aparência física ou a escrita, destacando outros códigos e relações sociais experimentados pelos utilizadores desse espaço e a sua relação com os interfaces.

A Internet é simultaneamente real e virtual (representacional), informação e contexto de interacção, espaço (*site*) e tempo, mas que altera as próprias coordenadas espacio-temporais a que estamos habituados, compactando-as, ou seja, o espaço e o tempo na rede existem na medida em que são construção social partilhada. Esta construção é estruturada pelos laços e valores socio-políticos, estéticos e éticos que tipificam este novo espaço antropológico.

Este novo espaço com áreas de privacidade – um novo mundo virtual ou mundo mediatizado – é um suporte aos processos cognitivos, sociais e afectivos, os quais efectuam a transmutação da rede de tecnologia electrónica e telecomunicações em espaço social povoado por seres que (re)constroem as suas identidades e os seus laços sociais nesse novo contexto comunicacional. Geram uma teia de novas sociabilidades que suscitam novos valores. Estes novos valores, por sua vez, reforçam as novas sociabilidades. Esta dialéctica é geradora de novas práticas culturais.

As sociedades contêm em si mesmas as suas próprias interpretações (Geertz,1997).

Geertz (1988) propõe que a cultura se compreende melhor não como esquemas concretos de comportamento complexos – costumes, usos, tradições, hábitos – tal como tem vindo a acontecer, mas sim como uma série de mecanismos de controlo – planos, receitas, fórmulas, regras, instruções («programas») – que gerem o comportamento.

Augé (1995) aborda o tema da relação entre o que entende com espaços reais e quem os utiliza. Diz que os lugares são definidos sempre como lugares de identidade. E acrescenta: como lugar e não-lugar designamos respectivamente os espaços reais e a relação que mantêm com quem os utiliza. Para ele o lugar simboliza a relação de cada um dos seus ocupantes consigo mesmo e com a sua história comum. Define um não-lugar como aquele com o qual ninguém se identifica. São convivências e sistemas construídos

com um método ao qual ninguém pertence. Os não-lugares estão habitados pela multiplicidade de culturas que se entrecruzam e assumem essa diversidade.

A multiplicação dos não-lugares é característica do mundo contemporâneo. Auto-estradas, vias aéreas, supermercados, telefones, fax, televisão, redes de cabo, crescem-se por todo o lado: espaços em que os indivíduos co-existem ou co-habitam sem viver juntos, seja na condição de consumidor ou de passageiro solitário implica uma relação contratual com a sociedade. São espaços que mostram características, segundo o autor, de sobre-modernidade. Deve-se sublinhar que esses não-lugares estão impregnados de sentido antropológico.

Para Augé (1995), se é difícil criar lugares ainda é mais difícil definir vínculos. A geração de códigos de comunicação comuns no planeta, entre países que convivem com um mesmo método, supõe seguramente projectos partilhados. Num certo nível, os participantes dos não-lugares estabelecem comunicação – constatável ou não – entre si. Trata-se, no fundo, de relacionar habilmente espaço-identidade-mundo contemporâneo.

Augé (1995) apresenta um conceito de tempo que assenta na constatação de que todos os homens podem considerar-se contemporâneos. Este é um tempo de sobre-modernidade – corresponde a uma aceleração da história, a um encolhimento do espaço e a uma individualização das referências.

Os contactos, as relações entre as diversas culturas obviamente que as mediatizam. Parece evidente que a diversidade cultural é consequência do meio e está mediatizada pelo meio, isto é, a natureza em que vivem os actores.

As relações internas entre os actores ficam mediatizadas nesse jogo de diferenças. Além disso, reproduzem-se repetidamente essas categorias (através da linguagem, rituais, etc.) ao admitir novos actores.

De qualquer modo, para que se relacionem culturas diferentes é suposto que as culturas, as identidades colectivas, se tenham gerado e criado.

Parece óbvio que vivemos num mundo de constantes contactos culturais. A lógica que cada indivíduo elabora de cada cultura supõe uma maneira particular de apreender e definir a realidade.

Falar de «aldeia global» é referenciar o macro-sistema de vida compartilhada que implica a interconexão entre todas as culturas.

Idealizamos e organizamos actividades para conviver, sob a condição de seres eminentemente simbólicos, provoca-nos grande distanciamento entre o que apercebemos como realidade e o lugar de onde esse real assenta para se construir.

Trata-se de um novo tipo de organização socio-técnica que facilita a mobilidade no e do conhecimento, as trocas de saberes, a construção colectiva do sentido, em que a identidade sofre uma expansão do eu baseada na diluição da corporeidade, ou seja, o que se perde em corpo ganha-se em rapidez e capacidade de disseminar o eu no espaço-tempo. Assiste-se, assim, a uma aceleração do metabolismo social. Geram-se as chamadas comunidades virtuais.

Capítulo 3 - Comunidades

É importante compreender como é que os grupos usam, adaptam e re-interpretam as tecnologias, em geral, e as da Informação e Comunicação, em particular. Estas terão de ser compreendidas numa dualidade, tanto em relação às outras tecnologias, como também em relação ao contexto social, no momento da sua criação e utilização.

A cultura, no sentido das tradições e representações partilhadas de uma sociedade, tem um efeito profundo no desenho, adopção e uso de um sistema computacional.

É evidente para todos que existe uma influência recíproca entre tecnologia e sociedade, que muitas vezes é caracterizada como uma co-evolução ou adaptação mútua.

A sociedade não é monolítica. Pelo contrário, representa um mosaico, um diálogo e, por vezes, uma sintonia dos vários grupos, instituições e interesses, reunidos em comunidades.

Mas, como se constroi uma comunidade? Será uma comunidade virtual diferente de outros grupos ou associações de uma comunidade real? É necessário compreender o que é uma comunidade e o que acontece quando esta está *on-line*.

O que é comunidade?

Comunidade é 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.

Uma comunidade terá de apresentar as seguintes características (Ávila, 1975):

- uma certa continuidade espacial, que permita contactos directos entre os seus membros;
- a consciência da existência de interesses comuns, que permitem aos seus membros atingirem objectivos que não seriam alcançados individualmente;
- a participação numa obra, que sendo a realização desses objectivos é também uma força de coesão interna da comunidade.

Embora o conceito de comunidade seja antigo tendo em vista o mundo físico, os académicos andam contudo ainda em busca de uma definição de comunidade consensual.

O primeiro a teorizar sobre o conceito foi Tönnies (1887), fazendo uma distinção entre *Gemeinschaft* (comunidade) e *Gesellschaft* (sociedade). A primeira tem a ver com as relações que se estabelecem a nível familiar, de amigos, resultantes de um conhecimento partilhado de linguagem e costumes. A segunda tem a ver com as relações superficiais e transitórias, baseadas em interesses individuais.

Mais recentemente, o dicionário Webster define comunidade como um corpo unificado de indivíduos.

De acordo com alguns escritores, a palavra é originária do latim "*Communis*" que quer dizer comum. *Communis*, pode por sua vez originar as seguintes combinações de palavras:

- *Cum* (junto) + *munus* (bens ou serviços). Aqui a palavra significa pôr em comum bens ou serviços.
- *Cum* (junto) + *unus* (um). Aqui podemos interpretá-la com o sentido de unidade ou uno.

A primeira interpretação de comunidade faz da reciprocidade um importante requisito e assume que as pessoas são racionais e capazes de escolher as comunidades baseadas na reciprocidade das relações que cada um tem para oferecer.

A segunda interpretação relaciona a comunidade com comunicação e ambas as palavras são usadas em contextos em que o ênfase é reunir as pessoas.

Os sociólogos têm um conceito diferente de comunidade, que sendo um conceito construído socialmente, está muitas vezes impregnado de juízos de valor.

Effrat (1974) identificou três grandes concepções de comunidade no mundo ocidental:

- Comunidade como instituição de solidariedade – esferas da sociedade que promovem a solidariedade e são potenciais integradores na sociedade (p.e.:a família);
- Comunidade como interação – relaciona a natureza da interação entre pessoas e relacionamentos - normalmente são as relações de ordem primária ou informal;
- Comunidade como institucionalmente diferenciador de grupos – esta noção de comunidade envolve um grupo de pessoas que partilham um número de instituições tendo por base a sua pertença a uma categoria social.

De acordo com Taylor (1982), os atributos que são possuídos por todas as comunidades são os seguinte:

- Crenças e valores comuns;

- Relações directas e indirectas entre os membros;
- Reciprocidade.

O advento das Novas Tecnologias da Comunicação modificou a maneira como as pessoas olham para a comunidade.

Desde logo, sem chegar a afirmar que a Internet traça uma representação das redes sociais tradicionais, não podemos negar o paralelismo que existe entre as duas. Mais, seria uma autêntica tentação afirmar que a rede Internet nos mostra, ainda que de forma muito acelerada e visível, os fluxos e estruturas da rede real.

Em muitos aspectos, a revolução das telecomunicações provocou apenas uma mudança quantitativa não qualitativa, dentro da estrutura dos sistemas de comunicação social.

O debate sobre a criação de comunidades virtuais e a sua possível comparação com outro tipo de redes reais, ou tradicionais, não pode limitar-se a afirmar que existe um reflexo directo entre ambos os tipos de redes, como se funcionassem de forma paralela. Em muitos casos, isto pode estar certo. Por exemplo, um grupo de amigos que em determinado momento começa a comunicar-se via e-mail. À medida que se escrevem, o conteúdo, e o tipo de mensagens, terá sempre uma determinada analogia com a relação “real” que já existia anteriormente.

Mas o resultado poderá ser mais complexo, já que se gera um conjunto de relações que dependem de outro tipo de redes. Isto é, a análise social deve passar necessariamente pelo estudo da interacção de um tipo de rede com as outras.

O rápido crescimento da Internet só nos fez acelerar o nosso planeamento na construção da dita rede das redes. O estudo da Internet não pode realizar-se de forma isolada, mas sim integrado no conjunto das outras redes de tipo social. O *chat* ou IRC é a forma de comunicar em tempo real na Internet. Através de um *chat* obtemos informação imediata e transcrita sobre o tempo de conversação ou de resposta, sem ter em conta a distância entre duas pessoas ou em grupos.

É fácil pensar que as comunidades *off-line* (reais) e *on-line* (virtuais) são diferentes, logo impossível de estabelecer uma comparação. Mas, qual o fundamento? A distância geográfica? A ausência de linguagem corporal? Os meios de comunicação disponíveis? Será que comunicar em bits e bytes não tem o mesmo efeito imediato da comunicação em presença?

Os meios ao dispor das comunidades *on-line* podem ser diferentes, contudo a forma de comunicar será basicamente a mesma. As comunidades virtuais necessitam de

confiança, de identidade, de zonas de lazer, tal como em qualquer comunidade real. A única diferença reside no espaço de encontro dos indivíduos. Aqui, ao contrário das comunidades reais, é permitido que no mesmo contexto comuniquem muitos-com-muitos.

Comunidades Virtuais

O Ciberespaço é um tipo especial de lugar social construído tecnologicamente onde a interacção humana, a comunicação e o comércio podem ter lugar através de computadores interligados via linhas telefónicas e redes de bases de dados. Estes computadores permitem a comunicação um-para-um, muitos-para-um, e ainda muitos-para-muitos. Isto levou a que muitos cientistas sugerissem que a CMC pudesse acolher a formação de comunidades virtuais – uma nova forma de comunidades da vida real.

O conceito de comunidade virtual, tal como as comunidades físicas, é um tanto amorfo. Vários investigadores avançaram com conceitos sobre as comunidades virtuais. Por exemplo, Rheingold (1993) é de opinião que as comunidades virtuais são agregações sociais que emergem da Net, quando os indivíduos em número suficiente levam a cabo discussões, com sentimento, e formam redes de relações pessoais no ciberespaço. As comunidades virtuais são comunidades “incorporporeas” poderosas construídas com base no interesse, não com base na geografia nem em fronteiras (Bugliarello, 1997).

As Comunidades Virtuais são relações sociais formadas no ciberespaço através de repetidos contactos dentro de um limite ou lugar específico (p. e.: uma sala de *chat*), que é simbolicamente delimitado pelo tópico de interesse. Não há relação previsível entre CMC e CV – a primeira não conduz necessariamente à segunda.

Comunidades Virtuais versus Comunidades Reais (Físicas)

A estrutura, operação e composição das comunidades Virtuais diferem do mundo real de uma certa maneira, ao nível da interacção. Smith (1995) apontou cinco interacções características das comunidades virtuais que não existem na comunicação do mundo físico:

- Aespacial – a interacção virtual não está circunscrita aos limites territoriais e geográficos das interacções individuais;
- Assíncrona – à excepção das salas de *chat*, no domínio do virtual a comunicação normalmente não é em tempo real;
- Acorpórea – em ambiente virtual, a comunicação tende a ser com base no texto. Apenas o que se escreve é “trocado” havendo uma ausência de pistas não verbais como os gestos, o modo como nos vestimos, a postura, a linguagem corporal, as expressões faciais (que normalmente acompanham o discurso no mundo físico). É certo que as comunidades virtuais desenvolveram os seus próprios substitutos para expressar emoções e gestos físicos, através do teclado. Nas comunidades físicas, por outro lado, à excepção das conversas telefónicas, é necessário uma interacção face-a-face e uma co-presença dos interlocutores.
- Aestigmática – Uma vez que as comunidades virtuais são normalmente baseadas em texto e acorpóreas, não há lugar para o estigma.
- Anónima – Devido às quatro características anteriores, as comunidades virtuais são mais anónimas do que as reais.

Contudo, nas comunidades reais a qualidade de membro, nem sempre é intencional. Por vezes, as pessoas fazem parte de uma comunidade, simplesmente porque vivem naquele bairro, ou trabalham naquela empresa. Contudo, a qualidade de membro numa comunidade virtual é normalmente intencional, uma vez que as pessoas escolhem a comunidade da qual querem fazer parte. O aspecto intencional das comunidades virtuais coloca a estrutura destas muito frágil, uma vez que as pessoas podem deixar de fazer parte sem grande esforço.

Contudo, há alguns aspectos em que as comunidades virtuais podem ser similares às comunidades físicas. Ambas se caracterizam pela comunicação e relações construídas entre os indivíduos. Os membros solidarizam-se, há um sentido de pertença e de apoio social. Basicamente, as pessoas desempenham as mesmas actividades quer no mundo real quer no mundo físico – discutem, protestam, lutam, reconciliam-se, fazem amigos, divertem-se (Rheingold, 1993).

As transformações conduzem às diferenças na operação, estrutura e composição das CV, mas estas comunidades *on-line* são muito semelhantes *em espírito* às comunidades físicas. Uma comunidade virtual assemelha-se muito profundamente a um “terceiro espaço” na vida real – um encontro social como um bar ou um café.

Tal como diz Smith (1995), as CV, apesar das suas diferenças com as comunidades na vida real, são comunidades e a virtualidade está apenas na natureza do *media*. Chega mesmo a comparar as CV com a correspondência do séc. XIX. Contudo a velocidade de interacção muito mais veloz e talvez por isso haja um maior dinamismo.

Postman (1994:12) refere o inegável facto de que todas as tecnologias e qualquer que seja a inovação tecnológica, não terem um efeito unívoco, sendo qualquer tecnologia, quer um fardo, quer uma benção. Postman (1994:19), continuando a analisar o impacto das tecnologias na nossa sociedade, cultura e natureza, escreve: «...as novas tecnologias mudam o que conhecemos como "conhecimento" e "verdade"; elas alteram aqueles hábitos de pensamento profundamente enraizados que dão a uma cultura o sentido daquilo que o mundo é - do que é a ordem natural das coisas, do que é inevitável, do que é real» .

Para alguns investigadores, as tecnologias informáticas, mais especificamente a Internet e as comunidades virtuais, estão a desvirtuar as pessoas e a cultura que as "gerou". Esta visão de uma cultura estanque e de um "tipo" de pessoa passiva, não reflexiva, no meu entender parece-me ser uma prova evidente de que a visão tecnofóbica das novas realidades tecnológicas que estão a surgir, no lugar de nos ajudarem a apreendê-las, mistificam, demonizam e dramatizam as novas realidades sociais e culturais possibilitadas pelas novas tecnologias.

A imagem comum entre os tecnofóbicos sobre a Internet como uma tecnologia de comunicação é que ela é invasora. No entanto, como escreve Kerckhove (1997:91) : «A Net não é invasora, é-o ainda menos do que o telefone, porque não chama as pessoas, as pessoas é que a chamam». Na minha opinião não existe nada no ciberespaço que não tenha sido "colocado lá", é o elemento humano que constrói o ciberespaço e é a interacção entre pessoas que constrói a cibercultura. As novas tecnologias, vistas como um meio, onde quer o uso do meio, quer o conteúdo dele, depende das pessoas e não da tecnologia em si, inviabiliza o argumento de que estas novas tecnologias são "demoníacas" e que destruirão o nosso tecido social e cultural. Pelo contrário, é exactamente esse tecido social e cultural que as constrói, configura e viabiliza.

O que esta afirmação significa, é que sempre que uma nova tecnologia aparece, destronando uma sua antecessora, esta nova tecnologia encerra em si e na sua utilização, necessariamente, uma nova e inovadora cosmovisão. As tecnologias mudam as nossas vidas, a nossa cultura, e as nossas formas de pensar, no entanto, não acabam com nada disso, apenas nos propõem uma nova e diferente cosmovisão social e cultural

Comparação entre Comunidade Real (física) e Virtual

Os meios ao dispor das comunidades *on-line* podem ser diferentes, contudo a forma de comunicar será basicamente a mesma. As comunidades virtuais necessitam de confiança, de identidade, de zonas de lazer, tal como em qualquer comunidade real. A única diferença reside no espaço de encontro dos indivíduos. Aqui, ao contrário das comunidades reais, é permitido que no mesmo contexto comuniquem muitos-com-muitos.

Fig.13 – Comparação Comunidade Física/Comunidade Virtual

	Comunidade Física	Comunidade Virtual
Tipos	Podem ser identificadas umas variedades de tipos	Normalmente baseados em interesse
Mecanismos	Comunicação fac e-a-face Também pode ser a longa distância (telefone)	Comunicação não face-a-face mas virtual - chat, e-mail, etc
Características / Atributos	Barreiras geográficas e de tempo estão presentes Possibilidade de comunicação um-para-um ou um-para-muitos Utilização de riqueza de linguagem, voz, gestos, etc.	Não existem barreiras geográficas e nem de tempo Comunicação muitos-para-muitos também é possível Baseada em texto
Perfil dos membros	Dependem da maneira como a comunidade é definida	Normalmente mais abastados financeiramente, de um nível educacional mais elevado, e com disponibilidade de tempo para despender na Internet
Tamanho	Normalmente pequeno	Pode ou não ser pequeno
Tempo exigido para a formação	Normalmente longo	Normalmente rápido

Fonte: Adaptado de Kotha e Wadhwa (1999)

Se atendermos ao método e ao tipo de comunicação podemos construir um cenário onde desde logo nos aparece a FALA, que sendo uma comunicação de tipo síncrona, necessita de certa proximidade física sendo perfeita para contextos de um-para-um ou poucos-para-poucos; depois a ESCRITA, frequentemente assíncrona, e assim um tipo de comunicação um-para-um ou um-para-muitos; o TELEFONE, de tipo síncrona, é uma comunicação de um-para-um, que não necessita de proximidade geográfica; os MEIOS DE COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL E RADIOFÓNICA, de tipo síncrono e uma comunicação de um-para-muitos; finalmente, a INTERNET, que pode ser de tipo síncrona ou assíncrona, e que tem a vantagem de ser uma comunicação de muitos-para-muitos.

Fig. 14 – Comparação quanto aos métodos e tipos de Comunicação

Método	Tipo	A favor e Contra
Fala	Síncrona	Necessidade de proximidade física Perfeita para contextos de um-para-um ou poucos-para-poucos
Escrita	Frequentemente assíncrona	Comunicação um-para-um ou um-para-muitos
Telefone	Síncrona	Não necessita de proximidade geográfica Comunicação um-para-um
Meios de Comunicação Audiovisual e Radiofónica	Síncrona	Comunicação um-para-muitos
Internet	Síncrona ou assíncrona	Comunicação muitos-para-muitos

Fonte: Adaptado de Typaldos, C. (2000), RealCommunities.com

Comunidades Virtuais – vantagens e desvantagens

- É possível ter relacionamentos entre pessoas sem ter um atenção a distância geográfica;
- Têm um lugar seguro de encontro. Permitem que os seus membros experimentem e explorem novas identidades e personalidades, conduzindo a uma interacção muito mais desinibida que no mundo real. Embora possivelmente nunca se venham a conhecer pessoalmente, é possível desenvolver uma relação de verdadeira amizade.
- A desvantagem é que os membros não podem ser identificados os responsabilizados pelas suas acções e palavras.

As comunidades virtuais desenvolveram alguns mecanismos para operarem e se manterem. É o caso dos e-mails, dos MUD's (Multiuser Dimensions), BBS (Bulletin Board Systems) e dos canais de *Chat*. Estes são canais baseados em texto que permitem aos seus membros comunicar em tempo real, de forma síncrona, enviando linhas de mensagem. Podem escolher o canal ou canais que gostariam de participar baseados nos seus gostos e afinidades.

Dicotomia Comunidade Real/Comunidade Virtual

O sistema antropossocial nasceu de uma inquietação e duma interrogação sobre o Homem e o seu lugar na história, na natureza e na comunidade, considerando que a compreensão do indivíduo só é possível tendo em conta a posição central que este ocupa no cruzamento de vários sistemas.

Na rede de relações sociais podem-se enumerar cinco dimensões:

- A dimensão pessoal (um indivíduo em particular)
- A dimensão interpessoal (quando existe um encontro de indivíduos)
- A dimensão grupal (grupos, famílias, comunidade)
- A dimensão organizacional (burocratização do mundo e da vida)
- A dimensão institucional-societária (análise da produção e reprodução das relações sociais dominantes).

O sistema antropossocial intervém principalmente a nível das três primeiras dimensões. Parte da hipótese de que cada indivíduo é portador da cultura ou da sub-cultura à qual pertence e de que é representante. As estruturas culturais (conjunto de representações, de valores, de hábitos, de regras sociais, de códigos simbólicos, de comportamentos) interiorizados pelo indivíduo podem ser elementos explicativos de comportamentos pessoais e sociais.

Então, quais os princípios em que se baseiam as comunidades?

Typaldos (2000) apresenta doze: as comunidades, para que possam ser consideradas como tal, terão de ter um objectivo, uma identidade, terá de existir comunicação, confiança, reputação, uma evidente formação de grupos, fronteiras, governo, troca ou comércio, expressão e história.

Por objectivo entende-se um interesse partilhado ou comum. Porque é que se está aqui? O que é que se pretende alcançar? Porque é que os indivíduos se juntam, com uma certa regularidade e contribuem de uma forma ou de outra?

Identidade é saber quem é quem. Como em qualquer comunidade queremos saber com quem estamos a comunicar. Contudo, como as comunidades virtuais se baseiam em texto, faltam as pistas sensoriais tradicionais. É impossível olhar para o indivíduo e ver a sua linguagem corporal. É impossível ouvir a sinceridade – ou a falta dela – na sua voz. É impossível observar como a pessoa interage com os outros elementos do grupo. Uma vez que ninguém é obrigado a revelar o nome pelo qual é conhecido ou o seu

endereço no mundo real (*off-line*), adopta uma identidade consistente e reconhecível em ambiente virtual. Muitas vezes, é com base em comportamentos do indivíduo que se vai construindo a sua identidade.

A comunicação é uma forma de partilhar informação ou ideias. Como é que interagimos com os outros membros do grupo? Quais as ferramentas, os meios que utilizamos para partilhar ideias e conversar? Sem comunicação é impossível a existência de uma comunidade seja ela real ou virtual.

Por confiança entende-se «saber com quem se está e em quem confiar». Será que podem contar comigo tanto como eu posso contar com os outros? Quanto é que eu posso revelar sem que isso me cause qualquer desconforto? Uma comunidade não funciona sem confiança. A confiança advém da identidade e é a base da reputação.

A reputação é o reconhecer e o construir de um status baseado em acções.

Os grupos englobam e incentivam o relacionamento humano normalmente entre um número reduzido de indivíduos.

Qualquer comunidade existe num determinado ambiente - interacção em espaço partilhado apropriado para os objectivos – e tem delimitadas as suas fronteiras - saber quem pertence ou não, quem é residente ou quem está de visita.

A regulação e moderação do comportamento dos indivíduos de acordo com os princípios e os valores partilhados ou declarados nessa comunidade – governo - é essencial para a manutenção e sobrevivência dessa comunidade. Para além disso, a troca - sistema de troca de saberes, de serviços, de ideias, de apoio ou mesmo de bens -, a expressão - ter uma identidade linguística do grupo –, e a história - olhar para trás e sentir que houve uma evolução desde a sua criação – são elementos a ter em atenção em qualquer comunidade.

Fig. 15 – Pirâmide dos 12 princípios das Comunidades



Fonte: Adaptado de Typaldos, C. (2000), RealCommunities.com

Então se assim é, haverá alguma diferença entre as comunidades reais e as comunidades virtuais? Não serão as comunidades virtuais reais? O que será que as distingue? À partida, e desde logo, é a tecnologia e o meio envolvido: o computador e o acesso à Internet.

Passa-se a falar do ciberespaço. O ciberespaço relaciona-se com as teorias de comunidade se o entendermos como um espaço social emergente, tal como os subúrbios de uma cidade. É um espaço social alternativo onde há indivíduos que trabalham, jogam, compram, se encontram, falam, aprendem, etc., de uma determinada forma e em locais específicos. Pode-se, inclusivé, ser proprietário de espaço, pode-se ficar durante o tempo que se quiser ou puder, pode-se visitar uma cidade ou um amigo, e finalmente, também se pode ficar perdido e completamente desorientado. Mas, tal como no mundo real, podemos sempre voltar a casa ou ao ponto de partida.

Na verdade, poder-se-ia simular a situação estrutural de uma comunidade virtual *on-line*, sobretudo dos grupos que utilizam a comunicação mediada por computador (CMC), juntando numa sala escura um grupo de indivíduos desconhecidos uns dos outros, pedindo-lhes para comunicarem entre si escrevendo apenas bilhetes e afixando-os num quadro.

Porém, não esqueçamos que os indivíduos constroem as suas vidas em grupos pequenos: inicialmente na família, depois nos grupos de amigos, nos grupos de colegas de trabalho e outros. A natureza dos grupos pequenos está em dar corpo à comunicação face-a-face utilizando expressões faciais, gestos corporais, tom de voz, sotaque e ritmo, imprimindo-lhe uma riqueza comunicacional que dificilmente será reproduzida em contexto electrónico. Na verdade, o que parecia impossível de superar, não o é de todo, devido à capacidade inventiva e criadora do Homem. Assim, em contexto de CMC, nomeadamente nas salas de *Chat* quer através dos smilies quer através de outras formas gráficas, assiste-se a inúmeras maneiras de comunicar ao outro o nosso sotaque, o nosso tom de voz, expressão facial, ritmo, etc.

As comunidades virtuais não são comunidades de imaginação e de delírio, nem tão pouco os seus membros estão alienados da realidade social e cultural que os circunda. Existe um controlo social que se reflecte na comunicação, na relação de poder que se estabelecem entre os seus membros.

O tipo de ligação e de vivência que as comunidades virtuais possibilitam a todos os seus membros não significam necessariamente um completo afastamento, por parte dos membros das comunidades virtuais, das suas vidas e culturas locais. Muito pelo

contrário, segundo o argumento central da comunicação, esta vivência local, é tanto mais local quanto mais global for e vice versa. São as vivências locais que preenchem o ciberespaço e toda a cibercultura.

Em suma, temos que entender que existem várias perspectivas diferentes da realidade, resultantes da comunicação e não de reflexos de verdades eternas imutáveis ou objectivas (Watzlawick,1991:7). Como afirma o autor (1991:8), «...acreditar que a nossa própria perspectiva da realidade é a única realidade, é a mais perigosa das ilusões e torna-se ainda mais perigosa se estiver associada a um zelo missionário de iluminar o resto do mundo, quer o resto do mundo deseje ser iluminado ou não». A realidade que vivemos nas nossas vidas diárias, ausente de perturbações causadas pela emergência de novas tecnologias, não é única, inclusive, tenho muitas dúvidas se este tipo de realidade ainda existe, pois a tecnologia e as suas constantes inovações, estão nos nossos dias, presentes em todas as sociedades. O ciberespaço, a cibercultura e as comunidades virtuais, são outras realidades possíveis neste mundo de flutuantes inovações e renovações do que existe.

Importa desdramatizar o ciberespaço, a cibercultura e a comunidade virtual, não são coisas "fora deste mundo", fazem parte deste mundo, desta sociedade e da sua reformulação, reorganização e reestruturação conceptual. A Internet, o ciberespaço, a cibercultura e a comunidade virtual, não possibilitam a vivência num mundo diferente e bem mais perfeito que o mundo "real" em que vivemos.

Razões para a emergência das Comunidades Virtuais

Nos últimos anos, a Internet, e particularmente a WWW (World Wide Web), tornou o local mais povoado, devido ao elevado número de computadores a acederem. Quando um grupo visita regularmente um determinado lugar, acaba por interagir e começa a encetar relações interpessoais e a criar laços de amizade. Um grupo como este pode ser chamado de comunidade de acordo com as definições dadas anteriormente. As comunidades virtuais formam-se neste processo quando as pessoas querem preencher necessidades específicas online, que podem ser de comunicação, informação, divertimento ou mesmo de transacções.

Com a expansão das comunicações em rede, uma nova sociedade está emergindo ao lado da sociedade real. Trata-se da sociedade virtual. O seu território é o

ciberespaço e o seu tempo, é o tempo virtual. Trate-se de um fenómeno novo, cujas características são escassamente conhecidas, uma vez que esta sociedade está em plena mudança. É uma sociedade que no poderia existir à margem da sociedade real, que é o seu suporte material. Mas, ainda que partilhe com ela um conjunto de coisas, tem as suas próprias especificidades.

Têm-se multiplicado, também, os ensaios e as teses académicas dedicadas à análise da sociedade virtual. Os seus temas são variados e vão desde o estudo etnográfico das comunidades virtuais até às novas identidades sociais que vão emergindo no mundo virtual, e a forma como se estudam velhos temas como a dinâmica social real na sociedade virtual.

Existe uma rica e complexa dialéctica entre a sociedade real e a sociedade virtual, cujas características só recentemente se começaram a estudar. Uma influencia a outra e vice-versa. À medida que um maior número de pessoas se vai incorporando nas redes, e através delas a diferentes níveis da sociedade virtual, o peso relativo de ambas vai-se modificando e com ele se altera também a lógica das suas interacções.

A sociedade real e a virtual compartilham um conjunto de características comuns, mas também têm grandes diferenças. Por um lado, praticamente todas as contradições sociais da sociedade real encontram-se também na sociedade virtual, mas a forma com que estas se apresentam adquire em alguns casos contornos próprios e em certas oportunidades adopta uma lógica abertamente contraditória com mundo social real. Tal coisa sucede, por exemplo, nas relações entre colectividades sociais e as nações. Enquanto que na sociedade real moderna as nações são um referente decisivo, na sociedade virtual estas não têm uma significativa importância. O ciberespaço não tem fronteiras e é planetário por natureza. A malha das relações sociais estabelecidas no ciberespaço pode ter um papel muito importante nas comunidades reais.

Ainda que a sociedade virtual seja inatingível virtual, a sua rede que está formada por bits de informação que circula, nas redes e que em si não têm um átomo de materialidade, que têm reflexo muito concretos na dinâmica da sociedade real. Daí que desperte ao mesmo tempo um sentimento de apreensão, mas também de esperança, de entusiasmo e de desconfiança. As identidades da sociedade virtual não excluem as da sociedade real, mas sem dúvida redefinem profundamente a própria forma como se constroem todas as identidades. O ciberespaço provoca profundas mudanças na percepção de questões tão elementares como são as noções de tempo e de espaço.

A Internet como rede social

Poder-se-ia realizar uma aproximação à rede por diversos campos, se bem que se mencione apenas aspectos de conhecimento, que do nosso ponto de vista são os que de uma forma mais viável nos podem ajudar a compreender a rede. Daí a tentativa de Análise de Redes.

Nos anos 50, Brown fazia a seguinte afirmação: «Os seres humanos estão ligados por uma complexa rede de relações que tem uma existência real. Uma relação social particular entre duas pessoas existe só com parte de uma ampla rede, na qual estão implicadas muitas outras pessoas e é esta rede que eu considero objecto da nossa investigação».

Se esta afirmação tivesse sido realizada no ano 2002 estaríamos a um passo de afirmar que o autor está a falar da Internet. A Internet encaixa quase na perfeição no modelo de rede social que se utiliza para desenvolver a teoria de redes sociais.

A Internet tem sido objecto de estudo por vários investigadores de redes, estudos esses centrados nos seguintes temas:

1. Internet como veículo de globalização – o desenvolvimento da Internet implicará uma nova era de relações humanas, ou por outro lado, representará uma ameaça à comunidade e aos padrões culturais tradicionais?

2. Desde o ponto de vista da metodologia – existe paralelismo entre a rede internet e as redes formadas na vida real?

Para a compreensão deste estudo é necessário analisar a rede através dos seus próprios componentes, ou seja, os nós (ligações) que formam a dita rede. Uma breve comparação sobre os tipos de nós sociais que englobam a Internet e as redes tradicionais podem ser úteis para a compreensão destes aspectos.

A rede estrutura-se através de laços. Laço ou nó é um ponto de intercepção entre os interlocutores de uma comunicação.

Martinez e Figueroa (2000) propõem estabelecer uma classificação de laços sociais na Internet, apresentando o seguinte quadro:

Fig. 16 - Comparação Rede Virtual/Rede Real

	DEFINIÇÃO	EXEMPLO INTERNET (Rede virtual)	EXEMPLO REAL (Rede real)
1.Laço individual básico Emissor: individual Receptor: individual	Composto por cada uma das pessoas conectadas à rede. Comunicação em díades.	Pessoa individual, emitindo e recebendo por e-mail.	Pessoa individual emitindo e recebendo em conversação directa, através do telefone ou de correspondência.
2.Laço individual desenvolvido Emissor: individual Receptor: social, relativamente próximos	Desenvolvido a partir do anterior, mas para receptores relativamente próximos do agente (ego). A comunicação não é só em forma de díades.	Página pessoal, com informação para os membros relativamente próximos (amigos, familiares, etc)	Reunião familiar para ver um álbum fotográfico
3.Laço individual generalizado Emissor: individual Receptor: social, de carácter geral	É um laço individual que emite informação de interesse para o público em geral (embora a informação possa ser especializada)	Página onde um utilizador oferece fotografias pornográficas.	Uma conferência, num congresso.
4.Laço comum Emissor: social Receptor: social	O laço está formado por várias pessoas, que emitem e recebem simultaneamente mensagens.	Serviço de foruns, chats ou lista aberta de e-mail	Um boletim ou uma revista
4.1) Portal vertical	Conjunto de laços sociais especializados num tema e agrupados num nodo superior.	Um portal temático como «El Rincón del Antropólogo»	Um club desportivo, um centro comercial, um parque de atracções.
4.2) Portal horizontal	Conjunto de laços sociais dirigidos à generalidade, com total diversidade temática.	Una ciudad virtual como a Yahoo Geocities	Uma cidade

Fonte: Adaptado de Martínez & Figueroa (2000)

Tendo em atenção este paralelismo, será possível avaliar um estudo realizado na Internet? Desde logo, ainda que não se possa afirmar que a Internet é um símbolo das redes sociais tradicionais, não podemos negar em absoluto que a sua estrutura tem verdadeiras semelhanças. Mais, seria uma autêntica tentação afirmar que a rede reflecte, embora de uma forma mais acelerada e visível, os fluxos e estruturas de uma rede social.

A comparação entre redes reais e redes virtuais descrita anteriormente não pode levar a afirmar que existe uma ligação reflexiva directa entre ambos os tipos de redes, como se funcionassem de forma paralela. Sobretudo, devemos evitar cair em tentação de pensar que a Internet nos proporciona a imagem simbólica de redes sociais que se produzem no mundo real, se bem que em alguns casos poderá estar correcto. Na opinião de estes autores é o caso dos grupos de amigos que, quando se relacionam via Internet, o tipo de

mensagens que trocam e o tipo de relação desenvolvida terão, sem dúvida, uma analogia com a relação real que existia entre eles.

Porém o resultado poderá ser mais complexo, visto que se gera um conjunto de relações que dependem não só das redes reais como das redes virtuais. Isto é, a análise social deve passar necessariamente pelo estudo da interação de um tipo de redes com as outras. Não se trata de separar redes reais de redes virtuais, mas sim uni-las numa rede muito maior formada pelo conjunto das duas. Podemos afirmar que as relações sociais se constroem dentro do conjunto de uma rede de redes. Assim, estudar a Internet como um fenómeno isolado não faz qualquer sentido, mas sim integrada no conjunto de outras redes de tipo social.

Nos anos 50, Brown (cit. Barnes, *in* Mitchell (eds) 1969:217-218) afirmava: “os seres humanos estão ligados por uma complexa rede de relações que tem uma existência real. Uma relação social particular entre duas pessoas só existe como parte de uma ampla rede na qual estão implicadas muitas outras pessoas e é esta rede o que eu considero objecto da nossa investigação”.

Se essa afirmação tivesse sido feita neste ano, estaríamos a um passo de afirmar que o autor está a falar da Internet. A Internet encaixa quase na perfeição a aplicação do modelo tradicional de rede social.

Qual o paralelismo entre a rede da Internet e as redes formadas na vida real?

O desenvolvimento da Internet implicará uma nova era de relações humanas ou representará uma ameaça à comunidade e padrões culturais tradicionais?

Este estudo centrar-se-á no que Wellman (1997) denomina de RSSC (Redes Sociais Suportadas por Computador) particularmente numa sala de *Chat*. Segundo este, todas as RSSC geram companheirismo, suporte social, informação e sentimento de pertença.

Embora os estudos etnográficos realizados na Internet sejam escassos, é possível realizar um estrito paralelismo formal e estrutural das RSSC como outro tipo de redes, que poderemos chamar de tradicionais.

As salas de *Chat*

O conjunto de pessoas que se reúne e interage através de uma sala de *chat* experimenta circunstâncias idênticas às acima descritas, com uma diferença: o local é o ciberespaço.

Fernback e Thompson (s/d) definem comunidades virtuais como sendo aquelas em que as relações sociais que se estabelecem ocorrem no ciberespaço através de um contacto repetido num local específico, simbolicamente limitado por um tópico de interesse (por exemplo, uma sala de *chat*).

Rheingold (1994), por seu lado, define-as como agregações sociais que emergem na Internet quando um número de pessoas conduz discussões públicas por um tempo determinado, com suficiente emoção, e que forma teias de relações pessoais no ciberespaço.

Lemos (s/d), defende que o ciberespaço não é uma entidade puramente cibernética, e o interesse antropológico do ciberespaço reside justamente no vitalismo social, nomeadamente dos *chats*. Afirma que o ciberespaço não está desligado da realidade. É um espaço intermédio. Nele todos são actores, autores e agentes de interacção.

Uma vez que as salas de *chat* estão divididas por temas (#portugal; #porto; #30-40; etc), as comunidades virtuais, construídas à volta de interesses e não de proximidades físicas, sugerem a formação de «subúrbios virtuais». Os utilizados destes serviços ligam-se às salas de *Chat*, pelos títulos (assuntos) que lhes dizem alguma coisa. É nesse convívio que desenvolvem as suas *personas*, que desenvolvem um senso comunitário e que fazem ou desfazem amizades. Criam-se laços estruturais que unem os participantes.

As comunidades virtuais respondem às necessidades sociais das pessoas. E baseiam-se na proximidade intelectual e emocional (Rheingold, cit. in FernBack e Thompson, 1995).

Um problema que se coloca é o da natureza das relações *on-line*. Uma comunidade não é apenas constituída de interesses compartilhados e interacções cívicas humanas. Há também conflito e contradição.

Ao contrário das comunidades geográficas, as ciber-comunidades podem ser efêmeras. Um participante num canal de *chat* só faz parte da comunidade quando se ligar a ela. Assim, que deixa o canal, deixa também de pertencer àquela comunidade virtual.

Há também a questão do nome (*nick*): numa comunidade virtual um indivíduo pode simular que deixou de fazer parte da comunidade simplesmente mudando de nick, sem o comunicar a mudança. Virtualmente transformou-se noutra indivíduo, mas continua a fazer parte da mesma comunidade. Numa comunidade geográfica isto não seria possível de acontecer.

O *Chat* é um serviço síncrono através do qual dezenas de pessoas comunicam ao mesmo tempo, num ou em diversos canais, devidamente identificados. Através dele o indivíduo pode conversar simultaneamente com diversas pessoas e acompanhar a conversa de outros. Cada frase da conversa vem antecedida do nome do utilizador. Ao mesmo tempo vai-se recebendo informação sobre quem entra ou sai do canal. Existe também a possibilidade de conversar em privado com determinado utilizador.

Ao entrar uma sala de *chat* o utilizador é obrigado a escolher um nick (um apelido), pelo qual será identificado em todas as suas mensagens. A escolha do nick é fundamental, pois será como o seu «cartão de visita», a sua máscara. Através do nick, outro qualquer utilizador poderá identificar os interesses da pessoa com quem poderá manter uma conversa.

Na Internet existe sempre um grande número de salas de *chat*, cujos nomes e assuntos são muito diversos. Cada pessoa pode escolher a sala ou o assunto sobre que quer falar ou, então, criar a sua própria sala.

Fig. 17 - Janela principal do mIRC (comunicação pública)

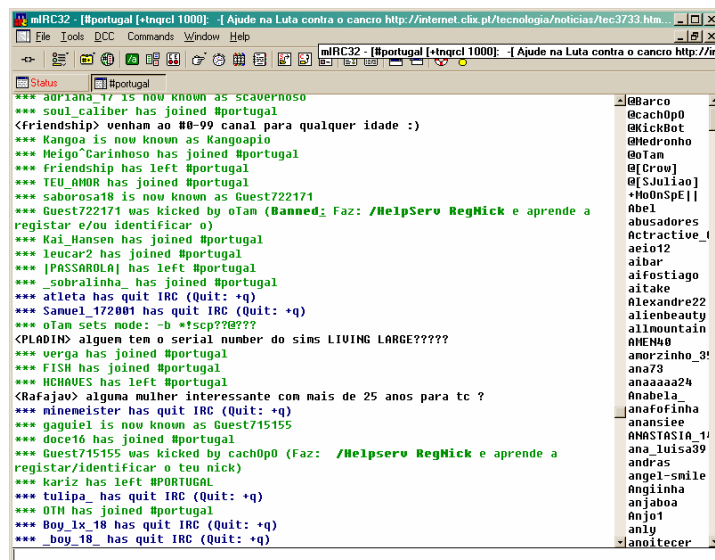
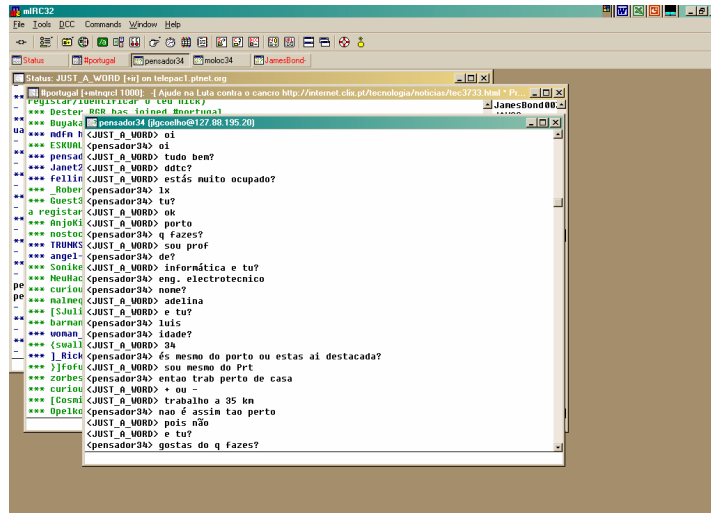


Fig. 18 - Exemplo de janela de comunicação privada



Os indivíduos que utilizam os canais IRC (*Internet Relay Chat*) apresentam determinados traços comuns: são normalmente pessoas com interesse pelo mesmo tema e com um nível sócio-económico equivalente. Porém, outros traços são bastantes heterogéneos, nomeadamente ao nível de culturas (diferentes países) quer ao nível cognitivo, pelo que existe um elevado grau de interajuda na superação de algumas dificuldades: língua, linguagem utilizada (acrónimos e «*emoticons*»), registo de nick, etc.

Fig. 19 - Exemplos de acrónimos

ACRÓNIMO	TRADUÇÃO EM PORTUGUÊS	ACRÓNIMO	TRADUÇÃO EM PORTUGUÊS
AFAICT	É o máximo que eu posso falar	GIGO	Lixo vem...lixo vai
AFAIK	Até aonde sei	ILY	Eu amo você
AIUI	Como eu percebi	IME	Na minha experiência
BBL	Voltarei mais tarde	OIC	Ah! Percebo
BRB	Volto em breve	OMG	Oh meu Deus!
F2F	Cara a cara	SITD	Continuo sem resposta
FAQ	Perguntas frequentes	MORF	Homem ou mulher?
B4	Antes	IR	Na realidade
AFK	Afastado do teclado	JAM	Espere um minuto
BTW	A propósito	TIF	Beijo na face
BSF	Falo sério pessoal	FYI	Para tua informação
RUOK	Estás bem?	FOC	Gratuito

Fig. 20 - Exemplos de emoticons

EMOTICONS	SIGNIFICADO	EMOTICONS	SIGNIFICADO
#-)	de deslumbramento	,-)	feliz e a piscar o olho
\$-)	acertou no totoloto	:-#	de boca fechada
%-\	de ressaca	:-{	de bigode
%-)	com muito tempo a olhar para o ecrã	:-)	de felicidade
{8-0	quem paga a conta	:------}	de um mentiroso
(:-)	careca	:)U	copo cheio
+:-)	padre	:->	com sarcasmo
,-}	de ironia a piscar o olho	:-]	de cabeça dura
:(de choro	:-~)	constipado
:-	de homem	:-7	sorriso charmoso
(:-(muito triste	:-C	muito infeliz
:-e	de desapontamento	:-O	de tagarela
:-Q	fumador	>-	feminino
@:	um gênio	<:-	de burrice
:-X	beijo babado	O:-)	de anjo
P-(pirata	B-)	à batman

Constata-se, contudo, que existem diferenças importantes entre a comunicação mediada por computador (CMC) e a convencional:

- falta de feedback regulador - os indivíduos comportam-se de maneira mais espontânea, mesmo com estranhos, já que não existem limitações contextuais como o aspecto físico ou o *status* social;
- apresentação anónima - qualquer indivíduo apresenta-se como quiser, criando uma nova identidade;
- fraqueza dramática – quase inexistência de informações não-verbais;
- desconhecimento do status social - completo desconhecimento de quem é o OUTRO, até que este o divulgue.

Quer a fraqueza dramática quer o desconhecimento do status social motivam a construção de um novo universo simbólico que, no caso dos canais de *Chat*, impulsiona a criação de novas culturas e comunidades.

É possível definir três pilares psicossociais da comunicação pessoa-pessoa através do ciberespaço (Riva & Galimberti, cit. in Cunha, s/d):

- 1) a realidade construída na rede;
- 2) a conversação virtual;
- 3) a construção da identidade.

O espaço das interacções sociais não pode ser descrito apenas em termos físicos. Os espaços construídos com base na realidade virtual caracterizam-se por níveis de simulação cada vez maiores: é a co-presença de discursos, mais do que a co-presença física de interlocutores que determina a construção das capacidades cognitivas e a performance.

Além disso, a realidade virtual é um espaço em que:

- cada interlocutor continua a poder influenciar a acção do(s) outro(s);
- os interlocutores continuam a poder regular a comunicação através de *feedback* de informação.

Por tudo isto, a Internet oferece um campo de liberdade para o indivíduo exprimir a sua identidade. No contexto do ciberespaço, o indivíduo pode decidir:

- interagir com os outros tal como é;
- seleccionar apenas aspectos particulares da sua identidade, e eventualmente acrescentar outros aspectos «inventados»;
- adoptar uma identidade completamente diferente da sua identidade real;
- optar por manter-se anónimo, como observador passivo e invisível.

A rede surge, então, como um espaço verdadeiramente democrático, em que todos têm igualdade de oportunidades, independentemente de questões de género, saúde, estatuto, etnia, etc.

A influência de uns sobre os outros está apenas limitada pela capacidade de comunicação, que depende não só da habilidade verbal, como também dos conhecimentos técnicos obtidos.

A própria metáfora espacial que se usa para caracterizar a Internet como um ciberespaço, remete para o facto de o próprio conceito de espacialidade ser modificado por este meio: as pessoas podem interagir durante dias, semanas ou anos (através do *chat*, por exemplo), independentemente das mudanças geográficas que tenham lugar. A comunidade está onde a pessoa estiver. É um excelente suporte, dentro daqueles que estão actualmente disponíveis, para manter o contacto social com pessoas distantes.

Em qualquer comunidade há regras de conduta, que variam de cultura para cultura. Também nas comunidades virtuais há regras de conduta, que surgiram de uma maneira espontânea, que deverão ser respeitadas. É o que vulgarmente se chama de Netiqueta.

Netiqueta é a forma aportuguesada do termo inglês "netiquette", que significa "etiqueta (bons modos) na Internet". A Netiqueta é um conjunto de regras não-oficiais, passadas de boca em boca e site em site que tenta estabelecer um padrão de comportamento considerável "desejável" pelos utilizadores e para os utilizadores. As regras da netiqueta visam tornar a Internet um lugar menos caótico e mais sadio, ensinando as pessoas que certas atitudes aparentemente inofensivas podem aborrecer, atrapalhar ou agredir outros usuários, devendo ser evitadas. O usuário que desrespeita a netiqueta, propositalmente ou não, prejudica também a si mesmo, porque é "deixado de lado" pelos outros utilizadores. A Netiqueta pode variar ligeiramente de acordo com o tipo de comunicação que está a ser utilizado (por exemplo: canais *chat*, grupos de discussão, e-mail). Alguns dos exemplos de netiqueta são: não falar palavrões, não fazer **flood**¹, não gritar, não fazer propaganda de qualquer espécie, entre outras coisas. Se alguém quebrar uma dessas regras, a pessoa é **kickada**² do canal, ou então pode ser **banida**³.

¹ Repetição seguida de mensagens em pouco espaço de tempo. O Flood atrapalha o andamento do canal. Repetir 3 vezes a mesma linha é considerado *flood* em alguns canais.

² Quando um dos operadores desconecta uma pessoa do canal.

³ Ser desconectado do canal e ser impedido de entrar nele por alguns minutos.

Capítulo 4 - As Relações Interpessoais – a importância da comunicação

À medida que o mundo se torna mais complexo, o trabalho da antropologia, tanto teórico como prático, torna-se mais exigente. Todos nós somos atraídos por interações sociais e fluxos de informação que transcendem os limites locais e nacionais. Schweizer (1997) introduz o conceito de grau de encaixe, que, do seu ponto de vista, é central para a perspectiva da análise de redes sociais.

Conceptualmente, o grau de encaixe apresenta dois aspectos. A aspecto Vertical relaciona através de vínculos hierárquicos os actores individuais e corporativos a nível local na sociedade, economia e política da qual fazem parte. O outro aspecto é o Horizontal, ou seja, a interpenetração de domínios sócio-culturais.

O reconhecimento do grau de encaixe global e a heterogeneidade cultural devem ser acompanhados de uma recolha de dados precisos e competentes, de uma análise de dados e relatórios.

A antropologia necessita de ser específica e estar fundamentada etnograficamente. Propõe a análise de redes sociais como uma aproximação importante ao estudo do grau de encaixe de casos etnográficos por duas razões: por um lado, as ferramentas de redes são muito específicas; por outro lado, os conceitos, procedimentos e hipóteses das análises de redes sociais têm um núcleo formal geral que facilita comparações produtivas através de casos.

A perspectiva de redes sociais inicia-se com actores individuais e observa os laços sociais, económicos, políticos e comunicativos com os outros actores.

Quando se fala de laços sociais, entende-se todo um conjunto de crenças culturais. Isto é importante para valorizar o significado de laços sociais e esquemas e regras de decisão que guiam a acção.

Grande parte do tempo da maioria das pessoas (75% do tempo, em média) é passado a relacionar-se com outras pessoas (Fachada, 2000a:12). Comunicar significa «pôr em comum», «entrar em relação com». Comunicar é, pois, trocar ideias, sentimentos e experiências entre pessoas que conhecem o significado daquilo que se diz e do que se faz. É um processo interactivo e pluri-dimensional.

A Internet não é só tecnologia, não é só informação, é sobretudo comunicação – pessoas falando umas com as outras, trocando e-mails, etc. A Internet é participação,

comunicação de massas bi-direccional e sem censura. A comunicação é a base, a fundação... A Internet é uma comunidade de comunicadores crónicos (Strangelove, 1994).

A emoção está presente no CMC. As pessoas conhecem-se via CMC todos os dias, trocam informação, debatem, discutem, cortejam, têm pena e apoiam-se. Estas relações podem variar desde as frias relações profissionais até ao escaldante *rendez-vous*.

Rheingold descreve pessoas numa comunidade virtual usando palavras num monitor para trocar piropos e discutir, manter um discurso intelectual, conduzir negócios, trocar conhecimentos, partilhar apoio emocional, fazer planos, *brainstorming*, coscuvilhar, provocar conflitos, apaixonar-se, procurar e perder amigos, jogar, flirtar, etc.

As pessoas trazer os seus problemas da vida real e as suas personalidades para a sua vida virtual e, por isso, a CMC inerentemente inclui todo o tipo de conteúdo emocional.

Mais, a CMC torna-se uma nova maneira das pessoas se «procurarem», uma maneira das relações interpessoais se construírem – pelos menos é o que Rheingold e outros postulam. Contudo, Kiesler e Stoll, acharam que a CMC pode ser inadequada para as pessoas partilharem as suas emoções, para não falar no desenvolvimento do sentido, de relações duradouras, devido à falta de pistas não-verbais.

O modo como nos relacionamos com os outros, a maior ou menor eficácia no relacionamento, depende do nosso poder e da nossa habilidade comunicacional.

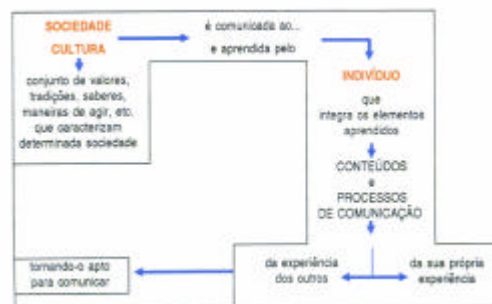
Comunicar é essencial para o ser humano porque se trata de um processo que faz do homem aquilo que ele é e permite que se estabeleça a relação interpessoal. A comunicação é tão importante para o ser humano como a água para o peixe.

Todos os seres humanos comunicam através de sinais. Estes correspondem às necessidades específicas de cada grupo social e cultural. Por isso, a comunicação difere entre os povos e entre os grupos sociais. Qualquer que seja a linguagem ou o processo de comunicação utilizado corresponde às suas necessidades, está adaptado para corresponder às exigências específicas da sua vivência ou cultura, sendo, por isso, eficaz no seu contexto.

Através do modo como vestimos e agimos, estamos a dizer algo aos outros, estamos a revelarmo-nos no processo de interacção, a mostrarmos o que somos ou o queremos parecer. Seja qual for o modo como nos dirigimos ao outro, veiculamos sempre, através do que dizemos e do modo como dizemos uma mensagem. Não podemos não comunicar.

O modo como comunicamos tem raízes no passado. Aprendemos a comunicar de determinada maneira e a pensar de acordo com os hábitos das pessoas com quem convivemos. Podemos afirmar que a comunicação emerge do passado cultural da sociedade onde estamos inseridos e que, por aprendizagem, passou a fazer parte da nossa vida e tende a ser adaptada e ajustada às múltiplas situações com que somos confrontados.

Fig. 21 - Esquema Relação Sociedade/Cultura/Indivíduo



Fonte: Fachada, (2000a:16)

A comunicação é fundamental em qualquer sociedade porque:

1. permite a produção e a reprodução dos sistemas sociais;
2. é o sistema social que determina o modo como comunicam os seus membros;
3. o conhecimento de um sistema social permite fazer previsões acerca das pessoas, dos seus comportamentos e do modo como comunicam.

Quando emitimos uma mensagem, através de linguagem verbal, podemos utilizar vários códigos. A linguagem verbal pode ser escrita ou oral.

Quanto à linguagem não-verbal – gestos, postura, expressões faciais, silêncios, tom de voz, pronúncia, roupa e adornos, etc. –, este tipo de comunicação apresenta-se sob três formas: comunicação proxémica, comunicação cinésica e comunicação paralinguística.

O tempo é uma forma de comunicação interpessoal porque, sendo fundamental para a nossa sociedade, marca muitas das nossas relações interpessoais e veicula mensagens importantes. Também o espaço, no qual se estabelece a comunicação também afecta a nossa relação, sem que disso tenhamos muita consciência.

A percepção do mundo é algo que se vai construindo através do processo de comunicação interpessoal. Trata-se de um fenómeno interno. A percepção desenvolve-se

em função do contexto sócio-cultural em que se vive. Cada indivíduo organiza os diferentes estímulos sensoriais e integra-os, num quadro coerente e significativo, que constitui o seu próprio mundo. Contudo, apesar da personalidade e individualidade das percepções, elas podem ser partilhadas com os outros porque em muitas situações são semelhantes às suas.

Todos os seres humanos vivem em sociedade e desenvolvem-se em função dela. As comunidades são diferentes, mas existem características que predominam em todas elas: o trabalho, a dança, canto, os valores, as crenças, a educação. Todas estas actividades, desenvolvidas e perpetuadas de geração em geração, só são possíveis graças à linguagem e aos diferentes meios de comunicação que as sociedades criam, recriam e utilizam, em função das suas características particulares e/ou estrutura social, ou seja, através de um elemento aglutinador de todas as características inerentes a uma comunidade - a cultura.

O homem transforma-se em ser humano, através dos encontros que mantém com os outros seres humanos.

Existem vários factores que podem determinar os diferentes tipos de relações interpessoais: o contexto de vida, o papel desempenhado, o conteúdo da relação e o interlocutor.

Em uníssono com o tipo de relação interpessoal existente, podemos assistir a dois tipos de comunicação: a formal e a informal. Por comunicação formal entende-se toda a interacção que pressupõe um procedimento de acordo com as normas culturais de uma comunidade ou organização – estas dependem do interlocutor, da relação hierárquica – de poder - entre os interlocutores, do papel desempenhado por ambos e do contexto. É, normalmente, estruturada, planeada, intencional e utiliza canais formais de comunicação – por exemplo, através da escrita.

Por comunicação informal entende-se todas as interacções que são, geralmente, improvisadas, breves, contextualizadas e diádicas. Estas interacções apoiam a resolução conjunta de problemas, coordenação, laços sociais e aprendizagens sociais – todas elas essenciais para a colaboração. A interacção face-a-face é o primeiro meio de comunicação informal no dia-a-dia de um indivíduo.

As actuais teorias dos media descrevem processos segundo os quais os indivíduos constroem o conteúdo e o processo de comunicação, iniciam a interacção ou escolhem o medium apropriado para a tarefa. Estas teorias fazem um número de assumpções sobre a natureza da comunicação: (a) que a comunicação é, sobretudo, uma

troca de informações; (b) que a comunicação se estuda melhor através de uma interação no tempo do que uma sequência temporal abarcando múltiplas interações; (c) que os participantes estão disponíveis para comunicar sem problemas; e (d) que apenas um medium é usado durante todo o tempo da comunicação.

Os participantes não entram numa sala de *chat* para conversar com quem quer que lá esteja; pelo contrário procuram alguém com quem poderão manter uma comunicação.

Cada vez mais as pessoas gastam mais tempo interagindo com outros indivíduos *on-line*, pelo que a comunicação mediada por computador está a tornar-se uma forma comum de comunicar. A CMC abrange um variado leque de possibilidades desde texto a voz e a vídeo, através de múltiplas tecnologias (por exemplo: e-mail, páginas na web, *chat*, etc.). A conversação *on-line*, em tempo real, ocorre quando um grupo de indivíduos se encontra numa sala de *chat* e envia mensagens para alguém nessa sala, indiciando um desejo de interagir. Podem ou não ser conhecidos fora do ciber-ambiente. Por causa da sua popularidade emergente, o *chat* tornou-se uma forma distinta de discurso com características únicas para o médium.

Lea e Spears opinam que os investigadores das relações interpessoais privilegiam certos tipos de relações em detrimento de outras, incluindo as relações construídas em contexto de CMC. A relação *on-line* é apenas uma de muitos tipos de relações sub-estudadas. Para estes, o estudo das relações *on-line* é um desafio à investigação das relações interpessoais escolhendo como focus o contexto social para o desenvolvimento do que eles chamam «relações interpessoais electrónicas», vendo todas as relações interpessoais como «situadas socialmente»(pag 199). Assim, a definição de relação interpessoal para estes leva em consideração o contexto social.

Investigadores de CMC efectuaram comparações de conversas mantidas nas salas de *chat* entre estranhos e interações tradicionais face-a-face e enunciaram diferenças significativas. Em geral, os participantes nas salas de *chat* são descritos como sendo menos inibidos, apreciadores do risco e com gosto pelo jogo de palavras, em parte explicado pela anonimidade e privacidade. Comparando com a interação face-a-face, os «*on-liners*» têm as suas próprias regras de comunicação no ciberespaço. Estas regras compensam a falta de pistas sensoriais e estabelecem novas maneiras de transportar o sentido ao texto, num determinado ambiente. Mais, em contraste com a iminência da comunicação face-a-face, os *chatters* têm uma diversidade de maneiras para se

apresentarem – de dizerem quem eles são. Isto é, os indivíduos têm uma maior liberdade *on-line* para construírem as identidades da sua escolha.

Sem as pistas típicas disponíveis no contacto face-a-face é difícil compreender a essência de uma mensagem.

Embora os estranhos tenham a oportunidade de re-estabelecer «anonimidade» criando um novo nome e/ou *persona*, os íntimos estão limitados pela «realidade» da experiência na Internet e no posterior contacto face-a-face. Consequentemente, os íntimos investem mais nos resultados negociados durante o *chat*.

Os *chatters* criam e adaptam-se a normas e regras exclusivas para o *medium*, tais como abreviando frases comuns, ignorando a letra maiúscula no seu início, escrevendo foneticamente e usando símbolos dactilografados transformando elementos próprios numa experiência de ciber-realidade co-construída.

O tipo de relações que as pessoas estabelecem depende dos meios onde estas se inserem e das suas experiências quotidianas. Na família, na escola, no grupo de amigos, no local de trabalho, na comunidade, etc, a relação centra-se em conteúdos ou assuntos com ela relacionados.

Por outro lado, em cada um desses grupos podem ser desempenhados diferentes papéis. Em cada contexto, as pessoas estabelecem relações diferentes com os outros.

Além disso, quando uma pessoa se relaciona com outra existem objectivos pessoais que condicionam essa relação.

Finalmente, o indivíduo com quem se estabelece a relação é outro factor que determina o conteúdo da relação interpessoal.

Entre os vários investigadores desta área das relações interpessoais, parece haver concordância no facto de que as primeiras impressões são importantes no relacionamento interpessoal. Quando encontramos alguém pela primeira vez, temos tendência para formar acerca dela, uma impressão inicial. Seleccionamos apenas alguns aspectos que nela percebemos, consoante o contexto em que se insere este encontro. Esta primeira impressão vai condicionar a nossa relação futura. Existe mesmo uma tendência para confirmar essas primeiras impressões.

O que caracteriza a percepção na relação interpessoal é o facto dela ter sempre uma interpretação, através dos índices. Estes podem ser físicos (estáticos ou dinâmicos), verbais, não-verbais e comportamentais.

Nas relações interpessoais, e especialmente nos primeiros encontros, valorizamos as características dos indivíduos que vão de encontro às nossas necessidades e aos nossos valores e desvalorizamos as pessoas que apresentam características às quais não atribuímos significados positivos.

Normalmente, quando conhecemos uma pessoa atribuímos-lhe uma entidade social virtual, isto é a partir da observação de todos os seus índices determinado papel e estatuto, ou seja, o lugar que ocupa na sociedade e os comportamentos que lhe estão inerentes.

Tal como considera Tajfel (1981), a identidade social é o conceito que o indivíduo tem acerca de si e dos outros e que deriva do seu conhecimento de pertença a determinado grupo.

Perante um indivíduo que desconhecemos ou de quem conhecemos apenas algumas características, temos tendência para criar uma impressão global desse indivíduo, ou seja, para a categorizar. Categorizar uma pessoa, uma comunidade ou sociedade é não considerar algumas das características que, de certo modo, não se enquadram nessa categorização. A categorização simplifica o conhecimento que temos da outra pessoa, torna previsível, explicável e compreensível o seu comportamento e permite, em última análise, regular o nosso comportamento relacional.

Se damos a entender aos outros que a nossa impressão acerca de si é negativa, isto pode criar rupturas no relacionamento e bloquear a comunicação.

Confiar nos outros constitui um processo onde cada indivíduo que intervém na relação corre pequenos riscos.

A maior parte dos teóricos concorda que a atracção interpessoal é uma atitude positiva ou negativa face a outra pessoa (Berscheid e Hatfield, 1978:2). Por atitude entende-se a predisposição pessoal para responder face a um objecto ou classe de objectos, de uma maneira favorável ou desfavorável. A atracção interpessoal (ou de repulsa) é definida como a tendência de um indivíduo ou a predisposição para avaliar outro indivíduo ou símbolo dessa pessoa, de uma maneira positiva ou negativa (idem).

As medidas de atracção discutidas incluem alguns factores que não podem ser jogados ou medidos, em CMC, como sejam: o contacto ocular, a linguagem corporal e gestual, a distância física. Contudo, outras medidas podem acontecer no CMC, como, por exemplo, o fazer favores (idem:17-18).

Mehrabian (1998) afirma que na «esfera dos sentimentos» as nossas «expressões faciais e vocais, posturas, movimentos e gestos» são muito importantes.

Continuando a interagir e a manter relações, os indivíduos «movem-se gradualmente para áreas mais profundas das suas personalidades mútuas através do uso de palavras, comportamento corporal e comportamentos ambientais (Altman e Taylor, 1973:27), E, em contexto de CMC, os aspectos corporais e ambientais estão reduzidos e inexistentes, dando às palavras e ao texto toda a importância. Lê-se nas entrelinhas. Procuramos pistas e uma igualdade de trocas entre os intercomunicadores. Quem fala mais? Quem escreve mais?

Devido ao facto das pessoas trocarem informação com estranhos, pessoas que nunca conheceram na vida real, a dinâmica do quando e do quê revelar, entra em jogo.

Lea e Spears (1995: 226-227) apontam que «as pistas interpessoais são mais sensíveis a uma comunicação de banda larga do medium de interacção e podem levar mais tempo e ser mais difíceis de comunicar do que as pistas sociais». Diferenciam entre atracção social e atracção pessoal. A social é a atracção pelos aspectos do *self*, que são conferidos pela associação ou afiliação com certos tipos ou categorias sociais; a pessoal é a atracção pelos aspectos idiossincráticos de um indivíduo. Esta não se baseia em processos grupais, em sim em processos interpessoais, como seja o desenvolvimento da intimidade.

Lea e Spears também opinam que a tecnologia, incluindo a CMC, não enfraquece as condições sociais da comunicação, mas permitem oportunidades mais eficientes para as construir (pág. 229). Wellman e Gulia (1995) afirmam que a investigação deste campo desenvolvida até ao momento sugere que as relações construídas *on-line* são semelhantes às construídas nas comunidades da vida real: fracas, intermitentes, especializadas.

Os Emoticons combinam pontuação e símbolos resultando numa face minúscula que transmite um estado de espírito. Há também quem chame de smilies. Acrescentando ;) ao final de uma frase permite mostrar aos outros que estamos a brincar ou que nos sentimos alegre (Cybershrink, 20). Os investigadores são de opinião que os emoticons são necessários, pois substituem a ausência de pistas não-verbais.

Parece que alguns usam este modo de comunicação despersonalizado de forma a ser mais pessoal com os outros. Para estes, a CMC é uma maneira de se ligar a outros seres humanos (Rheingold,199 : 147). Em alguns casos pode-se dar um efeito de movimento assim como de emoção ao «character» que nos representa (como é no caso dos MUD's). No IRC, os indivíduos transmitem emoções, tecendo «/me....», que será

apresentado como EU e a acção proposta. Rheingold é de opinião que isto é uma nova dimensão a considerar o conteúdo sócio-emocional.

Lea e Spears admitem que uma análise polivalente do CMC não é ainda possível. E Chenault acrescenta que nunca o será. Limitada pela escassez de dados (pág. 199) a verdadeira natureza do CMC colocará sempre problemas aos investigadores. É fácil estudar uma interacção grupal, mas como se estuda a CMC ao nível de um-para-um? Primeiro, a maior parte dos dados do CMC é de estudos organizacionais. Apenas alguns focam a organização do CMC com objectivos sociais e recreativos (Ord, 1989; Finholt e Sproull, 1990; Reid, 1991).

«Como é que encontramos amigos?»(Rheingold, 1993:44). Rheingold vê o CMC como uma oportunidade de encontrarmos um grupo de pares ou de amigos. Evoca mesmo a sua experiência pessoal para explicar este fenómeno.

Parks e Floyd (1996) explicam que uma relação pessoal desenvolve-se, pois os participantes tendem a depender uns dos outros de maneiras cada vez mais profundas e complexas e que as relações se desenvolvem, se alargam e se aprofundam com o aumento das interacções que incluem uma variedade de tópicos de discussão, actividades e canais de comunicação.

A CMC é vista como um meio inferior em relação à comunicação face-a-face, pela maior parte dos investigadores dos últimos 10 anos, à excepção de Baym (1995).

Baym (1995:139) é de opinião que a investigação que tem vindo a ser realizada em CMC supõe o próprio computador é a única influência nos desempenhos comunicacionais.

Contudo, Culnan e Markus (1987) opinavam que o computador teria uma presença social baixa, porque filtra “para fora” todos os aspectos da comunicação face-a-face pertinentes. Identificaram uma hipótese de que substituindo a CMC pela comunicação face-a-face resultariam mudanças previsíveis nas variáveis intrapessoais e interpessoais. De modo similar, Sproull e Kiesler (1986) esboçaram a falta de uma hipótese das sugestões sociais de contexto. As sugestões sociais de contexto incluem as sugestões não-verbais que “definem a natureza da situação social e as identidades e o status relativo dos actores” (Walthers, 1993:38).

Lea e Spears (1995) indicam vários argumentos a favor da CMC para promover relacionamentos pessoais, incluindo a pesquisa do relacionamento: proximidade física, interacção face-a-face e comunicação não-verbal, vista como um processo essencial de relacionamento dos seres humanos.

Também Baron (1984) considera a CMC como indicada para os usos sociais da linguagem, apesar das evidências de interações sociais durante a CMC. Muitos investigadores afirmam que através da CMC cria-se uma ilusão de comunidade e que os relacionamentos aí mantidos são impessoais e hostis (Partks e Floyd, 1996).

Stoll (1996) supõe que para se fazer ou para se ter amigos, é necessário interagir na vida real e não apenas na CMC. Afirma que é muito melhor investigar no mundo físico real, onde se pode “estar” com as pessoas do que investir tempo e esforço no mundo virtual chamado Internet (Hart, 1996).

A ausência de pistas físicas ou não-verbais não deve significar que o meio utilizado – o computador – é impessoal ou desprovido de pistas sociais, ou que as pistas transmitidas têm uma lacuna subtil da comunicação face-a-face (Lea e Spears, 1995).

De facto, há um elevado nível sócio-emocional observado em contexto de CMC (Rheingold, 1994; Ord, 1994; McCormick e McCormick, 1992), mesmo em ambientes organizacionais (Lea e Spears, 1995).

O tempo é uma parte intrínseca da nossa interacção social. É um recurso da nossa cultura e pode estar ligado a outros recursos de troca, que imprimem uma marca mais pessoal. A forma como o tempo é usado, ajuda a definir a natureza e qualidade das relações com os outros.

Walther (1993) esboçou uma teoria do processamento da interacção social, particularmente nas relações interpessoais mediadas por computador. Verificou que os grupos dentro de um contexto de CMC aumentam gradualmente a impressão, de tal maneira que se assemelha à interacção face-a-face.

Lea e Spears (1995) postulam, com base na teoria de Walther, que as relações interpessoais podem desenvolver-se e desenvolvem-se em contexto de CMC, embora mais lentamente, devido à falta de pistas em relação ao próprio indivíduo, ao desenvolvimento da confiança e à comunicação da intimidade.

Através da teoria das relações interpessoais, afastada a dependência da co-presença física dos indivíduos, deparamos com uma fronteira onde a atracção e a dimensão social são vistas como uma avenida viável para o relacionamento. O relacionamento depende demasiado dos aspectos físicos e espaciais da interacção.

Wellman e Gulia (1995) perguntam: “as pessoas podem encontrar na Internet, uma comunidade *on-line*? Será que as pessoas que nunca se viram, cheiraram ou ouviram podem desenvolver relações íntimas e de apoio?” A resposta parece ser um peremptório sim. Mesmo quando os grupos *on-line* não foram criados para o ser, são-no sempre que

necessário. Como seres sociais, aqueles que usam a net, procuram não só informação, mas também companhia, apoio social e um sentimento de pertença.

Baym (1995) é de opinião que os participantes de uma comunidade *on-line* criam uma comunidade dinâmica, rica, cheia de emoção e nuances sociais, porque encontram uma comunidade interactiva, altamente social e envolvente.

Wellman e Gulia (1995) perguntam: “São possíveis os laços de amizade fortes e íntimos *on-line*?” Os teóricos das relações interpessoais postulam que os laços fortes têm as seguintes características:

- Um sentimento íntimo especial;
- Um investimento pessoal na amizade;
- Um desejo de companhia do outro;
- Um interesse de estar como outro tanto quanto possível;
- Um interesse de estar como outro em múltiplos contextos;
- Um interesse de estar como outro durante um longo período
- Um sentimento mútuo de companheirismo.

Para Smolowe (1995) a maioria dos indivíduos que navegam na Internet e que comunicam via CMC estão à procura de interacção social e não apenas de informação estéril.

Os indivíduos estão ainda intrigados com as relações desenvolvidas em CMC, porque o meio ainda é novo.

A CMC é um fenómeno social. Basicamente, os povos comunicam com outros povos, de qualquer maneira. Como afirma Baym (1995), na CMC não só é possível o seu uso social, como também se presta a uma quantidade incomum de criatividade social. As realidades sociais são criadas com a interacção.

Em conclusão, a CMC situa-se entre os limites tradicionais da comunicação interpessoal e a de massas, permitindo novas oportunidades e riscos para os indivíduos e suas relações (Parks e Floyd, 1996; Lea e Spears, 1995).

Comunicar através do CMC é divertido. Milhões de indivíduos brincam com os seus teclados de uma maneira nunca antes imaginada, utilizando inúmeros sinais ortográficos, como vírgulas, aspas, traços, etc. Não só os hackers, os viciados em informática, as crianças ou adolescentes, mas também os adultos, estão a aprender a jogar de novas maneiras. Este trabalho é um estudo sobre a escrita, o jogo e o desempenho no IRC, um programa de redes, que permite que milhões de indivíduos no

mundo inteiro, a qualquer hora do dia ou da noite, falem uns com os outros em tempo real, simplesmente digitando frases.

Aplicando a metáfora de Turner (1967), as interações escritas no IRC são uma verdadeira «Floresta de Símbolos» - símbolos tipográficos. Os fenómenos por nós observados assemelham-se parcialmente ao género de jogos da vida real (VR), tais como charadas, bailes de máscaras ou de carnaval, etc. No entanto, tudo não passa de texto – letras e símbolos tipográficos a «dançar» no monitor. Os acontecimentos no IRC são uma forma de jogo virtual descorporalizado (Aycock, 1993), flutuando livremente no espaço.

O teclado de um computador assemelha-se a um teclado de um piano. Se é permitido estabelecer uma comparação, o teclado de um computador permite uma composição de efeitos sublimes tal como o teclado de um piano, uma melodia. Ambos têm como base escrita os símbolos: números, letras, sinais gráficos diversos e notas musicais.

Os emoticons são ícons que servem para exprimir emoção ou para transmitir ao outro uma intenção. São compostos de símbolos tipográficos vulgarmente conhecidos por smileys (Raymond, 1991: 142-143; etc -ver). Podemos ter um sorriso [:)], piscar de olho [;)] ou uma carranca [:(]. Para os ler é necessário inclinar a cabeça para o ombro esquerdo. Há quem não utilize os emoticons por os achar de mau gosto ou por entrarem em conflito com as regras da boa escrita; para outros, o seu uso reflecte ou assinala uma socialização de nova cultura que envolve o ciberespaço. A exploração dos emoticons e outras possibilidades do teclado, como as mensagens digitais, têm uma fascinante afinidade com os graffitis, com a linguagem publicitária, com a música e, mesmo, com o teatro improvisado.

A interacção com os computadores é muitas vezes sentida como totalmente absorvente e apreendida como um segundo EU (Turkle, 1984). Recebe-se um feedback instantâneo do nosso próprio feedback. A esta característica chama-se interactividade (Rafaeli, 1988; Laurel, 1991). Esta característica percebe-se melhor quando os participantes comunicam no modo síncrono. Frequentemente as pessoas perdem a noção de tempo, descobrindo subitamente que se passaram horas.

Outro aspecto a ter em atenção é deixar de depender de materiais físicos. No caso do IRC, embora haja a oportunidade de efectuar log (gravar) das sessões, poucas pessoas recorrem a esta possibilidade. O que interessa é o jogo, não o resultado – tal como no discurso, a interacção digitada é ritmada e efémera como o vento.

Ao digitar brinca-se com teclado. Escrever em letras maiúsculas é significado de estar a gritar. Dá-se preferência à escrita de frases e nomes em letras minúsculas. Isto

confere uma rapidez de escrita e teve como fonte de inspiração a cultura dos hackers, resultando numa escrita informal, utilizada nos *chats*. Outro procedimento comum é o uso dos asteriscos para enfatizar palavras, acções ou sons.

No mundo material, o uso de máscaras e trajes usados no carnaval são um exemplo paradigmático (Turner, 1986 b). Na presente forma textual do CMC, é o efémero, o medium não-material e o texto digitalizado que fornecem a máscara. A ausência de pistas não-verbais e outras de carácter social ou material que permitem a identificação, liberta os participantes para adoptarem um outro EU, ou para se expressarem mais do que habitualmente. Para o fazerem adoptam nicks ou títulos (Reid, 1991; Rheingold, 1993; Turkle, 1995).

Parece óbvio que há muitas semelhanças linguísticas entre a comunicação oral e esta nova forma de escrita. Diz Bolter (1991:59): “o texto electrónico, tal como o texto oral, é dinâmico”.

Há uma tendência para pensar dois modelos de comunicação: o contextualizado, de conversação oral e efémera, que pode ser profundamente personalizado e preciso e o descontextualizado, em que o autor não assume o seu texto, sem um cunho físico (Ong, 1982).

Assim como o desempenho é altamente valorizado nas culturas de tradição oral (Bauman, 1975, 1977; Finnegan, 1997; Ong, 1982), a arte textual e tipográfica é proeminente na CMC (Reid, 1991). Os participantes sabem que a sua “audiência” fixa a sua atenção no modo como apresentam as suas competências comunicacionais. A necessidade de dizer por escrito aquilo que dizemos oralmente chama a atenção para o meio de comunicação utilizado e no modo como se formula a mensagem. No IRC a análise das Interações pode ser realizada a diferentes níveis: o jogo da identidade, o jogo dos contextos de interacção e o jogo dos símbolos tipográficos.

Jogo da Identidade

O jogo da identidade relaciona-se com os nicks.

O IRC é por definição um espaço público. Não há a necessidade aparente dos investigadores distinguirem a identidade dos participantes, mais do que os participantes o permitiram. Qualquer indivíduo, desde que tenha acesso à Internet, pode entrar numa sala

de *chat*. Podemos ainda escolher entre aceder a um canal privado ou público – esta decisão cabe ao operador do canal. Mais, ainda que um canal seja público, o operador pode decidir torná-lo privado a qualquer momento, e quem estiver contra esta decisão pode sair da sala. Enquanto participam em canais públicos podem trocar mensagens privadas. Há uma troca de informação quer em canal aberto – público – quer em canal privado. A informação é visível no ecrã por qualquer pessoa.

Também é possível saber mais acerca dos participantes ou de um determinado indivíduo, pois temos a opção Ucentral. Todas as conversas podem ser gravadas bastando para isso definir essa opção ou então digitar “/log on”.

Como qualquer indivíduo o pode fazer, uma vez que esta opção é disponibilizada para qualquer utilizador, do ponto de vista ético para os investigadores não levanta qualquer objecção. De qualquer modo, nesta investigação todos os participantes tinham conhecimento que toda a sessão estava a ser gravada (logged).

Quanto aos nicks, não parece haver qualquer necessidade ética de “mascarar” estas “máscaras”. Há dois princípios do design da natureza – o princípio da camuflagem e o princípio da imagem de marca (Gombrich, 1984:6). Para Turner (1986:3), o uso das máscaras e fantasias carnavalescas apoiam estes dois princípios. As máscaras servem não só para esconder a verdadeira identidade do indivíduo, mas também para chamar a atenção para si e para a máscara, quer através do poder expresso, quer através da criatividade, quer através da capacidade de instigar um certo medo ou humor. Da mesma forma, as máscaras textuais – nicknames – não só são um meio para disfarçar a identidade da vida real como também uma forma de “plumage”.

Tentar interpretar a utilização de um nick é bastante difícil e arriscado. Muitos indivíduos têm uma explicação para o seu, outros não têm qualquer uma, dizendo mesmo que “foi o que calhou”, ou “não tinha qualquer imaginação e ficou este”.

Contudo os nicks no IRC, a maior parte das vezes, apelam à fantasia e à ficção – natureza, mitologia, oculto, cómico, literatura infantil, ficção científica, cinema, etc. (Bechar-Israeli, 1995). O mais impressiona é que é quase impossível distinguir, através dos nicks, se os participantes são do sexo feminino ou masculino. Mesmo quando utilizam nomes próprios isto não é de toda indicação do seu género.

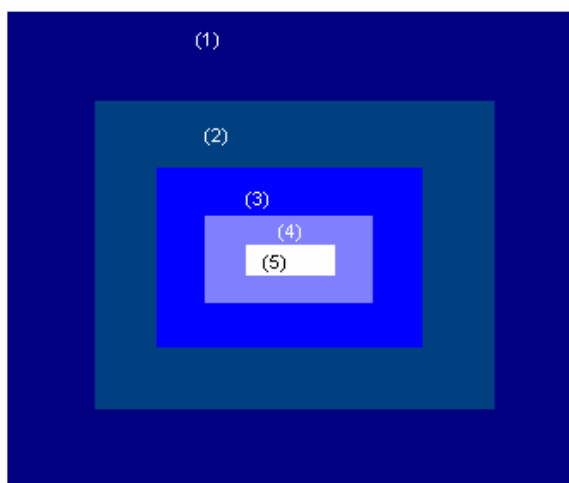
Há investigadores (Buckman, 1992; Turkle, 1995; Reid, 1995) que afirmam que há uma tendência para “brincar” com uma identidade de género no IRC.

Um dos mais fascinantes aspectos dos encontros no IRC é a natureza e complexidade dos contextos de experiência que são evocadas e mantidas pelos

participantes. A activação de contexto na vida real está relacionada com a noção de multitarefa no sistema operativo do computador. Uma linguagem informática, multitarefa é “carregar e correr várias aplicações ao mesmo tempo”(Sheldon, 1992:3). A multi-tarefa permite-nos fazer várias coisas ao mesmo tempo: escrever enquanto ouvimos música, cozinhar enquanto falamos com alguém.

No log do IRC identificam-se cinco contextos: (1) vida real, (2) jogo, (3) festa, (4) fingimento, (5) desempenho.

Fig. 22 - Contextos no IRC



Fonte: Adaptado de Danet (s/d), <http://www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/danet.html>

(1) Na vida real os participantes estão sempre integrados. Adoptando a definição de Bateson (1972) e Handelman (1976), dentro deste enquadramento encontramos a vida de todos os dias, baseada em espaço e tempo físicos; os interlocutores são levados em conta devido às suas acções físicas e verbais, do seu bem estar físico e os seus compromissos sociais.

(2) Quando nos ligamos ao IRC há claramente uma intenção de comunicar. Contudo, não há ainda, a este nível qualquer pretensão de brincar, entrar no jogo. A interacção pode ser de jogo ou de carácter mais sério. Assim, a meta mensagem deste enquadramento poderia ser a seguinte: podemos dizer qualquer coisa, os participantes sentem-se à vontade para escolher com quem e sobre o quê querem comunicar. Porém, levanta-se uma questão: se o IRC pode ser sério, como se pode jogar o jogo do IRC? A linguagem é apenas uma ferramenta do jogo. Tudo pode ser comunicado.

(3) “Vamos para a festa, vamos divertir-nos”. Aqui encontramos três géneros culturalmente constituídos: festa, faz-de-conta e desempenho. Os participantes conhecem-se, falam, brincam, flirtam, e normalmente, passam o tempo de uma forma agradável.

(4) “Vamos Fingir, vamos acreditar”. Na vida Real, este enquadramento é mais típico do comportamento das crianças do que dos adultos. No entanto, enquanto as crianças brincam com qualquer objecto físico, os participantes do IRC improvisam com os vários meios disponíveis – o teclado do computador, por exemplo.

(5) “Vamos mostrar o que sabemos fazer com o teclado”. Muitos símbolos que conhecemos da comunicação oral do passado, estão presentes nesta nova forma de comunicação interactiva escrita.

Tal como na vida real, as conversas mantidas em IRC têm um início, um meio e um fim.

Os teóricos clássicos do jogo, Heizinger (1955) e Caillois (1961) viam o jogo como uma actividade paralela no tempo e no espaço da VR. Na verdade, o jogo digital partilha com o jogo da VR muitas características importantes: é voluntário, intensamente absorvente, criado por e para o indivíduo, com mais ou menos regras. Contudo, no ciberespaço não faz sentido perguntar «que horas são?» ou «onde estamos?». O ciberespaço permite a ilha perfeita para o jogo. Ainda que fisicamente o indivíduo esteja no local de trabalho, quando se senta em frente ao computador pode embrenhar-se profundamente num jogo.

Outras formas de *ludus* prendem-se com a escrita digital onde existe o modo conjuntivo da possibilidade e experimentação.

De um ponto de vista convencional, o jogo na CMC pode ser encarado como uma ameaça à ordem social: «[O jogo] pode ser definido como pouco sério, falso, fingido, faz-de-conta, irreal, etc., precisamente porque é uma fonte de desordem contra a qual a ordem social deve ser amortecida»(Handelman, 1976:189).

Contudo, a abolição das barreiras sociais na comunicação digitalizada pode, em algumas circunstâncias, ter um efeito negativo. As pessoas podem «passar-se», irritar-se, envolver-se em incidentes (Raymond, 1991; Lea et al., 1992).

Diz Barlow (1990) que o ciberespaço, tal como se apresenta, tem muito de comum com o oeste americano do séc. XIX. É vasto, sem mapas, cultural e legalmente

ambíguo, verbalmente sóbrio, difícil de agarrar e acompanhar. Muitas instituições declaram que possuem espaço, mas a grande parte dos nativos são solitários e independentes.

Os utilizadores do IRC tratam o medium como a «fronteira do mundo»: a realidade virtual como liberdade virtual, na qual todos os participantes se sentem à vontade para desenvolver as suas fantasias, desafiar normas sociais e experimentar aspectos da sua personalidade que noutras circunstâncias seriam inibidos (Reid, 1991).

Capítulo 5 - Sociometria

A realidade social é complexa e difícil de entender e, por essa razão, a sua análise requer o emprego de distintos métodos e técnicas de observação. Esta variedade de métodos não significa falta de certeza, mas o reflexo de múltiplas formas de mundo social e dos distintos objectos de estudo que daí derivam. Para incrementar o nosso conhecimento do científicos sociais, recorreremos a uma ampla gama de estratégias metodológicas: a pesquisa, a observação, a análise de conteúdo, a experiência, os estudos comparados, etc. Cada uma desta estratégias permite aceder ao fenómeno de diferentes maneiras, até porque diferentes disciplinas científicas estudam o mesmo fenómeno de formas diversas.

Moreno (1954) insistiu na necessidade de idealizar métodos para explorar e descrever o domínio social, tendo-se inspirado em ideais democráticos para elaborar o seu teste sociométrico. O sociograma servirá para medir a importância da organização que palpita debaixo da epiderme dos grupos sociais a partir de instruções tão simples como pedir expressamente às pessoas que escolham aqueles indivíduos q quem gostariam (ou não) de ter como companheiros.

A utilização deste instrumento revelou que a estrutura subjacente de um grupo difere profundamente das suas manifestações sociais (Moreno, 1954:84). Assim, mostrou-se que as relações impostas diferem das relações resultantes das eleições, e que a organização de um só grupo pode ser estudada de uma forma completa se se tomar em atenção todos os indivíduos e aqueles a quem estão ligados emocionalmente. A eleição apresenta-se como um procedimento para conhecer e compreender a estrutura real de um grupo, um comportamento do que podemos saber a sua origem e o seu papel importante que desempenha da vida quotidiana.

A análise das condutas sociais é a chave do entendimento da natureza humana e da dimensão social dessa natureza. Os grupos são, sem dúvida, uma expressão de tal dimensão. Proporcionam-nos identidade, confirmam as nossas crenças, servem-nos como elemento de contraste ou de semelhança. Passamos a maior parte da nossa vida pertencendo a grupos, formais ou informais, livremente eleitos ou impostos, de pertença ou de referência. Entender o seu funcionamento e as relações internas que se estabelecem, à margem da sua estrutura formal, supõe um avanço importante no conhecimento das interacções sociais.

A natureza social do ser humano é evidente e, concorre, para isso, a atracção. O interesse pela interacção iniciou-se anos 30 (séc. XX) com Moreno e Newcomb. Moreno centrou-se na sociometria, que tem como meta proporcionar técnicas objectivas que permitam conhecer a atracção versus repulsa de umas pessoas pelas outras. Newcomb demonstra inequivocamente que a atracção e a amizade podem analisar-se empiricamente.

Estes dois conceitos destacam-se entre os tipos mais importantes de relações interpessoais e fazem referência a uma atitude positiva perante uma pessoa em particular. A maioria dos investigadores centra-se nas questões: quem é atraído por quem? Porque razão? O repertório das teorias que tenta dar resposta a isto vai desde explicações baseadas na semelhança até aquelas que destacam o papel da proximidade física como elemento intensificador da atracção, passando pelo atractivo físico como separador inicial da dita atracção.

Na hora de analisar as relações de atracção versus repulsa entre as pessoas, o sociograma revela-se como uma técnica eficaz e poderosa. Esta análise leva-se a cabo no próprio grupo, atendendo às eleições versus não eleições que se produzem nos mesmos, com independência de outros critérios.

Em linhas gerais, o sociograma mostra-se como uma ferramenta adequada para o conhecimento profundo da vida interna dos grupos, que nos permite aceder a um mundo de relações incompreensível à primeira vista, mas vital para entender das redes sociais existentes. Estas redes são o fiel reflexo da estrutura grupal que prevalece por cima dos aspectos regulados por normas explícitas.

Nas palavras de Moreno (1954:11) a essência da sociometria é definir e medir o ser humano.

A técnica do teste sociométrico, o sociograma, tem uma utilidade sobejamente demonstrada no estudo dos grupos. DE facto, desde a sua concepção que tem sido amplamente utilizado com fins exploratórios e diagnósticos em diversos meios. Basicamente, a análise sociométrica de um grupo permite conhecer as redes informais de comunicação e atracção interpessoais que coexistem com as estruturas formais. Por isso, o sociograma ajuda-nos a responder a muitas das perguntas que se nos colocam quando trabalhamos com grupos.

A análise dos grupos e dos processos grupais é importante para compreender as relações interpessoais e por sua vez as relações interpessoais influenciam a vida do grupo.

Uma das vantagens é o facto de se conseguir obter informação completa sobre a posição de cada indivíduo dentro do seu grupo e ao mesmo tempo obter informação do grupo na sua totalidade, o que é imprescindível quando se pretende realizar um estudo e uma comparação entre grupos diferentes, como é o caso.

Outras das vantagens do sociograma é a possibilidade de obter uma representação gráfica ou um mapa de relações existentes entre todos os membros de um grupo, ou entre um indivíduo e o resto do grupo. Este proporciona-nos uma imagem fácil de interpretar à primeira vista sobre a estrutura das relações informais.

Definição de grupo

O grupo é um conjunto limitado de pessoas, unidas por objectivos e características comuns que desenvolvem múltiplas interacções entre si.

Qualquer grupo tem uma estrutura, uma durabilidade no tempo, uma certa coesão e um conjunto de normas.

Em face disto, pode-se concluir que nem sempre à presença de um conjunto de pessoas se pode chamar de grupo. As pessoas que se encontram numa festa podem comunicar entre si e estabelecer relações, mas não formam um grupo porque a sua relação é momentânea e não tem um carácter de permanência.

Um grupo é muito mais do que a soma de todos os indivíduos que o compõem. Nele, as pessoas desenvolvem a sua estrutura pessoal através da troca de ideias e do diálogo. O grupo pensa e age de modo diferente de qualquer um dos seus elementos considerados individualmente. Cria-se uma consciência colectiva que não é igual à soma das consciências individuais.

Uma das condições básicas para que os membros do grupo cooperem é a confiança que se deverá desenvolver entre eles. Várias experiências (como por exemplo a realizada por Loomis) mostraram que, quando os parceiros de um jogo não se vêem nem se conhecem tendem a aumentar a sua rivalidade.

Os membros do grupo, quando se propõem realizar uma tarefa comum, apresentam uma certa coesão que os força a agir na consecução dos objectivos mantendo-os unidos, coesos. Festinger (1950) define o conceito de coesão de grupo como

o resultante de todas as forças que actuam sobre os membros para que permaneçam no grupo.

Contudo, o conceito de coesão não poderá ser analisado sem o de atracção interpessoal. As pessoas que constituem o grupo, devem sentir alguma atracção entre si, mantendo uma boa relação. Deste modo, as pessoas partilham algo de comum, partilham uma determinada identidade. É pelo facto das pessoas cooperarem, e apresentarem atitudes semelhantes, que se tornam coesas, existindo entre elas atracção interpessoal.

Em resumo, podemos afirmar que os elementos do grupo são coesos porque:

1. existe uma interdependência entre si, trabalham em conjunto para um objectivo comum ;
2. Existe alguma semelhança entre os membros do grupo;
3. existe oportunidade de todos participarem.

A coesão do grupo pode ser mensurável, avaliando até que ponto cada um dos seus membros do grupo se identifica com os restantes. O grau de envolvimento do indivíduo com as actividades do grupo e os seus membros, pode constituir a medida de coesão. Nos grupos coesos, avaliação que cada elemento faz dos outros elementos é mais positiva e favorável do que a avaliação feita em grupos pouco coesos.

No fundo, a coesão do grupo é determinada pela força dos laços que ligam os elementos individuais num todo unificado. Os factores que podem levar à coesão são: a proximidade física – os indivíduos que passam muito tempo juntos têm mais tendência para a coesão -, o trabalho igual ou semelhante – defrontam-se com os mesmos problemas e podem entreajudar-se -, e a homogeneidade – características comuns dos seus membros, tais como a idade, o status social, as atitudes e os valores.

A coesão é tanto maior quanto maior for a comunicação entre os membros do grupo (Adir, 1988:34).

Existem basicamente dois métodos para estudar a estrutura e o modo como o grupo funciona: o método da observação e o método de auto-descrição. Este por sua vez abrange a entrevista de campo e o método sociométrico.

Nesta investigação aplicou-se o método sociométrico. Este método insere-se num dos trabalhos mais recentes desenvolvidos em dinâmica de grupo por Moreno.

Moreno utilizou a sociometria para o estudo da estrutura íntima, real e invisível dos grupos. Através dele é possível clarificar a estrutura sócio-afectiva dos grupos e estudar a sua dinâmica. Através do teste sociométrico podemos verificar:

1. as redes de comunicação no grupo, ou seja as preferências e rejeições, quem são as pessoas que se posicionam lateralmente no grupo;
2. quais os elementos chave do grupo, os mais preferidos e os elementos periféricos;
3. se existem conflitos no grupo;
4. qual a estrutura do grupo, indicando se é muito fechado ou se permite alguma abertura;
5. se existem ou não subgrupos no seu interior;
6. a posição e o papel que cada elemento desempenha no grupo;
7. quais os membros rejeitados.

Constrói-se um teste com perguntas diversas; em cada uma se solicita um ou mais nomes (de acordo com o número de elementos do grupo) e é constituída por duas alternativas: a preferência e a rejeição.

Depois dos indivíduos responderem ao teste, é elaborada uma análise dos resultados com vista à obtenção do sociograma. O sociograma é uma realidade estática do continuum da dinâmica das interações no grupo.

Há que ter alguns cuidados na aplicação do teste sociométrico, nomeadamente os resultados do teste sociométrico não poderão ser divulgados aos intervenientes.

Componentes da cultura: os valores, os ritos, os símbolos e os mitos.

As técnicas sociométricas concentram a sua atenção no grupo e nas interações sociais que se apresentam. Entende-se por interações sociais todas as situações em que as atitudes dos membros do grupo se encontram interligadas de tal maneira que influenciam fortemente os comportamentos de cada membro face ao outro. Ou seja, estamos a falar sobre a repercussão que a situação do grupo tem em cada um dos membros.

Os principais instrumentos que utilizam as técnicas sociométricas são: o sociograma, o sociodrama e os inventários de personalidade.

O sociograma é uma técnica que pretende descobrir os laços de influência e de preferência (ou rejeição) que existem no grupo.

Segundo Rodrigues (2000), a formação de amizades e inimizades é uma consequência do processo de interação social. Sentir-se querido ou rejeitado pelos outros faz parte de um fenómeno denominado de atracção interpessoal e é uma variável que exerce grande influência sobre o comportamento humano. É raro um indivíduo manter-se neutro em relação às pessoas com quem age constantemente. São comportamentos de

atração ou repulsa que irão influenciar comportamentos sociais, nomeadamente, suscetibilidade à influência, identificação, exercício de poder, formação de grupos, percepção social, entre outros.

Há diversos factores que podem influenciar as relações afectivas das pessoas.

São eles:

1. proximidade física – vários estudos apontam para o facto das pessoas morarem próximas ou manterem contactos frequentes, poderá contribuir para a formação de uma relação interpessoal (Festinger, Schachter e Back, 1950; Whyte, 1956).

Há algumas razões que conduzem ao estabelecimento de uma correlação entre o factor proximidade física e atração interpessoal, como por exemplo: a conveniência, a familiaridade, a oportunidade de relação, a oportunidade de maior relacionamento mútuo e a simples familiaridade decorrente da frequência de encontros.

2. identidade de valores e atitudes e outras características susceptíveis de valorização – a semelhança gera atração, e isto explica-se porque, por um lado, há uma redução de custos no processo de interacção social; por outro, há um estabelecimento da realidade social e uma necessidade de comparação social; finalmente, um papel reforçador da concordância.

Por processos grupais entende-se um dos principais fenómenos psicossociais, cujo ambiente natural e característico é o grupo psicológico. Há autores (Krech, Crutchfield e Ballachie, 1962, in Rodrigues, 2000) que fazem a distinção entre grupo psicológico e organização social. O primeiro é caracterizado por ser composto por pessoas que se conhecem, procuram objectivos comuns, têm ideologias semelhantes e interagem com frequência; o segundo, é entendido como um sistema integrado de pessoas ou grupos que visam alcançar um mesmo objectivo, não apresentando, porém, as mesmas características de um grupo psicológico.

O método sociométrico de Moreno é um dos mais antigos adoptados no estudo das preferências existentes dentro de um grupo em relação aos demais membros do mesmo grupo. É o método denominado sociograma, onde as pessoas são representadas por círculos e, linhas cheias ou ponteadas, são utilizadas para significar respectivamente escolha ou rejeição de uma pessoa do grupo por parte de outra.

Através da análise de um sociograma podemos observar a existência de estrelas – pessoas que recebem a preferência de muitos outros membros do grupo -, cliques – agrupamento de pessoas que se atraem reciprocamente-, isolados – aquelas que

não recebem preferências nem rejeições -, e, também é possível observar o grau de coesão existente no grupo através da simples inspecção de maior ou menor proximidade dos círculos indicativos dos componentes do grupo.

As atracções e rejeições entre membros são obtidas através de pergunta directa a cada membro do grupo. Estas podem ser as mais variadas possíveis, de acordo com o dado que se deseja obter. Os dados podem ser resumidos através de uma matriz, onde os números positivos indicam preferência e os negativos indicam rejeição.

A maior parte da nossa vida decorre em grupos. De facto, eles podem estar presentes nas nossas reflexões e influenciar a nossa conduta, mesmo quando estamos sós.

Mas, da mesma maneira que o grupo pode estar presente quando alguém está sozinho, também é possível encontrar conflitos entre dois grupos representados unicamente por duas pessoas. Brown (1988) assinala que o que caracteriza a conduta intergrupar não é o número de indivíduos implicados, mas a uniformidade interna que pode observar-se dentro dos grupos que entram em interacção.

Para os indivíduos implicados, o grupo está presente de forma simbólica. Nesse preciso instante a sua identidade social é o mais importante e as suas manifestações podem tornar-se mais extremas e estereotipadas do que são habitualmente.

Tajfel (1978) propôs a existência de um contínuo interpessoal-intergrupar no qual se situaria qualquer conduta social. No hipotético extremo interpessoal, a conduta do outro é interpretada como resultado da sua história pessoal, da sua forma de ser, etc. No hipotético extremo intragrupal, em troca, o outro tende a ser entendido em função das características que se atribuem ao seu grupo de origem. Assim mesmo, Tajfel (1978) assinala que as mudanças de contexto podem conseguir que a interacção se desloque de um extremo para o outro.

Alguns grupos têm uma forte implicação emocional e afectiva para os seus membros (família, amigos, etc). Outros parecem comprometer mais a sua capacidade para realizar determinadas tarefas. No entanto, nada disto impede que se estabeleçam fortes relações íntimas. Na realidade, a vida de todos os grupos pode ser explicada mediante duas dimensões fortemente ligadas: uma de tarefa – orientação face à consecução de determinados objectivos - de e outra sócio-emocional – centrada na coesão e satisfação do grupo.

A enorme variedade de grupos torna difícil delimitar aqueles elementos que definem a sua existência. Assim mesmo, algumas mudanças tecnológicas, como a

possibilidade de estabelecer contactos pela Internet, modificaram radicalmente a vida de alguns desses grupos.

Existem diferentes tipos de grupos, mas todos os grupos têm em comum determinadas características:

1. Interação – ação ou influência mútua ou recíproca. A interação pode ser física, verbal e/ou não-verbal;
2. Estrutura – um conjunto de elementos (regras, normas) que agregam as suas relações;
3. Tamanho – os grupos podem variar de tamanho:
 - 3.1. Díade – dois membros
 - 3.2. Tríade – três membros
 - 3.3. Pequeno grupo – 4 a 20 membros
 - 3.4. Sociedade – 20-30 membros
 - 3.5. Grande grupo – mais do que 40 membros;
4. Objectivos – normalmente existem por uma razão;
5. Coesão – força nas relações existentes entre os seus membros;
6. Mudança temporal – como sistema complexo de seres humanos interdependentes, os grupos mudam; nunca são estáticos, mas sim dinâmicos.

Podemos estabelecer que o grupo poderá ser definido pelas seguintes características (Pérez, 2001):

1. podemos considerar grupo a um conjunto interdependente de indivíduos;
2. entende-se que os grupos têm algum tipo de estrutura de funcionamento, que se traduz por normas, papéis, posições e diferenças de *status* entre os membros;
3. um grupo pode definir-se como um conjunto de indivíduos que se consideram a si próprios membros de uma mesma categoria social.

Evidentemente que nem todos os grupos são iguais. Tradicionalmente, recorreu-se a várias tipologias para classificar a grande diversidade dos grupos existentes. Uma dessas tipologias é a que diferencia grupos formais de grupos informais: os primeiros caracterizam-se por estarem organizados previamente e explicitamente, mediante normas, papéis, objectivos, etc; os segundos carecem de uma estrutura previamente estabelecida, ainda que esta possa surgir de forma espontânea através da interação continuada dos seus membros. Neste sentido, nos grupos de amigos podem aparecer papéis claramente diferenciados, que geram determinadas expectativas de conduta.

Quando falamos da estrutura informal de um grupo, referimo-nos fundamentalmente às posições, status e papéis, que embora não estejam previamente estabelecidos surgem de maneira espontânea e gradual a partir das interações quotidianas entre os seus componentes.

A aplicação de um teste sociométrico num grupo formal permite-nos conhecer e pôr a descoberto diversos aspectos da sua estrutura informal que podem ressaltar da estrutura formal do mesmo.

A técnica sociométrica é, portanto, um instrumento destinado a explorar as relações informais estabelecidas na vida grupal, e que permite averiguar as posições e status dos membros do grupo em distintas dimensões da estrutura informal existente num dado momento assim como os papéis atribuídos às ditas posições.

Neste ponto convém esclarecer o conceito diferencial de posição, status e papel. A posição de uma pessoa no grupo refere-se ao seu lugar nesse sistema social, segundo dimensões como o poder, liderança, atracção ou categorial social/profissional. Isto é, as posições formais de um grupo ou comunidade num dado momento podem-se identificar facilmente por estarem integradas num organigrama explícito; a estrutura informal da posição de uma pessoa depende normalmente das suas habilidades e, sobretudo, da sua popularidade, uma dimensão que só se detecta na sua totalidade mediante a técnica sociométrica.

Nem todas as posições valem por igual nem implicam o mesmo grau de influência social e/ou poder no grupo ou sistema social. Estamos a falar do status. Ser o número um numa dimensão não implica necessariamente ser o membro de maior status no grupo, já que ele dependerá do significado social positivo ou negativo que se atribui à dita dimensão. Isto significa que o status relativo de uma pessoa no grupo pode mudar de uma situação a outra, em função da qual a dimensão mais evidente e/ou positivamente valorizada no contexto onde se encontram e do lugar que ocupam com aqueles com quem interagem.

Finalmente o termo papel refere-se aos comportamentos associados a cada uma das posições que se distinguem num grupo ou sistema social. O conceito de papel não se refere unicamente aos comportamentos associados a posições pré-estabelecidas em grupos formais. Também se refere a comportamentos associados a posições que podem emergir na estrutura informal. Este processo pode dar-se quando um membro do grupo tem comportamentos que conduzem a uma diferenciação da sua posição no grupo (por exemplo, o líder, o tímido, o apaziguador, etc). Trata-se de posições informais que,

ainda que nem sempre se reconheçam de maneira explícita no grupo, implicam certas expectativas comportamentais derivadas das interações com os indivíduos que foram “rotulados” com essas “etiquetas” ou posições.

Não obstante, não devemos esquecer que, desde uma perspectiva interaccionista a relação indivíduo-grupo, os papéis não são só determinantes (causa) da acção individual, mas também um produto social (consequência) de uma acção individual.

Tendo o papel um produto social, podemos definir certos tipos de papéis que tendem a surgir em qualquer grupo onde haja algum grau de interacção entre os seus membros, ainda que essa interacção não seja face-a-face, mas através nas NTIC.

Em todos os grupos é conveniente que algum(ns) membro(s) realize(m) comportamentos facilitadores do processo grupal: propor, opinar, informar, resumir, esclarecer, mediar, impulsionar a participação dos demais, integrar os novos membros, avaliar o processo grupal, etc.

A estrutura interna dos grupos

Os grupos são a expressão mais rotunda da dimensão social dos seres humanos. Em primeiro lugar, porque satisfazem as necessidades biológicas. A reunião com outros seres, da mesma espécie, aumenta geralmente a capacidade de sobrevivência dessa espécie.

Em segundo lugar, porque satisfazem as necessidades psicológicas, como por exemplo a construção da sua personalidade. Embora os indivíduos se juntem com outros e formem grupos físicos, o importante é a pertença a um grupo psicológico, isto é, a um contexto social em que duas ou mais pessoas se percebem e se definem a si mesmas como iguais entre si e diferentes aos que não estão no seu grupo.

Em terceiro lugar, os grupos são uma expressão da dimensão social dos seres humanos porque satisfazem necessidades de informação. De facto, reunimo-nos com os outros com o objectivo de obter informação sobre nós próprios ou sobre o que nos rodeia. Só contrastando a informação com a dos outros podemos construir uma visão mais compartilhada da realidade.

Tudo isto faz dos grupos um elemento fundamental da vida de qualquer ser humano. Os grupos têm uma dimensão que representa o aspecto mais social do grupo: a atracção interpessoal e o seu efeito na coesão do grupo.

O teste sociométrico nasceu com a vocação de fornecer àqueles que trabalham com grupos indicações acerca da vida íntima dos grupos e da posição que cada um dos membros ocupa no contexto dessa rede de relações informais.

Diz Bastin (1980:15) que o teste sociométrico “consiste em pedir a todos os membros de um grupo que designem, entre os companheiros, aqueles com quem desejariam encontrar-se numa actividade bem determinada. Pode-se pedir-lhes igualmente que designem aqueles com quem preferiam não se encontrar...”

Que informações pode fornecer esse teste?

“Em primeiro lugar, a posição social de cada elemento do grupo. As preferências entre todos: a maior parte recebe algumas, dois ou três privilegiados monopolizam o restante, outros ficam isolados, sem preferências. Acontece o mesmo com os rejeitados. A maioria dos casos, uma grande percentagem de rejeições concentra-se sobre alguns indivíduos, a restante reparte-se sobre um número maior de indivíduos e ou outros membros, mais ou menos numerosos conforme o grupo, nada recebem” (Bastin, 1980:17).

“Se, além dos índices de preferências e de rejeições recebidas, se fazem intervir outros índices (...), pode obter-se, para cada membro, um conjunto de traços característicos: o seu estatuto sociométrico” (idem: 18).

“O teste sociométrico, porém não é somente um instrumento de diagnóstico individual; o estudo das relações interpessoais pode ser igualmente frutuoso. Quando o critério das preferências e rejeições tem uma característica mais ou menos afectiva, não é difícil determinar as preferências recíprocas (relações de amizade: simpatia, amizade), as rejeições recíprocas (relações conflituais: rivalidade, ódio...) e as “relações de indiferença”, se nos é permitida esta expressão. O conjunto das preferências recíprocas constitui a trama da estrutura sociométrica do grupo e, quando, estão todas representadas num sociograma colectivo (...), aparece aquilo que Moreno designa por redes de comunicação, isto é, as vias pelas quais passam todos os fenómenos psicossociais que têm o grupo por quadro. Esse sociograma das preferências recíprocas põe igualmente em evidência os subgrupos e/ou os indivíduos onde estes se concentram (Bastin, 1980:19)

O sociograma

O sociograma é uma técnica para determinar as preferências dos indivíduos perante diversos estímulos (pessoas) que fazem parte do seu meio. De facto, é usual

utilizar-se a analogia molecular para representar a relação existente entre membros de um grupo a partir das respostas a várias perguntas sobre as suas preferências no contexto de um grupo. Uma pontuação sociométrica constitui, em essência, o número de vezes que um indivíduo foi escolhido pelos outros indivíduos para levar a cabo certos objectivos. É, além disso, uma escolha perfeitamente consciente.

De uma perspectiva basicamente técnica, o que mais interessa aqui é que essa tendência para seleccionar e preferir seja consciente e sirva, sobre tudo, a necessidade de ter uma percepção do mundo organizado e útil para validar a nossa concepção de realidade. Por isso, o investigador que necessite de conhecer a rede de relações informais pode recorrer ao sociograma para conhecer:

1. as relações que existem entre os indivíduos, assim como a intensidade das mesmas;
2. o grau de coesão do grupo;
3. a posição de cada membro em relação com os demais;
4. a estrutura informal do grupo e a existência de subgrupos;
5. o nível de conflito ou de repulsa entre os membros de um grupo;
6. o grau de sociabilidade dos indivíduos do grupo.

O desenho do teste sociométrico requer várias decisões por parte do investigador, como sejam:

1. Que critério(s) empregar como estímulo organizador da representação grupal;
2. Quantas perguntas fazer para cada critério;
3. Quantas respostas permitir a cada pergunta.

A elaboração de um sociograma requer uma decisão relativa ao tipo de objectivo que se considera prioritário ou que coloca mais potencial diagnóstico.

Uma vez adoptado o critério sociométrico, este transformar-se-á numa pergunta objectiva, relativa a uma situação real, evitando na medida do possível situações imaginárias.

Quando o sociograma tem uma pergunta de afecto (a quem escolhes?) e outra de repulsa (a quem não escolhes?), temos ao nosso alcance várias informações qualitativas. Esta informação qualitativa representa os vínculos estabelecidos entre os membros do grupo.

Quanto ao número de respostas permitidas: diz Pérez (2001) que não se deverá impor qualquer limite, embora tradicionalmente, seja aceitável entre três a cinco eleições.

Nesta investigação, optamos por permitir duas escolhas, por um lado devido à dimensão do grupo, por outro, porque o software utilizado assim o sugeria, para as dimensões do grupo.

O teste sociométrico pode aplicar-se individualmente ou colectivamente.

A aplicação comum é a colectiva. As instruções são apresentadas ao mesmo tempo a todos os indivíduos, entregando-lhes simultaneamente a folha onde irão escrever as suas respostas.

Dever-se-á ter atenção, sobretudo, as seguintes questões:

1. os resultados são confidenciais;
2. os sujeitos deverão responder com sinceridade;
3. durante o momento de aplicação do teste deve-se evitar que os indivíduos olhem entre si, por um lado para não tentarem ver o que o outro respondeu, e por outro para não sintam a pressão do olhar dos outros;
4. todas as perguntas deverão ser respondidas;
5. identificação do indivíduo (nome e apelido), idade, residência, e outros elementos de interesse para o estudo.

Terminado o processo de cálculos, dispomos de dois tipos de informação sobre cada membro: uma informação quantitativa (grau de significância dos seus indicadores) e uma informação qualitativa (a sua relação com os outros membros do grupo). Ambas as informações se combinarão na representação sociométrica.

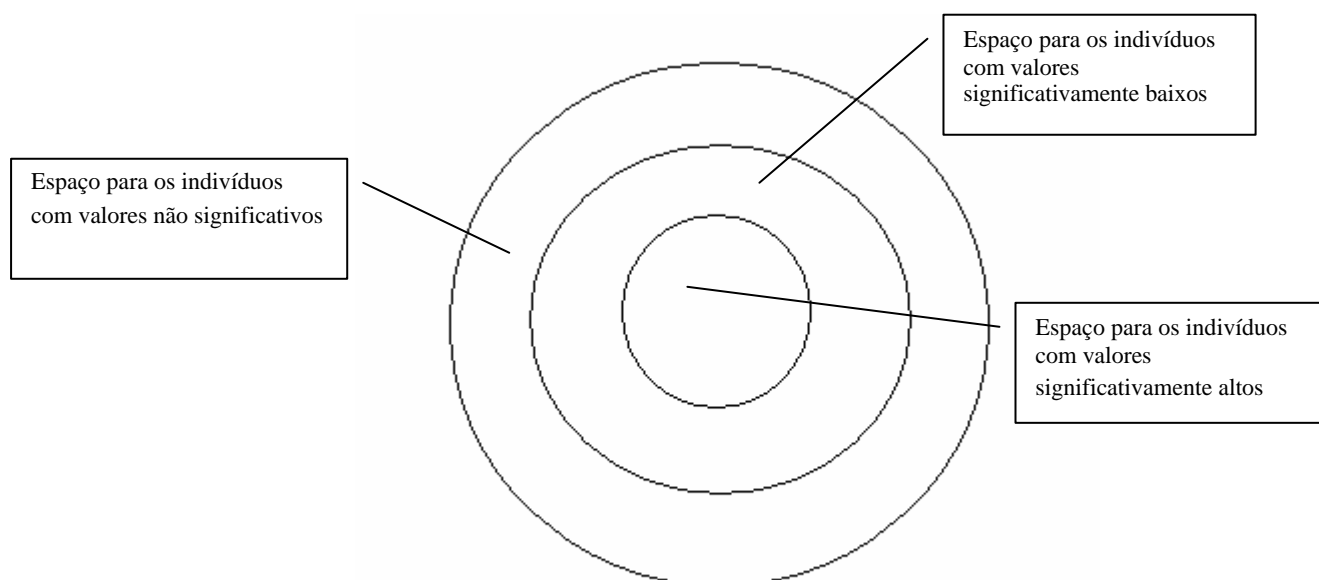


Fig. 23 - Esquema de um sociograma

Outra informação prende-se com as setas de parte do nome que elegeu em direcção da escolha que efectuou positiva (—————) ou negativa (—————).

É conveniente ressaltar que o teste sociométrico tem como objectivo explorar e tirar o máximo partido da informação que nos proporciona o sociograma. Como se constata, a partir da aplicação desta técnica obtém-se um “instantâneo”, uma imagem objectiva de algo aparentemente invisível como são as preferências ou antipatias de um grupo.

II Parte
Relações Interpessoais em (na) Rede

Capítulo 1 – As Relações Sociais

Algumas considerações prévias

A Internet tem vindo a ser cada vez mais divulgada e expandida. No mundo inteiro, 27,5 milhões de pessoas estão *on-line* (Nua, Lda, 2000). Este meio não só proporciona acesso à informação como também permite a comunicação à distância. É um elemento de mudança da sociedade. As amizades já não se escolhem tendo em atenção a geografia. A similaridade de interesses e atitudes estão na base das relações virtuais. Os mundos virtuais criam novas oportunidades no desenvolvimento de amizades (Parks e Floyd, 1996; Parks e Floyd, 1998). E coloca-se a questão: como é possível a formação de relações de amizade num meio como esse? Será que as pessoas que são muito sociáveis na vida real desenvolvem mais amizades também na Internet? Será que a sua atitude perante a CMC pode também influenciar a formação de relações?

O modelo de presença social desenvolvido por Short, Williams e Christie (1976) é o mais antigo enquadramento teórico de análise de CMC. A presença social é vista como um “factor único que compreende um número de dimensões relacionadas com o nível de contacto interpessoal” (Spears e Lea, 1992:32). De acordo com este modelo seria mais difícil construir uma relação via CMC do que via comunicação face-a-face.

Existe também a abordagem pelo modelo das pistas sociais reduzidas de Kiesler. Embora alguns estudos descrevam a CMC como impessoal, fria, hostil, estudos de campo mostraram que é muito rica em conteúdo sócio-emocional (Rice e Love, 1987) e que muitos utilizadores desenvolveram amizades nas comunidades virtuais (Parks e Floyd, 1996). Walther (1992) é de opinião que as discrepâncias verificadas entre os estudos se deve fundamentalmente ao tempo. Demora-se mais tempo a teclar do que a falar. O processo de desenvolvimento da impressão é mais demorado em contexto de CMC.

Os grupos electrónicos e as comunidades virtuais oferecem uma combinação entre a socialização e informação, sendo o valor associado a esta última derivado em parte de aquela provir de alguém que faz parte do nosso círculo de sociabilidades.

Como qualquer outro tipo de pesquisa que envolva seres humanos, estes estudos requerem uma atenção cuidada no que diz respeito às questões de ética e da dignidade humana. Na condução da pesquisa no ciberespaço, os cientistas sociais

dedicam-se frequentemente à observação do comportamento e à interacção com indivíduos das mais diversas proveniências, os quais utilizam o ciberespaço com os mais díspares objectivos, de trabalho ou de lazer.

Para este estudo, foram utilizadas as orientações NESH 2001, nomeadamente as referentes à protecção dos indivíduos que participaram na investigação tendo em vista a protecção e privacidade do grupo.

Serão as questões da privacidade e da dignidade em comunidade e grupos virtuais significativamente diferentes das suas congéneres não-virtuais?

A discussão em torno da recolha de informação e do que é informação/contexto público ou privado é outra das questões a tomar em atenção, pois esse é um dos pontos de fronteira, onde o conflito entre a investigação e a privacidade dos sujeitos mais facilmente tende a eclodir.

Mas será que faz sentido manter as noções de privado e público na acepção da Habermas (1989), aplicadas aos contextos/informação da investigação realizada em torno de comunidades virtuais?

No ciberespaço, a realidade com a qual nos confrontamos é a de um espaço cuja essência própria é a de divulgação e a da comunicação. Quando algum participa no IRC está, com efeito, a participar num mundo onde os próprios interfaces têm como objectivo primário a criação de espaços públicos. Se pretendermos actuar num espaço privado, a iniciativa de partir do próprio utilizador, isto é, temos de concretizar uma opção e alterar a situação de partida.

Será que podemos dizer que o ciberespaço é um espaço público por definição? Jones (1994) diz que não.

Teremos, pois, de concordar que, pelo menos, existe a necessidade sentida por parte dos intervenientes nos processos de interacção social de diferenciar espaço público de privado. A existência de espaço público e privado no ciberespaço deve ser entendida como um facto adquirido.

A diferença entre a investigação no espaço real e no ciberespaço em termos de definição de espaço público e privado residirá então não na possibilidade de estarmos perante um espaço totalmente público ou privado, mas sim no facto de no ciberespaço essas distinções serem feitas sem que se possa afirmar a existência de um contexto padronizar que ajude o investigador a definir as fronteiras da sua actividade.

No ciberespaço tal como no espaço real, a possibilidade de se proceder à identificação dos sujeitos varia conforme o assunto e o meio em análise; no entanto, no

ciberespaço, o grau de dificuldade tende a aumentar, não só porque uma das características de interacção é a possibilidade de os sujeitos se poderem apresentar segundo uma variedade de identidades à escolha, como também porque nem todos os interfaces permitem a obtenção do endereço do correio electrónico.

O facto de estarmos perante um espaço onde ainda não é muito usual um investigador apresentar-se para a realização de pesquisas, a dificuldade que a presença virtual levanta para a verificação da identidade do investigador e a própria “cultura tradicional” associada a uma recusa das autoridades e da regulação no ciberespaço, são factores a ter em atenção.

A intervenção directa do investigador revelando a sua presença sobre o espaço e respectivos utilizadores pode em muitos casos reflectir-se negativamente nos objectivos da investigação, pois pode propiciar que as acções e atitudes dos sujeitos em análise nesse grupo experimental se afastem da sua actuação comum, provocando uma falsificação dos resultados.

Conclui-se então que tal como o espaço real, a investigação no ciberespaço não deve decorrer de forma anárquica e desprovida de considerações éticas.

Paralelismo entre lugares virtuais e lugares convencionais

As investigações que tratam das comunidades virtuais normalmente discutem os seus habitantes (Paccagnella, 1997), o que acontece no seu interior, e onde podemos “encontrar” o foco de estudo (Smith, 1992). Isto porque a “CMC é, na essência, um espaço produzido socialmente” (Jones, 1995:21).

Alguns autores apontam para a ligação entre espaço público-comum virtual e comunidade virtual. Fernback e Thompson (1995) definem comunidade virtual como “relações sociais forjadas no ciberespaço, através de contactos contínuos dentro de um limite ou lugar específico (por exemplo: um canal de *chat*), que está simbolicamente delineado por tópicos de interesse”. Assim, para Fernback e Thompson (1995), uma comunidade virtual necessita de um espaço virtual. Ao mesmo tempo, apontam para o facto de comunidade virtual não ser o mesmo que ciberespaço.

Os diversos dados recolhidos apontam para o facto de não estarmos perante dois espaços estanques onde o que ocorre num não influencia o outro. A interdependência deve, pois, ser entendida como existente, bastando para tal lembrar que a maioria das

questões abordadas têm origem no exterior do ciberespaço e que, no sentido inverso, podemos encontrar a realização de jantares e outros encontros informais entre indivíduos que iniciaram o seu relacionamento social como membros da Ptnet.

As interacções sociais que ocorrem no ciberespaço assumem contornos e características diferentes daquelas que estamos habituados a presenciar no mundo real e, portanto, como refere Lyon (1998) devem ser designadas como novas relações sociais. No entanto, não representam uma completa novidade, no sentido em que sofrem influências da aprendizagem social ocorrida no mundo real.

Estamos perante uma nova noção de espaço, onde físico e virtual são simultaneamente influenciáveis, proporcionando um campo fértil para a emergência de novas formas de sociabilização, modos de vida organização social.

Para este estudo optou-se por uma observação participativa.

Na comunicação face-a-face, a aparência física, vocabulário, gramática e outras marcas linguísticas (incluindo tom e sotaque) e outras pistas não verbais influenciam a maneira como os indivíduos inicialmente formam as impressões uns dos outros (Goffman, 1959; Lea e Spears, 1995). No ciberespaço muitos destes indicadores estão ausentes ou muito atenuados.

Isto levanta as seguintes questões: na ausência de pistas visuais ou auditivas, como é que os indivíduos em ambiente de CMC formam as suas impressões daqueles com quem interagem e como se podem comparar as suas impressões *on-line* com as impressões *off-line*. Grande parte dos estudos iniciais da CMC foram estudos de laboratório, nos quais pequenos grupos trabalhavam problemas estruturados durante um tempo limitado (Garton e Wellman, 1995). Os grupos que comunicavam via CMC eram comparados com grupos que comunicavam face-a-face. As conclusões deste tipo de investigação enfatizava geralmente as desvantagens sociais da CMC, implicando que as relações pessoais altamente desenvolvidas e positivas ocorreriam pouco frequentemente em ambientes *on-line*. Os grupos de CMC, por exemplo, teriam grande dificuldade em reconhecer e em partilhar pontos de vista (Kiesler e Sproull, 1992). Para além disso, os indivíduos em CMC envolvem-se em agressões verbais, revelações e comportamentos não conformados, que as pessoas dos grupos da comunicação face-a-face (Dubrovsky, Kiesler e Sethna, 1991).

Contudo, Sproull e Kiesler (1991) notaram que os ambientes electrónicos oferecem mais oportunidades para as relações sociais e menos apreensões de avaliação do que os ambiente face-a-face.

Wellman (2001) parte do pressuposto que as mudanças tecnológicas subsidiam as relação sociais e a estrutura social.

A interdependência entre espaço físico e ciberespaço

Até que ponto as novas relações sociais que ocorrem no ciberespaço sofrem influências e influenciam também o espaço físico ou real?

À pergunta do porquê da razão de ser da opção por proceder ao estudo do ciberespaço/Internet e das possíveis alterações das relações sociais que a interactividade poderá despoletar utilizando o conceito de tecnologia social, surge a seguinte resposta: é muito pouco provável que sejam discerníveis aos olhos do investigador as alterações ao nível social, se ele centrar a sua análise num modelo baseado na tecnologia enquanto informação e nas políticas que se lhe encontram associadas.

Os utilizadores da Internet e do ciberespaço não se limitam a ser processadores solitários de informação, são também seres sociais. Não procuram apenas informação, também buscam pertença, apoio e afirmação; são também actores sociais, o que nos transporta para o uso da metáfora do local ou ponto de encontro.

A socialização é também ela, em parte, fruto das sociabilidades que cada actor social desenvolve através das suas redes de encontros, onde através da conversa, do debate, da discussão e das confidências aquela se constrói. As pessoas procuram locais onde possam estar com outras que possuam interesses comuns ou onde possam desenvolver novas áreas de interesse, através de ouvir e de conversar. Quando se lhes depara um local que responda às suas expectativas, em geral retornam e não várias vezes incluem-no no seu espaço usual de interacção social.

Na perspectiva de Sproull e Faraj, se somos capazes de entender as pessoas enquanto actores sociais, então também deveríamos estar aptos a apreender a Internet enquanto tecnologia social. Esta utiliza os mesmos métodos de forma a permitir que indivíduos com interesses similares se encontrem, falem, ouçam e construam um leque de sociabilidades com algum grau de durabilidade. Locais de interacção social não se encontram apenas no mundo real, mas também na Internet, sob a forma de canais de IRC.

A escolha do objecto de estudo

A questão da pertença ou não do investigador ao grupo a estudar é um dos pontos fulcrais, pois existem vantagens e desvantagens associadas e que, conseqüentemente têm de ser ponderadas. No que respeita às vantagens identificáveis num estudo desta natureza, podemos referir que:

- O investigador possui um conhecimento em primeira mão do grupo, da sua linguagem, tradições, história, etc.;
- O conhecimento mais próximo permite uma diminuição do tempo necessário para a concretização do estudo;
- O conhecimento mais próximo pode diminuir os erros de interpretação da estrutura do grupo em estudo.

No campo das desvantagens, a maior reside na possibilidade do investigador ao pertencer ao grupo, poder ter uma maior tendência para tomar certos dados como garantidos.

O facto de ter escolhido o mIRC levou em conta estes factos.

Bourdieu (1989) caracteriza as relações sociais no contexto do que ele designa por campo – é o espaço onde se desenvolve a interacção social, com vista à obtenção de determinados objectivos. A vida é interpretada como tendo não apenas um campo, mas um conjunto de campos (família, trabalho, etc.)

Outro conceito fundamental é o de *habitus*, que é definido como o sistema de aquisição de conhecimentos, um conjunto de expectativas e leituras da realidade, operacionalizadas individualmente, e que se baseia nas experiências de cada um.

Dadas as limitações da investigação que nos propomos realizar, quer em termos de tempo, quer de outras disponibilidades, não nos será possível ir tão longe quanto gostaríamos, pois a tarefa não é pequena, não só a discussão sobre quais as fronteiras do ciberespaço é tema de longo debate, como a interdependência das fronteiras face às rápidas mudanças tecnológicas tende a alargar ainda mais o âmbito de um debate deste género.

Poderemos ainda encarar a hipótese de todo o ciberespaço ser um único campo, considerando as diferentes redes que o constituem como os seus sub-campos. Do conjunto de campos possíveis preferimos proceder à descrição de apenas dois e dos seus respectivos sub-campos. Pela sua pertinência foram escolhidos a Internet e a Ptnet.

Como já foi anotado, também a Internet possui um conjunto de sub-campos com as suas características próprias e atributos diferenciados. Um desses sub-campos é o IRC, que pode ser descrito como um sistema de comunicação multi-utilizadores, síncrono, que se encontra disponível para todos os utilizadores que façam parte da Internet (Reid, 1991). O IRC não teve na sua origem nenhum fim em particular, pelo que o seu uso é decidido para cada um dos utilizadores que nele participam. Tanto é usado para trabalho de equipa como para o puro divertimento.

A comunicação via IRC é escrita e, embora estando os seus utilizadores espacialmente distantes, permite um tipo de comunicação que, pelas duas características, só era até agora possível através da forma oral e apenas entre dois intervenientes (telefone). O IRC introduz também o conceito de “canal”, o qual permite que mais do que duas partes conversem em simultâneo.

Para, entre outras possibilidades, criar canais ou para nos juntarmos aos seus utilizadores basta usar um dos diversos comandos disponíveis. O IRC oferece-nos ainda a possibilidade de aceder a listagens de utilizadores que estão presentes e em que canais, e permite ainda saber quem entra para qual canal, ao mesmo tempo que mantém as mensagens trocadas apenas visíveis para os membros do canal onde tem origem. Por último, entre o conjunto de possibilidades características deste meio surge o facto de o criador do canal, que pode ser qualquer um dos utilizadores, poder exercer um conjunto de comandos que lhe permitem limitar a entrada e a presença de outros indivíduos no canal que administra.

Pelas características anunciadas, o IRC é um campo que dá uma nova dimensão à interacção social no ciberespaço, em particular porque permite o contacto em sincronia ao contrário dos restantes campos, que são maioritariamente assíncronos.

Quanto ao *habitus*, é interessante verificar que tanto os computadores como a sua utilização em rede, mais do que qualquer outra tecnologia, desenvolveram um extenso e singular léxico, o qual se estende da simples catalogação de acções até ao surgimento de novas linguagens como é o caso de emoticons. Os emoticons ou smileys são construções gráficas destinadas a indicar um estado emocional, humor :) ou tristeza :(ou ainda outras indicações como o uso de óculos B). Nas livrarias e na Internet podemos encontrar diversos dicionários e glossários de termos relacionados com computadores e os seus usos. Por outro lado, surfe também a netiquette, um conjunto de regras normalmente entendido como as mais correctas a seguir na interacção entre actores sociais no ciberespaço.

O anonimato é uma das características mais valorizadas, pois potencia a socialização. Cada indivíduo deve ser livre de revelar apenas o que entender sobre si próprio. Um outro factor a ter em atenção nas interacções sociais que ocorrem no ciberespaço parece ser o facto de as mesmas não estarem livres de influências oriundas do exterior do ciberespaço, ou do mundo real, assim como o que ocorre na Ptnet influencia as relações sociais que ocorrem no mundo físico.

Se recordarmos a definição de comunidade apresentada no início deste trabalho e ao mesmo tempo olharmos para os membros da PTnet, temos sem dúvida de concordar que estamos perante um grupo social não sujeito a padrões de dimensões específicas, em cuja base de formação se encontra a partilha de interesses comuns, de tipo social, profissional, ocupacional ou religioso, no qual não se procura apenas informação, mas também pertença, apoio e afirmação. Assim, as comunidades virtuais existem. Nelas as interacções sociais estão presentes, as sociabilidades ocorrem e os processos de socialização são igualmente complexos.

Métodos utilizados

Devido ao estudo em questão, que tanto foi realizado em espaço real como em espaço virtual, procurou-se utilizar métodos de investigação, que fossem simultaneamente aplicados quer num espaço real e quer ciberespaço.

Para quem já efectuou trabalhos de campo e tiveram de se deslocar para locais mais ou menos remotos, o facto de a investigação de fazer no conforto de uma cadeira e secretária, é realmente um facto novo (Cardoso, 1998).

Ainda que o ciberespaço não tenha existência enquanto espaço físico, as entidades que o compõem são passíveis de ser exploradas a partir de qualquer um dos milhões de computadores que se encontram ligados em todo o mundo.

A resposta às necessidades que vão surgindo ao investigador, quando decide iniciar o estudo de alguma comunidade, grupo ou sociedade, pode ser encontrada em qualquer manual de ciências sociais, a metodologia mais indicada.

Contudo, há um conjunto de técnicas necessárias que são essenciais para assegurar o acesso ao ciberespaço e as redes que o compõem:

- o conhecimento de utilização de computadores e dos respectivos sistemas operativos;

- aprendizagem de comandos básicos associados ao software necessário à investigação a desenvolver;
- facilidade de escrita directamente no computador, se se pretender participar num meio síncrono e interactivo, como, por exemplo, o IRC.

Para além disso, existe ainda a necessidade de obter acesso ao hardware e às ligações à rede. Neste caso particular, as ligações seria efectuadas a partir de um computador pessoal, em casa de cada um dos intervenientes, através de um servidor que permitisse o acesso à Internet.

Quanto ao software, os programas utilizados são obtidos em sistema de *freeware*: mIRC (para a utilização do IRC) e SociometryPlus 2.0 (para análise sociométrica).

Capítulo 2 - Relações em Rede – Fase 1

Temos assistido a um crescente interesse e deslumbramento, sobretudo nos jovens, pelas comunidades virtuais, particularmente pelas salas de *chat*. O Ministério da Ciência e Tecnologia colocou, nas escolas portuguesas, um computador à disposição da comunidade escolar, que se tornou, em pouco tempo, o material mais procurado pelos alunos, não para fazer pesquisas para os seus trabalhos escolares, mas sim para se ligarem a uma qualquer sala de *chat* e comunicarem com outros indivíduos, acabando, por vezes, por se conhecerem no mundo real. Deste encontro resultava muitas vezes em desilusão, porque a pessoa que tinham à sua frente não correspondia àquela que tinham inicialmente imaginado.

Estudos sobre este tipo de situações existem alguns, como já foi referido anteriormente. Porém, a investigação que nos propomos desenvolver pretendeu estudar este fenómeno de um outro ponto de vista. Esta investigação centrava-se na problemática das comunidades virtuais, particularmente nas salas de *chat*. Pretendíamos descobrir se existia algum paralelismo (e se existia, a que níveis) entre a estrutura antropossocial de um grupo de pessoas que se relacionam numa comunidade «real», com o mesmo grupo de pessoas em contexto virtual, escondidas atrás das suas máscaras – *nicknames*.

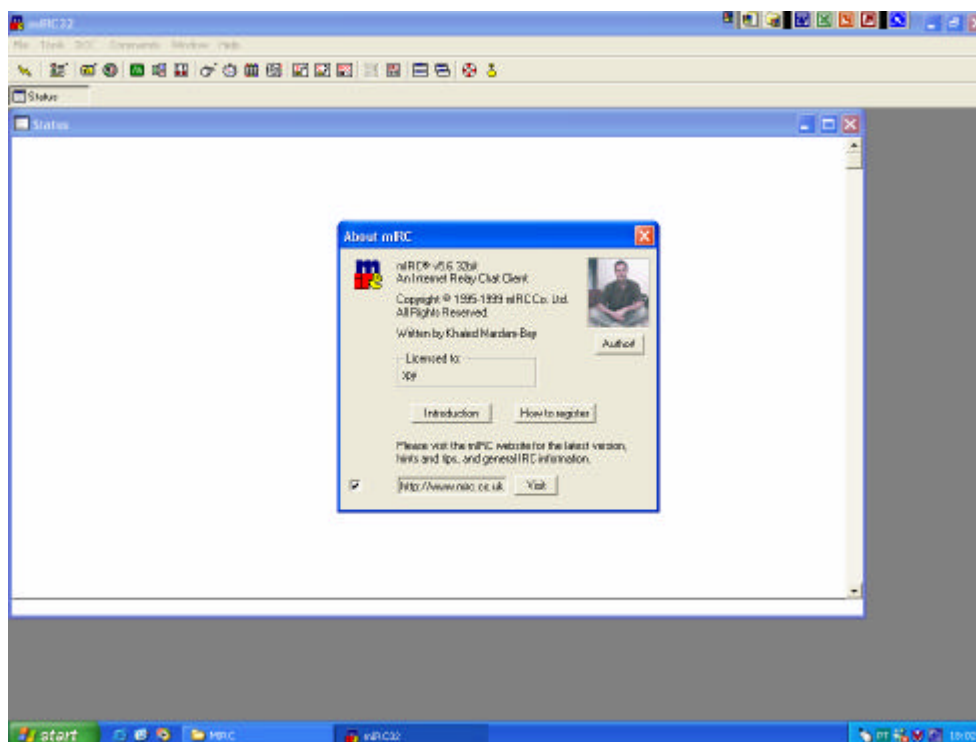
Fala-se das transformações das relações interpessoais com a introdução das novas tecnologias na sociedade. Fazem-se estudos sobre essas relações virtuais, sobre as motivações e identidade(s) dos utilizadores das salas de *chat*, sobre as estruturas antropológicas no ciberespaço. Contudo, ainda não existia qualquer estudo sobre as alterações na formação de amizades, nas relações de proximidade, nas interações com os pares, que ocorrem nesse processo de transição do real para o virtual.

Nos estudos a que tivemos acesso parte-se sobretudo do contexto virtual para o real. Ou seja, as pessoas apresentam os pontos em comum para depois de se «conhecerem» procurando uma aproximação física. Neste, seguiu-se precisamente as formas de interacção tradicionais: as pessoas conhecem-se fisicamente, conhecem os seus interesses e encontram-se, depois, em contexto virtual. Mas, será que este processo implicará alterações na organização final do grupo? Será que a forma como cada um se apresenta e representa face ao outro e, conseqüentemente, o modo como é pensado pelos outros leva a alterações na estruturação final das comunidades?

A metodologia que se seguiu foi baseada em questionários e técnicas de tipo sociométrico, e conseqüente elaboração de sociogramas, a implementadas após, pelo

menos um mês de interacção real e após três meses de interacção via TIC de tipo *chat*, sendo que todas as comunicações foram mantidas no total anonimato e, ainda, através da observação participante das interacções *on-line*, na sala de *chat*

Fig. 24 - Janela Inicial do mIRC



Para tal, começamos por abordar directamente os alunos do ensino secundário da Escola Secundária de Paços de Ferreira, no sentido de seleccionar um grupo de indivíduos que reunissem as seguintes condições:

- possuir um computador pessoal com acesso à Internet;
- serem um grupo de amigos ou, pelo menos, conhecidos uns dos outros.

Estas condições, sobretudo a primeira, limitaram bastante o campo de acção, pelo que em cerca de 200 alunos apenas 12 possuíam computador com acesso à Internet. Desses 12, apenas 9 conseguiram efectivamente entrar na sala de *chat*; os restantes 3, devido a dificuldades de ordem técnica, que nunca tiveram solução, nunca participaram em qualquer sessão.

Reduzido então o grupo a 9 elementos, que participaram de uma forma regular nas 12 sessões de IRC, com uma duração média de 1h,30m, uma vez por semana.

Criamos um canal de *chat*, registado, ao qual demos o nome de #Tons. O nome foi assim atribuído por vários motivos; por um lado, Tons, é o nome de um café, na imediações da Escola, onde normalmente os alunos se costumam encontrar; por outro

lado, apelando a uma metáfora, significando uma diversidade cultural, social, musical, ideológica, etc.

Durante o processo de criação e registo do canal, foram seguidos diversos passos:

1. registar um *nick* (AMPS);
2. verificar se o canal que pretendia criar, não existia ainda (existem cerca de doze mil canais registados na Ptnet).

Fig. 25 - Extracto de uma Janela de Status da Ptnet do dia 11 de Janeiro de 2002

```
There are 21320 users, 21038 of the m invisible on 44 servers
13 operator(s) online
2 unknown connection(s)
11215 channels formed
I have 970 clients and 1 servers 31685 63484
-
Current local users: 970 Max: 978
Current global users: 21320 Max: 23567
-
```

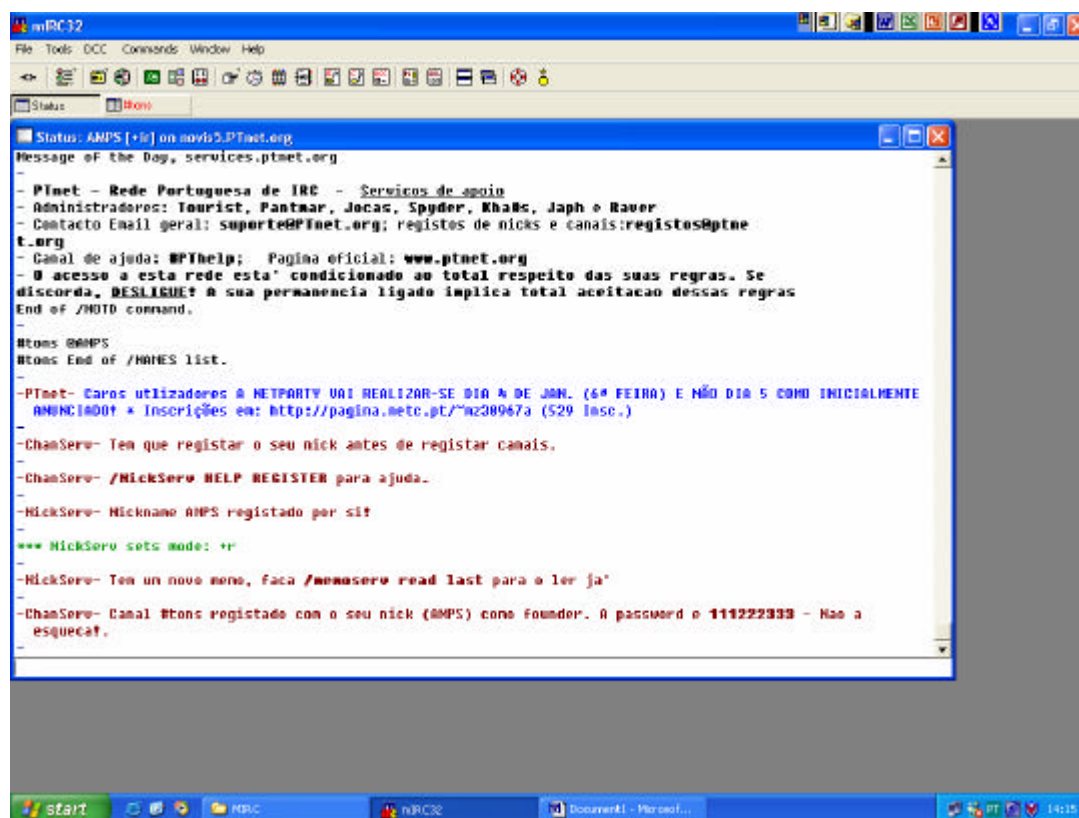
Fig. 26 - Extracto de uma Janela de Status da Ptnet do dia 15 de Março de 2002

```
There are 17579 users, 17375 of them invisible on 52 servers
18 operator(s) online
3 unknown connection(s)
10842 channels formed
I have 594 clients and 1 servers 18468 18167
-
Current local users: 594 Max: 975
Current global users: 17579 Max: 23834
```

Depois de diversos procedimentos, que foram seguidos, através de diversas indicações do site oficial da #Pthelp⁴, AMPS tornou-se Op (@AMPS), significando isto que seria a Administradora do canal. Ser Op significa poder gerir o canal, nomeadamente mudar o tópico de discussão, não permitir mensagens de publicidade, limitar o número de participantes no canal, etc.

⁴ Ver http://www.ptnet.org/pthelp/html/body_chanserv.html

Fig. 27 - Janela de Registo do canal #tons, que deu à AMPS o estatuto de founder (Op)



Paralelamente, e num outro âmbito foi criado o questionário sociométrico (Fig. 28), baseado por um lado nas perguntas sugeridas pelo software SociometryPlus 2.0, por outro tendo em atenção o escalão etário dos indivíduos envolvidos (15-17 anos).

Com o intuito de avaliar as quatro vertentes das relações interpessoais – actividades recreativas, autoridade ou respeito do grupo, capacidades organizativas e à vontade em público – foram elaboradas oito questões (quatro para eleições positivas, quatro para eleições negativas). Para salvaguardar o facto de todos os participantes responderem a todas as questões com a mesma atenção, bem como para garantir uma eleição mais imparcial, foi alterada a ordem das questões. O mesmo questionário foi administrado nas duas fases de avaliação.

Fig. 28 - Questionário Sociométrico aplicado aos indivíduos

Nome: _____ Idade: _____

Instruções:

1. As seguintes perguntas permitirão conhecer melhor as tuas preferências.
2. As respostas são confidenciais e ninguém no grupo terá acesso a elas.
3. Para cada uma das perguntas escolhe dois nomes de entre os teus colegas. Evita deixá-las em branco ou responder apenas com um nome, embora isso seja possível.
4. Responde com sinceridade.

1. Indica as duas pessoas do grupo com quem preferias trabalhar ou fazer um trabalho escolar.

1.2. Indica as duas pessoas do grupo com quem gostarias menos de trabalhar ou fazer um trabalho escolar.

2. Na tua opinião, quais as duas pessoas com melhores capacidades organizativas no grupo (liderar, coordenar, orientar, gerir)?

2.2. Na tua opinião, quais as duas pessoas com menores capacidades organizativas no grupo (liderar, coordenar, orientar, gerir)?

3. Indica as duas pessoas do grupo que te parecem mais extrovertidas e se mostram à-vontade em público.

3.2. Indica as duas pessoas do grupo que te parecem mais introvertidas e se mostram pouco à-vontade em público.

4. Indica as duas pessoas que gostarias de convidar para te acompanhar a uma festa.

4.2. Indica as duas pessoas que não gostarias de convidar para te acompanhar a uma festa.

Contexto social do grupo

1. Enquadramento geográfico e socio-económico

Paços de Ferreira é um concelho de cariz fortemente urbano, tendo evoluído muito rapidamente ao longo das últimas duas décadas, tendo passado de um concelho predominantemente rural para um panorama de desenvolvimento industrial – sobretudo devido ao fabrico de mobiliário -, que constitui a base dessa urbanização e modernização.

A localização geográfica do Concelho de Paços de Ferreira situa-se na periferia da Área Metropolitana do Porto.

A nível económico, é o sector secundário o que regista maior peso na economia do Concelho. Em 1997, segundo dados do INE⁵ a população entre os 15-24 anos, situava-se entre os 17,4%. Tinha então, a população mais jovem da região norte e mesmo de Portugal.

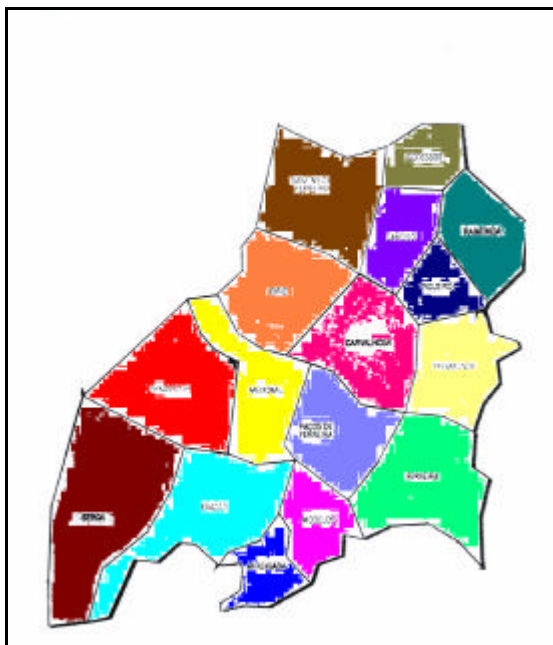
No que concerne à área de lazer, salientava-se uma deficiência no que respeita às Bibliotecas existentes, tendo sido considerado uma prioridade a uma integração na Rede Nacional de Bibliotecas Escolares, com acesso às novas tecnologias.

Quanto à educação, Paços de Ferreira apresenta uma baixa taxa de escolarização e cumprimento da escolaridade.

O Concelho de Paços de Ferreira possui uma área de cerca de 68 km² e está repartido administrativamente em 16 freguesias: Arreigada, Carvalhosa, Codessos, Eiriz, Ferreira, Figueiró, Frazão, Freamunde, Lamoso, Meixomil, Modelos, Paços de Ferreira, Penamaior, Raimonda, Sanfins e Seroa.

⁵ ver <http://www.infoline.ine.pt>

Fig. 29 - Localização geográfica das freguesias do Concelho de Paços de Ferreira



Juntamente com Penafiel, Paredes, Felgueiras, Lousada e Castelo de Paiva, constitui o agrupamento de Concelhos de Vale de Sousa.

2. Descrição da escola

A Escola Secundária de Paços de Ferreira situa-se em pleno centro da cidade. Nela existem turmas do 3º ciclo do Ensino Básico, turmas do Ensino Secundárias, repartidas por 4 agrupamentos de Cursos Orientados para Prosseguimento de Estudos e dois cursos tecnológicos e ainda o Ensino por Unidade Capitalizáveis (regime nocturno e estabelecimento prisional) .

Por ter um número bastante elevado de alunos, os horários têm sido bastante contestados pelos alunos, que por estarem sujeitos aos horários do transporte escolar, têm de permanecer na Escola bastantes horas, para além das horas lectivas.

A arquitectura da escola é composta por quatro blocos (Bloco A, B, C e D), separados entre si por locais de recreio, ao ar livre e cobertos, um pavilhão e dois campos de jogos.

Quando têm tempos livres, estes costumam ser ocupados na biblioteca, onde existem quatro computadores - três com acesso à internet -, ou então, em locais nas imediações da escola (Biblioteca Municipal, cafés, salões de jogos).

3. Descrição do grupo

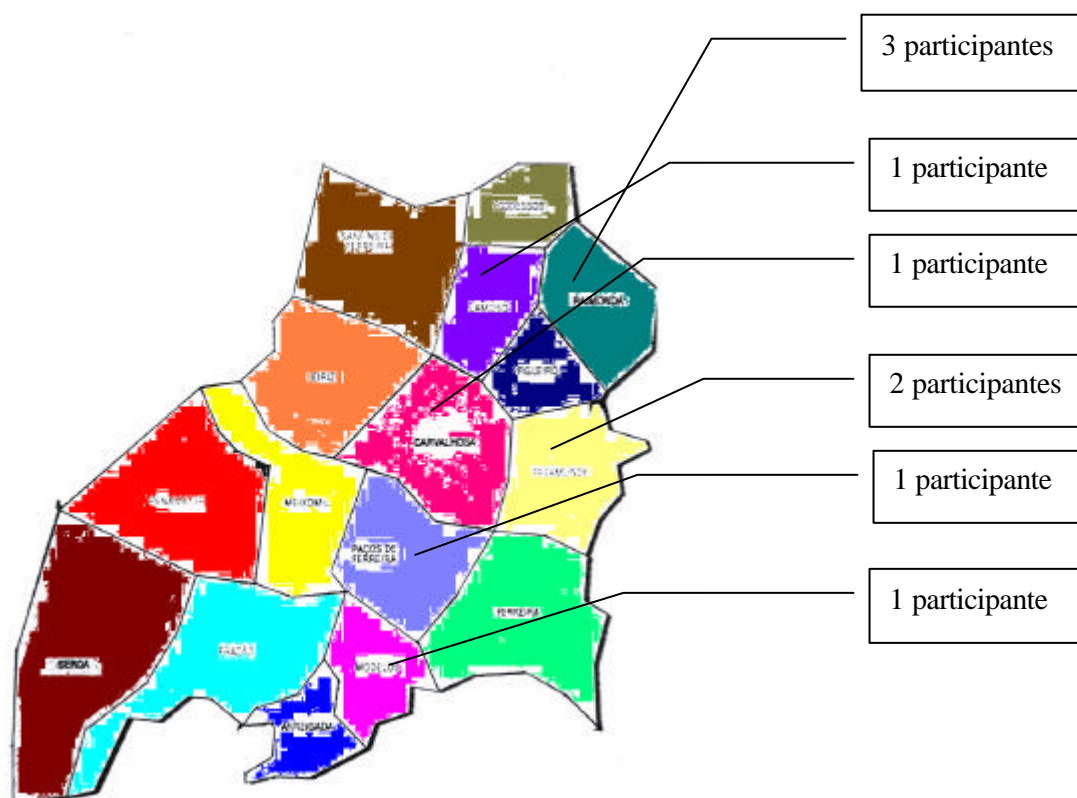
O grupo é constituído por nove elementos: seis do sexo masculino e três do sexo feminino. O nível etário situa-se entre os 15 e os 17 anos. Dois dos elementos frequentam o 10º ano de escolaridade e os restantes o 11º ano de escolaridade. Três frequentam o 1º agrupamento (científico-natural), três frequentam o 4º agrupamento (humanidades) e os restantes três, o curso tecnológico de administração.

Todos possuem computador em casa com acesso à Internet, de onde acederam para participar neste estudo.

Todos conheciam o software mIRC, embora só um elemento não o possuísse no seu computador pessoal. À excepção de um indivíduo, todos costumavam utilizar esse programa de conversação.

No que concerne ao local de residência: um reside em Carvalhosa, dois em Freamunde, três em Raimonda, um em Paços de Ferreira, um em Modelos e um em Lamoso.

Fig.30 - Distribuição dos participantes por espaço geográfico



Para salvaguardar a privacidade de cada um foram modificados os nomes reais dos participantes. Quanto aos nicks, não parece haver qualquer necessidade ética de “mascarar” estas “máscaras”. Há dois princípios do design da natureza – o princípio da camuflagem e o princípio da imagem de marca (Gombrich, 1984:6). Para Turner (1986:3), o uso das máscaras e fantasias carnavalescas apoiam estes dois princípios. As máscaras servem não só para esconder a verdadeira identidade do indivíduo, mas também para chamar a atenção para si e para a máscara, quer através do poder expresso, quer através da criatividade, quer através da capacidade de instigar um certo medo ou humor. Da mesma forma, as máscaras textuais – *nicknames* – não só são um meio para disfarçar a identidade da vida real como também uma forma de “*plumage*”.

Fig. 31 - Listagem dos nomes dos elementos do grupo do espaço real e nicks do mesmo grupo no espaço virtual, ordenados por ordem alfabética⁶

Nome	Nick
Carlos	[Dolphin]
César	_Kwerk_
Dinis	_Spinner_
Isabel	Defuncto_Deo
Ivo	Down_Rodeo
Miguel	EsPf
Sandra	Jorga
Teresa	Neu_ro_tic
Vasco	Popeey

Cada elemento do grupo preencheu um documento (Fig. 32) indicando o seu nome e o nick, que iria utilizar na sala de *chat*, #Tons. Nesse documento, chamava-se à atenção para o facto de:

- as informações serem confidenciais;
- ser absolutamente imprescindível a não divulgação do nick, a utilizar na sala do *chat* do grupo;
- ser conveniente a manutenção do *nick* durante as sessões. Contudo, se alguém o descobrisse, teriam de o alterar, comunicando-o apenas ao investigador.

⁶ Nota: Não há qualquer ligação entre o nome real e o nick

Fig. 32 - Documento preenchido pelos indivíduos, para que a investigadora tivesse conhecimento da correspondência entre o nick e o nome do indivíduo

Preenche a Tabela que se segue, indicando quer o teu nome quer o *nick* que vais utilizar sempre que estiveres na sala de Chat.

Nome	Nick

Lembra-te:

1. Estas informações são confidenciais.
2. É absolutamente imprescindível que não divulgues a ninguém o *nick* que vais utilizar na sala de Chat do grupo.
3. É conveniente que mantendas o teu *nick* durante as sessões. Contudo, se alguém o descobrir e tiveres que o alterar, não te esqueças de o comunicar.

Aplicação do teste sociométrico

Instruções

Depois de seleccionado o grupo e de estarem identificados e apresentados todos os participantes, e depois de mais de um mês de convívio entre eles (alguns já se conheciam há bastante mais tempo), realizamos uma reunião com todos os elementos, com vista ao preenchimento do questionário sociométrico, atrás referido.

Foi escolhida uma sala na Escola, com carteiras individuais, onde se sentaram. Antes de ser distribuído o questionário, foram esclarecidos os objectivos do mesmo e foram dadas instruções para o seu preenchimento:

- as perguntas permitiriam conhecer melhor as suas preferências;
- as respostas seriam confidenciais e ninguém do grupo teria acesso a elas;
- para cada uma das respostas deveriam escolher dois nomes de entre os colegas (número de escolhas mais indicado para o número de indivíduos total do grupo);

- a resposta deveria ser sincera.

Durante o preenchimento do questionário, tentamos evitar que trocassem olhares entre eles, para que a resposta fosse o mais isenta possível, não sentido qualquer pressão de olhares dos outros colegas.

No final todos os questionários foram recolhidos, e os respectivos resultados foram tratados através do software SociometryPlus, que produziu um relatório final.

SociometryPlus Report

BREVE EXPLICAÇÃO

- * O significado do INDICE DE STATUS SOCIAL (S) determina a POSIÇÃO (R) do indivíduo no grupo.
- * O INDICE DE CONCENTRAÇÃO INTERACTIVA mostra a habilidade pessoal no grupo de dirigir atenção psicológica e social para si.
- * O INDICE DE INTERRELAÇÃO INDIVIDUAL indica o papel de cada membro na formação de relações mútuas positivas (negativas) no grupo.
- * O INDICE DE COESÃO GRUPAL é expresso pelo percentual (%) de uma unidade teoricamente igual a 100%.
- * O INDICE DE CONFLITO representa o fenómeno de relações negativas entre membros do grupo.
- * O INDICE DE CONECTIVIDADE representa a frequência da interação social entre membros do grupo.
- * O INDICE DE REFERÊNCIA mostra como as relações mútuas se relacionam com as relações unilaterais no grupo e caracteriza o nível de conexão dos membros do grupo com o seu núcleo
- * LIDER é o membro do grupo que foi escolhido mais vezes.
- * INDIVIDUALISTA é o membro do grupo que não escolheu ninguém.
- * ESQUECIDO é o membro do grupo que escolhe alguém do grupo, ao menos um, mas não é escolhido por ninguém.
- * ISOLADO é o membro do grupo que não escolheu nem foi escolhido por ninguém.

Foram colocadas as seguintes questões:

1	Descrição:	AUTORIDADE OU RESPEITO DO GRUPO
	Questão (+):	Indica as duas pessoas do grupo com quem preferias trabalhar ou fazer um trabalho escolar.
	Questão (-):	Indica as duas pessoas do grupo com quem gostarias menos de trabalhar ou fazer um trabalho escolar.
2	Descrição:	CAPACIDADES ORGANIZATIVAS
	Questão (+):	Na tua opinião, quais as duas pessoas com melhores capacidades organizativas no grupo (liderar, coordenar, orientar, gerir)?
	Questão (-):	Na tua opinião, quais as duas pessoas com menores capacidades organizativas no grupo (liderar, coordenar, orientar, gerir)?
3	Descrição:	À-VONTADE EM PÚBLICO
	Questão (+):	Indica as duas pessoas do grupo que te parecem mais extrovertidas e se mostram à-vontade em público.
	Questão (-):	Indica as duas pessoas do grupo que te parecem mais introvertidas e se mostram pouco à-vontade em público.
4	Descrição:	ACTIVIDADES RECREATIVAS
	Questão (+):	Indica as duas pessoas que gostarias de convidar para te acompanhar a uma festa.
	Questão (-):	Indica as duas pessoas que não gostarias de convidar para te acompanhar a uma festa.

Fig. 33 - Quadro do número de escolhas positivas e negativas – grupo real – por variáveis

N	Nome	Nº de escolhas positivas (+) e negativas (-)							
		1		2		3		4	
		+	-	+	-	+	-	+	-
1	Carlos	2	2	0	4	1	5	3	2
2	César	3	0	4	0	1	1	2	0
3	Dinis	1	6	0	4	0	5	1	4
4	Isabel	5	1	3	2	2	1	3	1
5	Ivo	0	6	1	4	0	3	0	8
6	Miguel	2	2	4	2	8	0	4	1
7	Sandra	1	0	0	0	0	1	0	1
8	Teresa	3	0	2	1	0	2	1	0
9	Vasco	1	1	4	1	6	0	4	1

Fig. 34 - Índice de Status Social e Posição no grupo – grupo real – por variáveis

N	Nome	Índice de Status Social (S) e posição (R) no grupo							
		1		2		3		4	
		S	R	S	R	S	R	S	R
1	Carlos	0,00	5-7	-0,50	8-9	-0,50	7-8	0,13	5-6
2	César	0,38	2-3	0,50	1	0,00	4	0,25	3-4
3	Dinis	-0,63	8	-0,50	8-9	-0,63	9	-0,38	8
4	Isabel	0,50	1	0,13	4-5	0,13	3	0,25	3-4
5	Ivo	-0,75	9	-0,38	7	-0,50	7-8	-1,00	9
6	Miguel	0,00	5-7	0,25	3	1,00	1	0,38	1-2
7	Sandra	0,13	4	0,00	6	-0,13	5	-0,13	7
8	Teresa	0,38	2-3	0,13	4-5	-0,25	6	0,13	5-6
9	Vasco	0,00	5-7	0,38	2	0,75	2	0,38	1-2

Fig. 35 - Índices de Concentração da Interação – grupo real – por variáveis

N	Nome	Índices de Concentração da Interação			
		1	2	3	4
1	Carlos	0,500	0,500	0,750	0,625
2	César	0,375	0,500	0,250	0,250
3	Dinis	0,875	0,500	0,625	0,625
4	Isabel	0,750	0,625	0,375	0,500
5	Ivo	0,750	0,625	0,500	1,000
6	Miguel	0,500	0,750	1,000	0,625
7	Sandra	0,125	0,000	0,125	0,125
8	Teresa	0,375	0,375	0,250	0,125
9	Vasco	0,250	0,625	0,750	0,625

Fig. 36 - Índices de Interrelação Positiva e Negativa – grupo real – por variáveis

N	Nome	Índices de Interrelação Positiva (+) e Negativa (-)							
		1		2		3		4	
		+	-	+	-	+	-	+	-
1	Carlos	0,50	0,50	0,00	0,00	0,00	1,00	0,50	0,00
2	César	0,50	0,00	0,50	0,00	0,00	0,00	0,50	0,00
3	Dinis	0,00	0,50	0,00	0,50	0,00	0,00	0,00	0,50
4	Isabel	1,00	0,50	0,50	0,50	1,00	0,00	1,00	0,50
5	Ivo	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,50	0,00	1,00
6	Miguel	0,00	0,00	0,00	0,00	0,50	0,00	0,50	0,00
7	Sandra	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8	Teresa	0,00	0,00	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
9	Vasco	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fig. 37 - Índices Sociométricos do grupo – grupo real – por variáveis, em função da coesão, conflito. Conectividade e referência

N	Index	Índices Sociométricos do grupo			
		1	2	3	4
1	Coesão do grupo	50,00%	37,00%	37,00%	62,00%
2	Conflitos	50,00%	25,00%	37,00%	37,00%
3	Conectividade	100,00%	62,00%	74,00%	99,00%
4	Referência	0,75	0,56	0,56	0,94

1: AUTORIDADE OU RESPEITO DO GRUPO

Sub-grupos revelados: 3.

1. sub-grupo: Carlos, **Teresa**.
(leader(s): Teresa.)
2. sub-grupo: **César**, Dinis.
(leader(s): César.)
3. sub-grupo: Isabel, **Miguel**, Vasco.
(leader(s): Miguel.)

Individualista:

- Não presente

Esquecido:

- Ivo
gravita no sub-grupo: 1,
- Sandra
gravita no sub-grupo: 3,

Isolados:

- Não presente

Rejeitaram-se mutuamente:

- Carlos - Dinis
- Dinis - Miguel
- Isabel - Ivo
- Ivo - Vasco

Mais autoritários:

- Isabel
- César

Não têm autoridade nem respeito:

- Ivo

Receberam o máximo de escolhas positivas:

- Isabel
- César

Receberam o máximo de escolhas negativas:

- Ivo
- Dinis

Não receberam escolhas negativas:

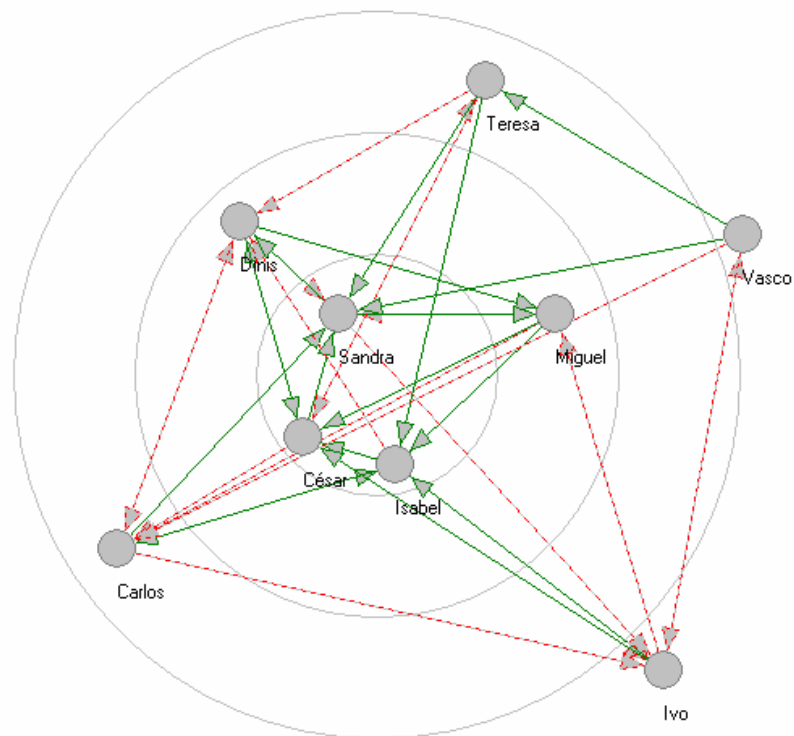
- César
- Sandra
- Teresa

Só receberam escolhas negativas:

- Ivo

Representação gráfica – Sociograma

Fig. 38 - Sociograma – autoridade ou respeito do grupo -, grupo real



2: CAPACIDADES ORGANIZATIVAS

Subgrupos Revelados: 2.

1. subgrupo: Isabel, **Miguel.**
(líder(es): Miguel.)
2. subgroup: Teresa, César, Vasco.
(líder(es): Não Presente.)

Individualista:

- Não Presente

Esquecidos:

- Sandra
gravita no subgrupo: 1,
- Carlos
gravita no subgrupo: 2,
- Ivo
gravita no subgrupo: 1, 2,
- Dinis
gravita no subgrupo 1, 2,

Isolados:

- Não Presente

Rejeitaram-se mutuamente:

- Dinis - Ivo
- Isabel - Ivo

Têm boas capacidades organizativas (potencial líder):

- César
- Vasco

Não têm capacidades organizativas:

- Dinis

Receberam o máximo de escolhas positivas:

- Vasco
- Miguel

Receberam o máximo de escolhas negativas:

- Dinis

- Ivo

Não receberam escolhas negativas:

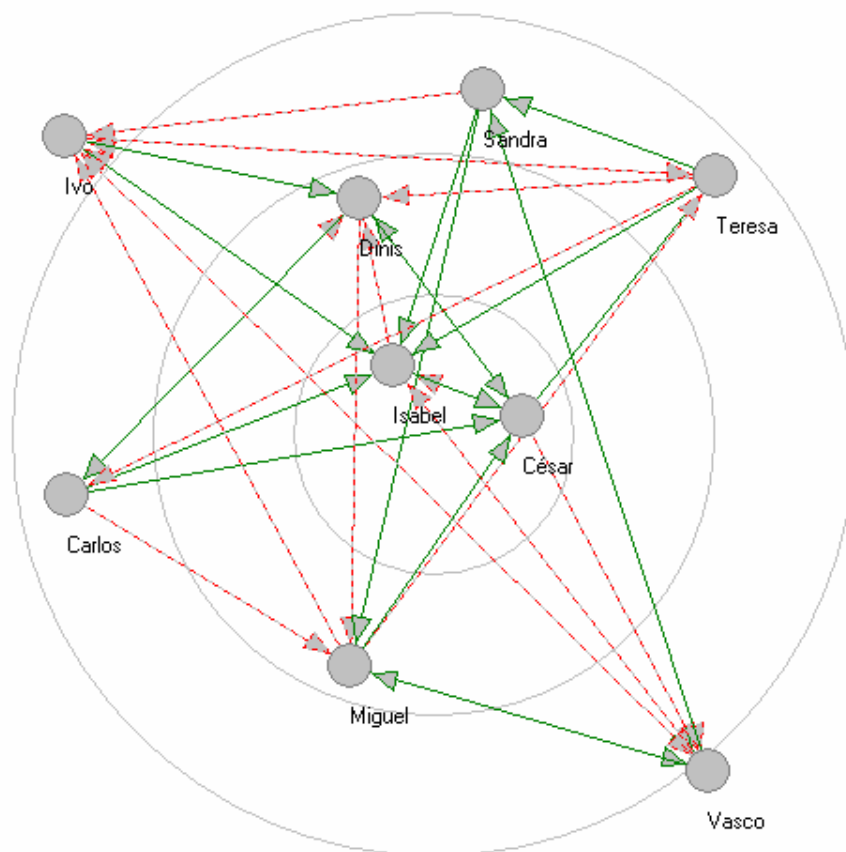
- Não presente

Receberam só escolhas negativas:

- Não presente

Representação gráfica – Sociograma

Fig. 39 - Sociograma – capacidades organizativas -, grupo real



3: À-VONTADE EM PÚBLICO

Subgrupos revelados: 1.

1. subgroup: Isabel, **Miguel**, Vasco.
(leader(s): Miguel.)

Individualista:

- Não Presente

Esquecidos:

- Teresa
gravita no subgrupo: 1,
- Sandra
gravita no subgrupo: 1,
- Carlos
gravita no subgrupo: 1,
- César
gravita no subgrupo: 1,
- Ivo
gravita no subgrupo: 1,
- Dinis
gravita no subgrupo: 1,

Isolados:

- Não Presente

Rejeitaram-se mutuamente:

- Carlos - Ivo
- Carlos - Dinis
- Ivo - Teresa

Têm à-vontade em público:

- Miguel
- Vasco

Não têm à-vontade em público:

- Dinis

Receberam o máximo de escolhas positivas:

- Miguel

- Vasco

Receberam o máximo de escolhas negativas:

- Dinis
- Carlos

Não receberam escolhas negativas:

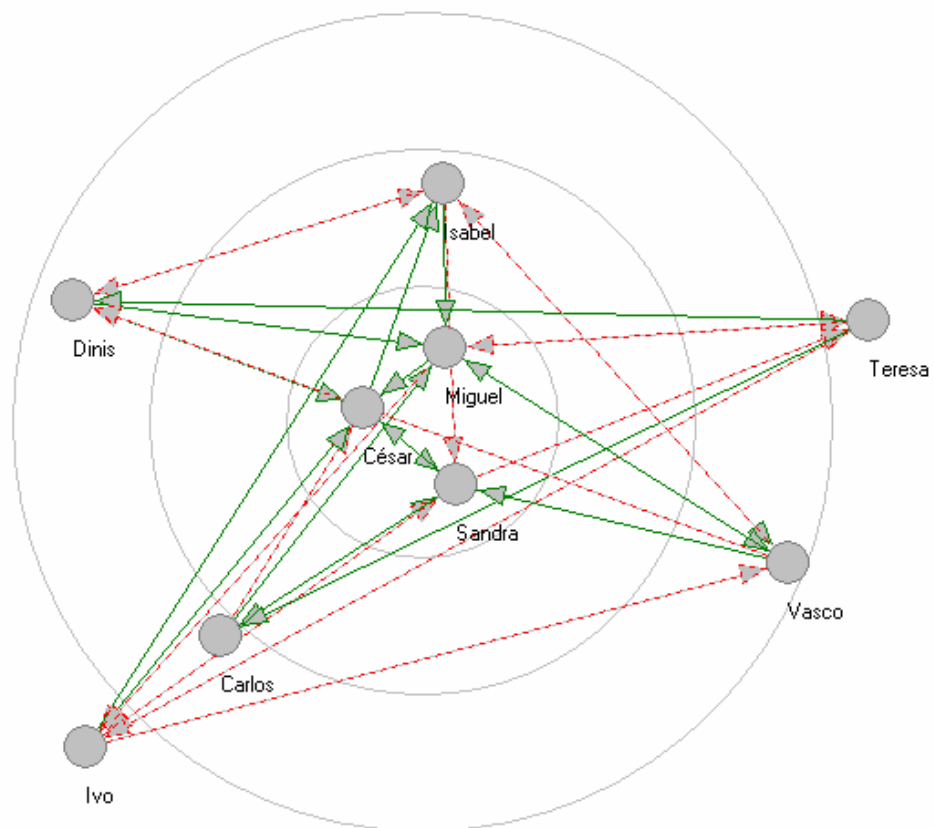
- Miguel
- Vasco

Só receberam escolhas negativas:

- Dinis
- Ivo
- Sandra
- Teresa

Representação gráfica – Sociograma

Fig.40 - Sociograma – à-vontade em público -, grupo real



4: ACTIVIDADES RECREATIVAS

Subgrupos revelados: 3.

1. subgrupo: **Carlos**, Teresa.
(líder(s): Carlos.)
2. subgrupo: **César**, Dinis.
(líder(s): César.)
3. subgrupo: Isabel, Miguel, Vasco.
(líder(s): Não presente

Individualista:

- Não presente

Esquecidos:

- Ivo
gravita no subgrupo: 1, 3,
- Sandra
gravita no subgrupo: 3,

Isolados:

- Não presente

Rejeitam-se mutuamente:

- Dinis - Miguel
- Isabel - Ivo
- Ivo - Sandra

Mais popular em actividades recreativas:

- Miguel
- Vasco

Menos popular em actividades recreativas:

- Ivo

Receberam o máximo de escolhas positivas:

- Vasco
- Miguel

Receberam o máximo de escolhas negativas:

- Ivo
- Dinis

Não receberam escolhas negativas:

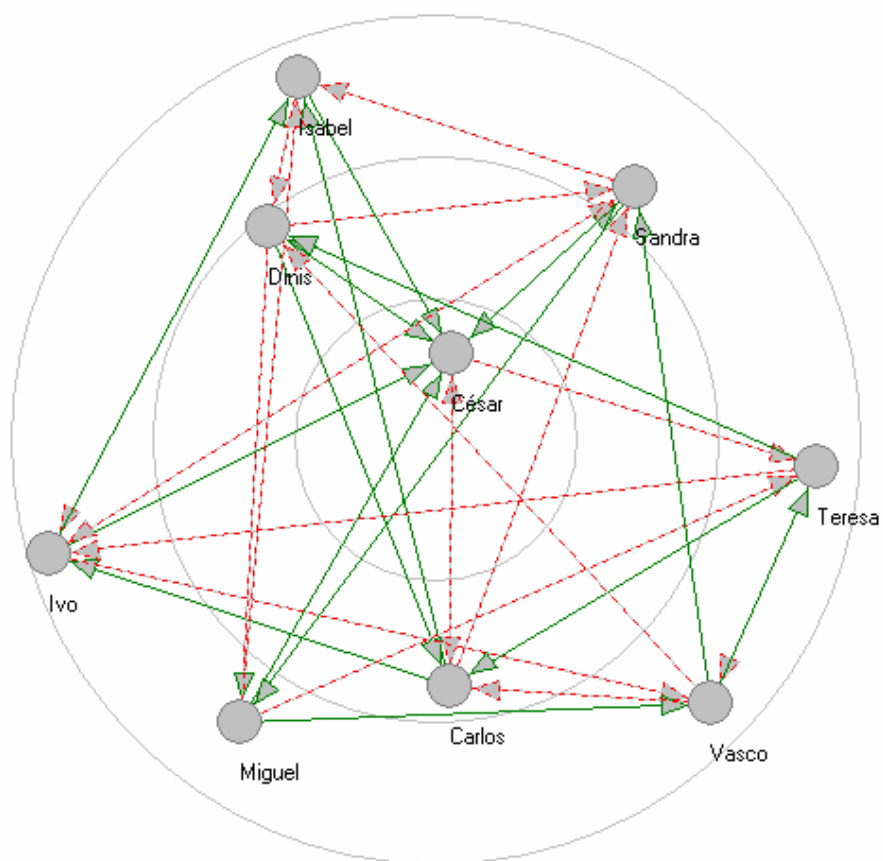
- César
- Teresa

Só receberam escolhas negativas:

- Ivo
- Sandra

Representação gráfica – Sociograma

Fig. 41 - Sociograma –actividades recreativas -, grupo real



Capítulo 3 - Relações na Rede – Fase 2

Durante doze semanas, os elementos do grupo interagiram, comunicando textualmente no canal #Tons, do mIRC, através do servidor da PTnet.

Fig. 42 - Janela de ligação ao servidor da Ptnet

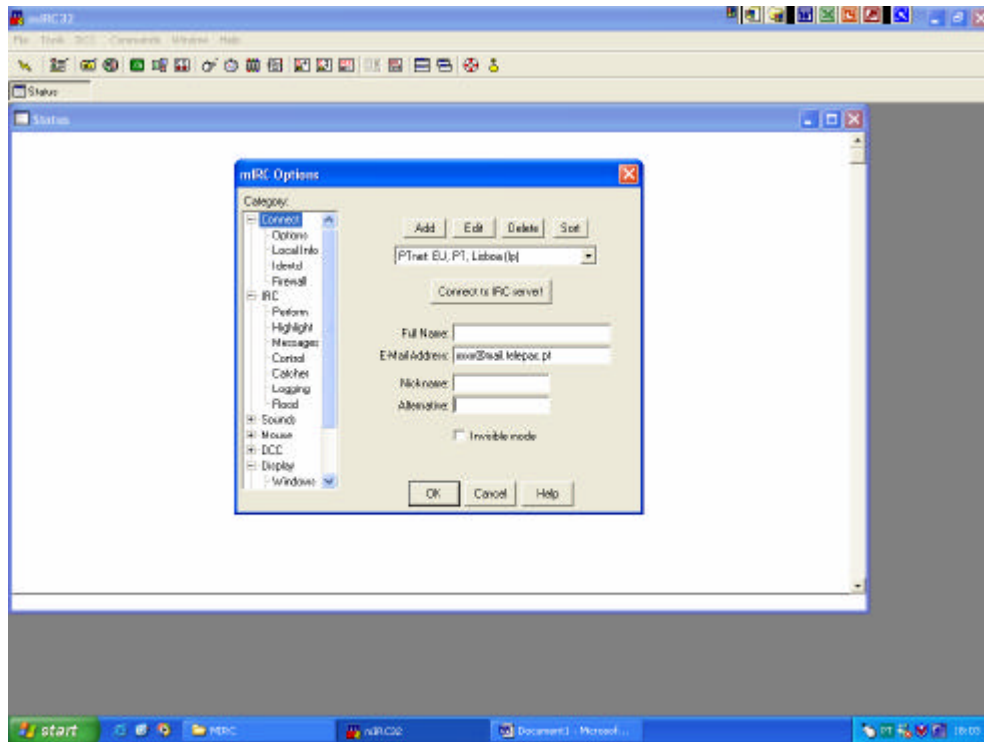
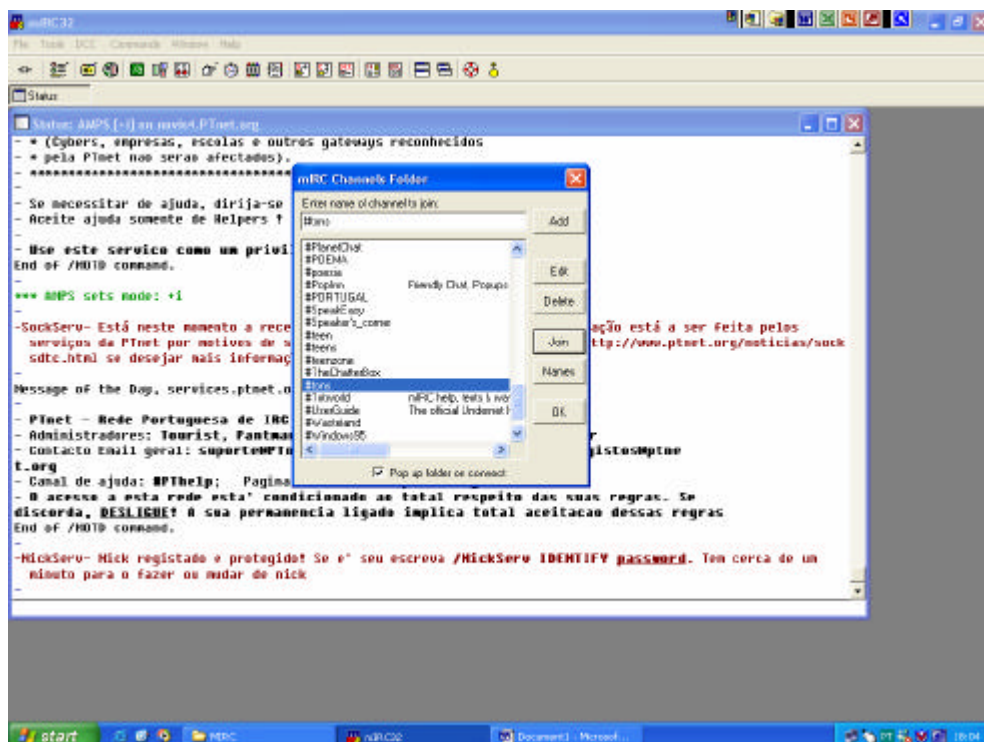


Fig. 43 - Janela de ligação ao canal #tons



Todas as sessões o Op, @AMPS, propunha um tópico de discussão. Contudo, tal como nos outros canais o tópico não é vinculativo ao tema de conversa. O que era importante era a comunicação que se estabelecia.

Fig. 44 - Janela Central do canal #tons, onde se escrevia o tópico de discussão



Fig. 45 - Janela do canal #tons, com tópico de discussão

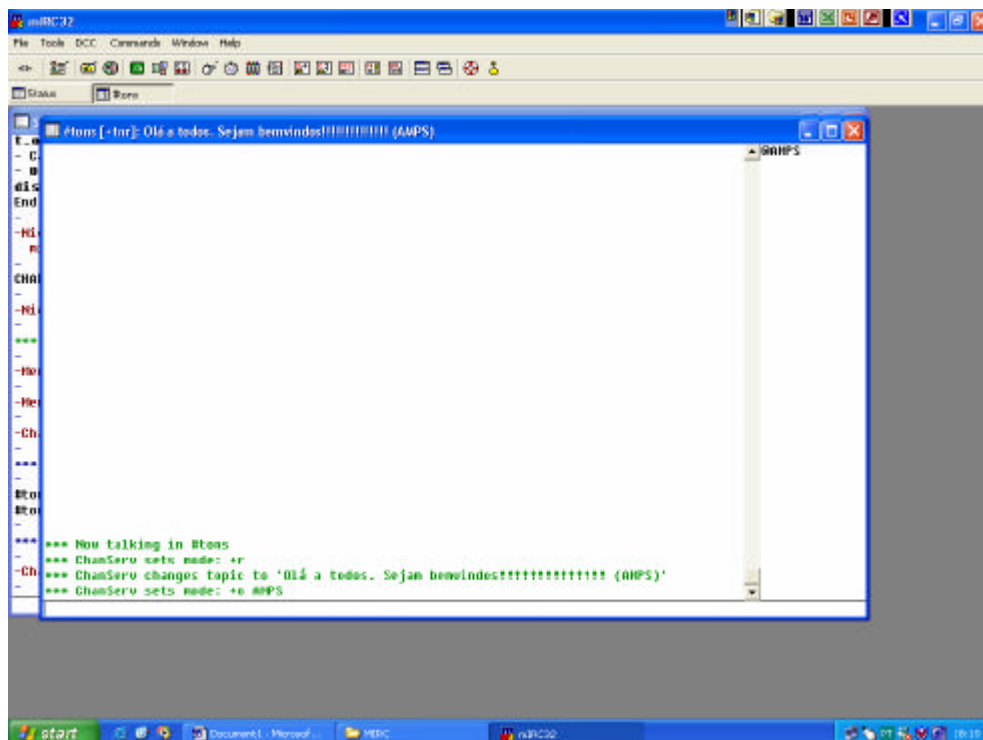
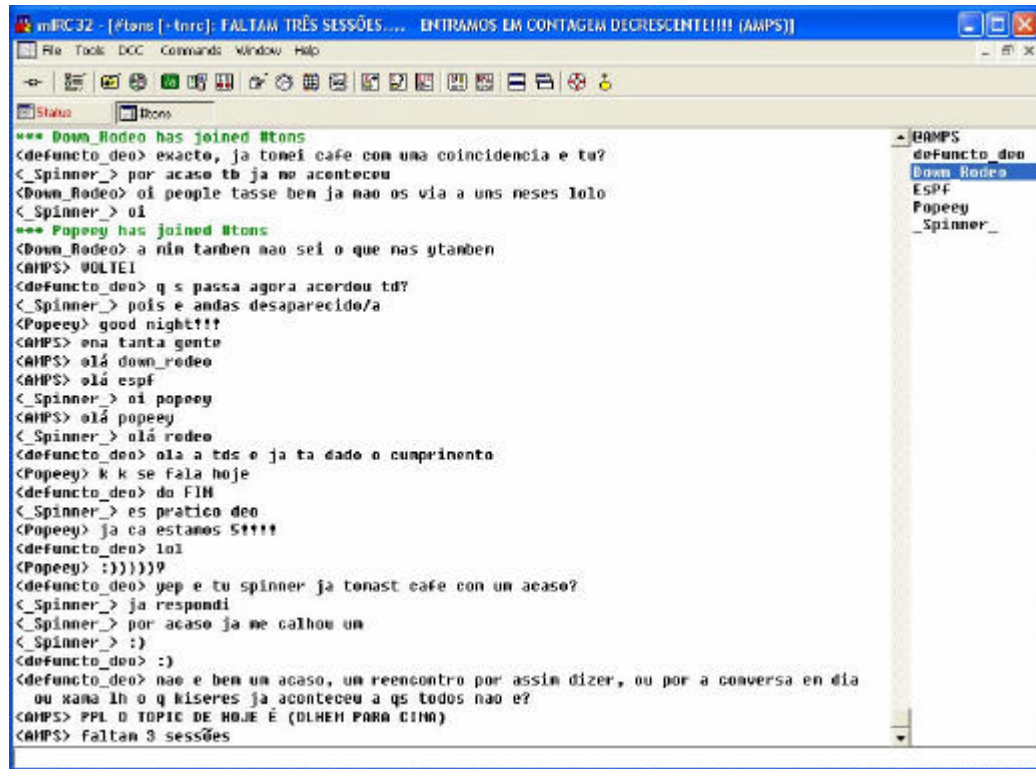


Fig. 46 - Janela do canal #tons, em funcionamento



Ao fim de três meses de interação em contexto de CMC, optou-se por realizar o questionário sociométrico individualmente. Esta decisão teve em atenção o facto de ao fim de muitas horas de interacção a curiosidade de querer saber “quem é quem” poderia influenciar os resultados sociométrico. Não havendo a pressão dos outros, o indivíduo seria mais livre de responder.

Neste questionário mantivemos as mesmas perguntas, apenas de alteraram os nomes, colocando os nicks.

Tal como na fase anterior tivemos em atenção todos os procedimentos relativos à técnica empregue para a investigação.

Depois de recolhidos todos os inquéritos, procedeu-se ao seu tratamento sociométrico, aplicando o mesmo software, Sociometry Plus 2.0.

Obteve-se então o relatório que se segue.

SociometryPlus Report

BREVE EXPLICAÇÃO

- * O significado do INDICE DE STATUS SOCIAL (S) determina a POSIÇÃO (R) do indivíduo no grupo.
- * O INDICE DE CONCENTRAÇÃO INTERACTIVA mostra a habilidade pessoal no grupo de dirigir atenção psicológica e social para si.
- * O INDICE DE INTERRELAÇÃO INDIVIDUAL indica o papel de cada membro na formação de relações mútuas positivas (negativas) no grupo.
- * O INDICE DE COESÃO GRUPAL é expresso pelo percentual (%) de uma unidade teoricamente igual a 100%.
- * O INDICE DE CONFLITO representa o fenómeno de relações negativas entre membros do grupo.
- * O INDICE DE CONECTIVIDADE representa a frequência da interação social entre membros do grupo.
- * O INDICE DE REFERÊNCIA mostra como as relações mútuas se relacionam com as relações unilaterais no grupo e caracteriza o nível de conexão dos membros do grupo com o seu núcleo
- * LIDER é o membro do grupo que foi escolhido mais vezes.
- * INDIVIDUALISTA é o membro do grupo que não escolheu ninguém.
- * ESQUECIDO é o membro do grupo que escolhe alguém do grupo, ao menos um, mas não é escolhido por ninguém.
- * ISOLADO é o membro do grupo que não escolheu nem foi escolhido por ninguém.

Foram colocadas as seguintes questões:

1	Descrição:	AUTORIDADE OU RESPEITO DO GRUPO
	Questão (+):	Indica as duas pessoas do grupo com quem preferias trabalhar ou fazer um trabalho escolar.
	Questão (-):	Indica as duas pessoas do grupo com quem gostarias menos de trabalhar ou fazer um trabalho escolar.
2	Descrição:	CAPACIDADES ORGANIZATIVAS
	Questão (+):	Na tua opinião, quais as duas pessoas com melhores capacidades organizativas no grupo (liderar, coordenar, orientar, gerir)?
	Questão (-):	Na tua opinião, quais as duas pessoas com menores capacidades organizativas no grupo (liderar, coordenar, orientar, gerir)?
3	Descrição:	À-VONTADE EM PÚBLICO
	Questão (+):	Indica as duas pessoas do grupo que te parecem mais extrovertidas e se mostram à-vontade em público.
	Questão (-):	Indica as duas pessoas do grupo que te parecem mais introvertidas e se mostram pouco à-vontade em público.
4	Descrição:	ACTIVIDADES RECREATIVAS
	Questão (+):	Indica as duas pessoas que gostarias de convidar para te acompanhar a uma festa.
	Questão (-):	Indica as duas pessoas que não gostarias de convidar para te acompanhar a uma festa.

Fig.47 - Quadro do número de escolhas positivas e negativas – grupo virtual – por variáveis

N	Nome	Nº de escolhas positivas (+) e negativas (-)							
		1		2		3		4	
		+	-	+	-	+	-	+	-
1	Defuncto_Deo	4	0	4	1	4	1	5	1
2	Down_Rodeo	2	2	2	1	4	1	2	1
3	EsPf	2	4	2	3	1	3	2	2
4	Jorga	2	0	4	2	3	2	2	3
5	Neu_ro_tic	1	1	1	4	2	0	2	2
6	Popeey	0	4	0	5	0	4	1	4
7	[Dolphin]	1	2	1	1	0	4	1	2
8	_Kwerk_	1	3	0	1	2	1	1	2
9	_Spinner_	5	2	4	0	2	2	2	1

Fig.48 - Índice de Status Social e Posição no grupo – grupo virtual – por variáveis

N	Nome	Índice de Status Social (S) e posição (R) no grupo							
		1		2		3		4	
		S	R	S	R	S	R	S	R
1	Defuncto_Deo	0,50	1	0,38	2	0,38	1-2	0,50	1
2	Down_Rodeo	0,00	4-5	0,13	4	0,38	1-2	0,13	2-3
3	EsPf	-0,25	7-8	-0,13	6-7	-0,25	7	0,00	4-5
4	Jorga	0,25	3	0,25	3	0,13	4-5	-0,13	6-8
5	Neu_ro_tic	0,00	4-5	-0,38	8	0,25	3	0,00	4-5
6	Popeey	-0,50	9	-0,63	9	-0,50	8-9	-0,38	9
7	[Dolphin]	-0,13	6	0,00	5	-0,50	8-9	-0,13	6-8
8	_Kwerk_	-0,25	7-8	-0,13	6-7	0,13	4-5	-0,13	6-8
9	_Spinner_	0,38	2	0,50	1	0,00	6	0,13	2-3

Fig. 49 - Índices de Concentração da Interacção – grupo virtual – por variáveis

N	Nome	Índices de Concentração da Interacção			
		1	2	3	4
1	Defuncto_Deo	0,500	0,625	0,625	0,750
2	Down_Rodeo	0,500	0,375	0,625	0,375
3	EsPf	0,750	0,625	0,500	0,500
4	Jorga	0,250	0,750	0,625	0,625
5	Neu_ro_tic	0,250	0,625	0,250	0,500
6	Popeey	0,500	0,625	0,500	0,625
7	[Dolphin]	0,375	0,250	0,500	0,375
8	_Kwerk_	0,500	0,125	0,375	0,375
9	_Spinner_	0,875	0,500	0,500	0,375

Fig. 50 - Índices de Interrelação Positiva e Negativa – grupo virtual – por variáveis

N	Nome	Índices de Interrelação Positiva (+) e Negativa (-)							
		1		2		3		4	
		+	-	+	-	+	-	+	-
1	Defuncto_Deo	0,50	0,00	0,50	0,00	0,50	0,00	1,00	0,50
2	Down_Rodeo	0,00	0,50	0,00	0,00	0,50	0,50	0,00	0,00
3	EsPf	0,00	0,00	0,00	0,50	0,00	0,50	0,00	0,00
4	Jorga	0,00	0,00	0,00	0,00	0,50	0,50	0,00	0,50
5	Neu_ro_tic	0,00	0,00	0,00	0,50	0,00	0,00	0,00	0,50
6	Popeey	0,00	0,50	0,00	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00
7	[Dolphin]	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8	_Kwerk_	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
9	_Spinner_	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fig. 51 - Índices Sociométricos do grupo – grupo virtual – por variáveis, em função da coesão, conflito, conectividade e referência

N	Index	Índices Sociométricos do grupo			
		1	2	3	4
1	Coesão do grupo	12,00%	25,00%	37,00%	25,00%
2	Conflitos	25,00%	25,00%	37,00%	25,00%
3	Conectividade	37,00%	50,00%	74,00%	50,00%
4	Referência	0,19	0,38	0,56	0,38

1: AUTORIDADE OU RESPEITO DO GRUPO

Subgrupos Revelados: 1.

1. subgrupo: **Defuncto_Deo**, EsPf.
(líder(s): Defuncto_Deo.)

Individualista:

- Não Presente

Esquecidos:

- Down_Rodeo
gravita no subgrupo: 1,
- Neu_ro_tic
gravita no subgrupo: 1,
- Popeey
gravita no subgrupo: 1,
- _Spinner_
gravita no subgrupo: 1,

Isolados:

- Não Presente

Rejeitaram-se mutuamente:

- Down_Rodeo - EsPf
- Popeey - _Kwerk_

Mais autoritário ou respeitado:

- Defuncto_Deo
- _Spinner_
-

Não tem autoridade ou respeito do grupo:

- Popeey

Receberam o máximo de escolhas positivas:

- _Spinner_
- Defuncto_Deo

Receberam o máximo de escolhas negativas:

- EsPf
- Popeey

Não receberam escolhas negativas:

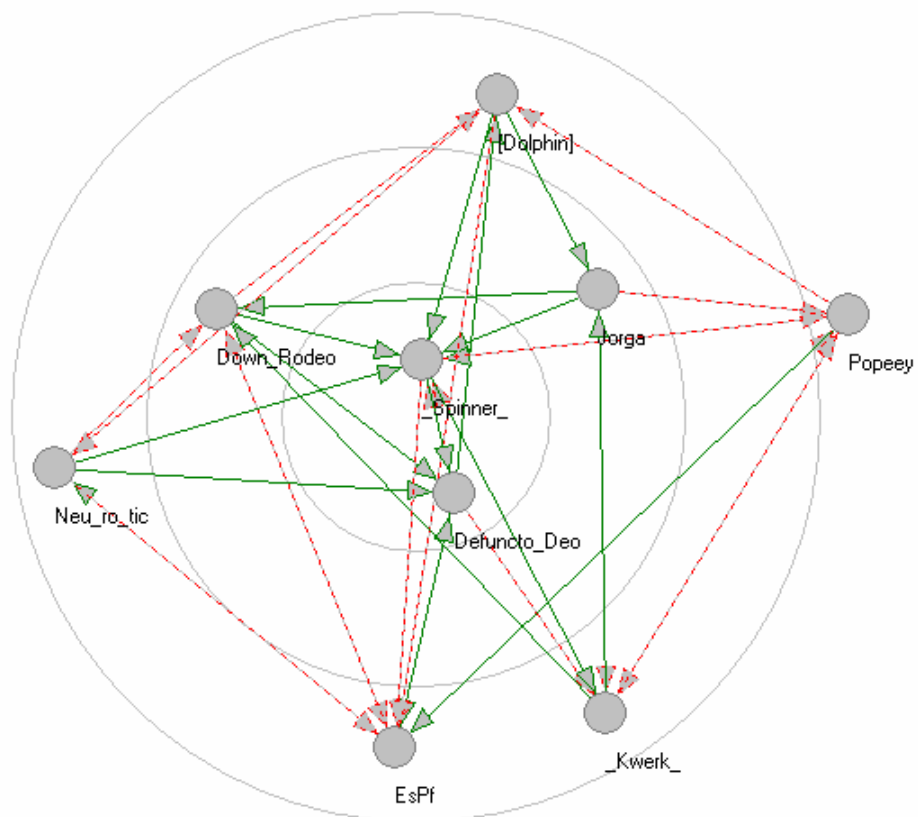
- Defuncto_Deo
- Jorga

Só receberam escolhas negativas:

- Popeey

Representação gráfica – Sociograma

Fig. 52 - Sociograma – autoridade ou respeito do grupo -, grupo virtual



2: CAPACIDADES ORGANIZATIVAS

Subgrupos Revelados: 2.

1. subgroup: **Defuncto_Deo**, EsPf.
(líder(s): Defuncto_Deo.)
2. subgroup: Neu_ro_tic, **_Spinner_**.
(líder(s): _Spinner_.)

Individualista:

- Não Presente

Esquecidos:

- Down_Rodeo
gravita no subgrupo: 1, 2,
- Jorga
gravita no subgrupo: 1,
- Popeey
gravita no sub grupo: 1, 2,
- [Dolphin]
gravita no subgrupo: 2,

Isolados:

- Não Presente

Rejeitaram-se mutuamente:

- EsPf - Neu_ro_tic
- Popeey - _Kwerk_

Tem capacidade organizativa (liderança):

- _Spinner_
- Defuncto_Deo

Não tem capacidade organizativa (liderança):

- Popeey

Receberam o máximo de escolhas positivas:

- _Spinner_
- Jorga

Receberam o máximo de escolhas negativas:

- Popeey
- Neu_ro_tic

Não receberam escolhas negativas:

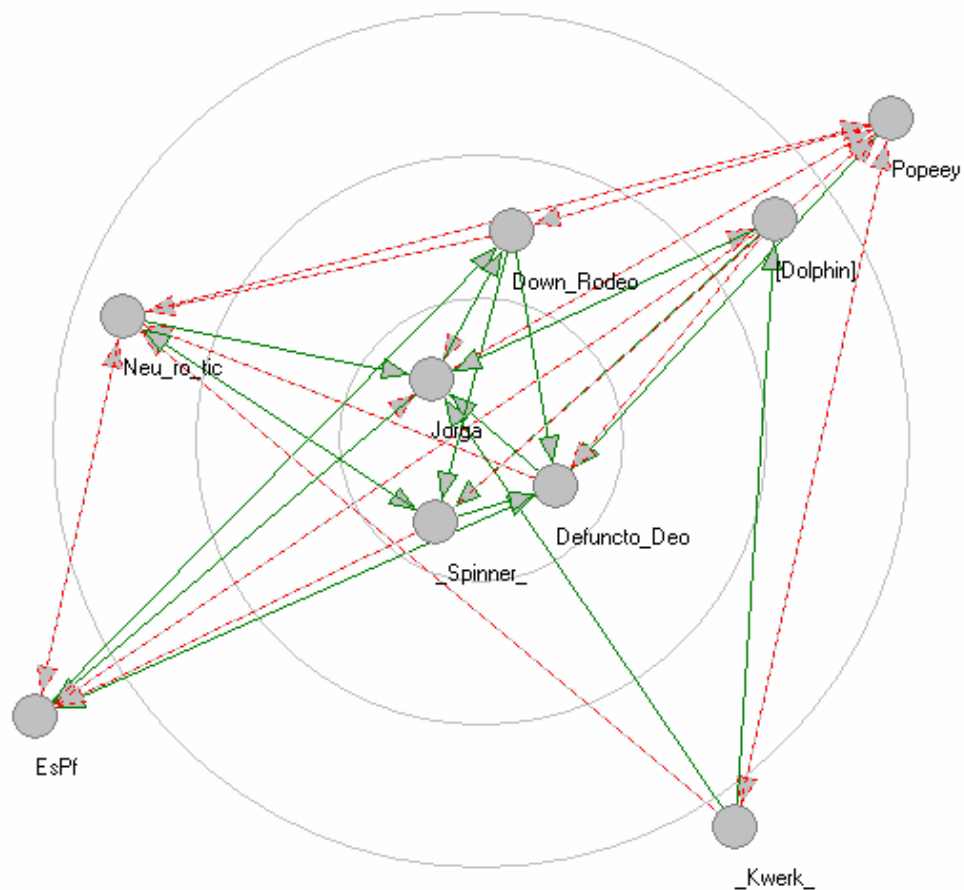
- _Spinner_

Só receberam escolhas negativas:

- Popeey
- _Kwerk_

Representação gráfica – Sociograma

Fig. 53 - Sociograma – capacidades organizativas -, grupo virtual



3: À-VONTADE EM PÚBLICO

Subgrupos Revelados: 2.

1. subgrupo: Defuncto_Deo, **Jorga**, Neu_ro_tic.
(líder(s): Jorga.)
2. subgrupo: **Down_Rodeo**, _Kwerk_.
(líder(s): Down_Rodeo.)

Individualista:

- Não Presente

Esquecidos:

- EsPf
gravita no subgrupo: 1, 2,
- Popeey
gravita no subgrupo: 1,
- [Dolphin]
gravita no subgrupo: 1,
- _Spinner_
gravita no subgrupo: 2,

Isolados:

- Não Presente

Rejeitaram-se mutuamente:

- Down_Rodeo - [Dolphin]
- EsPf - _Spinner_
- Jorga - Popeey

Têm à-vontade em público:

- Defuncto_Deo
- Down_Rodeo

Não têm à-vontade em público:

- [Dolphin]

Receberam o máximo de escolhas positivas:

- Defuncto_Deo
- Down_Rodeo

Receberam o máximo de escolhas negativas:

- [Dolphin]
- Popeey

Não receberam escolhas negativas:

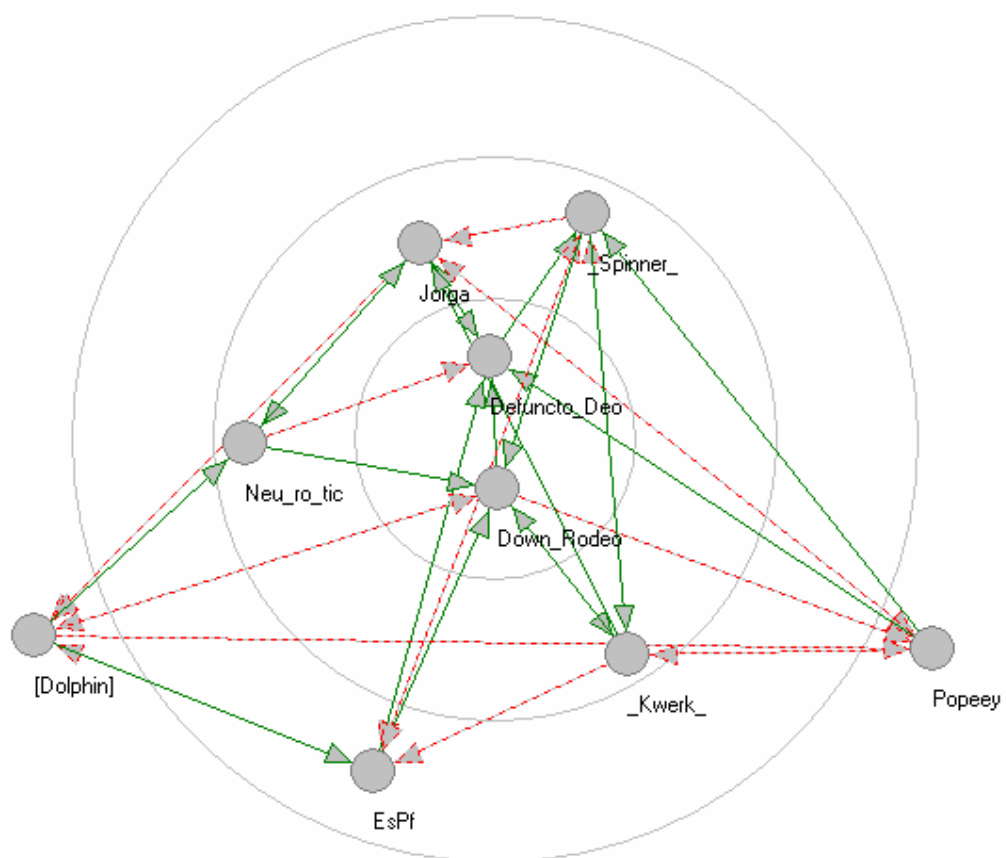
- Neu_ro_tic

Só receberam escolhas negativas:

- Popeey
- [Dolphin]

Representação gráfica – Sociograma

Fig. 54 - Sociograma – à-vontade em público -, grupo virtual



4: ACTIVIDADES RECREATIVAS

Subgrupos Revelados: 1.

1. subgrupo: Defuncto_Deo, EsPf, Jorga.
(líder(s): Não Presente.)

Individualista:

- Não Presente

Esquecidos:

- Down_Rodeo
gravita no subgrupo: 1,
- Popeey
gravita no subgrupo: 1,
- [Dolphin]
gravita no subgrupo: 1,
- _Kwerk_
gravita no subgrupo: 1,
- _Spinner_
gravita no subgrupo: 1,

Isolados:

- Não Presente

Rejeitaram-se mutuamente:

- Defuncto_Deo - Neu_ro_tic
- Jorga - Popeey

Mais popular em actividades recreativas:

- Defuncto_Deo
- Down_Rodeo

Menos popular em actividades recreativas:

- Popeey

Receberam o máximo de escolhas positivas:

- Defuncto_Deo
- _Spinner_

Receberam o máximo de escolhas negativas:

- Popeey
- Jorga

Não receberam escolhas negativas:

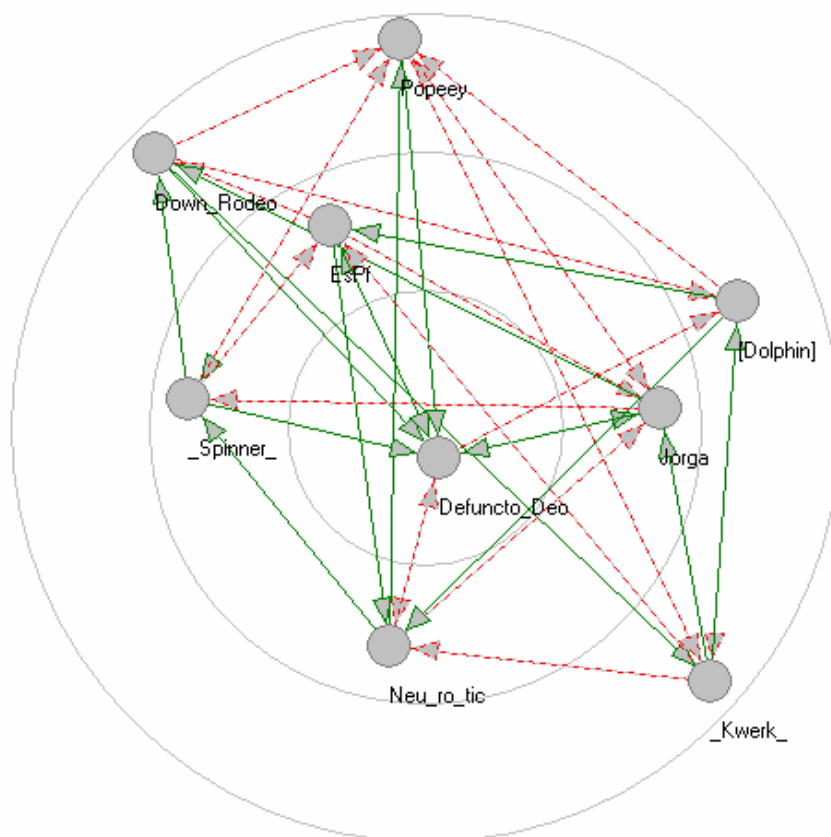
- Não Presente

Só receberam escolhas negativas:

- Não Presente

Representação gráfica – Sociograma

Fig. 55 - Sociograma – actividades recreativas -, grupo virtual



III Parte
Análise dos Resultados

Os progressos tecnológicos e, em especial, os modernos sistemas de comunicação estão a fazer emergir a grande velocidade novas formas de intercâmbio e de organização social. As estruturas e os processos grupais, referentes básicos da análise sociométrica tradicional estão a passar por uma transformação, difícil de avaliar a médio ou longo prazo. Os contextos grupais são cada vez mais difusos e voláteis.

Na concepção clássica, os grupos formam-se e perduram no tempo como resultado da vontade individual e colectiva orientada de forma a atingir objectivos comuns de tipo pragmático ou afectivo. Esta comunidade de interesses e necessidades, tradicional fermento de um associativismo estável e duradouro, aparece hoje muito fragmentada e diluída. Vivemos uma sociedade mediática ou “aldeia global” que esbate as fronteiras entre o privado e o público, onde a multiplicação dos novos mecanismos de informação e de participação transformaram as aspirações vitais dos indivíduos.

O conceito de grupo está em mudança. Os indivíduos incluem-se simultaneamente em muitos grupos, podem desempenhar em pouco tempo papéis muito diferentes nos múltiplos contextos sociais onde se movem. Uma consequência é a dificuldade para veicular uma sólida identidade social. As identidades são formadas culturalmente. Não há identidades individuais, pois há sempre um confronto com outros indivíduos. Os processos identitários são marcações e demarcações de posições, que podem ser entendidas numa lógica de espaço. Num espaço social único não há processo identitário. É a diferença que possibilita o confronto, a identidade. As fronteiras são sentidas como físicas, nítidas e rígidas.

A identidade foi vista durante muito tempo como a “alma do indivíduo”. Contudo, pode-se assumir identidades diversas consoante os grupos em que se está inserido. Com efeito, vive-se a era das pluralidades. O singular passa a ser plural. Já não se fala em mundo, mas mundos; realidade - realidades; língua – línguas; grupo – grupos; cultura – culturas; comunidade – comunidades; identidade – identidades; Homem – Homens.

O novo contexto faz com que cada indivíduo deambule temporal e circunstancialmente entre uma grande quantidade de grupos, em actuações pontuais, sem ter tempo de criar raízes e onde assusta tomar compromissos indefinidos. Isto não quer dizer que se tenha destruído as relações sociais, os grupos continuam a existir, as pessoas continuam a reunir, continuam a ter amigos e colegas, etc.. Contudo o conceito mudou. A nova socialidade gere-se a partir de uma certa estética da informalidade, da ambiguidade, da incoerência e da irresponsabilidade (Maffesoli, 1988). O informal, os laços sem finalidades definidas, deixa de ser marginal para se converter num elemento

essencial dos centros de interesse, onde se gere o jogo das intersubjectividades que constitui o núcleo da identidade social dos indivíduos.

Nesta nova dinâmica, aumentam os grupos com fronteiras pouco delimitadas e amplamente permeáveis, ampla rotação de membros, baixa centralidade e baixa interdependência. Simmel (1977) destacou a importância do espaço na estabilidade e na solidez dos grupos, para configurar as identidades grupais. As novas tecnologias possibilitam que a comunicação se liberte dos determinismos espaço-temporais. As redes informáticas têm vindo a gerar novos e ágeis contextos relacionais onde se constituem novos tipos de grupo, cujos membros por vezes não se conhecem pessoalmente.

Tudo isto coloca numerosas e importantes questões sobre as formas de organização social que emergem desta tecnologia.

A forma clássica de aplicação do questionário sociométrico perdeu grande parte do interesse e expectativas que despertou nos seus primórdios. Contudo, os conceitos sociométricos formulados por Moreno revelam-se bastante úteis especialmente na actualidade e adquirem toda a sua potencialidade analítica e métrica para descrever a estrutura conectiva de complexas redes de interacção social.

Etimologicamente, sociometria significa a métrica do social, num sentido amplo e dinâmico. Num sentido mais específico, a sociometria refere-se ao estudo matemático das redes de interrelação entre os componentes de um grupo. A sociometria assim definida tem como objecto o estudo matemático das propriedades psicológicas dos grupos e consiste em medir a rede de atracção e repulsa observada entre os indivíduos que compõem um grupo. O teste sociométrico revela a estrutura do grupo como um todo. Através dos resultados podemos ver se é constituído por pequenos grupos mais ou menos fechados ou se há uma integração perfeita. Se o teste for dado em diferentes alturas podemos ver de que maneira a estrutura do grupo, a posição sociométrica e as relações pessoais têm evoluído.

As principais leis sociométricas apresentadas por Moreno são as seguintes:

1. lei da gravitação – os grupos humanos formam uma unidade orgânica e social. As diferentes partes desta unidade sentem-se atraídas ou não entre si por distintas tendências e forças;
2. lei sociodinâmica – dentro de cada grupo, as escolhas distribuem-se de forma desigual entre os membros do grupo. Estas diferenças são proporcionais ao tamanho do grupo;

3. lei do átomo social – à medida que os participantes do grupos projectam as suas emoções, aparecem atracções ou repulsas que permanecem relativamente constantes dentro do grupo. O átomo social é o indivíduo tomado como foco da rede de interrelações.

Ao interagir surgem nos grupos diferenças individuais que dão lugar a desigualdades a diversos níveis. Esta diferenciação constitui a base da formação da estrutura do grupo.

Ao conjunto de diferenças e desigualdades dá-se o nome de posição que ocupará cada indivíduo no grupo e, a estrutura do grupo será a pauta de relações existentes entre as posições dentro do grupo. O status é a avaliação que as diferentes posições realizam dos membros do grupo. Ainda que diversas posições possam desfrutar do mesmo status, quase sempre existem diferenças de status, pelo que a estrutura grupal se converte em hierárquica.

A estrutura interna de um grupo será o resultado de um processo interpessoal que dependerá do carácter das pessoas e das forças que se geram nas suas relações interpessoais. Ou seja, podemos considerar que a estrutura grupal não tem só a ver com as características pessoais e com a interacção intragrupal, mas também com factores externos ao mesmo, como seja o contexto de comunicação.

O surgimento e o comportamento do grupo é, de certa forma, fruta da acção de factores presentes no ambiente onde interagem. Assim, diferentes meios como o ambiente escolar ou uma sala de *chat* configuram-se como meios facilitadores para o surgimento de grupos informais, visto que implicam interacções, sejam elas amistosas ou conflituosas.

Nesta dissertação interessamo-nos especificamente pelos grupos informais, aqueles que surgem mediante a necessidade dos seres humanos se relacionarem naturalmente uns com os outros e a partir da combinação de factores formais. O desenvolvimento de vários contactos informais entre os seus membros contribui para a sua formação. As relações são as mais variadas possíveis, pois incluem a amizade, a simpatia, o conflito, a cooperação, a busca de identidade, a agressão, a vaidade, a inveja, a liderança, todas baseadas em valores e em crenças que são compartilhadas pelos membros do grupo. Possuem, como característica, um sistema de interacções que ocorre casual e espontaneamente.

Nos grupos informais, o enfoque está dirigido para o inter-relacionamento pessoal.

Foi definido como objectivo desta pesquisa: detecção das diferenças e semelhanças estruturais e sociométricas entre um grupo de indivíduos que se conhecem e interagem em contexto real – comunicando face-a-face -, e o mesmo grupo de indivíduos que interage em contexto virtual – comunicando sem “ver” o(s) outro(s).

Em função do campo de interesse foi escolhida a pesquisa descritiva, usando como instrumento metodológico o teste sociométrico (Moreno, 1972). A investigação foi realizada em contexto real (contexto escolar) e em contexto virtual (sala de *chat*). A população estudada consistiu num grupo de indivíduos que se conheciam e conviviam desde há pelo menos três meses, em contexto real, a quem foi aplicado o referido teste. Foram, depois, colocados em contexto virtual (sala de *chat*), onde interagiram durante 12 semanas (1 vez por semana). Findo este período foi novamente aplicado o mesmo questionário.

O instrumento de colheita de dados – questionário sociométrico – foi construído de acordo com as exigências que caracterizam o teste, como sejam: o estabelecimento de critérios de escolhas e a limitação do número de escolhas.

A aplicação do teste foi colectiva numa primeira fase – contexto real – e individual, numa segunda fase – contexto virtual.

Os dados recolhidos no teste sociométrico foram sistematizados em matrizes sociométricas. Com o objectivo de tornar explícito o comportamento de cada factor pesquisado e as suas diferenças foram transformados em percentagens. A leitura dos indicadores sobre uma mesma escala percentual permitiu o lançamento do comportamento de cada factor para efeitos de comparação. Em consequência, foram desenvolvidas comparações em relação à estrutura grupal, nos aspectos: valorização/desvalorização dos indivíduos nos grupos - em função das escolhas, status e posição -, coesão grupal, conflitos, conectividade e referência.

Considerando que todas as questões do instrumento de colheita de dados permitem a comparação dos fenómenos anunciados, foram criadas as seguintes categorias: atracção – escolhas positivas – e rejeição – escolhas negativas.

Para Festinger (1950) a coesão grupal advém da atracção interpessoal, porém não é a única que determina a coesão, para todos os casos.

Um efeito lógico na definição de coesão do ponto de vista da atracção, é a sua medição baseia-se na técnica desenvolvida por Moreno: o sociograma. Esta técnica consiste em pedir aos membros do grupo que escolham os membros que preferem e os que não preferem, normalmente para realizar uma determinada actividade. Os dados

assim recolhidos podem representar-se de forma gráfica (sociograma) para ilustrar a estrutura de relações existentes dentro do grupo, para além de se obterem uma série de índices sociométricos que permitem expressar de uma forma quantitativa essas relações. Um desses índices – associação – indica o grau de coesão do grupo – escolhas entre os indivíduos.

A coesão grupal terá uma série de efeitos ao nível de interacção, influência, produtividade e satisfação.

O Status (Posição Sociométrica) reflecte o número de escolhas que o indivíduo recebe dos restantes membros e serve para estabelecer a posição do indivíduo no grupo; o Líder é o sujeito que tem maior capacidade de influência no grupo, por ter competências comunicacionais; Isolado é o sujeito que recebe poucas ou nenhuma eleições do grupo; Esquecido e o sujeito que não é escolhido por ninguém.

Após a produção das tabelas sociométricas e dos relatórios emitidos pelo software Sociometryplus 2.0, passou-se à fase seguinte: a da comparação dos resultados. Começamos por realizar um quadro com a comparação dos dois relatórios.

Fig.. 56 - Quadro comparativo dos relatórios sociométricos produzidos nas duas fases de avaliação – grupo real e grupo virtual

<p>1: AUTORIDADE OU RESPEITO DO GRUPO</p> <p>Sub-grupos revelados: 3. sub-grupo: Carlos, Teresa. (leader(s): Teresa.) sub-grupo: César, Dinis. (leader(s): César.) sub-grupo: Isabel, Miguel, Vasco. (leader(s): Miguel.)</p> <p>Individualista: Não presente</p> <p>Esquecido: Ivo gravita no sub-grupo: 1, Sandra gravita no sub-grupo: 3,</p> <p>Isolados: Não presente</p>	<p>1: AUTORIDADE OU RESPEITO DO GRUPO</p> <p>Subgrupos Revelados: 1. subgrupo: César, Dinis. (líder(s): César.)</p> <p>Individualista: Não Presente</p> <p>Esquecidos: Miguel gravita no subgrupo: 1, Carlos gravita no subgrupo: 1, Ivo gravita no subgrupo: 1, Isabel gravita no subgrupo: 1,</p> <p>Isolados: Não Presente</p>
---	--

<p>Rejeitaram-se mutuamente: Carlos - Dinis Dinis - Miguel Isabel - Ivo Ivo - Vasco</p> <p>Mais autoritários: Isabel César</p> <p>Não têm autoridade nem respeito: Ivo</p> <p>Receberam o máximo de escolhas positivas: Isabel César</p> <p>Receberam o máximo de escolhas negativas: Ivo Dinis</p> <p>Não receberam escolhas negativas: César Sandra Teresa</p> <p>Só receberam escolhas negativas: Ivo</p>	<p>Rejeitaram-se mutuamente: Miguel - Dinis Ivo - Vasco</p> <p>Mais autoritário ou respeitado: César Isabel</p> <p>Não tem autoridade ou respeito do grupo: Ivo</p> <p>Receberam o máximo de escolhas positivas: Isabel César</p> <p>Receberam o máximo de escolhas negativas: Ivo Dinis</p> <p>Não receberam escolhas negativas: César Sandra</p> <p>Só receberam escolhas negativas: Ivo</p>
<p>2: CAPACIDADES ORGANIZATIVAS</p> <p>Subgrupos Revelados: 2. subgrupo: Isabel, Miguel. (líder(es): Miguel.) subgroup: Teresa, César, Vasco. (líder(es): Não Presente.)</p> <p>Individualista: Não Presente</p> <p>Esquecidos: Sandra gravita no subgrupo: 1, Carlos gravita no subgrupo: 2, Ivo gravita no subgrupo: 1, 2, Dinis gravita no subgrupo 1, 2,</p> <p>Isolados:</p>	<p>2: CAPACIDADES ORGANIZATIVAS</p> <p>Subgrupos Revelados: 2. subgroup: César, Dinis. (líder(s): César.) subgroup: Carlos, Isabel. (líder(s): Isabel.)</p> <p>Individualista: Não Presente</p> <p>Esquecidos: Miguel gravita no subgrupo: 1, 2, Sandra gravita no subgrupo: 1, Ivo gravita no subgrupo: 1, 2, Teresa gravita no subgrupo: 2,</p> <p>Isolados:</p>

<p>Não Presente</p> <p>Rejeitaram-se mutuamente: Dinis - Ivo Isabel – Ivo</p> <p>Têm boas capacidades organizativas (potencial líder): César Vasco</p> <p>Não têm capacidades organizativas: Dinis</p> <p>Receberam o máximo de escolhas positivas: Vasco Miguel</p> <p>Receberam o máximo de escolhas negativas: Dinis Ivo</p> <p>Não receberam escolhas negativas: Não presente</p> <p>Receberam só escolhas negativas: Não presente</p>	<p>Não Presente</p> <p>Rejeitaram-se mutuamente: Dinis - Carlos Ivo - Vasco</p> <p>Tem capacidade organizativa (liderança): César Isabel</p> <p>Não tem capacidade organizativa (liderança): Ivo</p> <p>Receberam o máximo de escolhas positivas: Isabel Sandra</p> <p>Receberam o máximo de escolhas negativas: Carlos Ivo</p> <p>Não receberam escolhas negativas: Isabel</p> <p>Só receberam escolhas negativas: Ivo Vasco</p>
<p>3: A-VONTADE EM PÚBLICO</p> <p>Subgrupos revelados: 1. subgroup: Isabel, Miguel, Vasco. (leader(s): Miguel.)</p> <p>Individualista: Não Presente</p> <p>Esquecidos: Teresa gravita no subgrupo: 1, Sandra gravita no subgrupo: 1, Carlos gravita no subgrupo: 1, César gravita no subgrupo: 1, Ivo</p>	<p>3: A-VONTADE EM PÚBLICO</p> <p>Subgrupos Revelados: 2. subgrupo: César, Sandra, Carlos. (líder(s): Sandra.) subgrupo: Miguel, Vasco. (líder(s): Miguel.)</p> <p>Individualista: Não Presente</p> <p>Esquecidos: Dinis gravita no subgrupo: 1, 2, Ivo gravita no subgrupo: 1, Teresa gravita no subgrupo: 1, Isabel gravita no subgrupo: 2,</p>

<p>gravita no subgrupo: 1, Dinis gravita no subgrupo: 1,</p> <p>Isolados: Não Presente</p> <p>Rejeitaram-se mutuamente: Carlos - Ivo Carlos - Dinis Ivo – Teresa</p> <p>Têm à-vontade em público: Miguel Vasco</p> <p>Não têm à-vontade em público: Dinis</p> <p>Receberam o máximo de escolhas positivas: Miguel Vasco</p> <p>Receberam o máximo de escolhas negativas: Dinis Carlos</p> <p>Não receberam escolhas negativas: Miguel Vasco</p> <p>Só receberam escolhas negativas: Dinis Ivo Sandra Teresa</p>	<p>Isolados: Não Presente</p> <p>Rejeitaram-se mutuamente: Miguel - Teresa Dinis - Isabel Sandra – Ivo</p> <p>Têm à-vontade em público: Miguel César</p> <p>Não têm à-vontade em público: Teresa</p> <p>Receberam o máximo de escolhas positivas: Miguel César</p> <p>Receberam o máximo de escolhas negativas: Teresa Ivo</p> <p>Não receberam escolhas negativas: Carlos</p> <p>Só receberam escolhas negativas: Ivo Teresa</p>
<p>4: ACTIVIDADES RECREATIVAS</p> <p>Subgrupos revelados: 3. subgrupo: Carlos, Teresa. (líder(s): Carlos.) subgrupo: César, Dinis. (líder(s): César.) subgrupo: Isabel, Miguel, Vasco. (líder(s): Não presente</p> <p>Individualista: Não presente</p> <p>Esquecidos: Ivo</p>	<p>4: ACTIVIDADES RECREATIVAS</p> <p>Subgrupos Revelados: 1. subgrupo: César, Dinis, Sandra. (líder(s): Não Presente.)</p> <p>Individualista: Não Presente</p> <p>Esquecidos: Miguel</p>

<p>gravita no subgrupo: 1, 3, Sandra gravita no subgrupo: 3,</p> <p>Isolados: Não presente</p> <p>Rejeitam-se mutuamente: Dinis - Miguel Isabel - Ivo Ivo – Sandra</p> <p>Mais popular em actividades recreativas: Miguel Vasco</p> <p>Menos popular em actividades recreativas: Ivo</p> <p>Receberam o máximo de escolhas positivas: Vasco Miguel</p> <p>Receberam o máximo de escolhas negativas: Ivo Dinis</p> <p>Não receberam escolhas negativas: César Teresa</p> <p>Só receberam escolhas negativas: Ivo Sandra</p>	<p>gravita no subgrupo: 1, Ivo gravita no subgrupo: 1, Teresa gravita no subgrupo: 1, Vasco gravita no subgrupo: 1, Isabel gravita no subgrupo: 1,</p> <p>Isolados: Não Presente</p> <p>Rejeitaram-se mutuamente: César - Carlos Sandra – Ivo</p> <p>Mais popular em actividades recreativas: Miguel César</p> <p>Menos popular em actividades recreativas: Ivo</p> <p>Receberam o máximo de escolhas positivas: César Isabel</p> <p>Receberam o máximo de escolhas negativas: Ivo Sandra</p> <p>Não receberam escolhas negativas: Não Presente</p> <p>Só receberam escolhas negativas: Não Presente</p>
--	---

Para o estudo dos resultados sociométricos, como método matemático, pareceu-nos que também seria útil utilizar um método estatístico quantitativo, que permitisse perceber até que ponto as diferenças, ou as semelhanças, seriam significativas.

Teste Wilcoxon

O teste Wilcoxon deve ser utilizado num design experimental relacionado, com duas situações quando são utilizados os mesmos sujeitos emparelhados em ambas as situações. O objectivo do teste dos sinais de Wilcoxon é comparar as performances de cada sujeito no sentido de verificar se existem diferenças significativas entre os resultados nas duas situações. Os resultados da situação B são subtraídos dos da situação A e à diferença resultantes é atribuído o sinal mais (+) ou, caso seja negativa, o sinal menos (-). Estas diferenças são ordenadas em função da sua grandeza (independentemente do sinal positivo ou negativo). O ordenamento assim obtido é depois apresentado separadamente para os resultados positivos e negativos. O menor dos valores deste segundo dá-lhe o valor estatístico de p , que é posteriormente consultado numa tabela de significância apropriada. Quanto menor for o p , mais significativas serão as diferenças nas ordenações entre as duas situações.

Contudo, após a realização de vários cálculos chegamos à conclusão que este não seria o teste mais indicado, devido, por um lado, à dimensão pequena do grupo e, por outro, aos critérios exigidos pelo teste sociométrico (número de respostas limitado a duas, para cada pergunta).

Fig. 57 - Teste de Wilcoxon – escolhas positivas grupo real vs escolhas positivas grupo virtual

Pair of Variables	Wilcoxon Matched Pairs Test (experiência.sta) Marked tests are significant at p < ,05000			
	Valid N	T	Z	p-level
1 R + & 1 V +	9	7,50000	0,000000	1,000000
2 R + & 2 V +	9	18,00000	0,000000	1,000000
3 R + & 3 V +	9	10,00000	0,104828	0,916512
4 R + & 4 V +	9	18,00000	0,000000	1,000000

Fig. 58 - Teste de Wilcoxon – escolhas negativas grupo real vs escolhas negativas grupo virtual

Pair of Variables	Wilcoxon Matched Pairs Test (experiência.sta) Marked tests are significant at p < ,05000			
	Valid N	T	Z	p-level
1 R - & 1 V -	9	10,50000	0,000000	1,000000
2 R - & 2 V -	9	10,50000	0,000000	1,000000
3 R - & 3 V -	9	12,50000	0,253546	0,799846
4 R - & 4 V -	9	10,00000	0,104828	0,916512

Fig. 59 - Teste de Wilcoxon – status grupo real vs status grupo virtual

Pair of Variables	Wilcoxon Matched Pairs Test (EXPEW)			
	Valid N	T	Z	p-level
STATUS 1 & STATUS 1 V	9	16,00000	0,280056	0,779435
STATUS 2 & STATUS 2 V	9	22,00000	0,059235	0,952765
STATUS 3 & STATUS 3 V	9	20,50000	0,236940	0,812704
STATUS 4 & STATUS 4 V	9	13,50000	0,084515	0,932647

Os resultados deste teste apresentaram sempre $p > 0.05$, isto é, não mostravam qualquer diferença significativa entre o grupo real e o grupo virtual, pelas razões atrás apresentadas.

Decidimos, então, optar pelo teste de qui-quadrado.

Teste Qui-Quadrado

O teste do qui-quadrado é o teste apropriado quando os dados da experiência são nominais. Isto significa que em lugar de poder medir os resultados dos seus sujeitos pode apenas distribuir os sujeitos por uma ou mais categorias. Pode ser utilizado em todas as situações de investigação, para testar tanto a hipótese da diferença como a hipótese de associação.

O teste de qui-quadrado pode ser utilizado sempre que os resultados da investigação se apresentem na forma de tabelas de frequências (tabelas de contingências).

O que o teste do qui-quadrado faz é comparar as frequências observadas em cada uma das células de uma tabela de contingência com as frequências esperadas. Por outras palavras, o teste compara o número de sujeitos que se distribui por uma determinada categoria com o número de sujeitos que se espera se distribuíssem por essa categoria. Quanto maior a diferença entre as frequências esperadas e as observadas, mais provável será que o resultado seja significativo.

Para aplicar o referido teste foi utilizado o software Statistica 6.0. Após a introdução das variáveis obtivemos os seguintes resultados:

Fig. 60 - Teste Qui-quadrado – escolhas positivas grupo real vs escolhas positivas grupo virtual – pergunta 1

Observed vs. Expected Frequencies (experiência.sta)				
Chi-Square = 6,250000 df = 8 p < ,619251				
Case	observed 1 R +	expected 1 V +	O - E	(O-E)**2 /E
Carlos	2,00000	1,00000	1,00000	1,000000
César	3,00000	4,00000	-1,00000	0,250000
Dinis	1,00000	2,00000	-1,00000	0,500000
Isabel	5,00000	5,00000	0,00000	0,000000
Ivo	0,00000	0,00000	0,00000	0,000000
Miguel	2,00000	2,00000	0,00000	0,000000
Sandra	1,00000	2,00000	-1,00000	0,500000
Teresa	3,00000	1,00000	2,00000	4,000000
Vasco	1,00000	1,00000	0,00000	0,000000
Sum	18,00000	18,00000	0,00000	6,250000

Fig. 61 - Teste Qui-quadrado – escolhas negativas grupo real vs escolhas negativas grupo virtual – pergunta 1

Observed vs. Expected Frequencies (experiência.sta)				
Chi-Square = 6,833333 df = 8 p < ,554718				
Case	observed 1 R -	expected 1 V -	O - E	(O-E)**2 /E
Carlos	2,00000	1,00000	1,00000	1,000000
César	0,00000	0,00000	0,00000	0,000000
Dinis	6,00000	4,00000	2,00000	1,000000
Isabel	1,00000	2,00000	-1,00000	0,500000
Ivo	6,00000	4,00000	2,00000	1,000000
Miguel	2,00000	2,00000	0,00000	0,000000
Sandra	0,00000	0,00000	0,00000	0,000000
Teresa	0,00000	2,00000	-2,00000	2,000000
Vasco	1,00000	3,00000	-2,00000	1,333333
Sum	18,00000	18,00000	0,00000	6,833333

Fig. 62 - Teste Qui-quadrado – escolhas positivas grupo real vs escolhas positivas grupo virtual – pergunta 2

Observed vs. Expected Frequencies (experiência.sta)				
Chi-Square = 10,250000 df = 8 p < ,247920				
Case	observed 2 R +	expected 2 V +	O - E	(O-E)**2 /E
Carlos	0,00000	1,00000	-1,00000	1,000000
César	4,00000	4,00000	0,00000	0,000000
Dinis	0,00000	2,00000	-2,00000	2,000000
Isabel	3,00000	4,00000	-1,00000	0,250000
Ivo	1,00000	0,00000	1,00000	0,000000
Miguel	4,00000	2,00000	2,00000	2,000000
Sandra	0,00000	4,00000	-4,00000	4,000000
Teresa	2,00000	1,00000	1,00000	1,000000
Vasco	4,00000	0,00000	4,00000	0,000000
Sum	18,00000	18,00000	0,00000	10,250000

Fig. 63 - Teste Qui-quadrado – escolhas negativas grupo real vs escolhas negativas grupo virtual – pergunta 2

Observed vs. Expected Frequencies (experiência.sta)				
Chi-Square = 4,533333 df = 8 p < ,806088				
Case	observed 2 R -	expected 2 V -	O - E	(O-E)**2 /E
Carlos	4,00000	4,00000	0,00000	0,000000
César	0,00000	1,00000	-1,00000	1,000000
Dinis	4,00000	3,00000	1,00000	0,333333
Isabel	2,00000	0,00000	2,00000	0,000000
Ivo	4,00000	5,00000	-1,00000	0,200000
Miguel	2,00000	1,00000	1,00000	1,000000
Sandra	0,00000	2,00000	-2,00000	2,000000
Teresa	1,00000	1,00000	0,00000	0,000000
Vasco	1,00000	1,00000	0,00000	0,000000
Sum	18,00000	18,00000	0,00000	4,533333

Fig. 64 - Teste Qui-quadrado – escolhas positivas grupo real vs escolhas positivas grupo virtual – pergunta 3

Observed vs. Expected Frequencies (experiência.sta)				
Chi-Square = 18,75000 df = 8 p < ,016258				
Case	observed 3 R +	expected 3 V +	O - E	(O-E)**2 /E
Carlos	1,00000	2,00000	-1,00000	0,50000
César	1,00000	4,00000	-3,00000	2,25000
Dinis	0,00000	1,00000	-1,00000	1,00000
Isabel	2,00000	2,00000	0,00000	0,00000
Ivo	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
Miguel	8,00000	4,00000	4,00000	4,00000
Sandra	0,00000	3,00000	-3,00000	3,00000
Teresa	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000
Vasco	6,00000	2,00000	4,00000	8,00000
Sum	18,00000	18,00000	0,00000	18,75000

Fig. 65 - Teste Qui-quadrado – escolhas negativas grupo real vs escolhas negativas grupo virtual – pergunta 3

Observed vs. Expected Frequencies (experiência.sta)				
Chi-Square = 5,583333 df = 8 p < ,693791				
Case	observed 3 R -	expected 3 V -	O - E	(O-E)**2 /E
Carlos	5,00000	0,00000	5,00000	0,000000
César	1,00000	1,00000	0,00000	0,000000
Dinis	5,00000	3,00000	2,00000	1,333333
Isabel	1,00000	2,00000	-1,00000	0,500000
Ivo	3,00000	4,00000	-1,00000	0,250000
Miguel	0,00000	1,00000	-1,00000	1,000000
Sandra	1,00000	2,00000	-1,00000	0,500000
Teresa	2,00000	4,00000	-2,00000	1,000000
Vasco	0,00000	1,00000	-1,00000	1,000000
Sum	18,00000	18,00000	0,00000	5,583333

Fig. 66 - Teste Qui-quadrado – escolhas positivas grupo real vs escolhas positivas grupo virtual – pergunta 4

Observed vs. Expected Frequencies (experiência.sta)				
Chi-Square = 17,30000 df = 8 p < ,027135				
Case	observed 4 R +	expected 4 V +	O - E	(O-E)**2 /E
Carlos	3,00000	2,00000	1,00000	0,50000
César	2,00000	5,00000	-3,00000	1,80000
Dinis	1,00000	2,00000	-1,00000	0,50000
Isabel	3,00000	2,00000	1,00000	0,50000
Ivo	0,00000	1,00000	-1,00000	1,00000
Miguel	4,00000	2,00000	2,00000	2,00000
Sandra	0,00000	2,00000	-2,00000	2,00000
Teresa	1,00000	1,00000	0,00000	0,00000
Vasco	4,00000	1,00000	3,00000	9,00000
Sum	18,00000	18,00000	0,00000	17,30000

Fig. 67 - Teste Qui-quadrado – escolhas negativas grupo real vs escolhas negativas grupo virtual – pergunta 4

Observed vs. Expected Frequencies (experiência.sta)				
Chi-Square = 10,83333 df = 8 p < ,211328				
Case	observed 4 R -	expected 4 V -	O - E	(O-E)**2 /E
Carlos	2,00000	2,00000	0,00000	0,00000
César	0,00000	1,00000	-1,00000	1,00000
Dinis	4,00000	2,00000	2,00000	2,00000
Isabel	1,00000	1,00000	0,00000	0,00000
Ivo	8,00000	4,00000	4,00000	4,00000
Miguel	1,00000	1,00000	0,00000	0,00000
Sandra	1,00000	3,00000	-2,00000	1,33333
Teresa	0,00000	2,00000	-2,00000	2,00000
Vasco	1,00000	2,00000	-1,00000	0,50000
Sum	18,00000	18,00000	0,00000	10,83333

Com o teste do qui-quadrado verificamos que apenas em duas situações existia uma diferença significativa. Na variável 3 – à-vontade em público (categoria escolhas positivas) - obtivemos uma diferença significativa de $p < 0.016$ – e na variável 4 – actividades recreativas (categoria escolhas positivas) – uma diferença significativa de $p < 0.027$. Estes resultados parecem confirmar o relatório produzido numa e noutra situação e quando comparados. Com efeito, verifica-se uma maior concordância entre os dois relatórios nas variáveis 1 – autoridade ou respeito do grupo – e 2 – capacidades organizativas. Para que melhor se pudesse ter essa percepção foram assinalados em ambos os relatórios todos os nomes que, quer num quer no outro, coincidem.

Correlação de Categoria

A correlação de categorias, referido por Northway e Lindsay (1999) é um meio de determinar a consistência dos índices dos indivíduos em dois testes sociométricos ou em diferentes critérios do mesmo teste. A ideia é colocar os sujeitos por ordem de índices, por ordem de categorias. Registrando os índices dos dois testes e atribuindo a cada criança a sua categoria própria pode-se ver quais as que alteraram as suas posições em relação ao grupo e quais as que não alteraram. Podemos ver se o grupo tem tendência para manter as suas categorias ou para as modificar. Para isso utiliza-se a fórmula seguinte:

$$P = 1 - ((6 \sum D^2) / (N(N^2 - 1)))$$

Se o resultado for positivo, há um certo grau de relação positiva entre as posições das crianças nas duas medições. Se for negativo há uma relação negativa, isto é, os sujeitos que ocupavam os lugares mais elevados num teste têm tendência para ocupar os mais baixos noutra.

Quanto mais elevado for o coeficiente de correlação de categoria mais firme serão os sujeitos na sua categoria, de teste para teste.

Assim, aplicando o teste de correlação de categorias obtivemos os seguintes resultados:

Fig. 68 - Correlação de categoria, referente à pergunta 1⁷

Nomes	PPGR	PNGR	PPGV	PNGV	CCP		CCN		
Carlos	4,5	3,5	7,0	7,0	-2,5	6,25	-3,5	12,25	
César	2,5	8,0	2,0	8,5	0,5	0,25	-0,5	0,25	
Dinis	7,0	1,5	4,0	1,5	3,0	9	0,0	0	
Isabel	1,0	5,5	1,0	5,0	0,0	0	0,5	0,25	
Ivo	9,0	1,5	9,0	1,5	0,0	0	0,0	0	
Miguel	4,5	3,5	4,0	5,0	0,5	0,25	-1,5	2,25	
Sandra	7,0	8,0	4,0	8,5	3,0	9	-0,5	0,25	
Teresa	2,5	8,0	7,0	5,0	-4,5	20,3	3,0	9	
Vasco	7,0	5,5	7,0	3,0	0,0	0	2,5	6,25	
					45	0,625		30,5	0,746

⁷ Nota: PPGR – posição escolhas positivas grupo real; PNGR – posição escolhas negativas grupo real; PPGV – posição escolhas positivas grupo virtual; PNGV – posição escolhas negativas grupo virtual; CCP – correlação de categoria escolhas positivas; CCN - correlação de categoria escolhas negativas .

Fig. 69 - Correlação de categoria, referente à pergunta 2

Nomes	PPGR	PNGR	PPGV	PNGV	CCP		CCN		
Carlos	8	2	6,5	2	1,5	2,25	0	0	
César	2	8,5	2	6,5	0	0	2	4	
Dinis	8	2	4,5	3	3,5	12,3	-1	1	
Isabel	4	4,5	2	9	2	4	-4,5	20,25	
Ivo	6	2	8,5	1	-2,5	6,25	1	1	
Miguel	2	4,5	4,5	6,5	-2,5	6,25	-2	4	
Sandra	8	8,5	2	4	6	36	4,5	20,25	
Teresa	5	6,5	6,5	6,5	-1,5	2,25	0	0	
Vasco	2	6,5	8,5	6,5	-6,5	42,3	0	0	
						112	0,071	50,5	0,579

Fig. 70 - Correlação de categoria, referente à pergunta 3

Nomes	PPGR	PNGR	PPGV	PNGV	CCP		CCN		
Carlos	4,5	1,5	5	9	-0,5	0,25	-7,5	56,25	
César	4,5	6	1,5	7	3	9	-1	1	
Dinis	7,5	1,5	7	3	0,5	0,25	-1,5	2,25	
Isabel	3	6	5	4,5	-2	4	1,5	2,25	
Ivo	7,5	3	8,5	1,5	-1	1	1,5	2,25	
Miguel	1	8,5	1,5	7	-0,5	0,25	1,5	2,25	
Sandra	7,5	6	3	4,5	4,5	20,3	1,5	2,25	
Teresa	7,5	4	8,5	1,5	-1	1	2,5	6,25	
Vasco	2	8,5	5	7	-3	9	1,5	2,25	
						45	0,625	77	0,358

Fig. 71 - Correlação de categoria, referente à pergunta 4

Nomes	PPGR	PNGR	PPGV	PNGV	CCP		CCN		
Carlos	3,5	3	4	4,5	-0,5	0,25	-1,5	2,25	
César	5	8,5	1	8	4	16	0,5	0,25	
Dinis	6,5	2	4	4,5	2,5	6,25	-2,5	6,25	
Isabel	3,5	5,5	4	8	-0,5	0,25	-2,5	6,25	
Ivo	8,5	1	8	1	0,5	0,25	0	0	
Miguel	1,5	5,5	4	8	-2,5	6,25	-2,5	6,25	
Sandra	8,5	5,5	4	2	4,5	20,3	3,5	12,25	
Teresa	6,5	8,5	8	4,5	-1,5	2,25	4	16	
Vasco	1,5	5,5	8	4,5	-6,5	42,3	1	1	
						94	0,217	50,5	0,579

Aplicando a fórmula de correlação de categorias verificamos que as variáveis e categorias onde existe uma diferença são as seguintes: variável 2 – capacidade organizativa (categoria positiva) – 0.071; variável 4 – actividades recreativas (categoria positiva) – 0.217; e variável 3 (categoria negativa) – 0.358.

Aplicamos também a mesma fórmula à posição que cada indivíduo ocupava no grupo em função do status social, comparando a posição que ocupava no grupo real (P1) e a posição que passou a ocupar no grupo virtual (P2).

Fig. 72 - Correlação de categoria em função da posição no grupo em função do status social, perguntas 1, 2, 3 e 4.

Pergunta 1	P1	P2	D	D ²	
Carlos	6,0	4,5	1,5	2,3	
César	2,5	1,0	1,5	2,3	
Dinis	8,0	7,5	0,5	0,3	
Isabel	1,0	2,0	-1,0	1,0	
Ivo	9,0	9,0	0,0	0,0	
Miguel	6,0	4,5	1,5	2,3	
Sandra	4,0	3,0	1,0	1,0	
Teresa	2,5	6,0	-3,5	12,3	
Vasco	6,0	7,5	-1,5	2,3	
				23,5	0,8

Pergunta 2	P1	P2	D	D ²	
Carlos	8,5	8	0,5	0,25	
César	1	2	-1	1	
Dinis	8,5	6,5	2	4	
Isabel	4,5	1	3,5	12,25	
Ivo	7	9	-2	4	
Miguel	3	4	-1	1	
Sandra	6	3	3	9	
Teresa	4,5	5	-0,5	0,25	
Vasco	2	6,5	-4,5	20,25	
				52	0,567

Pergunta 3	P1	P2	D	D ²	
Carlos	7,5	3	4,5	20,25	
César	4	1,5	2,5	6,25	
Dinis	9	7	2	4	
Isabel	3	6	-3	9	
Ivo	7,5	8,5	-1	1	
Miguel	1	1,5	-0,5	0,25	
Sandra	5	4,5	0,5	0,25	
Teresa	6	8,5	-2,5	6,25	
Vasco	2	4,5	-2,5	6,25	
				53,5	0,554

Pergunta 4	P1	P2	D	D ²	
Carlos	5,5	4,5	1	1	
César	3,5	1	2,5	6,25	
Dinis	8	4,5	3,5	12,25	
Isabel	3,4	2,5	0,9	0,81	
Ivo	9	9	0	0	
Miguel	1,5	2,5	-1	1	
Sandra	7	7	0	0	
Teresa	5,5	7	-1,5	2,25	
Vasco	1,5	7	-5,5	30,25	
				53,81	0,552

Verificamos, então, que em função destas variáveis, a maior diferença se situava nas variáveis 3 (à vontade em público) – 0.554 e 4 (actividades recreativas) -0.552. Estes resultados coincidem com os resultados apresentados no teste do qui-quadrado.

Análises individuais

Paralelamente a uma análise dos grupos procedeu-se também a uma análise dos sujeitos que constituíam o grupo (contexto real e contexto virtual). Para além de uma análise mais descritiva, baseada no relatório produzido, e já anteriormente referido, procedeu-se também a uma análise estatística.

Para isso, procedeu-se ao preenchimento de uma tabela que continha as diferenças entre os valores obtidos no primeiro teste (contexto real) e o segundo (contexto virtual). De modo a que as diferenças fossem mais visíveis, foram elevadas ao quadrado, e posteriormente convertidas em percentagem.

Fig. 73 - Número de escolhas positivas e negativas do grupo real e do grupo virtual

Grupo Real										Grupo Virtual									
		Nº de escolhas positivas (+) e negativas (-)										Nº de escolhas positivas (+) e negativas (-)							
		1		2		3		4				1		2		3		4	
N	Nome	+	-	+	-	+	-	+	-	N	Nome	+	-	+	-	+	-	+	-
1	Carlos	2	2	0	4	1	5	3	2	1	Carlos	1	1	1	4	2	0	2	2
2	César	3	0	4	0	1	1	2	0	2	César	4	0	4	1	4	1	5	1
3	Dinis	1	6	0	4	0	5	1	4	3	Dinis	2	4	2	3	1	3	2	2
4	Isabel	5	1	3	2	2	1	3	1	4	Isabel	5	2	4	0	2	2	2	1
5	Ivo	0	6	1	4	0	3	0	8	5	Ivo	0	4	0	5	0	4	1	4
6	Miguel	2	2	4	2	8	0	4	1	6	Miguel	2	2	2	1	4	1	2	1
7	Sandra	1	0	0	0	0	1	0	1	7	Sandra	2	0	4	2	3	2	2	3
8	Teresa	3	0	2	1	0	2	1	0	8	Teresa	1	2	1	1	0	4	1	2
9	Vasco	1	1	4	1	6	0	4	1	9	Vasco	1	3	0	1	2	1	1	2

Fig. 74 - Diferenças (D) e quadrado das diferenças (Q) entre o grupo real e grupo virtual, em função das escolhas, positivas e negativas, por perguntas

Diferença entre o grupo real e o grupo virtual - nº de escolhas positivas (+) e negativas (-)										Quadrado das Diferenças entre o grupo real e o grupo virtual - nº de escolhas positivas (+) e negativas (-)									
		Diferença entre o grupo real e o grupo - nº de escolhas positivas (+) e negativas (-)										Quadrado das Diferenças entre o grupo real e o grupo virtual							
		1		2		3		4				1		2		3		4	
N	Nome	+	-	+	-	+	-	+	-	N	Nome	+	-	+	-	+	-	+	-
1	Carlos	1	1	-1	0	-1	5	1	0	1	Carlos	1	1	1	0	1	25	1	0
2	César	-1	0	0	-1	-3	0	-3	-1	2	César	1	0	0	1	9	0	9	1
3	Dinis	-1	2	-2	1	-1	2	-1	2	3	Dinis	1	4	4	1	1	4	1	4
4	Isabel	0	-1	-1	2	0	-1	1	0	4	Isabel	0	1	1	4	0	1	1	0
5	Ivo	0	2	1	-1	0	-1	-1	4	5	Ivo	0	4	1	1	0	1	1	16
6	Miguel	0	0	2	1	4	-1	2	0	6	Miguel	0	0	4	1	16	1	4	0
7	Sandra	-1	0	-4	-2	-3	-1	-2	-2	7	Sandra	1	0	16	4	9	1	4	4
8	Teresa	2	-2	1	0	0	-2	0	-2	8	Teresa	4	4	1	0	0	4	0	4
9	Vasco	0	-2	4	0	4	-1	3	-1	9	Vasco	0	4	16	0	16	1	9	1
	Total	8	18	44	12	52	38	30	30		Total	8	18	44	12	52	38	30	30
	Diferença	-10		32		14		0			Diferença	-10		32		14		0	

No que concerne às escolhas individuais, verificamos que houve uma maior diferença de posições na variável 3 – à vontade em público (categoria escolhas positivas) e variável 2 – capacidade organizativa (categoria escolhas positivas). Para além disso, a diferenças entre as duas categorias (escolhas positivas e negativas) de ambas as variáveis também são de assinalar.

Procedemos então à distinção individual dos indivíduos, no sentido de conhecer aqueles que mais alteraram a sua posição de indivíduos escolhidos, ou não escolhidos, pelos outros, em que variáveis e categorias.

Fig. 75 - Diferenças (D) e quadrado das diferenças (Q) entre o grupo real e grupo virtual, em função das escolhas, positivas e negativas, por pergunta

Diferenças do grupo real e o grupo virtual - em função das escolhas (P e N)									
		Diferenças entre o grupo real e o grupo virtual - em função das escolhas (P e N)							
N	Nome	1		2		3		4	
		D	Q	D	Q	D	Q	D	Q
1	Carlos	0	0	-1	1	-6	36	1	1
2	César	-1	1	1	1	-3	9	-2	4
3	Dinis	-3	9	-3	9	-3	9	-3	9
4	Isabel	1	1	-3	9	1	1	1	1
5	Ivo	-2	4	2	4	1	1	-5	25
6	Miguel	0	0	1	1	5	25	2	4
7	Sandra	-1	1	-2	4	-2	4	0	0
8	Teresa	4	16	1	1	2	4	2	4
9	Vasco	2	4	4	16	5	25	4	16
Total		36		46		114		64	

De seguida, construímos uma tabela percentual em função do número de escolhas.

Fig. 76 - Percentagem das diferenças entre o grupo real e o grupo virtual, em função do nº de escolhas positivas (+) e negativas (-), e do número de elementos do grupo

Nome	1		2		3		4	
	+	-	+	-	+	-	+	-
Carlos	11%	11%	-11%	0%	-11%	56%	11%	0%
César	-11%	0%	0%	-11%	-33%	0%	-33%	-11%
Dinis	-11%	22%	-22%	11%	-11%	22%	-11%	22%
Isabel	0%	-11%	-11%	22%	0%	-11%	11%	0%
Ivo	0%	22%	11%	-11%	0%	-11%	-11%	44%
Miguel	0%	0%	22%	11%	44%	-11%	22%	0%
Sandra	-11%	0%	-44%	-22%	-33%	-11%	-22%	-22%
Teresa	22%	-22%	11%	0%	0%	-22%	0%	-22%
Vasco	0%	-22%	44%	0%	44%	-11%	33%	-11%

As percentagens mostram que foi o Carlos que teve uma maior percentagem de escolhas negativas na variável 3 (à-vontade em público), com 56%. Na mesma variável, na categoria das escolhas positivas, forma o Miguel e o Vasco que apresentaram uma alteração de 44%, das escolhas. Parece ter sido o Vasco que sofreu maior alteração, não só na variável anterior como também na variável 1 – autoridade ou respeito do grupo

(categoria de escolhas negativas), com um decréscimo de 22%, como também na variável 2 – capacidades organizativas (categoria de escolhas positivas) com 44% e na variável 4 – actividades recreativas (categoria de escolhas positivas) com 33%.

Não sofreram alterações em 3 categorias (0%) o César, a Isabel, o Miguel e a Teresa. O único a apresentar alterações em todas as variáveis e categorias foi o Dinis.

Fig. 77 - Percentagem do Quadrado das Diferenças entre o grupo real e o grupo virtual, em função do nº de escolhas positivas (+) e negativas (-), e do total da soma dos quadrados

Nome	1		2		3		4	
	+	-	+	-	+	-	+	-
Carlos	13%	6%	2%	0%	2%	66%	3%	0%
César	13%	0%	0%	8%	17%	0%	30%	3%
Dinis	13%	22%	9%	8%	2%	11%	3%	13%
Isabel	0%	6%	2%	33%	0%	3%	3%	0%
Ivo	0%	22%	2%	8%	0%	3%	3%	53%
Miguel	0%	0%	9%	8%	31%	3%	13%	0%
Sandra	13%	0%	36%	33%	17%	3%	13%	13%
Teresa	50%	22%	2%	0%	0%	11%	0%	13%
Vasco	0%	22%	36%	0%	31%	3%	30%	3%

Procedendo à análise por variável e categoria verificamos que:

- Variável 1 – autoridade e respeito – categoria das escolhas positivas – foi a Teresa que apresentou uma maior alteração (50%);
- Variável 1 – autoridade e respeito – categoria das escolhas negativas – foram quatro os indivíduos que apresentaram alterações: Dinis, Ivo, Teresa e Vasco (22%);
- Variável 2 – capacidades organizativas – categoria das escolhas positivas – a Sandra e o Vasco foram quem mais alterou as suas posições (36%);
- Variável 2 – capacidades organizativas – categoria das escolhas negativas – a Isabel e a Sandra foram os indivíduos mais sofreram alterações (33%);
- Variável 3 – à-vontade em público – categoria das escolhas positivas – foram o Miguel e o Vasco que mais alteraram as suas posições (31%);
- Variável 3 – à- vontade em público – categoria das escolhas negativas – apenas o Carlos apresenta um valor elevado de alteração (66%);

- Variável 4 – actividades recreativas – categoria das escolhas positivas – foram dois os membros que apresentam um valor superior aos restantes: César e Vasco (30%);
- Variável 4 – actividades recreativas – categoria das escolhas negativas – apenas o Ivo apresenta uma elevada percentagem de alteração de posição (53%).

Finalmente, procedeu-se ao estudo da relação entre o status (s) e a posição social (p).

Fig. 78 - Tabela do status e posição social, em função do número de escolhas, por pergunta, no grupo real

Grupo Real									
N	Nome	Nº de escolhas positivas (+) e negativas (-)							
		1		2		3		4	
		s	p	s	p	s	p	s	p
1	Carlos	0,00	6,0	-0,5	8,5	-0,5	8,0	0,13	5,5
2	César	0,38	2,5	0,5	1,0	0	4,0	0,25	3,5
3	Dinis	-0,63	8,0	-0,5	8,5	-0,63	9,0	-0,38	8,0
4	Isabel	0,50	1,0	0,13	4,5	0,13	3,0	0,25	3,5
5	Ivo	-0,75	9,0	-0,38	7,0	-0,38	7,0	-1	9,0
6	Miguel	0,00	6,0	0,25	3,0	1	1,0	0,38	1,5
7	Sandra	0,13	4,0	0	6,0	-0,13	5,0	-0,13	7,0
8	Teresa	0,38	2,5	0,13	4,5	-0,25	6,0	0,13	5,5
9	Vasco	0,00	6,0	0,38	2,0	0,75	2,0	0,38	1,5

Fig. 79 - Tabela do status e posição social, em função do número de escolhas, por pergunta, no grupo virtual

Grupo Virtual									
N	Nome	Nº de escolhas positivas (+) e negativas (-)							
		1		2		3		4	
		s	p	s	p	s	p	s	p
1	Carlos	0,00	4,5	-0,38	8,0	0,25	3,0	0,00	4,5
2	César	0,50	1,0	0,38	2,0	0,38	1,5	0,50	1,0
3	Dinis	-0,25	7,5	-0,13	6,5	-0,25	7,0	0,00	4,5
4	Isabel	0,38	2,0	0,50	1,0	0,00	6,0	0,13	2,5
5	Ivo	-0,50	9,0	-0,63	9,0	-0,50	8,5	-0,38	9,0
6	Miguel	0,00	4,5	0,13	4,0	0,38	1,5	0,13	2,5
7	Sandra	0,25	3,0	0,25	3,0	0,13	4,5	-0,13	7,0
8	Teresa	-0,13	6,0	0,00	5,0	-0,50	8,5	-0,13	7,0
9	Vasco	-0,25	7,5	-0,13	6,5	0,13	4,5	-0,13	7,0

Fig. 80 - Diferenças de status e a posição, entre o grupo real e o grupo virtual

Diferenças de status e a posição - Grupo Real e Grupo Virtual									
N	Nome	Nº de escolhas positivas (+) e negativas (-)							
		1		2		3		4	
		s	p	s	p	s	p	s	p
1	Carlos	0,00	1,50	-0,12	0,50	-0,75	5,00	0,13	1,00
2	César	-0,12	1,50	0,12	-1,00	-0,38	2,50	-0,25	2,50
3	Dinis	-0,38	0,50	-0,37	2,00	-0,38	2,00	-0,38	3,50
4	Isabel	0,12	-1,00	-0,37	3,50	0,13	-3,00	0,12	1,00
5	Ivo	-0,25	0,00	0,25	-2,00	0,12	-1,50	-0,62	0,00
6	Miguel	0,00	1,50	0,12	-1,00	0,62	-0,50	0,25	-1,00
7	Sandra	-0,12	1,00	-0,25	3,00	-0,26	0,50	0,00	0,00
8	Teresa	0,51	-3,50	0,13	-0,50	0,25	-2,50	0,26	-1,50
9	Vasco	0,25	-1,50	0,51	-4,50	0,62	-2,50	0,51	-5,50

Fig. 81 - Quadrado das diferenças de status e a posição, entre o grupo real e o grupo virtual

Quadrado das diferenças entre o status e a posição - Grupo Real e Grupo Virtual									
N	Nome	Nº de escolhas positivas (+) e negativas (-)							
		1		2		3		4	
		s	p	s	p	s	p	s	p
1	Carlos	0,0000	2,25	0,0144	0,25	0,5625	25,00	0,0169	1,00
2	César	0,0144	2,25	0,0144	1,00	0,1444	6,25	0,0625	6,25
3	Dinis	0,1444	0,25	0,1369	4,00	0,1444	4,00	0,1444	12,25
4	Isabel	0,0144	1,00	0,1369	12,25	0,0169	9,00	0,0144	1,00
5	Ivo	0,0625	0,00	0,0625	4,00	0,0144	2,25	0,3844	0,00
6	Miguel	0,0000	2,25	0,0144	1,00	0,3844	0,25	0,0625	1,00
7	Sandra	0,0144	1,00	0,0625	9,00	0,0676	0,25	0,0000	0,00
8	Teresa	0,2601	12,25	0,0169	0,25	0,0625	6,25	0,0676	2,25
9	Vasco	0,0625	2,25	0,2601	20,25	0,3844	6,25	0,2601	30,25
	Total	0,5727	23,50	0,719	52,00	1,7815	59,50	1,0128	54,00

Dos resultados obtidos verifica-se uma maior diferença do status e posição na variável 3 – à-vontade em público, com 1.7815 e 59.50 respectivamente, logo seguido da variável 4 – actividades recreativas, com 1.0128 e 54.00 respectivamente. A variável que menos alterações sofreu foi a 1 – autoridade ou respeito do grupo.

Para além do status e da posição postulados pelo software utilizado, procedeu-se também a uma análise em função das escolhas positivas e negativas, utilizando o mesmo método – diferença e quadrado das diferenças – por pergunta.

Fig. 82 – Diferença e quadrado das diferenças da posição, em função das escolhas positivas e negativas entre o grupo real e o grupo virtual - pergunta 1

Nomes	GR	GV	d	D ²	% d ²
Isabel	1,0	2,0	-1,0	1	4%
César	2,5	1,0	1,5	2,25	10%
Teresa	2,5	6,0	-3,5	12,25	52%
Sandra	4,0	3,0	1,0	1	4%
Carlos	6,0	4,5	1,5	2,25	10%
Miguel	6,0	4,5	1,5	2,25	10%
Vasco	6,0	7,5	-1,5	2,25	10%
Dinis	8,0	7,5	0,5	0,25	1%
Ivo	9,0	9,0	0,0	0	0%
				23,5	

Fig. 83 – Diferença e quadrado das diferenças da posição, em função das escolhas positivas e negativas entre o grupo real e o grupo virtual - pergunta 2

Nomes	GR	GV	d	D ²	% d ²
César	1,0	2,0	-1,0	1	2%
Vasco	2,0	6,5	-4,5	20,25	39%
Miguel	3,0	4,0	-1,0	1	2%
Isabel	4,5	1,0	3,5	12,25	24%
Teresa	4,5	5,0	-0,5	0,25	0%
Sandra	6,0	3,0	3,0	9	17%
Ivo	7,0	9,0	-2,0	4	8%
Carlos	8,5	8,0	0,5	0,25	0%
Dinis	8,5	6,5	2,0	4	8%
				52	

Fig. 84 – Diferença e quadrado das diferenças da posição, em função das escolhas positivas e negativas entre o grupo real e o grupo virtual - pergunta 3

Nomes	GR	GV	d	D ²	% d ²
Miguel	1,0	1,5	-0,5	0,25	0%
Vasco	2,0	4,5	-2,5	6,25	11%
Isabel	3,0	6,0	-3,0	9	15%
César	4,0	1,5	2,5	6,25	11%
Sandra	5,0	4,5	0,5	0,25	0%
Teresa	6,0	8,5	-2,5	6,25	11%
Ivo	7,0	8,5	-1,5	2,25	4%
Carlos	8,0	3,0	5,0	25	42%
Dinis	9,0	7,0	2,0	4	7%
				59,5	

Fig. 85 – Diferença e quadrado das diferenças da posição, em função das escolhas positivas e negativas entre o grupo real e o grupo virtual - pergunta 4

Nomes	GR	GV	d	D²	% d²
Miguel	1,5	2,5	-1,0	1	2%
Vasco	1,5	7,0	-5,5	30,25	56%
Isabel	3,5	2,5	1,0	1	2%
César	3,5	1,0	2,5	6,25	12%
Carlos	5,5	4,5	1,0	1	2%
Teresa	5,5	7,0	-1,5	2,25	4%
Sandra	7,0	7,0	0,0	0	0%
Dinis	8,0	4,5	3,5	12,25	23%
Ivo	9,0	9,0	0,0	0	0%
				54	

Estes resultados confirmaram os resultados anteriores, porquanto indicaram que na variável 1, foi a Teresa que maior diferença apresentou; na variável 2 e 4, foi o Vasco; e na variável 3, o Carlos.

Conclusão

Estamos imbuídos e cercados por um mundo interconectado. A novidade do momento radica no facto de, mais do que a necessidade de comunicar, é o poder fazê-lo em tempo real, de forma imediata e simultânea, independentemente da distância geográfica que separa os indivíduos. Os avanços tecnológicos e sociais permitem o nascimento de uma plataforma social de comunicação em que é possível uma intercomunicação nas mais variadas expressões.

As TIC têm sido vistas como como panaceia para o progresso e para a produção de riqueza. Parece-nos inquestionável a ocorrência de transformações nos vários níveis de actividade, nomeadamente a social – ensino, negócios, etc. Contudo, parece-nos discutível que a tecnologia, *per si*, seja a causa exclusiva de mudanças sociais. A maior mudança é observada no surgimento de novas formas de interacção humana, através da superação das limitações impostas pelo tempo e pelo espaço. Isto resultou numa série de implicações no quotidiano dos indivíduos, especialmente no que concerne às formas de comunicação.

O ciberespaço constituiu-se como um novo espaço de sociabilidade – apesar de não-presencial – com impactos na esfera cultural e social. O ciberespaço, sendo um espaço sócio-virtual – baseado em técnicas informacionais em rede – como espaço social que é, permite a interacção social.

O ciberespaço tem por base uma imensa rede composta por computadores, telecomunicações, programas, interfaces e dados que formam uma intrincada base dinâmica e interactiva de informações. A expansão da rede proporcionou a formação de comunidades que frequentam as mesmas páginas, de grupos que conversam nas mesmas salas, da formação de listas que discutem um determinado assunto. Assim, o ciberespaço não é apenas um meio, pois tem características próprias de comunidades.

As redes criam-se, estabelecem-se e desenvolvem-se no ciberespaço. A criação de redes estrutura uma matriz de múltiplos laços, onde a comunicação se converte no veículo simbólico e é a chave para o mundo virtual, para um novo espaço social – o ciberespaço.

As posições a respeito das comunidades no ciberespaço são diversas, se bem que a grande maioria se centre na sua defesa enquanto entidade social, real, e potencialmente positivo (Baym, 1995; Rheingold, 1996; Wellman e Gulia, 1999).

Há quem considere o ciberespaço como um espaço marcado pela diferença e pelo conflito, profundamente enraizado nos contextos reais em que emerge. Outros opinam que é um espaço marcado pela cooperação e pela solidariedade. A nós parece-nos que no ciberespaço, como em qualquer outro espaço, coexistem todo o tipo de sentimentos que podem ser expressados pelos indivíduos.

É no ciberespaço que assistimos a uma união perfeita entre informação, comunicação e tecnologia a poderemos chamar de cibercultura.

Pensar em cibercultura pressupõe que pensemos também na configuração de espaço social. Neste espaço enquadram-se as redes sociais, aonde se vai delineando as ligações de um sistema activo, cambiante e complexo - tecido social.

Parece evidente que a cibercultura convive com o homem permitindo uma relação e interrelação contínuas em fluxos multi-direccionais. No espaço virtual gerado no ciberespaço projectam-se todos os produtos da acção humana e da cultura de uma comunidade: o conhecimento, a arte, as emoções, os diferentes grupos ou indivíduos. É nesta dimensão que o vasto conjunto das imagens, sons, ideias, história humana ou o seu produto se torna potencialmente acessível. Ou seja, tudo o que pertence ao mundo real pode pertencer ao mundo virtual. Mais, o que chamamos de mundo virtual serve-se do universo material e simbólico do mundo real.

A justaposição de espaços estabelece um novo cenário de relações sociais. Isto é, a mudança das nossas formas sociais vai configurando o espaço social e as suas regras num novo espaço, nova sociedade, outra percepção e construção de mundos (Galindo, 1997). Mas será que se pode falar de novos tipos de associação, novas relações de interacção comunicativa, de novas formas de construir percepções comuns? Será que uma comunidade virtual se estrutura num novo tipo de organização? Como é que se constrói o capital simbólico através de um espaço virtual?

O desenvolvimento e transformações a que assistimos nas últimas décadas causaram, diz-se, uma profunda mudança nas relações humanas, com uma evidente alteração dos vínculos sociais e colectivos. Concorre para este facto a competição individual e o anonimato da sociedade moderna, que proporcionaram o desenvolvimento das comunidades virtuais, potenciadoras de uma espécie de desmaterialização das relações sociais convencionais, passando a ser mediatizadas pelo intelecto e imaginário de cada um. Com efeito, nos *chats* é possível encontrar indivíduos das mais variadas origens, classes sociais, crenças, valores, experiências e percursos de vida distintos. No mundo real, poucas vezes presenciamos a tal encontro. A partir do momento em que se

tem acesso à Internet e a um ambiente de CMC assistimos à (re)construção de um novo indivíduo, onde as diferenças de sexo, raça, idade e origem social quase não têm importância – cada um é aquilo que projecta para si mesmo ou o que quer ser –, pois o indivíduo sente-se apoiado atrás de um anonimato.

Formam-se novas redes sociais, que não só se constroem e sobrevivem no mundo virtual como, por vezes, se projectam e se materializam no mundo real.

Ao relacionar as relações humanas que se efectivam no plano virtual com as convencionais – plano físico – não pretendemos estabelecer apenas uma relação ou comparação, mas afirmar que o ciberespaço mais do que um meio é um espaço paralelo, uma espécie de extensão da realidade material e simbólica colectiva – tudo o que pode pertencer ao mundo real, pode pertencer ao mundo virtual.

As comunidades virtuais foram definidas como um conjunto de relações sociais unidas por um interesse comum ou de circunstâncias partilhadas (Finquelievich, 1997). As relações que se estabelecem na rede comportam redes de interacção comunicativa.

A interactividade é característica própria da rede e permite um enlace simultâneo entre indivíduos e comunidades. O *chat* é um ambiente onde o privado e o público se encontram. A privacidade poderá disfarçar a identidade, uma vez que permite esconder a identidade real do indivíduo, sustentada por uma forma de comunicação baseada na escrita. Cada comunicação está impregnada de cargas simbólicas, culturais, linguísticas e semânticas que se estruturam de acordo com a linguagem utilizada em cada cultura. A interactividade rompe com essa estrutura de linguagem confinando-se a um modelo de texto que se constrói quando se escreve.

Parece evidente que o *chat* se tornou numa ferramenta bastante utilizada para estabelecer relações, por ser o espaço do inter(multi)culturalismo. É, pois, o espaço das simulações, do jogo da identidade, onde parece haver pouco controlo social – cada um “veste a pele” ou coloca a máscara da imagem que quer projectar de si mesmo. Pelas suas características, o *chat* pode-se constituir como uma tribo virtual, onde entram e saem cibernautas, com todo um sistema de valores, crenças, ritos, ideias e sentimentos. Como em qualquer tribo ou comunidade, nas salas de *chat* existem regras de conduta – *netiquette* -, e uma relação de poder – por exemplo: quem tem o estatuto de *op* (@XXX) dita as regras de conduta específicas para aquela sala, pode expulsar indivíduos da sala, modificar o tópico de discussão ou mesmo limitar o acesso do número de indivíduos à sala.

Downey, Dumit e Williams (1995) definiram ciberantropologia como a antropologia cultural da ciência e da tecnologia. Quando se faz referência às novas tecnologias e mais particularmente ao estudo do ciberespaço, os antropólogos tendem a analisar o impacto que este fenómeno tecnológico está a produzir nas diversas culturas (Faura, 2000).

Diversos autores defendem que há que ter presente o mundo real, de quem estudamos, no mundo virtual, isto é, o contexto cultural dos utilizadores da Internet, pois as fronteiras entre os dois mundos estão difundidas e interligadas. O mundo virtual é um mundo de fluxos e interligações, de não-lugares, de tempo encriptado e intermitente. Por isso, não nos parece que uma investigação sobre as relações interpessoais estabelecidas na Internet deva partir do facto de as considerarmos num mundo aparte.

Para o cibernauta o espaço é um tema irrelevante. Ainda que seja algo de importante para o mundo real – sem espaço físico não haveria mundo real – seria interessante investigar que rituais devolvem ao internauta o controlo do espaço físico (Picciuolo, 1998). Igualmente uma outra linha de investigação seria de que maneira o espaço virtual poderá gerar acções no mundo real.

Escobar (1994) identifica diversos domínios etnográficos que possibilitam diversas linhas de investigação sobre o ciberespaço – particularmente as comunidades virtuais. Com efeito, perguntamo-nos: onde é poderemos encontrar um campo onde é possível estudar simultaneamente a construção de identidades individuais e as relações interpessoais, por um lado, e as formações sociais mais amplas, como as comunidades, por outro? Além disso, para ter em conta a interacção a diversos níveis, que permitem articular e estruturar uma comunidade, seria necessário encontrar uma que combinasse uma existência *online* e *offline*.

Claro está que realizar uma investigação antropológica no, sobre e através do ciberespaço exige uma necessária adaptação metodológica da investigação etnográfica. Com efeito, parece-nos que o contexto ciberespacial é um campo de estudo onde poderemos analisar a interacção dos indivíduos e a criação da denominada cibercultura. Mais, um outro tema de investigação antropológico prende-se com as repercussões e transformações sócio-culturais que as TIC e este novo mundo virtual está a provocar no mundo real de alguns utilizadores.

A questão coloca-se, pois, no sentido de saber se os conceitos que normalmente utilizadas no trabalho etnográfico do mundo real também se podem aplicar no cenário virtual.

Picciuolo (1998) opina que a antropologia pode contribuir para o estudo de um novo espaço, onde se estão a gerar novas regras e onde, pela primeira vez, existe um contacto multi-étnico generalizado. Além disso, as próprias observações do investigador podem considerar-se como um feito etnográfico ao mesmo nível das acções e dos discursos dos informantes no ciberespaço. Por outro lado, a antropologia tem muito a dizer sobre os ritos de passagem dos utilizadores da rede, para além de permitir um permanente e generalizado intercambio de diferentes visões do mundo.

É claro que existe a dificuldade de delimitar o objecto de estudo, até porque o estudo das formas e manifestações da tele-presença é uma área de trabalho pertinente para os etnógrafos do cibernético, uma vez que estas formas e manifestações desvelam matéria prima das relações sociais suportadas pela CMC (Mayans, 2002).

Além do mais, indivíduos e comunidades estão a fixar a sua atenção numa realidade, onde o espaço físico deixa de ter importância, onde a imagem corporal não é necessária para as relações sociais, em contraponto com o que acontece na que denominamos de tradicional.

O investigador do ciberespaço deverá ser conhecedor dos novos códigos e linguagens e seus significados – expressões, jogos de palavras, rituais, *emoticons* e acrónimos -, que se geram nas novas redes na Internet e interacções sociais. Deverá também estar atento à sociabilidade propiciadora de um encontro entre o mundo real e o mundo virtual, através de acordos sociais. Estes acordos são a *interface* entre o mundo real e o ciberespaço.

Contudo, o trabalho de campo na Internet – mundo virtual – possui características diferentes das do mundo real. As redes sociais constituem-se com base nos papéis desempenhados pelos intervenientes, que variam segundo o contexto em que interagem e a intencionalidade que se coloca nesse momento e espaço. Parece-nos que no ciberespaço as redes se difundem, criam e recriam num processo contínuo, onde os factores que o investigador controla são mais imprevisíveis do que os que tenta controlar no mundo real. Nas salas de *chat*, por exemplo, a sua presença e participação podem modelar e interferir com a própria realidade virtual desde o momento em que aparece o seu *nick* no monitor.

Como afirma Picciuolo (1998) o importante na investigação antropológica do ciberespaço, mais do que o modelo de investigação a aplicar, será pôr à prova as nossas próprias ideias e ferramentas conceituais, a nossa experiência na observação das condutas e aspectos cognitivos do ser humano num novo ambiente.

Por tudo isso, parece-nos que a antropologia conta com as ferramentas teóricas e metodológicas apropriadas para a compreensão dos novos cenários que se apresentam, como ciência da diversidade e das comunicações.

Vivemos uma transformação que deriva principalmente da separação entre tempo e espaço. Tempo e espaço estiveram estreitamente ligadas ao lugar, isto é, a um determinado espaço e a presença dominava a dimensão da vida social. Hoje isto não acontece só assim.

A forma mais elementar dos indivíduos se relacionarem continua a ser através de processos interactivos, de intercâmbio material e simbólico, que se configuram no quotidiano dos indivíduos, possibilitando a formação, desenvolvimento e manutenção de laços e relações sociais, factores essenciais a uma sociedade.

As relações interpessoais inserem-se nas relações sociais. O início de uma relação com o(s) outro(s) inicia-se com a percepção, fenómeno que inicia a interacção – avaliação de conduta, sentimentos, emoções e aparência física, por exemplo. A percepção é reconhecida como um dos aspectos mais básicos e importantes da vida social. Também o contexto proporciona pistas para compreender o comportamento dos indivíduos.

Ao fenómeno de percepção social sucede a formação de impressões, que é um processo pelo qual os indivíduos se apoiam num conjunto de fontes de informação, que permitem uma imagem mais unificada e coerente do(s) outro(s).

A investigação em formação de impressões evidenciou certos factores que influenciam o processo: os que são dados pelo contexto, a confiança que nos é transmitida, o tipo de informação obtido, os esquemas mentais que armazenam informação a respeito das diversas situações sociais em que os indivíduos se desenvolvem.

É óbvio que o objectivo de qualquer indivíduo será o de produzir impressões favoráveis nos outros, a aprovação e aceitação social.

Invariável e inevitavelmente os indivíduos ao longo da sua vida avaliam pessoas, coisas e acontecimentos com os quais se cruzam, de maneira que se discrimina e se distingue o que agrada ou do que não agrada, momento crucial em que se baseia a atracção interpessoal.

O fenómeno da atracção interpessoal é um processo complexo e multidimensional, pelo que concorrem diversos factores potenciadores e facilitadores da atracção interpessoal: a proximidade física, as características observadas no outro, o

estado afectivo, as necessidades de pertença, a semelhança de atitudes, a reciprocidade, a ajuda. Todos estes elementos permitem o estabelecimento de uma relação interpessoal.

Ao interagir os indivíduos estabelecem vínculos e laços através de um processo dinâmico – relação interpessoal -, desde o primeiro contacto. Assim, poderemos falar de um *continuum* que poderá sofrer alterações em grau e intensidade ao longo do tempo.

Estas investigações na área das relações interpessoais têm sido desenvolvidas em contextos em que os interlocutores se encontram face-a-face. Porém, como desenvolvimento das TIC, e particularmente em contexto de CMC – nomeadamente no IRC -, assistimos ao quotidiano dos indivíduos numa nova forma de se relacionar com os outros.

Na verdade, o IRC apresenta, pelo menos, duas características que o distinguem das interacções tradicionais face-a-face ou co-presenciais: a carência de informação do contexto social dos indivíduos e a impossibilidade de transmitir ou evidenciar notas não-verbais.

Contudo, os indivíduos que participam nas salas de *chat* são heterogéneos, existindo uma diversidade cultural sem precedentes.

Na verdade, as relações interpessoais que existem parecem semelhantes àquelas a que estamos acostumados a ver e a vivenciar no mundo real. Algumas investigações neste campo evidenciam que, de facto, não existe grande diferença entre um mundo e o outro, apenas uma necessidade de adaptação ao meio.

Depois de atendermos a todos estes factores e de termos reflectido sobre toda a problemática envolvente, propusemo-nos apresentar um trabalho que permitisse demonstrar a diferença (ou semelhança) estrutural e organizacional de um grupo de indivíduos numa comunidade real e o mesmo grupo de indivíduos numa comunidade virtual, em contexto de IRC, particularmente numa sala de *chat*, aplicando para o efeito um questionário sociométrico. A técnica sociométrica permitiu a avaliação das percepções de atracção – ou repulsa – do(s) indivíduo(s) em relação aos outros, em cada um dos contextos – real e virtual – possibilitando o *design* da organização e estrutura do grupo - sociograma.

O ponto comum de ambas as situações (contexto real e contexto virtual), fixou-se no facto da formação de impressões sobre o(s) outro(s) se basear na comunicação (verbal e não-verbal). Note-se que os temas de conversa no mundo virtual poderiam muito bem ser os mesmos – e eram – do mundo real. Na verdade, os temas discutidos e comentados prendiam-se normalmente com a Escola – alunos, professores, disciplinas,

actividades. Ou seja, na verdade o contexto real encontrava-se sempre referenciado no contexto virtual.

Mais, em contexto virtual os intervenientes comunicavam escondidos atrás de uma máscara – *nickname* -, máscara essa nunca utilizada anteriormente, pelo que ninguém sabia «quem era quem», excepto a investigadora.

Curiosa foi a afirmação feita por um dos participantes na primeira reunião (Dezembro de 2001). Quando lhes foi transmitido que um dos objectivos não seria seguramente descobrir quem estava por detrás dos *nicks*, dizia: «Mas isso vai ser fácil de descobrir... pelas ideias, pela forma como as transmite e a maneira como as escreve!». No final da experiência, já após o preenchimento do segundo questionário sociométrico (Abril de 2002), dizia o mesmo indivíduo: «De certeza que a Sandra era *_Kwerk_*, não era?». Na verdade, não era.

Finalmente, o contexto virtual, pelo facto de não ter uma presença física marcada pelo olhar (face-a-face), é um contexto propiciador de confidências. De facto, deparamo-nos, por vezes, com situações de revelações só possíveis em contexto virtual, pois no mundo real nunca foram referenciadas ou comentadas, muito menos abordadas por quem as fez.

Os resultados apurados permitem-nos concluir que, na verdade, poucas alterações se operam na organização e estrutura do grupo. Os testes estatísticos aplicados à comparação dos resultados nas duas fases demonstraram que, de uma maneira geral, as mudanças operadas foram pouco significativas. Quando aplicamos o qui-quadrado, apenas obtivemos na variável 3 – à-vontade em público (categoria escolhas positivas)– e na variável 4 – actividades recreativas (categoria escolhas positivas).

O facto de ter sido significativo nestas duas variáveis poderá ser explicado pelo facto do à-vontade com a tecnologia em si – por exemplo, o facto de uns serem mais frequentadores das salas de *chat* do que outros -, e pelo facto de, escondidos atrás de uma máscara – *nicknames* -, alguns se sentirem mais desinibidos. Por outro lado, também não devemos esquecer que um outro facto pode concorrer para a formação de impressões em meio virtual: o facto de se ter mais destreza na comunicação escrita (teclada), dominar a linguagem, e sobretudo o facto de não se estar em presença de um corpo físico – primeiro factor da formação de impressão em contexto real. Finalmente, também nos parece importante referir que de facto o objectivo de cada indivíduo é ser aceite pelo(s) outro(s), pelo que tudo o que disser ou fizer neste contexto terá repercussões não só

nesse contexto, como também em contexto real, dada a especificidade e contingência desta investigação – todos os indivíduos se conheciam no mundo real.

Por outro lado, quando analisados individualmente, verificamos também que de uma maneira geral, as diferenças entre o questionário em contexto real e o mesmo questionário em contexto virtual são pouco significativas. Tendo em conta todas as variáveis – autoridade e respeito do grupo, capacidades organizativas, à-vontade em público e actividades recreativas - foi apenas um elemento o que mais alterou a sua posição, em duas variáveis.

Assim, perante a comparação dos resultados parece-nos que, na verdade, existe uma modificação nas relações sociais – interpessoais – entre os indivíduos, sobretudo na forma como interagem – o que dizem, como o dizem, porque o dizem, quando o dizem. Porém, não nos parece que essa nova forma de comunicação possa interferir profundamente na estrutura e organização das redes de relações interpessoais, pelas causas já apontadas anteriormente.

Como opina Sartori (2000) qualquer evolução tecnológica provoca medos, previsões negativas sobre os seus efeitos – como aconteceu com a rádio e televisão, a seu tempo – e sobre as consequências produzidas ao nível das relações humanas. Contudo, parece-nos que esses receios catastróficos são infundados, uma vez que o homem tem sabido manter um equilíbrio entre a esfera tecnológica e a esfera do social – essencial para a sobrevivência humana.

Como a História nos tem demonstrado, o Homem têm-se adaptado magistralmente às inovações tecnológicas, permitindo que do longe se faça perto e que o ontem e o amanhã se tornem o agora, com o objectivo de reunir indivíduos, de qualquer ponto do planeta, de qualquer raça, de qualquer sexo, de qualquer cultura, de qualquer idade, mas unidos por uma comunhão de interesses, ideias, crenças, valores, que não estejam circunscritos a um espaço e a um tempo.

Bibliografia

A.A.V.V. (1999), Livro Branco do Desenvolvimento Científico e Tecnológico Português(1999-2006)
- Perfil da Investigação Científica em Antropologia, Demografia, Geografia e Sociologia

A.A.V.V. (2000), **Exploring the future of Information and communication in research**, NIWI
Research programme 2000-2004, Amsterdam

A.A.V.V. (s/d), **Novos mapas culturais: ciberespaço e tecnologias da Virtualidade**,
<http://www.ufes.br/~cisoufes/gts/gt19.htm>

Abelson, Hal, Lessig, Lawrence (1998), **Digital Identity in Cyberspace, White Paper Submitted for 6.805/Law of Cyberspace: Social Protocols**,
<http://www.swiss.ai.mit.edu/classes/6.805/student-papers/fall98-papers/identity/linked-white-paper.html>

Adir, John (1988), **A gestão Eficiente da uma equipa**, Europa-América, Lisboa

Alberoni, Francesco (1990), **Génesis**, Bertrand Editora, Venda Nova

Almeida, Milton J. (2001), **Imagens e Sons: a nova cultura oral**, Coleção Questões da Nossa
Época, Vol. 32, São Paulo

Altman, I.; Taylor, D. (1973), **Social penetration: The development of interpersonal relationship**, Holt, Rinehart, & Winston, New York

Antaki, Charles (2000), **Two rhetorical uses of the description 'Chat'**, M/C: a Journal of Media
and Culture 3 (4), <http://www.api-network.com/mc/0008/uses.html>

Aranha Filho, Jayme (s/d), **Tribos Electrónicas: Usos & Costumes**,
<http://altervex.com.br/~esocius/t-jayme.htm>

Ashmore, Malcolm; Reed, Darren (2000), Innocence and Nostalgia in Conversation Analysis: The
Dynamic Relations of Tape and Transcript, Forum Qualitative Sozialforschung 1 (3),
<http://qualitative-research.net/fqs/fqs-eng.htm>

Augé, Marc (1995), **Non-Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity**, Verso,
London

Ávila, Fernando B. (1975), **Pequena Enciclopédia de Moral e Civismo**, Fename, Brasília

Aycock, Alan (1993), **Virtual Play: Baudrillard On-Line**,
<http://byrd.mu.wvnet.edu/pub/ejvc/aycock.vin7>

Aycock, Alan (1995), Technologies of the self, Journal of Computer-Mediated Communication,
<http://209.130.1.169/jcmc/vol1/issue2/aycock.html>

Babo, Maria Augusta (2002), **A rede como metáfora e as suas implicações**, in M. L. Marcos; J. B. Miranda (org.), Revista de Comunicação e Linguagens, Lisboa, pp.387-392

Baigorri, Artemio (2000), **Globalización: mundos reales, mundos virtuales**,
<http://www.unex.es/sociolog/BAIGORRI/papers/globaliz.htm>

Bairon, Sérgio (Coord.)(2000), **Hipermídia, Psicanálise e História da Cultura**, Educs & Ed. MacKenzie, São Paulo

Baker, Andrea (1998), **Cyberspace Couples Finding Romance Online Then Meeting for the First Time in Real Life**, <http://www.december.com/cmc/mag/1998/jul/baker.html>

Ball-Rokeach, Sandra J. et als (2001), **Metamorphosis Project White Paper Number Two -The Globalization of Everyday Life: Visions and Reality**, <http://www-scf.usc.edu/~matei/stat/globalization.pdf>

Barlow, John Perry (s/d), **Declaración de independencia del ciberespacio**,
<http://www.agora.net.mx/documentos/declaracion-c.html>

Baron, N. S. (1984), **Computer mediated communication as a force in language change**, *Visible Language*, Vol. 18 (2), pp. 118-141.

Bastin, George (1980), **As Técnicas Sociométricas**, Psicologia e Pedagogia, Moraes Editores, Lisboa

Bateson, G. et als (1984), **La nouvelle Communication**, Textes recueillis et présentés par Yves Winkin, Points, Paris

Bateson, G. (1972), **A theory of Play and Fantasy**, Ballantine, New York

Bateson, G. (1973), **Steps to an Ecology of Mind**, Ballentine Books, New York

Bateson, G. et als. (1984), **La nueva comunicación**, Editorial Kairós, Barcelona

Bauman, R. (1975), **Verbal art as performance**, American Anthropologist, 77, pp. 290-311

Baym, Nancy (1995), **The Performance of Humor in Computer-Mediated Communication**, Journal of Computer-Mediated Communication 1.2 ,
<http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue2/baym.html>

Bebiano, Rui (2000), **Cibercultura e Novas Fronteiras da Comunicação Social**, in Rumo ao Cibermundo?, Leone, Carlos (org), Celta Editora, Oeiras

Beeson, Ann; Hansen, Chris (s/d), **Fahrenheit 451.2: Is Cyberspace Burning?**,
<http://www.aclu.org/issues/cyber/burning.html>

Berger, Peter L. (1963), **Invitation to sociology: a humanistic perspective**, Doubleday, New York

Berscheid, E.; Walster, E. H. (1978), **Interpersonal attraction**, Addison-Wesley, Reading

Bolter, J. D. (1991), **Writing Space: The Computer, Hypertext and the History of Writing**, Lawrence Erlbaum, Hillsdale

Boudourides, Moses A. (2001), **New Directions of Internet Research**, <http://server3.uni-psych.gwdg.de/gor/contrib/boudourides-moses/boudourides-moses>

Bourdieu, Pierre (1989), **O poder Simbólico**, Difel, Lisboa

Bradner, Erin (), **The Adoption and Use of 'Babble': A Field Study of Chat in the Workplace**,
http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson/AdoptionOfBabble.html#anchor3312621#anchor3312621

Breton, Phillipe (1992), **A Utopia da Comunicação**, Coleção Epistemologia e Sociedade, Instituto Piaget, Lisboa

Brown, R. J. (1988), **Group Processes: Dynamics within and between groups**, Blackwell, London

Bruckman, A. (1992), **Identity Workshop: emergent social and psychological phenomena in text-based virtual reality**, msg electrónica em asb@media-lab.media.mit.edu

Bruckman, Amy et als (s/d), **Dealing with Community Data**,
http://www.acm.org/sigchi/bulletin/2001.4/comm_data.pdf

Burgen, Stephen (1998), **A Língua da tua Mãe! Um guia de insultos europeus**, Edições Atena, S. Pedro do Estoril

Cáceres, Jesús Galindo (1997a), **Cibercultura, Ciberciudad, Cibersociedad - Hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales**,
<http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>

Cáceres, Jesús Galindo (1997b), **Redes, Comunidad Virtual y Cibercultura**,
<http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>

Cáceres, Jesús Galindo (1999), **Construcción de una comunidad virtual - La red-sistema de formación en Altos**, <http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>

Cáceres, Jesús Galindo (2001a), **Internet y Cibercultura - Nueva cultura y formas emergentes de sentido**, <http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>

Cáceres, Jesús Galindo (2001b), **Redes y Comunidades Virtuales -La construcción social en el mundo, el ciberespacio y el hipermundo**, <http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>

Cáceres, Jesús Galindo (2001c), **La Generacion McLuhan - Una historia con antecedentes y consecuentes en el campo académico de la comunicación en México**,
<http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>

Caillois, R. (1961), **Man, Play and Games**, Free Press, Glencoe

Camacho, Maria (1999), **Realidade Virtual: para uma escola aberta**, in José Bragança de Miranda (org.), Real vs Virtual, Revista de Comunicação e Linguagens, pp. 25-26

Campbell, Cynthia, Wickman, Scott A. (2000), **Familiars in a strange land: a case study of friends chatting online**, M/C: A journal of Media and Culture 3.4, <http://www.api-network.com/mc/0008/friends.html>

Cardoso, Gustavo (1998), **Para uma Sociologia do Ciberespaço: Comunidades Virtuais em Português**, Celta Editora, Oeiras

Casallas, Leonardo et als (2001), **Riesgos Culturales**,
<http://www.geocities.com/seminariotaller2001/index.html>

Cassirer, Ernest (1976), **Linguagem, Mito e Religião**, Edições Rés, Porto

Castells, Manuel (1996), **The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture**, Vol. I, Blackwell, Oxford

Castells, Manuel (2001), **La era de la información, el poder de la identidad**, vol. II, Alianza Editorial, Madrid

Castells, Manuel (s/d), **Internet y la sociedad red**, Lliçó inaugural del programa de doctorat sobre la societat de la informació i el coneixement, Universitat Oberta de Catalunya

Castells, Manuel (s/d), **La nueva economía**, Congreso Euskadi la "Era de la información", conferencia en vídeo digital, <http://www.congresoe-euskadi.com/webcam/m3.htm>

Castro, Clarissa (s/d), **Ciberencontros: o chat da Internet como espaço virtual de convívio social**, Textos de Antropologia Urbana - 09

Caune, Jean (1995), **Culture et Communication – convergences théoriques et lieux de médiation**, Presses Universitaires de Grenoble

Cavanagh, Allison (s/d), **Behaviour in Public? : Ethics in Online Ethnography**, <http://www.cybersociology.com>

Chaves, Mário (s/d), <http://www.geocities.com/cibercultura2001/imagem.html>

Chenault, Brittney G. (1998), **Developing Personal and Emotional Relationships Via Computer-Mediated Communication**, <http://www.december.com/cmc/mag/1998/may/chenault.html>

Clarke, Roger (1996), **Privacy in Smart Card Applications in The Retail Financial Sector. Paper prepared for the Centre for Electronic Commerce**, Monash University and The Australian Commission For The Future, <http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/DV/ACFF.htm>

Clarke, Roger (1997), **Chip-Based ID: Promise and Peril. Invited Address to a Workshop on 'Identity cards, with or without microprocessors: Efficiency versus confidentiality'**, <http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/DV/IDCards97.html>

Cohill, Andrew M. (2000a), **Community Networks: a Web of Relationships**, <http://www.bev.net/cohill/>

Cohill, Andrew M. (2000b), **Networks and the knowledge democracy: nine challenges for communities**, <http://www.bev.net/cohill/>

Cole, Jeffrey I. (org) (2000), **The UCLA Internet Report - Surveying the Digital Future**, UCLA Center for Communication Policy, <http://www.ccp.ucla.edu>

Coll, César (1994), **Aprendizagem escolar e construção do conhecimento**, Artes Médicas, Porto Alegre

Collier, John (1973), **Antropologia Visual: a fotografia como método de pesquisa**, EPU, São Paulo.

Coon, David Alan (1996), **An Investigation of #Friends Internet Relay Chat as as Community**, Kansas State University, <http://www.davidcoon.com/thesis.txt>

Costa, Fernando (1999), **Ontologia das Comunidades Virtuais: desdramatizar para compreender**, Colóquio Comemorativo do 20 anos da RCCS, http://www.ces.fe.uc.pt/coloquio/espacos/Fernando_Sidonio.html

Culnan, M. J. ; Markus, M. L. (1987), **Information technologies**, in F. Jablin, L. L. Putnam, K. Roberts, & L. Porter (Eds.), Handbook of organizational communication, Sage, Newbury Park, pp. 420-443

Cunha, Luís Simões, **Narrativa(s) do Futuro**, <http://www.geocities.com/HotSprings/Resort/2564/inter.html>

Damer, Bruce et als (1998), **Inhabited Virtual Worlds in Cyberspace**, <http://www.digitalspace.com/papers/vwpaper/vw98chap.html#introduction>

Danet, Brenda et Als (1997), **Hmmm ... Where's That Smoke Coming From: Writing, Play and Performance on Internet Relay Chat**, Journal of Computer-Mediated Communication 2.4, <http://www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/danet.html>

DJs and their pseudonyms,

<http://www.google.com/search?q=DJ+aka&num=100&meta=hl=en&lr=&safe=off&client=googlet&btnG=Google+Search>

Domingues, Diana (1997), **Tecnologias, Produção Artística e Sensibilidade**, <http://artecno.ucs.br/texttecn.htm>

Donath, Judith S. (1996), **Identity and Deception in the Virtual Community**, <http://smg.media.mit.edu/people/Judith/Identity/IdentityDeception.html>

Downey, G.L.; Dumit, J.; Williams, S. (1995), **Cyborg Anthropology**, Cultural Anthropology, 10 (2)

Duarte Gomes, A. (2000), **Cultura Organizacional – comunicação e identidade**, Coleção Organizações e Recursos Humanos, Quarteto Editora, Coimbra

Dubrovsky, V. J.; Kiesler, S. B.; Sethna, B. N. (1991), **The equalization phenomenon: Status effects in computer-mediated and face-to-face decision-making groups**, Human-Computer Interaction, 6, pp.119-146

Dyson, Freeman J. (2000), **O Sol, O Genoma e A Internet: Ferramentas de Revoluções Científicas**, Temas e Debates - Actividades Editoriais, Lda, Lisboa

Elias, Norbert (1989), **O Processo Civilizacional**, D. Quixote, Lisboa

Erickson, T. et als (1999). **Socially translucent systems: Social proxies, persistent conversation, and the design of 'Babble'**, http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson/loops.chi99.paper.html

Escobar, Arturo (1994), **Welcome to Cyberia**, Current Anthropology, vol. 35, nº 3

Fachada, M. Odete (2000a), **Psicologia das Relações Interpessoais**, 1º volume, Edições Rumo, Lisboa

Fachada, M. Odete (2000b), **Psicologia das Relações Interpessoais**, 2º volume, Edições Rumo, Lisboa

Faura, R. (1996), **Construcción Ideológica de Internet**, Barcelona

Faura, R. (1998), **La Cultura Local en el ciberespacio**, <http://www.naya.org.ar/congresso>

Faura, R. (2000), **Cibercultura, ¿realidad o invención?**, http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/Ricard_Faura.htm

Ferguson, Robert (2000), **El interculturalismo global y los dilemas del universalismo: Educando en medios después del 2000**, Diálogos de la comunicación, 52

Fernback, J. ;Thompson, B (1995a), **Virtual communities: Abort, retry, failure?** <http://www.well.com/user/hlr/texts/Vccivil.html>

Fernback, J., Thompson, B. (1995b), **Computer-mediated communication and the American collectivity: The dimensions of community within cyberspace**, <http://www.well.com/user/hlr/texts/Vccivil.html>

Festinger, L. (1949), **The analysis of sociograms using matrix algebra**, Human Relations, vol 2

Festinger, L. (1950), **Social Pressures in Informal Groups**, Standford University Press, Standford

Finholt, T.; Sproull, L .S. (1990), **Electronic groups at work**, Organization Science, 1, pp.41-64

Finnegan, R. (1977), **Oral Poetry: Its Nature, Significance and Social Context**, Cambridge University Press, Cambridge

Finnemann, Niels Ole (2001), **The Internet – A New Communicational Infrastructure**, Manuscript for the 15th Nordic Conference on Media and Communication Research, "New media, New opportunities, New societies", University of Iceland in Reykjavík, Islândia

Finqueliévich, S. (1997), **Comunidades Eletrônicas: novos actores no cenário político local**, Revista Comunicação e Política, vol IV, nº 2, Centro Brasileiro de Estudos LationoAmericanos, Rio de Janeiro

Fleury, Maria Tereza L. (1987), **Estória, Mitos, Heróis – Cultura Organizacional e Relações de Trabalho**, Revista de Administração de Empresas, out/dez, S. Paulo

Frankel, Mark S.; Siang, Sanyin (1999), **Ethical and Legal aspects of Human Subjects Reseach on the Internet**, <http://www.aaas.org/spp/dspp/sfrr/projects/intres/main.htm>

Freedom.net, <http://www.freedom.net/>

Galindo, C. (1997), **Comunidad Virtual y Cibercultura**, Epoca II, vol III, nº 5, Colima

Garton, Laura et als (1997), **Studying Online Social Networks**, JCMC 3 (1), <http://jcmc.huji.ac.il/vol3/issue1/garton.html>

Garton, Laura et als (1999), **Studying Online Social Networks**, in Doing Internet Research, Jones, Steve (org), Sage, Thousand Oaks, CA

Gates, William (1996), **A estrada do futuro**, Cia. das Letras, São Paulo

Gauntlett, David (2000), **Web Studies: A User's Guide**,
<http://www.newmediastudies.com/webbook1.htm>

Geadá, M. T. (2002), **Corpos ligados: Mobilização e Neutralização do desejo**, in M. L. Marcos; J. B. Miranda (org.), *Revista de Comunicação e Linguagens*, Lisboa, pp. 459-470

Geertz, Clifford (1973), **The Interpretation of Cultures**, Basic Books, New York

Gibbs, Anita (s/d), **Focus Groups**,

Giddens, Anthony (1997), **Modernidade e Identidade Pessoal**, Celta, Oeiras

Goffman, Erving (1959), **The Presentation of self in Everyday Life**, Penguin, London

Goleman, Daniel (1997), **Inteligência emocional**, Temas e Debates

Gombrich, E. (1984), **The sense of Order: A Study in the Psychology of Decorative Art**, Phaidon, London

Green, Judith; D'Oliveira, Manuela (1991), **Testes Estatísticos em Psicologia**, Editorial Estampa, Imprensa Universitária, Lisboa

Guardia, Ramon Camats i (s/d), **Introducció à l' Antropologia**, IES RONDA

Guimarães Jr, Mário J.L. (1999), **Sociabilidade no Ciberespaço: Distinção entre Plataformas e Ambientes**, http://www.cfh.ufsc.br/~guima/papers/plat_amb.html

Guimarães, Mário José L. (s/d), **A Cibercultura e o Surgimento de Novas Formas de Sociabilidade**, <http://www.cfg.ufh.br/~guima/ciber.html>

Guimarães, Mário José L. (s/d), **O Ciberespaço como Cenário para as Ciências Sociais**, http://www.cfh.ufsc.br/~guima/papers/ciber_cenario.html

Habermas, Jurgen (1989), **The Structural Transformation of the Public Sphere**, Polity Press, Cambridge

Hamman, Robin (1996), **Cyborgasms - Cybersex Amongst Multiple-Selves and Cyborgs in the Narrow-Bandwidth Space of America Online Chat Rooms**,
<http://www.cybersoc.com/Cyborgasms.html>

Hamman, Robin (1996), **The Application of Ethnographic Methodology in the Study of Cybersex**, <http://www.socio.demon.co.uk/magazine/plummer.html>

Hamman, Robin (s/d), **A aplicação da metodologia de Etnográfico no estudo do cibersexo**, http://www.cybersoc.com/magazine/1/methods_portugese.html

Handelman, D. (1976), **Play and Ritual: Complementary Frames of Meta-Communication**, in A. J. Chapman (eds), *It's a Funny Thing, Humour*, Pergamon, London, pp. 185-192

Hart, R. (1996), **Interview with Clifford Stoll, "E-mail connection: Love it or leave it?"**, <http://zeppo.cnet.com/Content/Features/Dlife/Email/stoll.html>

Hauben, M. (1995), **Netizens: On the History and impact of usenet and the Internet**, <http://www.columbia.edu/~hauben/netbook/>

Hauben, Ronda; Hauben, Michael (1996), **Netizens: An Anthology**, <http://studentweb.tulane.edu/~rwoods/netbook/contents.html>

Haythornthwaite, Caroline; Wellman, Barry (1998), **Work, Friendship and Media Use For Information Exchange in a Networked Organization**,

Heath, Anthony W. (1997), **The proposal in qualitative research**, <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR3-1/heath.html>

Hine, Christine (1998), **Virtual Ethnography**, International Conference: 25-27 March 1998, Bristol, UK, IRISS '98: Conference Papers, <http://www.sosig.ac.uk/iriss/papers/paper16.htm>

Hine, Christine (2000), **Virtual Ethnography**, Sage, London

Huizinga, J. (1955), **Homo Ludens**, Beacon, Boston

Huizinga, J. (1983), **Homo Ludens**, Perspectiva, São Paulo

Irvine, Martin (1998), **Global Cyberculture Reconsidered: Cyberspace, Identity, and the Global Informational City**, <http://www.georgetown.edu/irvinemi/articles/globalculture.html>

Israeli, Haya B. (s/d), **From <Bonehead> to <cLoNehEad>: Nicknames, Play and Identity on Internet Relay Chat**, <http://jcmc.huji.ac.il/vol1/issue2/vol1no2.html>

Jacobson, David (1999a), **Doing Research in Cyberspace**, Field Methods, Vol. 11, No. 2, Sage Publications, pp. 127-145

Jacobson, David (1999b), **Impression Formation in Cyberspace: Online Expectations and Offline Experiences in Text-based Virtual Communities**, JCMC 5 (1),
<http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issue1/jacobson.html>

Jacobson, David (2001), **Impression Formation in Cyberspace: Online Expectations and Offline Experiences in Text-based Virtual Communities**,
<http://www.cs.brandeis.edu/~tim/Courses/Spr01/CS33b/Notes/Jacobson/CS33b.htm>

Jakobsson, Mikael (1999), **Why Bill Was Killed – understanding social interaction in virtual worlds**, <http://citeseer.nj.nec.com/jakobsson99why.html>

Jakobsson, Mikael; Popdan, Victoria L. (2000), **How we became net friends, and what we learned from it**, <http://www.informatik.umu.se/~mjson/>

Johnson, Steven (1997), **Interface Culture: How New Technology Transforms the Way We Create and Communicate**, <http://www.theatlantic.com/unbound/digicult/dc9710.htm>

Johnson, Steven (2001), **A Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**, Jorge Zahar Ed., Rio de Janeiro

Jones, Quentin; Rafaeli, Sheizaf (s/d), **What Do Virtual “Tells” Tell? Placing Cybersociety Research Into a Hierarchy of Social Explanation**,
<http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/publications/tells.pdf>

Jones, Quentin (s/d), **Virtual-Communities, Virtual Settlements & Cyber-Archaeology: A Theoretical Outline**, <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue3/jones.html>

Jones, Quentin, Rafaeli, Sheizaf (2000), **What Do Virtual "Tells" Tell? Placing Cybersociety Research into a Hierarchy of Social Explanation**,
<http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/publications/tellspaper.htm>

Jones, Steven G. (ed.) (1997), **Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety**, Sage, London

Jones, Steven G. (ed.) (1998), **Doing Internet Research**, Sage Publications Ltd, California

Kerckhove, Derrick de (1997), **A Pele da Cultura: uma investigação sobre a nova realidade electrónica**, Relógio d'Água Editores, Lisboa

Kerckhove, Derrick de (s/d), **La extensión del pensamiento de McLuhan**, entrevista, *Innovarium*, en <http://www.innovarium.com/Rev105/Derrick%20de%20Kerckhove.htm>

Kerckhove, Derrick de (s/d), **La inteligencia interconectada**, Congreso Euskadi la "Era de la información", conferencia en vídeo digital, <http://www.congresoe-euskadi.com/webcam/x4.htm>

Kiesler, S.; Sproull, L. (1986), **Reducing Social Context Cues: Electronic Mail in Organizational Communication**, *Management Science*, Vol.32 (11), pp. 1492-1512.

Kiesler, S.; Sproull, L. (1992), **Group decision making and communication technology**, *Organization Behavior and Human Decision Processes*, 52, pp. 96-123.

Kiesler, Sara; Siegal, Jane; McGuire, Timothy W. (1984), **Social Psychological Aspects of Computer-Mediated Communication**, *American Psychologist* 39, pp. 1123-34

Kinney, Susan C. (s/d), **Problems and Promises in the Study of Virtual Communities: A Case Study**, http://www.isoc.org/isoc/conferences/inet/00/cdproceedings/2a/2a_1.htm

Kling, Rob (2000), **Learning about Information Technologies and Social Change: The Contribution of Social Informatics**, <http://www.slis.indiana.edu/kling>

Kotha, Suresh, Wadhwa, Anu (1999), **A Note on Virtual Communities**, University of Washington

Kottak, Conrad P. (2002), **Antropología Cultural**, McGraw-Hill, Madrid

Koyré, A.(s/d), **Do Mundo Fechado ao Universo Infinito**, Gradiva, Lisboa

Kundt, Pablo (s/d), **La Red Echelon es un instrumento de la rivalidad entre las grandes potencias imperialistas**, *Rebelión*, http://www.rebelion.org/cultura/red_echelon180401.htm

Laplantine, François (2000), **Aprender antropologia**, Editora Brasiliense, São Paulo

Latzko-Toth, Guillaume (2000), **L'Internet Relay Chat : un cas exemplaire de dispositif sociotechnique**, <http://commposite.uqam.ca/2000.1/articles/latzko3.htm>

Latzko-Toth, Guillaume (1998), **À la Rencontre des tribus IRC: le cas d'une communauté d'utilisateurs québécois de L'Internet Relay Chat**, <http://commposite.uqam.ca/theses/tribirc>

Laurel, B. (1991), **Computers as Theatre**, Addison-Wesley

Law, John (s/d), **'Networks, Relations, Cyborgs: on the Social Study of Technology'**,
<http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/soc042jl.html>

Law, John , Mol, Annemarie (s/d), **Situating Technoscience: an Inquiry into Spatialities**,
<http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/soc052jl.html>

Law, John, Singleton, Vicky (2000), **Representation/Performance: Politics in Technology's Stories**, *Technology and Culture*, <http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/soc036jl.html>

Lawrence, Steve (2001), **Online or invisible?**, *Nature*, Volume 411, Number 6837, p. 521

Le Breton, David (s/d), **O corpo é rascunho**,
<http://www.ib.com.br/ib/papel/cadernos/ideias/2001/03/16/joride20010316007.html>

Le Breton, David (1988), **Corps et sociétés: essai de sociologie et d'anthropologie du corps**,
Méridiens Klincksieck, Paris

Le Breton, David (1990), **Anthropologie du corps et modernité**, PUF, Paris

Le Breton, David (1993), **La chair à vif. Usages médicaux et mondains du corps humain**, Paris,
Editions Métailé.

Le Breton, David (1999), **Do silêncio**, Instituto Piaget, Lisboa

Lea, M. et als (1992), **Flaming in Computer-Mediated Communication**, in M. Lea, *Contexts of Computer-Mediated Communication*, Harvester-Wheatsheaf, pp. 91-112

Lea, M., Spears, R. (1992), **Paralanguage and social perception in computer-mediated communication**, *Journal of Organizational Computing*. (2,3,4) 321-341.

Lea, M., Spears, R. (1995), **Love at first byte? building personal relationships Over computer networks**, in J. T. Wood and S. Duck (Eds.), *Under-studied Relationships: Off the Beaten Track*, pp. 197-233, Thousand Oaks, Sage Publications, CA

Leach, Edmund (1976), **Cultura e Comunicação**, *Perspectivas do Homem*, Edições 70, Lisboa

Lechner, Ulrike; Schmid, Beat F.(s/d), **Communities and Media – Towards a Reconstruction of Communities on Media**, www.netacademy.org

LeCompte, Margaret, Schensul, Jean (1999), **Designing and Conducting ethnographic research**, Ethnographers's Toolkit, vol. 1, Altamira Press, Sage

Lemos, André L. M. (s/d), **As Estruturas Antropológicas do Cyberespaço**,
<http://www.facom.yfba.br/pesq/cyber/lemos/estrcy1.html>

Lemos, André L.M. (s/d), **Ciber-Rebeldes**, Universidad Federal de Bahia,
<http://www.cfh.ufsc.br/~cso5421/bibliografias/rebelde.html>.

Levy, Pierre (1994), **As Tecnologias da Inteligência – O Futuro do Pensamento na Era da Informática**, Instituto Piaget, Lisboa

Levy, Pierre (1998), **A Inteligência Colectiva – Por uma Antropologia do Cyberespaço**, Loyola, S. Paulo

Lévy, Pierre (2001), **O que é o Virtual?**, Coleção Cibercultura, Quarteto Editora, Coimbra

Lévy, Pierre (s/d), **Ciberespai I Cibercultura**,
http://www.uoc.es/humfil/dogithum/digithum1/levy/ciberespai_cat.htm

Lévy, Pierre (s/d), **Cyberculture- Rapport au Conseil de l'Europe**,
<http://www.archipress.org/levy/cyberculture/cybercult.htm>

Lévy, Pierre (s/d), **La cibercultura y la educación**, <http://www.infoage.ontonet.be/levys.html>

Leyens, Jacques-Phillipe; Yzerbyt, Vincent (1999), **Psicologia Social**, Edições 70, Lisboa

Lichty, Patrick (s/d), **Building a culture of ubiquity**, <http://www.voyd.com/grid>

Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal (1997), Missão para a Sociedade da Informação, Ministério da Ciência e Tecnologia

Loomis, J. M. (1992), **Distal attribution and presence**, Presence: Teleoperators and Virtual Environments, 1 (1), 113-119.

Lyon, David (1998), **A Sociedade da Informação**, Celta, Oeiras

Maalouf, Amin (1999), **As Identidades Assassinas**, Difel, Lisboa

Machado, J.; Schirmer, C. (2000), **Cyber Espaço e Computadores Mediando Relações Humanas – Tópicos para reflexão**, http://www.forum-global.de/bm/articles/cyber/dialogo_cyber_versionzero.htm

MacKinnon, Richard C., (1995), **Searching for the Leviathan in Usenet**, in Jones, Steven G., **CyberSociety – Computer-Mediated Communication and Community**, Sage, Londres

Maffesoli, M. (1988), **Le temps des tribus**, Méridien-Klincksieck, Paris

Maffesoli, Michel (s/d), **Reliance et triplicité**, <http://www.unites.uqam.ca/religiologiques/no3/maffe.pdf>

Mahmoudian, Mortéza (1982), **A Linguística Hoje**, Edições 70, Lisboa

Maldonado, Simone (2000), **A chama dourada: sociabilidade e religiosidade na Internet**, <http://www.geocities.com/fiandra.geo/Achamadourada.htm>

Manrique, Nelson (1997), **Sociedad Real y Sociedad Virtual**, http://ssu.agri.missouri.edu/andes/comentario/nm_sociedad.html

Manrique, Nelson (1997), **Sociedad Real y Sociedad Virtual**, http://ssu.agri.missouri.edu/andes/comentario/nm_sociedad.html

Manta, André; Sena, Luiz Henrique (s/d), **As afinidades virtuais: a sociabilidade no videopapo**, <http://www.cfh.ufsc.br/~cso5421/bibliografias/videopap.html>

Marcos, M. L. (2002), **Relação sem Relação. Tensionalmente, Singularmente**, in M. L. Marcos; J. B. Miranda (org.), *Revista de Comunicação e Linguagens*, Lisboa, pp. 421-444

Markham, Annette M. (1998), **Life Online: Researching Real Experience in Virtual Space**, Altamira Press, Walnut Creek, CA

Martin-Barbero, Jesús (s/d), **Comunicación de fin de siglo. ¿Hacia dónde va nuestra investigación?**, *Innovarium*, <http://www.innovarium.com/Investigacion/ComJMB.htm>.

Martin-Barbero, Jesús (s/d), **Dislocaciones del tiempo y nuevas topografías de la memoria**, *Arte Latina*, <http://acd.ufrj.br/pacc/artelatina/berbero.html>

Martin-Barbero, Jesús (s/d), **Jóvenes: comunicación e identidad**, Conferencia Iberoamericana de Ministros de Cultura, OEI, <http://www.oei.es/barbero.htm>.

Martin-Barbero, Jesús (s/d), **Las transformaciones del mapa cultural: una visión desde América Latina**, *Ambitos 2*, Sevilla, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000vfe/barbero.html>

Martin-Barbero, Jesús (s/d), **Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación**, *Revista Sociedad*, <http://www.fsoc.uba.ar/Publicaciones/Sociedad/Soc05/barbero.html>

Martinez, Sergio López, Figueroa, Maria E. Vargas (2000), Internet como Medio y Objeto de Estudio en Antropología, <http://plazamayor.net/antropologia/archtm/internet/>

Martinez, Sergio López, Figueroa, Maria E. Vargas (2000), **Internet como Medio y Objeto de Estudio en Antropología**, <http://plazamayor.net/antropologia/archtm/internet/>

Martorell, Mercedes Fernández (1997), **Antropología de la convivencia, Manifiesto de Antropología Urbana**, Colección Teorema, Ediciones Catedra, Madrid

Mason, Bruce (2001), **Issues in Virtual Ethnography**, in *Ethnographic Studies in Real and Virtual Environments: Inhabited Information Spaces and Connected Communities*, Ed. K. Buckner, Proceedings of Esprit i3 Workshop on Ethnographic Studies Edinburgh, Queen Margaret College, Pp. 61-69

Mason, Bruce; Dicks, Bella (s/d), **The Digital Ethnographer**, <http://www.cybersociology.com>

Masoodian, Masood (s/d), **Information-Centred Design: A Methodology for Designing Virtual Meeting Environments**, <http://www.infosoc.co.uk/current/ab5.htm>

Máximo, Maria Elisa (1998), **Internet: novos caminhos de socialização - Um estudo das listas eletrônicas de discussão**, http://www.cfh.ufsc.br/~ciber/ant5203/listas_discussao.html

McCormick, N.B.; McCormick, J.W. (1992), **Computer Friends and Foes: Content of Undergraduates' Electronic Mail**, *Computers in Human Behavior*, vol. 8(4), pp. 379-405.

McIlvenny, Paul (s/d), **Avatars R Us? Discourses of Community and Embodiment in Intercultural Cyberspace**, <http://www.immi.se/intercultural/nr1/mcilvenny.htm>

McKay, Hugh (1997), **Consuming Communication Technologies at home**, in Hugh McKay (org.), *Consumption and Everyday Life*, Thousand Oaks, London

McLuhan, Marshall (1964), **Understanding Media: The Extensions of Man**, McGraw-Hill, New York

McLuhan, Marshall (1998), **La galaxia Gutemberg – Génesis del homo typographicus**, Galaxia Gutenberg, Círculo de Lectores, Barcelona

Medeiros, Elisa Girardi et als (2001), **Cultura nas Organizações**,
http://gestor.adm.ufrgs.br/adp/culturaorg_adpo14_2000_1.html

Mehrabian, A. (1981), **Silent messages: Implicit communication of emotions and attitudes**, Wadsworth, Belmont.

Mendonça, Carlos Magno (s/d), **Comunidades e identidades de novo tipo**,
http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/Carlos_Magno_Mendonca.htm

Miller, Hugh (s/d), **The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet**,
<http://www.clas.ufl.edu/users/seeker1/scholarly/virtual-ethnog.html>

Monot, Philippe; Simon, Michel (1999), **Vivir en el Ciber mundo**, Ediciones Mensajero, Bilbao

Moreno, J.L. (1970), **Fondements de la Sociométrie**, Bibliothèque de Sociologie Contemporaine, Press Universitaire de France, Paris

Morin, Edgar (1980), **O Cinema ou o Homem Imaginário - Ensaio de Antropologia**, , Moraes Editores, 2ª ed., Lisboa

Morin, Edgar; Bocchi, Gianluca; Ceruti, Mauro (1991), **Os Problemas do Fim do Século**, Editorial Notícias, Lisboa

Morris, Desmond (1979), **Os Gestos, suas origens e significado**, Publicações Europa-América, Lisboa

Mozzani, Éloise (1995), **Le Livre des Superstitions**, Éditions Robert Laffont, Paris

Mules, Warwick (2000), **Virtual Culture, time and images: beyond representation**, M/C: a Journal of Media and Culture 3 (2), <http://www.api-network.com/mc/0005/images.html>

Muñoz, Gabriela, **Internet: ¿Nueva Alejandría o Torre de Babel?**, *Hipersociología*,
<http://www.hipersociologia.org.ar/papers/muniozsp.htm>.

Nardi , Bonnie et als. (s/d), **Interaction and Outeraction: Instant messaging in action**,
http://www.research.att.com/~stevev/outeraction_cscw2000.pdf

Negroponete, Nicholas (2000), **El mundo Digital: el futuro que ya ha llegado**, Ediciones B, Barcelona

NESH 2001, **Guidelines for research ethics in the social sciences, law and the humanities**, The National Committee for Research Ethics in the Social Sciences and the Humanities, Norway, <http://www.etikkom.no/NESH/guidelines.htm>

Nettrace: Finding people, <http://www.nettrace.com.au/resource/search/people.html>

Neuage, Terrell (2001), **Conversational Analysis of Chatroom 'talk'**, <http://se.unisa.edu.au/b.htm>

Newhagen, John E.; Rafaeli, Sheizaf (s/d), **Why Communication Researchers Should Study the Internet: A Dialogue**, <http://jcmc.huji.ac.il/vol1/issue4/december.html>

Nora, Dominique (1995), **Os conquistadores do Ciberespaço**, TerraMar, Lisboa

Northway, Mary L.; Weld, Lindsay (1999), **Testes Sociométricos**, Livros Horizonte, Biblioteca do Educador, Lisboa

Nua Internet Surveys (2000). **How many online?**, http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html

Nunes, Arriscado (1996), **Fronteiras, Hibridismo e Mediatização**, Revista Crítica de Ciências Sociais, Maio

O'Haver, Thomas C. (1998), **Meeting in Cyberspace**, <http://www.wam.umd.edu/~toh/OLC.html>

Oldenburg, Ray (1991), **The great good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centres, Beauty Parlours, General Stores, Bars, Hangouts and how they get you through your day**, Paragon House, New York

Ong, W. J. (1982), **Orality and Literacy: the technologizing of the World**, Methuen, London

Ord, J. (1989), **Who's joking? The information system at play**, *Interacting with Computers*, 1, pp.118-128.

Orthmann, Claudia (2000), **Analysing the Communication in Chat Rooms—Problems of Data Collection**, Volume 1, No. 3, *Forum Qualitative Social Research*, <http://qualitative-research.net/fqs>

Paccagnella, Luciano (s/d), **Getting the Seats of Your Pants Dirty: Strategies for Ethnographic Research on Virtual Communities**, <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue1/paccagnella.html>

Paiva, Cláudio (s/d), **Walter Benjamin e a Imaginação Cibernética: Experiência e Comunicabilidade na Era do Virtual**, <http://www.geocities.com/fiandra.geo/walterbenjamin.htm>

Palestino, Daniel Hernández (s/d), **Comunidades errantes - Una exploración sobre la construcción de las comunidades nacionales multiculturales en la www**, <http://www.geocities.com/dannypalest/index.html>

Panoff, Michel; Parrin, Michel (1973), **Dicionário de Etnologia**, Edições 70, Lisboa

Parks, Malcolm R. (s/d), **Making Friends in Cyberspace**, <http://jcmc.huji.ac.il/vol1/issue4/parks.html>

Parks, Malcolm; Floyd, Kory (1997), **Making Friends in Cyberspace**, Journal of Computer-Mediated Communication 2.4, <http://www.ascusc.org/jcmc/vol2/issue4/index.html>

Pérez, Armando R.; Bello, Dolores M. (2001), **El sociograma – estudio de las relaciones informales en las organizaciones**, Ediciones Pirámide, Madrid

Picciuolo, J.L. (1998), **Dentro y fuera de la pantalla, Apuntes para una etnografía del ciberespacio**, <http://www.naya.org.ar/congresso>

Planells, Joan Mayans (2002), **Nuevas Tecnologías, Viejas Etnografías - Objeto y método de la etnografía del ciberespacio**, <http://cibersociedad.rediris.es>

Planells, Joan Mayans i (2000), **Género Chat Ensayo Antropológico sobre Socialidades CiberTextuales**, Observatorio para la CIBERSOCIEDAD, <http://www.ub.es/antropo/ciber/gc-index.htm>

Planells, Joan Mayans i (s/d), **El lenguaje de los Chats: entre la diversión y la subversión**, <http://sites.uol.com.br/globalization/chatsm.htm>

Poster, M. (1990), **The Mode of Information: Poststructuralisms and Contexts**, University of Chicago Press, Chicago

Poster, Mark (1995), **The Second Media Age**, Polity Press, Cambridge

Postman, Neil (1994), **Tecnofobia, Quando a Cultura se Rende à Tecnologia**, Difusão cultural, Lisboa

Preece, J. (1999), **What Happens After You Get Online? Usability and Sociability**, http://www.cisp.org/imp/december_99/12_99preece.htm

Primo, Alex Fernando T. (1997), **A Emergência das Comunidades Virtuais**, <http://usr.psico.ufrgs.br/~aprimo/pb/comuni.htm>

Rabello, Adriana (2000), **Relação Interpessoal: Atracção Interpessoal**, <http://www.zemoleza.com/trabalho.asp?cod=746>

Rafaeli, S. (1988), **Interactivity: From New Media to Communication**, in Pawkins et als (eds), Sage Annual Reviews of Communication Research, vol. 16, Sage, Beverly Hills, pp. 110-133

Rafaeli, Sheizaf (s/d), **Why Communication Researchers Should Study the Internet: a Dialogue**, <http://jcmc.huji.ac.il/vol1/issue4/vol1no4.html>

Ramonet, Ignacio (s/d), **Comunicación contra Información**, Sala de Prensa, <http://www.saladeprensa.org/art210.htm>

Raymond, E. S. (1991), **The new Hackers' Dictionary**, MIT Press, Cambridge

Read, Dwight W., Gessler, Nicholas(1996), **Cyberculture**, in Levinson, David, Ember, Melvin (eds), *Encyclopedia of Cultural Anthropology*, Henry Holt & Co., New York., Vol. 1, pp. 306-308, <http://www.sscnet.ucla.edu/anthro/gessler/96cyber.htm>

Reid, Elizabeth M. (1991), **Electropolis: Communication and Community on Internet Relay Chat**, <http://www.aluluei.com/>

Reid, Elizabeth M. (1994), **Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities**, <http://www.aluluei.com/>

Rezabek, Roger J.(2000), **Online Focus Groups: Electronic Discussions for Research**, Volume 1, No. 1 – 2000, January, <http://qualitative-research.net/fqs>

Rheingold, Howard (1994), **The Virtual Community: Finding Connection in a Computerized World**, Minerva, Londres

Rheingold, Howard (1995), **Virtual communities - Homesteading in the electronic frontier**, <http://www.rheingold.com/vc/book/>

Rheingold, Howard (1996), **A Comunidade Virtual**, Gradiva, Lisboa

Rheingold, Howard (1998), **The Virtual Community**, <http://www.rheingold.com/vc/book/>

Ribeiro, Eduardo Botelho (s/d), **A Sócio-Lógica dos PC's: Para Uma Antropologia com Cabos, Chips e Outras 'Coisas'**, http://www.cfh.ufsc.br/~ciber/rba_ribeiro.html

Ribeiro, Gustavo Lins (s/d), **The Condition of Transnationality: Exploring Implications for culture, Power and Language**, <http://www.ibase.org.br/~esocius/anais.html>

Ribeiro, José (1997), **Colá S. Jon Oh que Sabe, as imagens, as palavras ditas e a escrita de uma experiência social e ritual**, Tese de Doutorado.

Rice, R.; Love, G. (1987), **Electronic Emotion: Socioemotional content in a computer in a Computer-Mediated Communication Network**, Communication Research, vol. 14, pp. 85-108

Rodrigues, Adriano D. (1999), **Comunicação e Cultura – A experiência cultural na era da informação**, 2ª edição, Editorial Presença, Lisboa

Rodrigues, Aroldo (2000), **Psicologia Social**, Editora Vozes, Petrópolis

Rowland, Robert (1987), **Antropologia, História e Diferença - Alguns Aspectos**, Edições Afrontamento, Porto

Ruhleder, Karen (2000), **The Virtual Ethnographer: Fieldwork in Distributed Electronic Environments**, <http://alexia.lis.uiuc.edu/~ruhleder>

Rutter, Jason; Smith, Greg (s/d), **Ritual Aspects of CMC Sociability**, http://www.cric.ac.uk/cric/Jason_Rutter/papers/Ritual.pdf

Saint-Exupéry, Antoine (1995), **A Terra dos Homens**, Vega, Lisboa

Saint-Exupéry, Antoine (1995), **Terra dos Homens**, Coleção Escola de Letra, Vega, Lisboa

Sannicolas, Nikki (1997), **Erving Goffman, Dramaturgy, and On-Line Relationships**, <http://www.cybersoc.com/magazine/1/is1nikki.html>

Santos, Boaventura de Sousa (1999), **Pela mão de Alice. O social e o Político na Pós-Modernidade**, Edições Afrontamento, Porto

Santos, Rogério (2000), **Indústria Cultural, Tecnologias e Consumos**, in Rumo ao Ciber mundo?, Leone, Carlos (org), Celta Editora, Oeiras

Sartori, Giovanni (2000), **Homo Videns**, TerraMar, Lisboa

Schensul, Jean et als (1999), **Enhanced Ethnographic Methods**, Ethnographers's Toolkit, vol. 3, Altamira Press, Sage

Schneier, Bruce (1999), **Biometrics: Uses and Abuses**, Inside Risks 110, Communications of the ACM, vol 42, n 8, Aug 1999, <http://www.counterpane.com/insiderisks1.html>

Schweizer, Thomas(1997), **Grado de Encaje de Casos Etnográficos. Una Perspectiva desde el Analisis de Redes Sociales**, Current Anthropology, Volume 38, Número 5, Dezembro

Schwimmer, Brian (1996), **Anthropology on the Internet: A Review and Evaluation of Networked Resources**, Current Anthropology, Volume 37, Number 3, June 1996 p. 561-568
<http://www.journals.uchicago.edu/CA/articles/intro.html>

Scott, John (s/d), **Social Network Analysis: A Handbook**,
<http://www.analytictech.com/mb119/tableof.htm>

Sheldon, T. (1992), **Windows 3.1 Made Easy**, McGraw-Hill, New York

Sherman, Lawrence W. (2001), **Sociometry in the Classroom: how to do it**,
http://www.muohio.edu/~edp201/sociometryfiles/socio_introduction.htmlx

Short, J.; Williams, E; Christie, B. (1976), **The Social Psychology of Telecommunications**, John Wiley, New York

Siegel, J., Dubrovsky, V., Kiesler, S., McGuire, T. W. (1986), **Group processes in computer-mediated communication**, *Organizational behavior and human decision processes*, 37, 157-187.

Silva, Tomás Tadeu (1995), **Alienígenas na sala de aula**, Vozes, Petrópolis

Silva, Lídia (1999), **Globalização das redes de comunicação: uma reflexão sobre as implicações cognitivas e sociais**, in: Alves, José Augusto, Campos, Pedro e Brito, Pedro

Quelhas (1999), *O Futuro da Internet – Estado da Arte e Tendências de Evolução*, 53-63, Lisboa: Centro Atlântico

Silva, Lúcia (1999), **Globalização das redes de comunicação: uma reflexão sobre as implicações cognitivas e sociais**, <http://bocc.ubi.pt/pag/silva-lidia-oliveira-globalizacao-Internet.html>

Silver, David (2000), **Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990-2000**, <http://otal.umd.edu/~rccs/>

Simich-Dudgeon, Carmen (s/d), **Becoming an Online Community: The Role of Involvement Strategies in The Textual Messages of Graduate Students** ,

Simões, António et als (1998), **Dinâmica das Relações Grupais: Análise sociométrica de uma equipe de handebol**, *Rev. paul. Educ. Fís., São Paulo*, 12(2): 115-25, jul./dez.

Singer, Peter (2000), **Ética Prática**, Gradiva, Lisboa

Slembrouck, Stef (2001), **Multi-media and the internet - a project for discourse analysis**, <http://bank.rug.ac.be/da/da.htm>

Slembrouck, Stef (2001), **What is meant by "discourse analysis"?**, <http://bank.rug.ac.be/da/da.htm>

Smith, Christine (s/d), **Casting the Net: Surveying an Internet Population**, <http://jcmc.huji.ac.il/vol3/issue1/smith.html>

Smith, Marc (s/d), **Voices from the WELL: The Logic of the virtual Commons**, <http://www.sscnet.uvla.edu/soc/csoc/virtcomm.htm.htm>

Smith, Marc A., Kollock, Peter (eds) (1999), **Communities in Cyberspace**, Routledge, London

Smolowe, J. (1994), **Intimate strangers**, *Time*, 145, Special Issue (Welcome to Cyberspace)

Smyres, Kerrie Michelle, (s/d), **Virtual Corporeality: Adolescent Girls and Their Bodies in Cyberspace**, <http://www.cybersociology.com>

Soares, Ismar O. (2000), **La gestión dela comunicación en el espacio educativo**, <http://cecte.ilce.edu.mx/cecte/posgrado/investigacion/lecturas/ismar.html>

Spears, R., Lea, M. (1992), **Social influence and the influence of the "social" in computer-mediated communication**, in M. Lea (Ed.), *Contexts of computer-mediated communication*, Harvester-Wheatsheaf, London, pp. 30-65

Spears, R., Lea, M. (1994), **Panacea or panopticon? The hidden power in computer-mediated communication**, *Communication Research*, 21(4) 427-459.

Spears, Russell; Lea, Martin (1994), **Panacea or Panopticon? The Hidden Power in Computer-Mediated Communication**, *Communication Research* 21.4, pp. 427-59

Sperber, Dan (s/d), **O Saber dos Antropólogos**, *Perspectivas do Homem*, Edições 70, Lisboa

Sprinthall, Norman A.; Sprinthall, Richard C. (1993), **Psicologia Educacional**, Editora Mc-Graw Hill, Amadora

Sproull, L.; Kiesler, S. (1986), **Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication**, *Management Science*, 32, 1492-1512.

Sproull, L.; Kiesler, S. (1991), **Connections: New ways of working in the networked organization**, MIT Press, Cambridge

Stahl, Gerry; Sanusi, Alena (1999), **It Doesn't Take a Rocket Scientist: Multi-layered Perspectives on Collaborative Learning Activities in a Middle School Rocket Simulation Project**, *Ethnography in Education Forum Center for Urban Ethnography*, Graduate School of Education, University of Pennsylvania, Philadelphia

Steven, Johnson (2001), **Cultura da Interface**, Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro

Stock, Maria José; Carlos, Jorge Adriano (1998), **Direitos Humanos na Sociedade Cibernética**, *Revista Economia e Sociedade*, nº 66, pp 106-147, Évora

Stoll, C. (1995), **Silicon Snake Oil: Second Thoughts on the Information Highway**, Doubleday, New York

Stoll, C. (1996), **Silicon snake oil : Second thoughts on the information highway**, Anchor Books, New York.

Stoll, Clifford (1991), **The Cuckoo's Egg**, Pan, London

Storch, Lea; Cozac, João R. (1996), **Relações Virtuais - O Lado Humano da comunicação Eletrônica**, Vozes, Petrópolis

Strangelove, M. (1994),. **The Internet, electric gaia and the rise of the uncensored self**, Computer-Mediated Communication Magazine, 1 (5),
<http://sunsite.unc.edu/cmcmag/1994/sep/self.html>

Straus, S.G. (1997), **Technology, group process, and group outcomes: Testing the connections in computer-mediated and face-to-face groups**. *Human-Computer Interaction*, 12, 227-266.

Suchman, Lucy (2000), **Anthropology as 'Brand': Reflections on Corporate Anthropology**, Department of Sociology, Lancaster University,
<http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/soc058ls.html>

Suler, John (s/d), **E-mail Developmental History and Meeting F2F**,
<http://www.shpm.com/articles/internet/emaildevhist.html>

Suter, Elizabeth A. (2000), **Focus Groups in Ethnography of Communication: Expanding Topics of Inquiry Beyond Participant Observation**, <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR5-1/suter.html>

Taifel, H. (1978), **Differentiation between social groups**, Academic Press, London

Tart, Charles T.(1990), **Personalidad Múltiple, Estados Alterados y Realidad Virtual: Aproximación al Proceso de Simulación de la Realidad**, <http://www.paradigm-sys.com/cttart/sci-docs/ctt90-mpasa.html>

Taylor, T.L. (1999), **Life in Virtual Worlds: Plural Existence, Multimodalities, and Other Online Research Challenges**, *American Behavioral Scientist*, Vol.43, No.3, November/December, pp. 436-449, Sage Publications

Ten Have, Paul (2000), **Computer-Mediated Chat: Ways of finding chat partners**, *M/C: a Journal of Media and Culture* 3 (4), <http://www.api-network.com/mc/0008/partners.html>

Terrats, José (s/d), **Cambio social y virtualidad: poniendo en escena los mundos posibles y los mundos virtuales**, <http://www.geocities.com/diplotecnicas/pepefino1.htm>

Todorov, Tzvetan (1978), **Simbolismo e Interpretação**, Edições 70, Lisboa

Toffler, Alvin (2001), **Choque do Futuro: do apocalipse à esperança**, Coleção Vida e Cultura, Edição Livros do Brasil, Lisboa

Tönnies, F. (1965), **Community and Society**, Harper and Row, New York

Tönnies, F. (1979), **Comunidad y asociación**, Ediciones Península, Barcelona

Trillo, Nestor (1996), **Studying intercultural communication**,
<http://www2.soc.hawaii.edu/css/dept/com/resources/intercultural/Study.html>

Turkle, Sherry (1984), **The second self: computers and the human spirit**, Simon and Shuster, New York

Turkle, Sherry (1995), **Life on the screen: identity on the age of the internet**, Simon and Shuster, New York

Turner, V. (1967), **The Forest of Symbols**, Cornell University Press, Ithaca

Turner, V. (1986), **Carnaval in Rio: Dyonisian Drama in an Industrializing Society**, in V. Turner (ed), *The Anthropology of Performance*, PAJ Publications, New York, pp.128-142

Typaldos, C. (2000), **Shared Knowledge and a common Purpose: Using the 12 principles of civilization™ to build web communities**, <http://www.RealCommunities.com>

Uimonen, Paula (1998), **Cultural Encounters in Cyberspace**, <http://www.i-connect.ch/uimonen/paulasum.htm>

Uimonen, Paula (s/d), **Cyberanthropology: The Global Expansion of the Internet**, www.i-connect.ch/uimonen

Utz, S. (2000). **Social information processing in MUDs: The development of friendships in virtual worlds**, *Journal of Online Behavior*, 1 (1), <http://www.behavior.net/JOB/v1n1/utz.html>

Venkatesh, Alladi (2001), **The Home of the Future: An Ethnographic Study of New Information Technologies in the Home**, <http://www.crito.uci.edu/noah>

Victor, Laurence J. (s/d), **Is Cyberspace for Individuals or for Teams & Communities?**, <http://pespmc1.vub.ac.be/Cybspasy/LVictor.html>

Vinson, Isabelle (2000), **Patrimonio y cibercultura: ¿Qué contenidos culturales para que cibercultura?**, *Informe Mundial sobre la Cultura 2000. Diversidad cultural, conflicto y pluralismo*, UNESCO, Cap. 15, en <http://www.crim.unam.mx/Cultura/informe/cap15.htm>.

Virilio, Paul (1995), **La vitesse de Libération**, Galilée, Paris

Voiskounsky, Alexander E. (1998), **Internet: Diversity or Unification?**, <http://www.ifi.uib.no/staff/konrad/research/culture/DalexApplicatICA98icapaper.htm>

Walther, J. (1992), **Interpersonnal effects in computer mediated communication**, *Communication Research*, 19, pp. 52-90

Walther, J. B. (1992), **Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective**, *Communication Research*, 19, 52-90.

Walther, J. B. (1993), **Impression development in computer-mediated interaction**, *Western Journal of Communication*, 57, 381-398.

Walther, J. B. (1994), **Anticipated ongoing interaction versus channel effects on relational communication in computer-mediated interaction**, *Human Communication Research*, 20, 473-501.

Walther, J. B. (1996), **Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal and hyperpersonal interaction**, *Communication Research*, 23 (1), 3-43.

Walther, J. B. (1997), **Group and interpersonal effects in international computer-mediated collaboration**, *Human Communication Research*, 23, 342-369.

Walther, Joseph (1996), **Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal and Hyperpersonal Interaction**, *Communication Research* 23.1, pp. 3-43

Warnier, Jean-Pierre (1999), **A mundialização da cultura**, Coleção Sinais dos Tempos, Editorial Notícias, Lisboa

Watzlawick, Paul (1988), **Les cheveux du Baron de Münchhausen – Psychothérapie et «réalité»**, Éditions du Seuil

Wellman, Barry (1996), **An Electronic Group is Virtually a Social Network**, in Kiesler, Sara (ed) (1997), *Culture of the Internet*, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, pp 179-205

Wellman, Barry (2001), **Physical Place and CyberPlace: The Rise of Personalized Networking**, <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/individualism/ijurr3a1.htm>

Wellman, Barry, Gulia, Milena (1999), **Net Surfers don't ride alone: virtual communities as communities**, in Communities and Cyberspace, Kollock, Peters, Smith, Marc (eds), Routledge, New York

Wellman, Barry, Hampton, Keith (1999), **Living Networked in a Wired World**, Contemporary Sociology, vol. 28, nº 6, <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman>

Wellman, Barry, Wortley, Scot (1990), **Different Strokes from Different Folks: Community Ties and Social Support**, University of Chicago, <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/index.html>

Whyte, W. F. (1943), **Street Corner Society**, University of Chicago Press, Chicago

William, Raymond (1999), **The technology and the society**, in Hugh McKay e Tim O'Sullivan, The Media Reader, Thousand Oaks, London

Wolley, Benjamin (1997), **Mundos Virtuais**, Editorial Caminho, Lisboa

Wolton, Dominique (1999), **Pensar a Comunicação**, Difel 82–Difusão Editorial, Algés

Wolton, Dominique (2000), **A Internet e depois?**, Difel 82–Difusão Editorial, Algés

Woolgar, Steve; Daw, Sara (2000), **Virtual Society? the social science of electronic technologies - Profile 2000**, www.virtualsociety.org.uk

Woolley, Benjamin (1992), **Mundos Virtuais**, Caminho, Lisboa

Yus, Francisco (2001), **Ciberpragmática – el uso del lenguaje en Internet**, Ariel Lingüística, Ediciones Ariel, Barcelona

Zero Knowledge, <http://www.zeroknowledge.com/>