

Um Estudo Exploratório sobre a Utilização de Comunidades Virtuais do *Orkut* como Espaço de Discussão do Conhecimento Contábil

Autores:

CLÁUDIA FERREIRA DA CRUZ

(UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA)

JOSUÉ PIRES BRAGA

(UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA)

JOSÉ RENATO SENA OLIVEIRA

(UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA)

VIVIANE ARAUJO PINHO

(UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA)

RESUMO

Tem se tornado comum e habitual a utilização dos chamados espaços virtuais no mundo moderno. As comunidades virtuais, que são ambientes de interação entre indivíduos com interesses comuns, representam bem essa realidade. Atualmente, o *Orkut* é uma das comunidades virtuais mais difundidas. Diversas atividades humanas já se beneficiam dos recursos proporcionados pela virtualização, inclusive o ensino e a pesquisa. Dentro dessa perspectiva, a presente pesquisa de finalidade exploratória tem como objetivo principal investigar alguns aspectos quantitativos da utilização de comunidades virtuais do *Orkut* como espaço de discussão do conhecimento contábil. Para atingir tal objetivo, foi realizada uma pesquisa de campo no *site* do *Orkut* em que foi utilizada a palavra-chave “Ciências Contábeis” para selecionar as comunidades a serem analisadas. Os resultados indicam que há uma baixa inclusão de temas contábeis no conjunto das discussões levantadas nos fóruns e, também, uma baixa participação dos membros nas poucas discussões existentes. Há uma concentração dos fóruns e das postagens com temas contábeis em poucas comunidades. Com base nos resultados, concluiu-se que as comunidades virtuais do *Orkut* analisadas no presente estudo estão sendo pouco utilizadas como espaço de discussão do conhecimento contábil.

1. INTRODUÇÃO

As inovações trazidas pelos avanços tecnológicos têm causado sensíveis impactos na vida em sociedade e no próprio conhecimento científico, o qual adquiriu maior dinâmica com o auxílio de ferramentas que inexistiam em épocas anteriores da história.

A Internet é uma dessas ferramentas que, além de causar significativas mudanças nas relações sociais e profissionais, no cenário econômico e nas atividades culturais, também permite que o conhecimento científico das diversas áreas, produzido em diferentes partes do mundo, seja acessado por pessoas interessadas nesse conhecimento. E ainda acrescenta a possibilidade de duas ou mais pessoas interagirem por meio de troca de informações em tempo real, graças ao pioneirismo de profissionais e pesquisadores, os quais dirigiram esforços no alcance de tais avanços.

Entre as ferramentas disponíveis na Internet para interação por meio de troca de

informações, têm se propagado as comunidades virtuais, as quais consistem em ambientes virtuais interativos onde pessoas com interesses comuns se integram em discussões relativas a esses interesses.

O *Orkut*, uma das mais difundidas comunidades virtuais da Internet, foi lançado no início de 2004 e logo adquiriu popularidade. Reúne milhões de pessoas de diferentes partes do mundo e proporciona ambientes de discussão (fóruns) sobre os mais variados assuntos, de acordo com as preferências do usuário.

Diversos ramos do saber têm feito uso dos ambientes virtuais disponíveis na Internet como meio de difusão e reconstrução do conhecimento produzido. Para a contabilidade, as oportunidades são as mesmas, o que pode possibilitar um maior aprofundamento teórico pelo grande potencial de difusão de informações que o “virtual” possui. Isso resultaria em uma maior evolução quanto à produção científica, sem falar dos benefícios no processo ensino-aprendizagem.

Baseado nesse cenário, em que o espaço virtual é visto como um campo promissor para o desenvolvimento do conhecimento contábil, o presente trabalho tem como objetivo principal investigar alguns aspectos quantitativos da utilização de comunidades virtuais do *Orkut* como espaço de discussão do conhecimento contábil. Secundariamente, classificar as áreas temáticas abordadas nos fóruns de discussão das comunidades virtuais analisadas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Internet e Ciberespaço

A Rede Mundial de Computadores – Internet tem realizado significativas transformações no processo de comunicação humana. As formas tradicionais de comunicação atualmente contam com o auxílio dos recursos tecnológicos que permitem que a distância geográfica passe a ser um conceito relativo, tendo em vista a propagação da comunicação em tempo real. Recuero (2006) reitera essa idéia ao afirmar que “a Internet é uma convergência de mídias: reúne todas as mídias, acrescentando a interatividade”.

De acordo com Castells (2004, p. 26), as origens da Internet devem ser atribuídas à ARPANET, uma rede de computadores estabelecida pela *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) em setembro de 1969, nos Estados Unidos. Essa informação é confirmada por Rowley (2002, p.187-188), a qual acrescenta que inicialmente seu conteúdo era restrito às empreiteiras norte-americanas que atuavam na área militar de defesa, bem como às universidades que faziam pesquisa de interesse militar.

Em meados dos anos dos anos 90 do século passado, a Internet já estava privatizada e sua estrutura técnica aberta permitia a ligação em rede de qualquer ponto do planeta; a *world wide web* (*www*) podia funcionar com o *software* adequado e havia vários *browsers* de fácil utilização à disposição dos utilizadores (CASTELLS, 2004, p. 33). Rowley (2002, p. 187) ainda acrescenta que

a Internet era, em essência, uma rede acadêmica, mas seu uso em atividades econômicas cresceu tanto que deixou de ser uma rede elitista de comunicação dos grandes centros de pesquisa, tornando-se acessível a pequenas faculdades e empresas, além de bibliotecas de todo o mundo.

Desse modo, a Internet constitui atualmente a base tecnológica da forma organizacional que caracteriza a era da informação (CASTELLS, 2004, p. 15).

O mesmo autor afirma que

em finais de 1995, o primeiro ano da utilização generalizada da *world wide web* (*www*), havia cerca de 16 milhões de utilizadores das redes de comunicação informática em todo o mundo. No início de 2001, havia mais de 400 milhões, as previsões mais fiáveis apontam para 1000 milhões de utilizadores em 2005 e é provável que até 2010, rodemos o número de 2000 milhões (2004, p. 17).

Vários conceitos são encontrados na literatura relativos ao termo Internet, os quais buscam, com diferentes enfoques, explicar esse fenómeno global. Para Rheingold (1993), a Internet é um termo informal para as redes de computadores interconectadas que usam a tecnologia Comunicação Mediada por Computador (CMC) para ligar pessoas de todo o mundo em discussões públicas. No entendimento de Castells (2004, p. 16), a Internet é um meio de comunicação de muitos para muitos em tempo escolhido e numa escala global.

Oliveira e Martinez (2005) também introduzem o conceito de Internet como uma rede mundial de computadores, acrescentando que a mesma está compreendida na atualidade como uma teia de informações que atinge considerável parcela da humanidade (a escala global, de Castells), com papel preponderante de meio de propagação de informação e conhecimento em diversas áreas.

De acordo com a visão de Rowley (2002, p. 187), a Internet é um conjunto de redes de computadores, interligados, ou seja, uma rede de redes. Esta visão é ratificada por Cohen (2000, p.2), com o acréscimo de que essa rede de redes provê acesso instantâneo para um mundo de informações e serviços.

As trocas de informações proporcionadas pela Internet entre pessoas de diferentes locais do planeta exigem uma interface de operacionalização, ao que diversos autores chamam de ciberespaço. O ciberespaço tem sido interpretado como uma forma de organização da informação na rede mundial de computadores, em que é possível notar uma reconfiguração da noção de espaço geográfico que ultrapassa as fronteiras do mundo físico. É exatamente essa característica da não-geograficabilidade do espaço que é inovadora e diferencial na CMC (RECUERO, 2006).

Segundo a compreensão de Rheingold (1993):

Ciberespaço, originalmente um termo da novela de ficção científica *Neuromancer*, de William Gibson, é o nome que algumas pessoas usam para definir o espaço conceitual onde as palavras, os relacionamentos humanos, as informações, a riqueza e o poder são manifestados pelas pessoas que usam a tecnologia CMC.

Oliveira e Martinez (2005), ao citar León e Díaz (2002), consideram que os *sites* são a representação mais adequada do ciberespaço, pois são estruturas de informação como tantas outras, mas com características singulares proporcionadas pela hipertextualidade e por sua localização em um cenário diferentes, de acesso múltiplo e massivo.

O que tornou possível à Internet a sua abrangência mundial foi a *world wide web*. Esta é uma aplicação para partilhar informação desenvolvida em 1990, pelo programador inglês, Tim Berners-Lee (CASTELLS, 2004, p. 31; D'ÁVILA FILHO, 2004, p. 39). Embora apresente um considerável memorial evolutivo, detalhado em diversos trabalhos científicos, a Internet ainda é uma tecnologia recente, sujeita a diversas modificações, decorrentes, sobretudo, de sua utilidade social e científica, as quais ainda precisam ser estudadas a partir da sua observação prática.

2.2. Comunidades Virtuais: Aspectos Históricos e Conceituais

As origens das comunidades virtuais estão muito próximas dos movimentos contraculturais e dos modos de vida alternativos que surgiram a partir de 1960. (CASTELLS, 2004, p. 74). De acordo com Arce e Pérez (2001, p. 219), as primeiras comunidades virtuais se centravam principalmente num incipiente comércio de produtos diversos por meio da Internet, ou ainda em locais onde as pessoas podiam “construir” páginas pessoais gratuitamente. E acrescentam que a primeira comunidade virtual da história, *The WELL*, surgiu em 1985, criada por um grupo de ecologistas que se “reuniam” para discutir diversos temas.

No entanto, a evolução das necessidades das pessoas desencadeou também uma evolução nos serviços oferecidos na Internet que, de acordo com Rowley (2002, p. 189) são servidores de listas e grupos de discussão, bases de dados temáticos, informações comunitárias, recursos do governo, catálogos de bibliotecas, recursos e transações comerciais, quadros de avisos, fornecimento de documentos, entre outros.

Segundo Souza (2000) e Recuero (2002), o termo comunidade virtual foi cunhado por Howard Rheingold em seu livro *Comunidade Virtual*. Nesta obra, o autor a define como agregações sociais que surgem na Internet quando um número suficiente de pessoas conduz discussões públicas durante um tempo suficiente e com sentimento humano suficiente para estabelecer redes de relacionamento no ciberespaço (RHEINGOLD, 1993).

Fernback e Thompson (1995, p. 8) apresentam o conceito de comunidades virtuais como sendo “relações sociais que surgem no ciberespaço através do contato reiterado em um limite ou local específico, simbolicamente delineado por tópico ou interesse”. A este conceito, Recuero (2001, p. 124) acrescenta que a existência dessas comunidades se dá apenas enquanto as pessoas realizarem trocas e estabelecerem laços sociais.

Para Castells, citado por Souza (2000, p. 37), as comunidades virtuais “se entendem como uma rede eletrônica de comunicação interativa autodefinida, organizada em torno de um interesse ou uma finalidade compartilhados, embora algumas vezes a própria comunicação se transforme no objetivo”.

A partir da definição de Rheingold para comunidades virtuais, Recuero (2001, p. 114) destaca os elementos formadores da comunidade virtual, a saber: as discussões públicas, as pessoas que se encontram e reencontram, ou ainda, mantém contato por meio da Internet, o tempo e o sentimento, sem os quais não se pode definir uma comunidade virtual. Os elementos característicos de uma comunidade virtual também são elencados por Palácios (1996), como: o pertencimento, a territorialidade, a permanência, a ligação entre o sentimento de comunidade, caráter corporativo e emergência de um projeto comum e a existência de formas próprias de comunicação.

Como se pode constatar, as definições de comunidade virtual citadas contemplam essas características, acrescentando que a noção de território que caracteriza uma comunidade tradicional é associada ao ciberespaço, em se tratando de comunidades virtuais, que são formadas com base em critérios de interesse pessoal, em vez de unicamente proximidade física.

Segundo d’Ávila Filho (2004, p. 31), dentre as várias ferramentas existentes que suportam a comunicação em comunidades virtuais, pode-se destacar as seguintes: e-mail, lista de discussão e fórum, *Bulletin Board System* (BBS), *Unix Users Network* (Usenet), mensagens instantâneas, ambiente de imersão virtual e a *web*. E na visão de Hagel (1999), as comunidades virtuais podem ser motivadas por três fatores principais, os quais as originam e definem sua tipologia: interesses pessoais; demográficas ou geográficas e comunidades de negócios entre empresas (*business to business*).

2.3. Comunidades Virtuais como Espaço de Discussão do Conhecimento

Na dinâmica do mundo globalizado, a informação constitui a matéria-prima da sociedade, fonte não apenas de capital, mas também de poder (RECUERO, 2006). Nesse contexto, a Internet adquire lugar de destaque, por ser um espaço inteiramente constituído de informação. Alves (2000, p. 91) diz que a presença de elementos tecnológicos na sociedade, especialmente a Internet, vem transformando o modo dos indivíduos se comunicarem, se relacionarem e construírem conhecimentos.

A partir do surgimento de ambientes virtuais na rede, os participantes procuram atender às mais diversas necessidades, sejam essas pessoais, profissionais ou assuntos específicos. Embora se trate, em muitos casos, de contatos transitórios e estabelecidos por conveniência, nas comunidades virtuais o indivíduo tende a entender-se como membro de uma comunidade, onde expõe suas opiniões, troca experiências e constitui contatos diversos, tendo a possibilidade de fazer muitas coisas que se fazem no mundo social físico. (MATUZAWA, 2001, p. 21)

Como um dos elementos base para a existência de uma comunidade é o fato de pessoas poderem se relacionar, trocar informações, se comunicar e, nas comunidades virtuais isso é feito por meio dos computadores (D'ÁVILA FILHO, 2004, p. 28), verifica-se que há um ambiente propício para que discussões relevantes sejam iniciadas e mantidas, tal como se houvesse encontros físicos em locais tradicionais. Esse raciocínio é confirmado por Wellman, citado por Recuero (2001, p. 120), quando defende que a comunidade virtual não seria uma nova forma de socialização, mas simplesmente a comunidade tradicional transposta para um novo suporte para manter laços sociais.

Para consolidar essa perspectiva, Alves (2000, p. 96) diz que “as tecnologias criadas pelo homem atuam como elementos históricos” e fazem com que a Internet, do mesmo modo como o livro, a televisão, a informática e outras inovações, funcione como tecnologias intelectuais, promova um “novo pensar”, de modo a renovar e aprimorar as formas de aprendizado, tendo em vista a interatividade.

Os elementos conjuntos que fazem das comunidades virtuais espaços de discussão do conhecimento, em diversas áreas e níveis, são propostos por Preece (2000) em número de quatro: as pessoas ou os membros, um propósito, políticas de participação e um sistema de computador (*software*). Todos esses elementos, associados à dinâmica da interatividade, proporcionam ocasiões de discussão, construção e reconstrução de informações e saberes.

2.4. O Orkut

Nessa mesma perspectiva de comunidade virtual, como ferramenta de divulgação e discussão do conhecimento, surgem os sistemas de “softwares sociais”, espaços virtuais de discussão e mediador (via computador) da interação social, formando uma rede virtual (baseada no mundo real) que busca conectar pessoas e proporcionar sua comunicação (RECUERO, 2006a). Um exemplo é o *Orkut* (<http://www.orkut.com>), um *website* de *social network* (FONTANELLA e PRYSTHON, 2004), criado pelo engenheiro turco Orkut Büyükkökten e lançado em janeiro de 2004 pela Google (AURÉLIO, 2004).

Segundo dados do próprio *Orkut*, nos primeiros dias de abril de 2004 o número de usuários girava em torno de 190.000 usuários cadastrados; ao final da primeira semana de maio já eram mais de 300.000. No Brasil, inicialmente, o *Orkut* se proliferou entre os círculos universitários e pessoas da indústria de comunicação e tecnologia (NOGUEIRA, 2004). Atualmente o sistema possui cerca de 44 milhões de usuários e o Brasil possui o maior

percentual de membros, com aproximadamente 57% do total (Fonte: *Orkut*. Disponível em: <http://www.orkut.com>. Data de acesso: 23 fev. 2007).

O *Orkut* funciona basicamente através de perfis e comunidades. Para participar da rede é necessário receber um convite de alguém que já participe, cadastrar-se, colocar fotos e preferências pessoais – o chamado “perfil” no sistema (PINHO, 2004). Ali é possível deixar recados (scrapbooks ou scraps), enviar mensagens para cada perfil, deixar depoimentos e formar comunidades, que podem agregar grupos, funcionando como fóruns, com tópicos e mensagens (RECUERO, 2004). Essas comunidades são formadas por pessoas que supostamente têm interesses comuns, existindo três tipos de comunidades: uma criada para reatar amizades perdidas (ex-alunos, cidades, grupos de viagem), outras feitas para a discussão de tópicos (literatura, ciências, notícias) e outras ainda que funcionam somente como um complemento para o perfil do “orkuteiro” (NOGUEIRA, 2004).

Segundo Aurélio (2004), dentro de uma comunidade a melhor e mais eficaz forma de interação passa pelas Listas de Discussão: qualquer integrante do grupo tem condições de criar um novo fórum de discussão, bastando, para isso, clicar no botão *New Topic* (Novo Tópico). Esse recurso permite que se inicie uma discussão acerca de um determinado assunto. As postagens são mensagens e/ou respostas depositadas nos fóruns existentes, as quais são dispostas em ordem cronológica, o que facilita o acompanhamento dos comentários sobre um tema.

Muitas comunidades têm discussões interessantes e bastante especializadas, como os fóruns de filosofia, política, arte, contabilidade, saúde, etc. Esses fóruns funcionam como uma sala de consultoria virtual, onde os integrantes tiram dúvidas sobre determinado tema, trocam experiências profissionais e divulgam serviços e produtos.

2.5. A Contabilidade e os Espaços Virtuais

A utilização dos chamados “espaços virtuais” tem se tornado habitual no mundo moderno. Pode-se observar atualmente que diversos setores da vida humana se utilizam dos recursos proporcionados pela virtualização: os negócios, os relacionamentos, a pesquisa científica, o ensino, a produção, entre outros. Em relação ao ensino e à pesquisa, especificamente na área contábil, existe um leque de opções que ainda não está sendo explorado de maneira suficiente pela comunidade contábil, conforme algumas pesquisas demonstradas a seguir.

Gomes, Oliveira e Azevedo (2001) afirmam que parece inegável que, com o passar do tempo, a comunidade contábil será cada vez mais estimulada não apenas ao uso e ao aperfeiçoamento contínuo das técnicas e recursos da Internet para comunicação, mas também à reflexão e ao aprofundamento conceitual, evoluindo no que tange à produção científica e ao fortalecimento deste ramo do conhecimento. Sobre esse assunto, Oliveira (2003, p. XII) diz que “a Ciência Contábil é cobrada com a incorporação de novas tecnologias como as de informática, redes, Internet, *data warehousre*, inteligência artificial...”.

Mas o potencial oferecido pelo espaço virtual ainda é pouco explorado pela classe contábil. Numa pesquisa realizada por Gomes e Oliveira (2002), que buscava verificar o nível de utilização das possibilidades trazidas pela Internet entre estudantes de Ciências Contábeis para o desenvolvimento de suas atividades acadêmicas, constatou-se o seguinte: 92,89% dos 211 respondentes disseram que usam a *web* como fonte de pesquisa, mas apenas 69,19% afirmaram pesquisar sobre contabilidade na Internet e somente 57,82% acessam *sites* de contabilidade. Esses autores concluíram que é necessária uma utilização mais intensa e eficaz dos vastos recursos apresentados pela Internet como meio auxiliar no ensino e na pesquisa da

área contábil.

Num trabalho que visava analisar como as iniciativas de disseminação do conhecimento oferecidas pela Internet possibilitam o compartilhamento da produção acadêmico-científica contábil por Instituições de Ensino Superior (IES) brasileiras que ministram o curso de Ciências Contábeis, Oliveira (2005) chegou à conclusão que, em geral, a maneira como as IES utilizam os *websites* institucionais pode ser considerada insuficiente no que se refere à disponibilização e ao acesso à produção do conhecimento contábil.

Como exemplo de aproveitamento dos recursos oferecidos pelo espaço virtual pela contabilidade, Cornachione Junior (2001, p. 282-283) cita a *International Accounting Network* (IAN), que é um fórum de discussão e divulgação de assuntos dessa área do conhecimento. Segundo esse autor, a IAN, entre outras coisas, dá condições para conferências sobre assuntos contábeis, salas de *chat* sobre tais assuntos, acesso a artigos, publicações dos organismos relacionados à contabilidade, etc. e ainda oferece acesso a informações relacionadas aos mais diversos temas contábeis. Neste sentido, as comunidades virtuais se apresentam como mais um recurso a ser explorado por esta área do conhecimento, sendo um meio que pode possibilitar ainda mais a reflexão e o aprofundamento teórico, auxílio ao ensino e à pesquisa e a difusão da produção científica.

3. METODOLOGIA

Quanto aos objetivos, essa pesquisa é considerada exploratória, porque existe pouco conhecimento sobre o tema abordado. Segundo Gil (1999, p. 43), pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, do tipo aproximativo, acerca de determinado fato. O mesmo autor ainda diz que esse tipo de pesquisa é realizado quando a temática escolhida é pouco explorada e torna-se difícil formular hipóteses precisas.

Quanto aos procedimentos, é uma pesquisa de campo, a qual consiste na observação dos fatos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados e no registro de variáveis presumivelmente relevantes para posteriores análises (RUIZ, 1996, p. 50).

Em função do dinamismo do espaço virtual, não é possível definir quantitativamente o universo investigado. Em um pequeno intervalo de tempo, n comunidades podem ter sido criadas. Então, para realização do presente trabalho, é considerado como universo de pesquisa o total de comunidades virtuais que compõem o *Orkut* na data da busca no *site* do mesmo.

A amostra foi composta pelo total de comunidades resultantes da busca realizada no *site* do *Orkut* com a palavra-chave “Ciências Contábeis”. Embora esse primeiro critério de seleção limite as unidades a serem analisadas, estipulou-se ainda como ponto de corte as comunidades com um número de membros inferior a 20. Isso porque se admitiu que essas comunidades poderiam não ter um nível significativo de discussão que justificasse sua inclusão no estudo. De acordo com os tipos de amostragem não probabilística apresentados por Gil (1999), a pesquisa é classificada como não probabilística por tipicidade, que consiste em selecionar um subgrupo do universo que, com base nas informações disponíveis, pode ser considerado representativo de toda população.

Aplicados os critérios estabelecidos, a amostra selecionada é apresentada na Tabela 1.

Tabela 1: Amostra da pesquisa.

Ano de criação	Comunidades	Membros	Fóruns	Postagens
2004	40	24.985	2.464	8.774
2005	196	32.239	3.111	10.710
2006	77	2.859	994	5.906

Total	313	60.083	6.569	25.390
--------------	------------	---------------	--------------	---------------

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

Foram levantadas 313 comunidades, compostas por 60.083 membros, as quais continham 6.569 fóruns com 25.390 postagens. As comunidades criadas em 2005 são maioria e apresentam as maiores quantidades de membros, fóruns e postagens. O levantamento das comunidades no *site* do *Orkut* aconteceu no dia 17 de dezembro de 2006. E, entre os dias 17 e 20/dez., foram coletados os dados específicos das comunidades. Deve-se ressaltar que no número de membros pode haver repetições, pois não foram comparados e excluídos os membros que participam de mais de uma das comunidades investigadas.

Para realizar a coleta dos dados, foi desenvolvido um banco de dados com a utilização do Microsoft Access 2003[®]. O formulário do banco de dados era composto por duas partes: informações gerais e específicas. A primeira parte continha os seguintes itens: nome da comunidade, categoria, endereço eletrônico, quantidade de membros, data de criação e de acesso. A segunda continha os itens: classificação da área temática do fórum de discussão, quantidade de postagens do respectivo fórum, quantidade total de fóruns e de postagens.

Os fóruns de discussão foram classificados em dois Grupos: temas contábeis e temas não contábeis. O Grupo 1 foi dividido nas seguintes áreas temáticas: 1- Auditoria e perícia contábil; 2- Balanço social (e suas vertentes); 3- Contabilidade e finanças públicas; 4- Contabilidade e gestão do terceiro setor; 5- Contabilidade financeira; 6- Controladoria e contabilidade gerencial e de custos; 7- Ensino da contabilidade e educação profissional; 8- Ética e exercício profissional; 9- Legislação tributária, trabalhista, previdenciária e social; 10- Mercado de capitais, de crédito e financeiro; 11- Métodos quantitativos e metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade; 12- Normas brasileiras e internacionais de contabilidade; 13- Outros temas contábeis e afins; 14- Tecnologia da informação aplicada à contabilidade; e 15- Teoria da contabilidade. O Grupo 2 foi composto apenas por uma área temática: 1- outros temas não contábeis, isso porque o foco do estudo é investigar a discussão do conhecimento contábil e não a de outras áreas conhecimentos.

O objeto de análise para fins de classificação dos fóruns de discussão nos grupos e, conseqüentemente, nas áreas temáticas foi o título do fórum. Quando este não revelava a natureza do conteúdo, entrava-se no fórum para analisar o que estava sendo discutido. Em decorrência do considerável número de comunidades e de fóruns, não foi viável entrar em cada um desses para analisar o seu conteúdo efetivo. Essa forma de classificação pode ocasionar dois tipos de erros: classificar um fórum que discute um tema contábil no Grupo 2, isso porque o título não indicava o conteúdo; ou classificar um fórum que discute um tema não contábil no Grupo 1 pelo mesmo motivo. Essa situação apresentada constitui uma limitação nos resultados da presente pesquisa.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

A pesquisa buscou investigar alguns aspectos quantitativos das comunidades selecionadas e da utilização dessas, tais como: categoria, quantidade de membros, de fóruns e de postagens, áreas temáticas dos fóruns de discussão e principais comunidades.

A Tabela 2 apresenta as comunidades classificadas por categorias e por ano de criação.

Tabela 2: Categoria das comunidades por ano de criação.

Categoria	Ano de criação			Total	%
	2004	2005	2006		
Alunos e escolas	6	94	48	148	47,28%
Escolas e cursos	33	86	27	146	46,65%

Outros	0	6	0	6	1,92%
História e ciências	0	3	1	4	1,28%
Atividades	0	3	0	3	0,96%
Negócios	1	1	0	2	0,64%
Viagens	0	2	0	2	0,64%
Artes e entretenimento	0	0	1	1	0,32%
Culturas e comunidade	0	1	0	1	0,32%
Total	40	196	77	313	100%

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

Quando da criação de uma comunidade virtual no *Orkut*, é necessário classificá-la em uma das categorias propostas pelo *site* que aponte para os objetivos da mesma. A maior parte das comunidades está classificada nas categorias Alunos e escolas e Escolas e cursos, as quais concentram 93,93% do total. Esses resultados mostram que a maioria das comunidades foi criada para servir como um espaço de interação social para estudantes de instituições diversas.

A Tabela 3 evidencia as medidas de posição e de dispersão referentes ao total de membros, de fóruns e de postagens.

Tabela 3: Medidas de posição e de dispersão dos membros, dos fóruns e das postagens.

Itens	Medidas de posição							Medidas de dispersão	
	Média	Mínimo	1º Quartil	Mediana	3º Quartil	98º Percentil	Máximo	Variância	Desvio padrão
Membros	191,96	20	33	58	138	698,32	11.190	680.401,21	824,86
Fóruns	20,99	0	5	9	21	110,76	543	1.844,90	42,95
Postagens	81,12	0	9	18	59	680,12	2.272	44.248,14	210,35

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

Os dados revelam que a média de membros por comunidade é de aproximadamente 192. No entanto, a diferença entre os valores mínimo e máximo justifica a variância e o desvio padrão elevados e mostra a considerável concentração de membros em poucas comunidades, que é confirmada pela diferença expressiva entre o 98º percentil e o valor máximo (100º percentil). Situação semelhante é verificada nas medidas de posição e de dispersão dos fóruns e das postagens, em que também os valores médios não são representativos da distribuição.

A Tabela 4 demonstra as freqüências absolutas e relativas dos fóruns e das postagens de acordo com os temas.

Tabela 4: Freqüências absolutas e relativas dos fóruns e das postagens por temas.

Temas	Fóruns (F)		Postagens (P)		Média (P/F)
	F	f	F	f	
Contábeis	775	11,80%	2.045	8,05%	2,64
Não contábeis	5.794	88,20%	23.345	91,95%	4,03
Total	6.569	100%	25.390	100%	3,87

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

Do total de 6.569 fóruns, apenas 775 referem-se a temas de natureza contábil, o que representa aproximadamente 12%. Quando se considera as freqüências relativas das postagens, observa-se que há um aumento da amplitude entre temas contábeis e não contábeis em relação à amplitude das freqüências relativas dos fóruns. Isso quer dizer que a participação dos temas contábeis em relação às postagens é inferior à participação nos fóruns. Em relação às médias, no geral, é verificado que há 3,87 postagens por fórum. Quando se trata dos temas contábeis, observa-se que essa média diminui, a qual representa 2,64 postagens por fórum. Esse valor é superior quando se refere aos temas não contábeis: 4,03.

Esses resultados revelam uma baixa inclusão de temas contábeis no conjunto das discussões levantadas nas comunidades analisadas (11,80% dos fóruns) e, também, uma baixa

participação dos membros nas poucas discussões existentes (8,05% das postagens). Isso pode indicar que as discussões que envolvem temas contábeis têm sido pouco exploradas nas comunidades virtuais, o que demonstra que a idéia da Internet como tecnologia intelectual promotora de novas formas de aprendizado está sendo aplicada de maneira incipiente, no contexto das comunidades virtuais, quando se refere ao conhecimento contábil. Resultados parecidos, respeitadas as devidas particularidades, foram encontrados por Oliveira (2005), que concluiu que a maneira como as Instituições de Ensino Superior (IES) brasileiras utilizam os *websites* institucionais em geral pode ser considerada insuficiente no que se refere à disponibilização e ao acesso à produção do conhecimento contábil.

A Tabela 5 apresenta as medidas de posição e de dispersão referentes ao total de fóruns e de postagens com temas contábeis.

Tabela 5: Medidas de posição e de dispersão dos fóruns e das postagens com temas contábeis.

Temas Contábeis	Medidas de posição							Medidas de dispersão	
	Média	Mínimo	1º Quartil	Mediana	3º Quartil	98º Percentil	Máximo	Variância	Desvio padrão
Fóruns	2,48	0	0	0	1	9,76	296	324,97	18,03
Postagens	6,53	0	0	0	1	26,80	944	3.291,02	57,37

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

A média dos fóruns com temas contábeis é de 2,48, sendo zero e 296 valores mínimo e máximo, respectivamente. Devido a isso, as medidas de dispersão apresentam valores elevados, o que revela a não uniformidade na quantidade de fóruns contábeis em toda a amostra analisada. Um outro indicador que explica os altos valores das medidas de dispersão é a considerável diferença que há entre o 98º percentil e o valor máximo (100º percentil). Isso explica ainda que existe concentração de uma considerável parte dos fóruns em poucas comunidades. Situação análoga é verificada nas postagens, que apresentam uma média de 6,53 e alto grau de dispersão, em que é possível constatar a existência de muitas comunidades com pouca ou nenhuma participação nos fóruns de discussão.

As potencialidades proporcionadas pelo espaço virtual não têm sido muito aproveitadas para discussão do conhecimento contábil pelos membros das comunidades virtuais investigadas ou têm sido aproveitadas de forma incipiente, conforme Tabela 5.

A Tabela 6 evidencia as frequências absolutas e relativas dos fóruns e das postagens das áreas temáticas dos temas contábeis e a média de postagens por fórum de cada uma delas.

Tabela 6: Frequências absolutas e relativas dos fóruns e das postagens por área temática.

Áreas temáticas	Fóruns (F)		Postagens (P)		Média (P/F)
	F	f	F	f	
1- Auditoria e perícia contábil	11	1,42%	30	1,47%	2,73
2- Balanço social (e suas vertentes)	7	0,90%	8	0,39%	1,14
3- Contabilidade e finanças públicas	12	1,55%	23	1,12%	1,92
4- Contabilidade e gestão do terceiro setor	12	1,55%	14	0,68%	1,17
5- Contabilidade financeira	55	7,10%	121	5,92%	2,20
6- Controladoria e contabilidade gerencial e de custos	17	2,19%	19	0,93%	1,12
7- Ensino da contabilidade e educação profissional	70	9,03%	294	14,38%	4,20
8- Ética e exercício profissional	85	10,97%	405	19,80%	4,76
9- Legislação tributária, trabalhista, previdenciária e social	51	6,58%	118	5,77%	2,31
10- Mercado de capitais, de crédito e financeiro	5	0,65%	6	0,29%	1,20
11- Mét. quantitativos e metod. da pesquisa aplic. à contabilidade	29	3,74%	86	4,21%	2,97
12- Normas brasileiras e internacionais de contabilidade	79	10,19%	84	4,11%	1,06
13- Outros temas contábeis e afins	305	39,35%	728	35,60%	2,39
14- Tecnologia da informação aplicada à contabilidade	17	2,19%	51	2,49%	3,00
15- Teoria da contabilidade	20	2,58%	58	2,84%	2,90
Total	775	100%	2.045	100%	2,64

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

Nas discussões de temáticas contábeis nas comunidades virtuais pesquisadas, Outros temas contábeis e afins foi o item de maior discussão, tanto em quantidade de fóruns (39,35%) quanto de postagens (35,60%). Os dois outros itens em destaque nos fóruns foram: Ética e exercício profissional e Normas brasileiras e internacionais de contabilidade com pouco mais de 10% cada. Em relação às postagens, as duas outras temáticas com maior frequência foram: Ética e exercício profissional e Ensino da contabilidade e educação profissional com 19,80% e 14,38%, respectivamente. Essas duas áreas temáticas também tiveram as maiores médias de postagens por fórum. Observa-se que a área Contabilidade financeira tem expressiva vantagem em relação à área Controladoria e contabilidade gerencial e de custos tanto quando se trata de fóruns e postagens quanto da média (P/F). Os itens com menor frequência, tanto nos fóruns quanto nas postagens, foram: Mercado de capitais, de crédito e financeiro e Balanço social (e suas vertentes).

A Tabela 7 demonstra a relação entre fóruns/postagens e membros das comunidades pesquisadas por temas e no geral.

Tabela 7: Média de fóruns e de postagens em relação à quantidade de membros.

Média em relação ao n°. de membros (M)	Temas		Geral
	Contábeis	Não contábeis	
Fóruns (F)	0,013	0,096	0,109
Postagens (P)	0,034	0,389	0,423

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006.

O resultado da relação entre fóruns e membros (F/M) indica a potencialidade dos membros das comunidades em levantar e/ou criar fóruns de discussão nas comunidades. De maneira geral, o indicador F/M revela que a cada 100 membros 10,9 fóruns são formados. Em relação aos fóruns com temas contábeis, esse indicador é aproximadamente 9 vezes menor, o que indica que a cada 100 membros apenas 1,3 fóruns são formados. Esse resultado mostra que a iniciativa dos membros é baixa no que diz respeito à criação de fóruns que visem discutir alguma temática contábil em relação aos que tratam de temas não contábeis.

O resultado da relação entre postagens e membros (P/M) indica o nível de participação dos membros das comunidades nas discussões levantadas nos fóruns. No geral, o indicador P/M mostra que a cada 100 membros são feitas 42,3 postagens nos fóruns de discussão. Em relação às postagens nos fóruns com temas contábeis, esse indicador é aproximadamente 12 vezes menor, o que indica que a cada 100 membros são feitas apenas 3,4 postagens. Esse resultado revela que há um baixo interesse por parte dos membros em participar das discussões levantadas nos fóruns que abordam temas contábeis em relação aos que discutem outros temas que não são de natureza contábil.

A Tabela 8 lista as dez primeiras comunidades analisadas por ordem decrescente de quantidade de membros e a participação relativa dessas e do conjunto das demais no total de fóruns e de postagens com temas contábeis.

Tabela 8: *Ranking* das dez primeiras comunidades analisadas.

Nº.	Comunidade ¹	Membros		Fóruns			Postagens		
		F	f	F	f	fac	F	f	fac
1	Ciências Contábeis – Brasil	11.190	18,62%	296	38,19%	38,19%	944	46,16%	46,16%
2	Eu faço ciencias contabeis	9.140	15,21%	113	14,58%	52,77%	368	18,00%	64,16%
3	Ciencias contabeis	1.466	2,44%	14	1,81%	54,58%	20	0,98%	65,13%
4	Ciências Contábeis – Brasil	1.257	2,09%	30	3,87%	58,45%	54	2,64%	67,78%
5	Ciências Contábeis FECAP	880	1,46%	6	0,77%	59,23%	19	0,93%	68,70%
6	Ciências Contábeis:Cairu	804	1,34%	5	0,65%	59,87%	6	0,29%	69,00%
7	Ciências Contábeis – UFPE	700	1,17%	7	0,90%	60,77%	7	0,34%	69,34%

8	Ciências Contábeis – UFC	693	1,15%	3	0,39%	61,16%	20	0,98%	70,32%
9	Ciências Contábeis – UFF	672	1,12%	13	1,68%	62,84%	20	0,98%	71,30%
10	UFRJ – Ciências Contábeis	600	1,00%	5	0,65%	63,48%	15	0,73%	72,03%
11-313	Demais comunidades	32.681	54,39%	283	36,52%	100%	572	27,97%	100%
Total		60.083	100%	775	100%		2.045	100%	

Fonte: Dados da pesquisa, dez./2006. **Nota 1:** O nome das comunidades está igual ao observado na Internet.

Os dados revelam que a comunidade Ciências Contábeis – Brasil possui expressiva representatividade na amostra pesquisada, com 18,62% da quantidade total de membros, 38,19% do total de fóruns e 46,16% das postagens com temas contábeis. No conjunto, as dez primeiras comunidades respondem por mais 45% do total de membros, 63,48% dos fóruns de discussão e 72,03% das postagens que envolvem temas contábeis. Isso evidencia a existência de um elevado número de comunidades com reduzida quantidade de membros, de fóruns e de postagens, haja vista que as 303 últimas comunidades (11-313) concentram apenas 54,39% do total de membros, 36,52% dos fóruns e 27,97% das postagens que discutem temas contábeis.

Observa-se que das dez primeiras comunidades, seis apresentam uma desconhecida ligação com IES (4 federais: UFPE, UFC, UFF e UFRJ; e 2 fundações: FECAP e [Fundação Visconde de] Cairu). Dessas seis IES, cinco têm ou já tiveram programa de pós-graduação *stricto sensu* em Ciências Contábeis reconhecido pela CAPES: FECAP, Cairu, UFPE, UFC e UFRJ. O fato dessas comunidades serem formadas por pessoas (possivelmente estudantes, conforme Tabela 2) que têm algum tipo de ligação com IES que têm ou já tiveram programa de pós-graduação em contabilidade pode indicar o motivo das mesmas estarem entre as dez primeiras de um total de 313.

5. CONCLUSÃO

Essa pesquisa exploratória teve como objetivo principal investigar alguns aspectos quantitativos da utilização de comunidades virtuais do *Orkut* como espaço de discussão do conhecimento contábil e, secundariamente, classificar as áreas temáticas abordadas nos fóruns de discussão das comunidades virtuais analisadas. Para isso, foi feita uma pesquisa de campo no *site* do *Orkut* em que foi usada a palavra-chave “Ciências Contábeis” para selecionar as comunidades virtuais a serem analisadas. Depois, foi estipulado como ponto de corte as comunidades com um número inferior a 20 membros.

As variadas formas existentes de gerar, acessar e disseminar conhecimentos são decorrentes dos avanços dos meios de comunicação, que atualmente ganharam maior dinamismo com o auxílio dos recursos da Internet. As atividades de educação à distância, tão difundidas na atualidade, constituem-se potenciais utilizadores desse tipo de recurso. Dentre esses, as comunidades virtuais, que são ambientes que reúnem indivíduos com interesses comuns e permitem interação entre os mesmos, são espaços propícios para que discussões relevantes sejam levantadas e mantidas, de forma a contribuir para a construção do conhecimento.

Entre os resultados alcançados no presente estudo, destacam-se os seguintes: uma alta concentração de membros em poucas comunidades; uma baixa inclusão de temas contábeis no conjunto das discussões levantadas e baixa participação dos membros nas discussões existentes; concentração dos fóruns e das postagens com temas contábeis em poucas comunidades; aproximadamente 40% dos fóruns com temas contábeis discutem temáticas diversas (Outros temas contábeis e afins); as áreas temáticas que se destacaram nos fóruns e nas postagens foram Ética e exercício profissional, Normas brasileiras e internacionais de contabilidade e Ensino da contabilidade e educação profissional; as temáticas Contabilidade financeira e Controladoria e contabilidade gerencial e de custos foram surpreendentemente

pouco discutidas, uma vez que essas são as principais linhas em diversos cursos e programas de pós-graduação em contabilidade; a iniciativa dos membros das comunidades analisadas é baixa no que diz respeito à criação de fóruns que visem discutir temas contábeis e o interesse por parte desses em participar das discussões levantadas nos fóruns que abordam temas contábeis se mostra baixo; as dez primeiras comunidades virtuais respondem por mais de 45% do total de membros, 63,48% dos fóruns de discussão e 72,03% das postagens que tratam de temas contábeis.

Dessa maneira, ao considerar o objetivo principal da pesquisa, concluiu-se que as comunidades virtuais do *Orkut* analisadas no presente estudo estão sendo pouco utilizadas como espaço de discussão do conhecimento contábil. Isso porque uma elevada quantidade das discussões realizadas nessas comunidades refere-se a temas não contábeis e as que tratam de temas contábeis ocorrem em um número reduzido de comunidades.

6. REFERÊNCIAS

ALVES, Lynn Rosalina Gama. Conhecimento e internet: uma construção possível? **Revista da Faculdade de Educação da Bahia**. Salvador, v.1, n.1, p. 91-108, 2000.

ARCE, Maria Vanessa Sánchez; PÉREZ, Tomás Saorin. *Las comunidades virtuales y los portales como escenarios de gestión documental e difusión de información*. **Anales de Documentación**. n. 4, p. 215-227, 2001.

AURÉLIO, Daniel. **Segredos do Orkut**: tudo o que você precisa saber para aproveitar a nova onda do momento! São Paulo: Digerati Books, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **A galáxia internet**: reflexões sobre internet, negócios e sociedade. Tradução de Rita Espanha. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

COHEN, Eric E. *Accountant's guide to the internet*. 2. ed. New York: John Wiley & Sons, Inc., 2000.

CORNACHIONE JUNIOR, Edgard Bruno. **Informática aplicada às áreas de contabilidade, administração e economia**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

D'ÁVILA FILHO, Eduardo Gonçalves. **Comunidades virtuais**: um estudo do grupos.com.br. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). PPGEP/UFSC, Florianópolis, 2004.

DECEMBER, John. *Characteristics of oral culture in discourse on the net*. Paper presented at the twelfth annual Penn State Conference on Rhetoric and Composition, University, Park, Pennsylvania, July 8, 1993. Disponível em:

<<http://www.december.com/john/papers/psrc93.txt>>. Acesso em: 28 nov. 2006.

FERNBACK, Jan; THOMPSON, Brad. *Virtual communities: abort, retry, failure?*

Disponível em: <<http://www.well.com/user/hlr/texts/Vccivil.html>>. 1995. Acesso em: 29 nov. 2006.

FONTANELLA, Fernando Israel; PRYSTHON, Ângela. Trocando figurinhas: sobre Orkut, frivolidades, neotribalismo e flânerie. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 27. 2004, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES, Carlos Adriano Santos; OLIVEIRA, José Renato Sena. Um novo desafio para o ensino da contabilidade: o uso da internet como alternativa de disseminação do conhecimento contábil produzido. In: Seminário USP de Contabilidade, 2º. 2002, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2002.

_____; _____. AZEVEDO, Tânia Cristina. Uso de novas tecnologias da comunicação e informação: a internet como alternativa de disseminação do conhecimento contábil. In: Seminário USP de Contabilidade, 1º. 2001, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2001.

HAGEL, John. *Net gain: expanding markets through virtual communities*. **Journal of Interactive Marketing**. v. 13, n. 1, winter 1999.

LEMOS, André. As estruturas antropológicas do ciberespaço. **Textos de cultura e comunicação**. Salvador, n. 35, p. 12-27, jul. 1996.

MATUZAWA, Flávia Lumi. **O conceito de comunidade virtual auxiliando o desenvolvimento da pesquisa científica na educação à distância**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). PPGEP/ UFSC, Florianópolis, 2001.

NOGUEIRA, Marcos. **Orkut! Revista Superinteressante**. São Paulo, setembro 2004.

NOGUEIRA, Tânia; TERMEIRO, Maíra; LEAL, Renata. Festa brasileira na rede. **Revista Época**. São Paulo, ed. 326, 16 de agosto de 2004.

OLIVEIRA, Antonio Benedito Silva (Coord.). **Métodos e técnicas de pesquisa em contabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2003.

OLIVEIRA, José Renato Sena. **Contabilidade e hipertextualidade: um estudo exploratório sobre o uso de websites como meio de disseminação da produção científica contábil por IES brasileiras**. Dissertação (Mestrado em Contabilidade). FVC, Salvador, 2005.

_____; MARTINEZ, Antonio Lopo. Um estudo exploratório sobre o uso de websites na disseminação do conhecimento acadêmico-científico contábil por Instituições de Ensino Superior brasileiras. In: Encontro da ANPAD, 29. 2005, Brasília. **Anais...** Brasília, 2005.

PALÁCIOS, Marcos. Cotidiano e sociabilidade no cyberspaco: apontamentos para uma discussão. In: FAUSTO NETO, Antonio; PINTO, Milton José (Org.). **O indivíduo e as mídias**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

PINHO, Cláudia. Namoro ou amizade. **Isto É**. São Paulo, ed. 1804, 5 de maio de 2004.

PREECE, Jenny. **Online communities: designing usability, supporting sociability**. New York: Wiley, 2000.

RECUERO, Raquel da Cunha. **A internet e a nova revolução na comunicação mundial**. Disponível em: <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/revolucao.htm>> Acesso em: 17 out. 2006.

_____. Dinâmicas de redes sociais no orkut e capital social. **Unirevista**. v. 1, n. 3, UCPel/UFRGS, julho de 2006a.

_____. **Redes sociais na Internet: Considerações iniciais**. In: IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa do XXVII INTERCOM. Porto Alegre, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-redes-sociais-na-internet.pdf>> Acesso em: 14 dez. 2006.

_____. Avatares: viajantes entre mundos. **Revista Ecos**. Pelotas, v. 6, n. 1, p. 61-68, 2002.

_____. Comunidades virtuais: uma abordagem teórica. **Revista Ecos**. Pelotas, v. 5, n. 2, p. 109-126, 2001.

- RHEINGOLD, Howard. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Paperback in USA. 1993. Disponível em: <http://www.well.com/user/hlr/vcbook/index.html>. Acesso em: 28 nov. 2006.
- ROWLEY, Jennifer. **A biblioteca eletrônica**. Tradução: Antonio Agenor Briquet de Lemos. Brasília: Briquet de Lemos, 2002.
- RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- SOUZA, Renato Rocha. **Aprendizagem colaborativa em comunidades virtuais**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). PPGEP/UFSC, Florianópolis, 2000.
- TEIXEIRA JÚNIOR, Sergio. Uma nova mania. **Revista Exame**. São Paulo, ed. 817, 12 de maio de 2004.
- _____. Blogs: como eles estão mudando a vida de todos nós. **Revista Época**. São Paulo, ed. 428, 31 de julho de 2006.
- WELLMAN, Barry; GULIA, Milena. *Virtual communities as communities: net surfers don't alone*. In: KOLLOCK, Peter; SMITH, Marc (Orgs.). *Communities in Cyberspace*. Routledge. New York, 1999.