

Maria do Carmo Domingas da Costa

Dissertação de Mestrado

COMUNICAÇÃO NA INTERNET: A REDE SOCIAL MYSPACE - UM ESTUDO DE CASO

Mestrado de Relações Interculturais

Orientadora: Doutora Teresa Joaquim

Co-orientador: Doutor Ivo Dias de Sousa



Lisboa, Junho de 2010

Maria do Carmo Domingas da Costa

Dissertação de Mestrado

COMUNICAÇÃO NA INTERNET: A REDE SOCIAL MYSPACE - UM ESTUDO DE CASO

Mestrado de Relações Interculturais

Orientadora: Doutora Teresa Joaquim

Co-orientador: Doutor Ivo Dias de Sousa



Lisboa, Junho de 2010

DEDICATÓRIA

Para Senhorinha e Hilário Costa

EPÍGRAFE

“Sem comunicação não existem relações humanas nem vida propriamente dita”.

Niklas Luhmann

AGRADECIMENTOS

A elaboração da presente dissertação de mestrado foi o resultado de um trabalho realizado com o apoio e colaboração de diversas pessoas, que foram indispensáveis para a concretização deste estudo.

Como tal, gostaria de agradecer à Orientadora Prof.^a Dr.^a Teresa Joaquim e ao Co-Orientador Prof. Dr. Ivo Dias de Sousa, pela disponibilidade, orientação, conselhos, ensinamentos e simpatia demonstrada ao longo da realização de toda a investigação.

Ao Luís Neves pelo carinho, compreensão, conselhos, críticas construtivas, pela paciência e apoio incondicional, principalmente nos momentos de maior nervosismo.

Aos meus Pais e Pais do Luís Neves pelo encorajamento e compreensão.

Ao Nuno Silva pelo esclarecimento de algumas dúvidas e pela amizade.

Ao Phill Oddy, Pamela Oddy, Maria da Luz Sales, Adélia Silva, Fátima Silva e João Pina.

Aos Funcionários (as) das Bibliotecas da Universidade Aberta, Biblioteca Galveias e Biblioteca Orlando Ribeiro pelo auxílio.

Aos meus Colegas do mestrado pelo incentivo.

Aos meus familiares e amigos pela amizade, carinho e paciência, com um grande pedido de desculpas por ter recusado inúmeras vezes os vossos convites.

A todos os que de uma forma directa ou indirecta me auxiliaram nesta dissertação.

E finalmente, à Universidade Aberta por ter permitido a realização desta dissertação.

RESUMO

Ao longo dos séculos a tecnologia foi adquirindo importância na vida dos seres humanos, os inventos inovadores foram integrados como se fossem membros do corpo, uma extensão do mesmo.

Presentemente, a Internet é uma rede que faz parte da rotina diária da maioria dos indivíduos dos países mais desenvolvidos, permitindo o acesso à informação sobre todo o mundo. As transformações provocadas pela Internet alteraram o modo como os seres humanos se vêem a si próprios, aos outros e ao mundo. A rede foi igualmente impulsionadora de novas configurações relacionados com os valores, com a sociedade, a cultura, nas relações entre os seres humanos e na forma como estes comunicam. Actualmente, as Redes Sociais são um novo local de encontro, onde cibernautas de diferentes países dialogam, mostram-se ao mundo expressando as suas opiniões.

Este estudo tem como principal objectivo analisar a interacção da autora com outros utilizadores do MySpace em geral e com os “amigos virtuais” em particular. Neste sentido são observadas as actividades realizadas pelos mesmos e as consequências das acções efectuadas pela própria autora do projecto.

Foi através da página da pesquisadora e da sua lista de “amigos virtuais”, que se realizou uma recolha de dados resultantes da observação participante. De igual modo, tivemos a intenção de relatar as experiências vividas pela autora durante a observação da Rede Social em questão, bem como as informações registadas num diário de pesquisa.

Em resultado desta investigação verifica-se que a Rede Social MySpace não só permitiu a comunicação com indivíduos de diversos locais em Portugal, como também possibilitou a comunicação com pessoas de países e culturas diferentes. De igual modo, a Rede Social facilita claramente o contacto com pessoas que já conhecemos, permite que qualquer cibernauta mantenha e restabeleça contactos com outros indivíduos. Pode-se ainda criar novas amizades, mas com um grupo reduzido de pessoas.

Assim se observa que pessoas de todo o mundo comunicam entre si, independentemente da cultura e língua, permitindo um maior autoconhecimento do indivíduo que comunica e que partilha a sua história. Deste modo, os internautas aprendem a contactar com outras culturas e obtêm diversas experiências resultantes do contacto intercultural dando

origem a um enriquecimento e a um desenvolvimento pessoal adquirido no ciberespaço e na Rede Social MySpace.

Tendo em conta o estudo das Redes Sociais pode-se dizer que estas surgem como um elemento impulsionador da comunicação, na medida em que permitem uma expansão e abrangência comunicacional de todo o planeta. Uma comunicação sem corpo, mas com emoção, voz, texto, imagem, som e em tempo real.

Pode-se concluir que a rede social MySpace disponibiliza uma panóplia de serviços que facilitam a comunicação entre os utilizadores, independentemente do local, língua, cultura, etnia, religião ou *status* social e desde que tenha as competências necessárias para utilizar um computador ligado à Internet e se inscreva na Rede Social MySpace.

PALAVRAS-CHAVE: INTERNET, REDES SOCIAIS, MYSPACE, COMUNICAÇÃO, CIBERESPAÇO.

ABSTRACT

Throughout the centuries, technology started to have acquired huge importance in the human beings life; all new inventions have been integrated as if they are part of our body, an extension.

Presently, the Internet is a net that is part of most individual's daily routine, those who live in developed countries, allowing the access to information about the world. The transformations motivated by Internet altered the way that human beings see themselves, see others and the world. The network was also driving the new settings related to values, related to society, culture, to relationships among human beings and how they communicate.

Nowadays, a social networking is a new place to hang out, where, cybernauts of different countries communicate, and they show themselves to the world expressing their own opinion.

The central aim of this study is to analyze the author's interaction with other MySpace users in general and with the "virtual friends" in particular. In this context the author observes the activities accomplished by the cybernauts and the consequences of the actions taken by the author herself.

It was through the researcher's page and her list of "virtual friends", that was gathered the data obtained from participant observation. Furthermore, we intend to report the author's experiences lived during the observation of the Social Network in subject, as well as, the information recorded in a diary.

As a result of this investigation it is verified that the network in subject not only allowed to communicate with individuals from various locations in Portugal, but also allowed to communicate with people from different countries and cultures.

In the same way, the Social Network clearly facilitates a contact with people that we knew already, it allows that any cybernaut maintains and reestablish contacts with other individuals. It is still possible to create new friendships, but with a reduced group of people.

Thus we observe that people around the world communicate with each other, regardless of culture and language, allowing a better self-knowledge of the individual that communicates and which shares its history. Therefore, the cybernauts learn how to

connect with other cultures and obtain different experiences resulting from intercultural contact, giving origin to an enrichment and personal development acquired in cyberspace and the MySpace social network.

Considering the study of social networks it can be said that these appear as an element that facilitate the communication, since it allows an expansion and communication coverage of the whole planet. One communication without body, but with emotion, voice, text, image, sound and instantaneously.

In a nut shell, the social network MySpace offers a range of services that makes communication easy between users, despite of the place, language, culture, ethnicity, religion or social status and as long as it has the necessary skills to use a computer linked to the Internet.

KEYWORDS: INTERNET, SOCIAL NETWORKING, MYSPACE, COMMUNICATION, CYBERSPACE.

RESUME

Au long des siècles la technologie a acquis importance dans la vie des êtres humains, les inventions innovatrices ont été intégrées comme si elles s'étaient des membres du corps, une extension du même.

A présent, l'internet est un réseau qui fait partie de la routine de la plupart des individus des pays développés, permettant accès à information sur tout le monde. Les transformations introduites par elle ont changé la façon dont les êtres humains se voient eux-mêmes, les autres et le monde. Le réseau a aussi été la raison de nouvelles configurations concernant les valeurs, la société, la culture, les relations entre les êtres humains et la façon comme ils communiquent entre eux.

Actuellement, beaucoup d'êtres humains communiquent à travers des réseaux sociaux, qui sont une nouvelle place de rencontre. Dans ces espaces virtuels des cybernautes de différents pays dialoguent, se montrent au monde, en exprimant leurs opinions.

Cette étude a pour principal objectif d'étudier l'interaction de l'auteur avec d'autres utilisateurs de MySpace en général et avec les «amis virtuels» en particulier. Dans ce sens, sont observées leurs activités par eux et les conséquences des actions effectuées prises par l'auteur du projet elle-même.

C'est grâce à la page du chercheur et à sa liste des «amis virtuels», qui s'est réalisé le rassemblement de données de l'observation participante. De même, nous avons eu l'intention de faire un rapport sur les expériences de l'auteur, lors de l'observation du réseau social en question et les informations enregistrées dans un journal.

À la suite de cette enquête, il apparaît que le réseau social MySpace a permis non seulement de communiquer avec des personnes de divers localités au Portugal, mais aussi le droit de communiquer avec les gens du pays et de cultures différentes. L'auteur a contacté et a été contacté par les surfeurs de tous les continents, de communiquer principalement en anglais et parfois en portugais. De même, le réseau social facilite clairement le contact avec les gens que nous connaissons déjà, permet à tout utilisateur d'Internet de maintenir et de rétablir les contacts avec d'autres individus. On peut créer de nouvelles amitiés, mais avec un petit groupe de personnes.

Alors, nous observons que les gens du monde entier communiquent entre eux, indépendamment de leur culture et la langue, ce qui permet plus grande l'auto-connaissance de l'individu qui communique et le partage de son histoire. Ainsi, les

internauts apprennent à dialoguer avec d'autres cultures et vivre des expériences différentes qui résultent du contact interculturel donnant lieu à un enrichissement et d'épanouissement personnel acquis dans le cyberspace et dans le réseau social MySpace.

Vu à l'étude des réseaux sociaux on peut dire qu'ils apparaissent comme un moteur pour la communication, car ils permettent une extension de la couverture et de la communication de la planète entière. Une communication sans corps, mais avec émotion, voix, texte, image, son et en temps réel.

On peut conclure que le réseau social MySpace offre un éventail de services qui facilitent la communication entre les utilisateurs, indépendamment de l'emplacement, de la langue, la culture, l'origine ethnique, de la religion ou du statut social. Toute personne peut communiquer facilement, à condition d'avoir les compétences nécessaires pour utiliser un ordinateur connecté à Internet et être enregistré sur le réseau social MySpace.

MOTS-CLES: INTERNET, RESEAUX SOCIAUX, MYSPACE, COMMUNICATION, CYBERESPACE.

RESUMEN

Durante siglos, la tecnología ha ido ganando importancia en la vida de los seres humanos, las invenciones innovadoras fueron integradas como si fueran miembros del cuerpo, una extensión del mismo.

En la actualidad Internet es una red que forma parte de la rutina diaria de la mayoría de las personas de los países más desarrollados, lo que permite el acceso a la información en todo el mundo. Los cambios desencadenados por Internet han cambiado la manera en que los seres humanos se ven a sí mismos, a los otros y al mundo. La red impulsa también la nueva configuración relacionada con los valores, la sociedad, la cultura, las relaciones entre los seres humanos y como se comunican. Hoy en día, las redes sociales son un nuevo espacio de encuentro, donde usuarios de diferentes países hablan, se muestran al mundo expresando sus puntos de vista.

Este estudio tiene como principal objetivo estudiar la interacción de la autora con otros usuarios de MySpace, en general, y con los "amigos virtuales" en particular. En este sentido, son observadas por ellos las actividades desarrolladas y las consecuencias de las medidas adoptadas por la autora del proyecto. Fue a través de la página de la investigadora y de su lista de "amigos virtuales", que se organizó una colecta de pruebas de la observación participante. Del mismo modo, tenemos la intención de informar las experiencias de la autora durante la observación de la Red Social en cuestión y la información registrada en un diario.

Como resultado de esta investigación se desprende que la red social MySpace no sólo ha permitido comunicarse con personas de diversos lugares de Portugal, si no también se les permite comunicarse con personas de diferentes países y culturas. La autora contactó y fue contactada por los usuarios de todos los continentes, principalmente la comunicación en Inglés y, a veces en portugués. Del mismo modo, la Red Social claramente facilita el contacto con la gente que ya conocemos, permite a cualquier usuario de Internet mantener y restaurar los contactos con otros individuos. Puede crear nuevas amistades, pero con un pequeño grupo de personas. Así, se observa que personas de todo el mundo se comunican entre sí, independientemente de la cultura y el idioma, lo que permite un autoconocimiento del individuo que comunica y comparte su historia. De modo que, los usuarios aprenden a colaborar con otras culturas y adquirir varias experiencias derivadas del contacto

intercultural que da lugar a un enriquecimiento y desarrollo personal adquirido en el ciberespacio y en la red social MySpace.

Teniendo en cuenta el estudio de las redes sociales se puede decir que estas surgen como motor de comunicación, ya que permite una amplia cobertura y comunicación con todo el planeta. Una comunicación sin cuerpo, pero con la emoción, voz, texto, imagen, sonido y en tiempo real.

Se puede concluir que la red social MySpace ofrece una gama de servicios que facilitan la comunicación entre usuarios, independientemente de su ubicación, idioma, cultura, etnia, religión o condición social y siempre que tenga los conocimientos necesarios para utilizar un ordenador conectado a Internet y registrarse en la red social MySpace.

PALABRAS-CLAVE: INTERNET, REDES SOCIALES, MYSPACE, COMUNICACIÓN, CIBERESPACIO.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	1
1.1 Relevância do Tema	1
1.2 Delimitação do Tema	2
1.3 Hipótese de Partida e Questões de Pesquisa	3
1.3.1. Hipótese de Partida	3
1.3.2. Questões de Pesquisa	3
1.4 Objectivos e Âmbito de Investigação	4
1.5 Metodologia	4
1.6 Organização da Dissertação	6
2. CONTEXTO GERAL	8
2.1. O Ser Humano como Ser Comunicante	8
2.2. A Comunicação	11
2.3. Teorias sobre a Comunicação	14
2.3.1. Escola Canadiana	14
2.3.2. Escola de Chicago	17
2.3.3. Escola de Frankfurt	19
2.3.4. Escola Evolucionista-Progressista e Tecno-Optimismo	20
2.3.5. Internet, Mudanças Sociais e Comunicação Segundo Manuel Castells	21
3. CONTEXTO ESPECÍFICO	25
3.1. A História da Internet	25
3.2. As Relações Sobre a Internet e o Ser Humano	28
3.3. Comunidades e Ciberespaço	30
3.4. Redes Sociais ou “Social Networkings”	31
3.5. O Que é o MySpace	36
4. ESTUDO	41
4.1. Metodologia	41
4.2. Universo Considerado	44
4.3. Processo de Criação e Melhoria da Página	44
4.4. Relacionamento com “Amigos Virtuais”	49
4.5. Grupos, Fóruns e Chats	54
4.6. Fotografias e Vídeos	59

4.7.	Mensagens e MySpaceIM.....	62
4.8.	Comentários, Blogs e Boletins.....	69
4.9.	Língua	76
4.10.	Perfil e Tipos de Página	77
4.11.	Contacto com as Funcionalidades.....	80
4.12.	Alguns Aspectos Negativos do MySpace	81
4.13.	Estudo das Páginas dos “Amigos Virtuais”	84
4.14.	Conclusão do Estudo.....	97
5.	SUMÁRIO E CONCLUSÃO	105
5.1.	Sumário.....	105
5.2.	Limitações desta Investigação.....	105
5.3.	Futuras Linhas de Investigação.....	111
6.	BIBLIOGRAFIA	113
7.	ANEXOS	118
7.1.	Passatempo Público e Convite	118
7.2.	Mapas e Quadros sobre as Redes Sociais	121
8.	APÊNDICES	125
8.1.	História do MySpace	125
8.2.	Como Utilizar os Serviços do MySpace	132
8.3.	Email Enviado para o MySpace	136
8.4.	Página do Mapa Loco	137
8.5.	Mensagens Recebidas pelo Email do MySpace	139
8.5.1	Namoro ou Flirt.....	139
8.5.2	Mensagens Variadas	144
8.5.3.	Conversas com Um ”Amigo Virtual” Brasileiro	147
8.5.4.	Mensagens com Propósito de Promover os Produtos	147
8.5.5.	Conversa com Um Músico.....	150
8.5.6.	Mensagens Estranhas.....	150
8.6.	Tabelas Relativas ao Estudo dos “Amigos Virtuais”.....	154
8.7	Diário de Pesquisa.....	162

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Modelo de Lasswell	13
Tabela 2 – As Datas de Lançamento das Redes Sociais mais Importantes	33
Tabela 3 – Redes Sociais por País	35
Tabela 4 – Visualização do Perfil	49
Tabela 5 – “Amigos Virtuais” Obtidos	54
Tabela 6 – Os 11 Grupos	56
Tabela 7 – Visualização dos 17 Vídeos	62
Tabela 8 – Mensagens Recebidas no Correio Electrónico	69
Tabela 9 – Comentários no Perfil	72
Tabela 10 – Comentários a Fotografias	73
Tabela 11 – O Que Deve Fazer para Evitar Perigos nas Redes Sociais	83
Tabela 12 – O Que as Mulheres Investigadas Pretendem do MySpace	86
Tabela 13 – O Que os Homens Investigados Pretendem do MySpace	87
Tabela 14 – “Top Friends” de Cada Grupo	87
Tabela 15 – Lista de “Amigos”	89
Tabela 16 – Número de Aplicações do MySpace por Grupo	90
Tabela 17 – Comentários às Aplicações da Rede	92
Tabela 18 – Número de Aplicações no Perfil	93
Tabela 19 – Possíveis Linhas de Investigação Derivadas desta Dissertação	111
Tabela 20 – Visitantes no Mês de Junho de 2006 e 2007	121
Tabela 21 – Visitantes no Mês de Junho em 2007 e 2008	121
Tabela 22 – Estudo de Visitantes no Mês de Junho de 2007 por Regiões	123
Tabela 23 – MySpace Versus Facebook	129
Tabela 24 – A Posição das Redes Sociais: Facebook, MySpace e Bebo	130
Tabela 25 – MySpace Versus YouTube	131
Tabela 26 – Sites mais Procurados com Serviços de Vídeos	131

Tabela 27 – Dados Pessoais 1	154
Tabela 28 – Dados Pessoais 2	155
Tabela 29 – Dados Pessoais 3	155
Tabela 30 – Perfil 1	155
Tabela 31 – Perfil 2	156
Tabela 32 – Perfil 3	156
Tabela 33 – Blogs e Fotografias 1	157
Tabela 34 – Blogs e Fotografias 2	157
Tabela 35 – Blogs e Fotografias 3	158
Tabela 36 – Blogs e Fotografias 4	158
Tabela 37 – Resumo 1	159
Tabela 38 – Resumo 2	160
Tabela 39 – Resumo 3	161
Tabela 40 – Resumo 4	162

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Logótipos de Variadas Redes Sociais	32
Figura 2 – Domínio das Redes Sociais por Áreas do Globo	34
Figura 3 – Imagem do MySpace Enviada no <i>Email</i>	40
Figura 4 – Imagem do Site do MySpace	45
Figura 5 – Edit Profile	45
Figura 6 – Imagem do Edit Profile dos Códigos que se Podem Introduzir	46
Figura 7 – Imagem do Perfil	47
Figura 8 – Imagem do Perfil com Slide e Música	47
Figura 9 – Imagem do Perfil com Novas Alterações no <i>Layout</i> e Fotografia	48
Figura 10 – Imagem do Perfil com Novo Slide	48
Figura 11 – Imagem com Pedidos de “Amigos” Efectuados à Autora	50
Figura 12 – Lista de “Amigos” com Informação Visível Sobre o Utilizador	51
Figura 13 – Imagem do “Top Friends” no Perfil com 24 “Amigos”	52
Figura 14 – Os 11 Grupos	56
Figura 15 – Tópicos do Grupo Latino’s On The Houze	57
Figura 16 – Grupos no MySpace	58
Figura 17 – Fóruns no MySpace	58
Figura 18 – Imagens dos Álbuns	59
Figura 19 – Imagens de Fotografias Provocantes	60
Figura 20 – Imagens de Fotografias Ousadas e Títulos “Arrojados”	60
Figura 21 – Imagens dos Vídeos	61
Figura 22 – Mensagens no Correio do MySpace	65
Figura 23 – Exemplo de Mensagem	67
Figura 24 – Imagem de Um Blog	70
Figura 25 – Imagem de Boletins	71
Figura 26 – Exemplos de Vários Boletins	71

Figura 27 – Um Exemplo de Boletim	72
Figura 28 – Comentários de Familiares e Amigos Reais	74
Figura 29 – Imagem de Comentários no Perfil	74
Figura 30 – Comentários de Bandas	75
Figura 31 – Comentários Obscenos	76
Figura 32 – Imagem de um Perfil Ilegível	78
Figura 33 – Imagem com Idade Falsa	79
Figura 34 – Exemplo de Boletins Excessivos	82
Figura 35 – As Redes Sociais no Mundo	104
Figura 36 – Convite Frente	120
Figura 37 – Convite Verso	120
Figura 38 – Mapa de Comunidades <i>On-line</i>	124
Figura 39 – Página Onde se Altera o “Top Friends”	134
Figura 40 – Imagem dos “Top Friends” na Home com 12 “Amigos”	134
Figura 41 – Imagem da Home	135
Figura 42 – Mapa Loco	138

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ARPANET – Advanced Research Projects Administration Network

CERN – Centre d’investigation et Recherche Nucleáire

CMC – Comunicação Mediada por Computador

ENIAC – Electronic Numerical Analogic Computer

FTP – File Transfer Protocol

HTML – Hypertext Markup Language

IRC – Internet Relay Chat

MEMEX – Memory Extended

SNS – Social Networking Sites

TCP – Transmission Control Protocol

TCP/IP - Transmission Control Protocol / Internet Protocol

WWW – World Wide Web

1. INTRODUÇÃO

1.1. RELEVÂNCIA DO TEMA

As tecnologias fazem parte do nosso mundo, são uma extensão do ser humano (McLuhan, 2008). Quase todos os actos do quotidiano requerem a utilização de alguns objectos resultantes de invenções do ser humano e que permitem mais conforto. Muitos de nós não temos a noção de quanto estamos dependentes destas invenções. A humanidade em geral não consegue imaginar a sua vida sem estes meios tecnológicos. As tecnologias estão presentes nos pequenos actos que desempenhamos todos os dias, ou seja, são objectos e acções que fazem parte do nosso quotidiano que nos proporcionam comodidade, as quais encaramos como algo normal e natural como se fizessem parte do nosso corpo. Como por exemplo, o simples acto de ligar a luz quando entramos em casa ou carregar no comando da televisão e fazer *zapping*, ter água canalizada, usar o telemóvel para falar com alguém, ou enviar um *email* através da Internet.

Na Internet, quando se comunica através de texto utilizando uma escrita sincopada, temos o intuito de transmitir mensagens e adquirir informação. Devido ao facto de não existir presença física, os utilizadores podem por vezes descrever o corpo, de modo a obter uma percepção daquilo que não se vê e não se sente, mas que se entende e “visualiza” através da palavra escrita.

Neste contexto, a comunicação não é mais do que uma escrita criada por várias pessoas e mediada por um computador - é como se fosse uma tela pintada por muitos pintores, na qual cada um dá uma pincelada repleta de cor, utilizando diferentes técnicas. O computador permite que pessoas de todo o mundo comuniquem através da escrita, sem barreiras físicas e temporais, embora existam barreiras culturais e linguísticas que se podem esbater no mundo virtual.

Os *chats*, *blogs*, *newsgroups*, *sites* são elementos que correspondem ao mundo virtual criado pela Internet, o qual é um local, por excelência de criação de culturas. Presentemente, os indivíduos refugiam-se em mundos próprios, repletos de significados e identidades. Esta nova sociedade intercultural, ligada à Internet, tem vindo a assumir

outros valores, diferentes formas de viver e estar com o auxílio das novas tecnologias (Castells, 2004).

As Redes Sociais são “uma porta aberta para o mundo”, são uma oportunidade de comunicar com amigos íntimos que vivem longe, com familiares, permitem reencontrar antigos colegas de escola e fazer novas amizades com desconhecidos. Apresentam uma forma fácil e rápida do indivíduo se expressar e de se ligar virtualmente a pessoas com interesses semelhantes, partilhando experiências (Slevin, 2002). Existe ainda a possibilidade do indivíduo se tornar conhecido por milhões de pessoas de todo o mundo. As Redes Sociais, como o MySpace, permitem o acesso a vários serviços utilizados para comunicar com os elementos da mesma Rede Social como o *email*, *blog*, *instant message*, fotografias, vídeos, comentários e participar em grupos discutindo tópicos de interesse.

O MySpace é uma Rede Social que se tornou muito popular em todo o mundo e conquistou milhões de utilizadores, estando presente em diversos países, incluindo Portugal. Tem 230 milhões de perfis registados, abrangendo 115 milhões de acessos mensais, sendo que no mês Abril de 2008 conquistou 160 milhões de acessos mensais, perfazendo 22% do total de audiências global da Internet (Fonseca, 2008b).

No dia 27 do mês seguinte decorreu o lançamento oficial do MySpace Portugal (Fonseca, 2008a). E nesse mês a versão portuguesa do MySpace, abarcava cerca de 250 mil utilizadores, 50 mil bandas portuguesas e músicos registados (Oje, 2008).

1.2. DELIMITAÇÃO DO TEMA

A presente dissertação tem como objectivo principal contribuir para uma reflexão sobre a Internet, tendo como base de estudo a análise da Rede Social MySpace.

A pesquisa tem o intuito de se centrar no estudo das actividades da autora, dos seus “amigos virtuais”, bem como, das acções efectuadas por outros internautas na rede, utilizando a observação participante como método de estudo. Ou seja, é através da página da pesquisadora e da sua lista de “amigos virtuais”, que se irá realizar uma recolha de dados resultantes da observação participante.

Pretende-se também relatar as experiências vividas pela investigadora durante a observação da Rede Social em questão.

De igual modo a autora tem o intuito de referir quais as formas de comunicação utilizadas pelos “amigos virtuais”, tendo em consideração os serviços disponibilizados pela rede.

Diversas culturas estão presentes nas comunidades virtuais, como tal, revela-se pertinente analisar a temática relativa à Internet e à Comunicação na Rede Social MySpace. Tendo em atenção a existência de um novo espaço onde se pode comunicar, o ciberespaço, considere interessante analisar uma pequena fracção da Internet com o objectivo de demonstrar a importância das Redes Sociais. Estas são locais que permitem a comunicação entre indivíduos de culturas distintas. São portais acessíveis a qualquer um, mas em constante devir, exigindo deste modo uma actualização permanente, contudo, permitem uma utilização fácil. No entanto, os cibernautas que não estão presentes nestes *sites* e não dominam estas tecnologias ficam completamente excluídos das novidades existentes em diversas áreas e que são somente divulgadas nestes espaços.

Devido ao facto da minha formação académica ser em Ciências da Comunicação, a temática da comunicação é algo muito importante para mim. Deste modo, considere relevante um estudo sobre a minha experiência no MySpace.

1.3. HIPÓTESE DE PARTIDA E QUESTÕES DE PESQUISA

1.3.1. HIPÓTESE DE PARTIDA

A Rede Social MySpace permite a comunicação entre pessoas de diversas culturas.

1.3.2. QUESTÕES DE PESQUISA

- a) O MySpace permite uma comunicação fácil entre internautas desta Rede Social.
- b) As Redes Sociais possibilitam a comunicação entre pessoas de diferentes culturas.

Pretende-se responder a estas questões utilizando a observação participante e recorrendo à experiência da investigadora na Rede Social. Tendo em conta este objectivo são

igualmente observadas as acções e as actividades dos “amigos virtuais”, bem como as consequências das acções efectuadas pela autora.

1.4. OBJECTIVOS E ÂMBITO DE INVESTIGAÇÃO

Estando este projecto enquadrado num contexto comunicacional irei explicar o que são Redes Sociais, como surgiram, apresentando um estudo sobre o MySpace como exemplo de Rede Social presente na Internet.

Na presente dissertação pretendo aprofundar as reflexões sobre a Internet, a plataforma MySpace e a forma de comunicar na rede em questão. Este estudo tem como principal objectivo analisar a interacção da autora com outros utilizadores do MySpace em geral e dos “amigos virtuais” em particular. Neste sentido são observadas as actividades realizadas pelos mesmos e as consequências das acções efectuadas pela própria autora do projecto.

A recolha de dados para elaborar o estudo será obtida através da observação participante, das experiências vividas pela autora, dos dados estatísticos recolhidos da observação das páginas dos “amigos virtuais” da lista da pesquisadora e da informação registada no diário de pesquisa.

Pretendo investigar a Rede Social escolhida (no caso do MySpace) para averiguar se permite a fácil comunicação entre internautas de diferentes culturas.

1.5. METODOLOGIA

Esta dissertação centra a sua investigação num estudo de caso de uma Rede Social presente na Internet. A autora tomou contacto com várias redes sociais (Orkut, Hi5, Facebook) antes de optar pelo MySpace. Esta última rede foi seleccionada devido ao facto de no momento da criação do projecto ser a rede que apresentava o maior universo de utilizadores (ver tabela 23 – MySpace Versus Facebook, p. 129), onde se verifica a clara vantagem da rede escolhida em relação à sua principal concorrente. O caso estudado baseia-se na experiência da autora desta dissertação – a investigação realizada centra-se na técnica de observação participante. Na qual o investigador assume “ (...) o

papel de estudioso junto da população observada, combinando-o com outros papéis sociais cujo posicionamento lhe permite um bom posto de observação.” (Carmo & Ferreira, 1998).

Neste contexto, é elaborado um diário de pesquisa onde se regista a experiência obtida. Complementarmente, no final do período do trabalho de campo, será realizada uma recolha de dados das páginas de alguns dos utilizadores da Rede Social escolhida, 120 “amigos virtuais” com os quais a autora estabeleceu contacto.

- 1 - Escolha da Rede Social;
- 2 - Diário de Pesquisa;
- 3 - Concepção da página e optimização da mesma;
- 4 - Desenvolvimento de Actividades;
- 5 - Observação das páginas dos “amigos virtuais” e recolha de dados;
- 6 - Reflexão sobre a experiência na Rede Social e análise de dados obtidos na observação das páginas dos “amigos virtuais”.

A investigação foi realizada nas áreas que abordam a temática em análise, nomeadamente, na área da Internet, Redes Sociais e Comunicação.

1 – Foi escolhida uma Rede Social como tema central da dissertação. Seguidamente realizou-se a revisão bibliográfica, efectuada em variadas obras, como livros e dicionários, obtidos em bibliotecas. A pesquisa baseou-se igualmente em jornais generalistas e revistas de informática, que apresentavam notícias relevantes sobre a Internet e o MySpace. Foram efectuadas pesquisas *on-line* relativas às temáticas estudadas, essencialmente, em museus estrangeiros, bibliotecas, jornais e *sites* de autores que publicaram alguns estudos sobre as áreas mencionadas.

2 - Foi desenvolvido um diário de pesquisa com a intenção de permitir o registo dos acontecimentos mais importantes observados na Rede Social.

3 – Concebeu-se uma página, alojada no portal MySpace do Reino Unido, de modo a criar um perfil e optimizá-lo (página concebida no dia 25 de Outubro de 2007).

4 - Posteriormente, verificou-se como funcionava o MySpace, quais os programas disponibilizados e suas potencialidades, de modo a desenvolver o projecto a que me propôs. Em seguida, desenvolvi diversas actividades para criar as condições propícias

para a observação dos “amigos virtuais” e recolha da informação necessária à investigação. Deste modo, foi necessário:

- adicionar “amigos” para criar uma lista de “amigos”;
- criar albuns de fotografias;
- criar *blogs*;
- colocar vídeos;
- enviar mensagens de modo a obter *feedback*;
- enviar igualmente comentários, para também receber e iniciar o estudo baseado na observação participante;
- comunicar com outros utilizadores através do MySpaceIM (*instant message* ou mensagem instantanea);
- registar no diário de pesquisa as acções realizadas e observadas desde 1 de Novembro de 2007 a 17 de Outubro de 2008.

5 - Depois de observar as páginas, houve um contacto com os cibernautas utilizando os diversos serviços, realizei o estudo das páginas dos “amigos virtuais” e procedi à observação das páginas de um modo intensivo com o intuito de recolher os dados dos perfis.

6 - Em seguida, procedeu-se ao tratamento dos dados dos perfis, bem como a recolha das experiências vividas, das mensagens e das informações retiradas do diário de pesquisa.

1.6. ORGANIZAÇÃO DA DISSERTAÇÃO

A Dissertação está dividida em quatro capítulos.

No primeiro capítulo, **Contexto Geral**, é apresentada uma história resumida sobre o aparecimento da comunicação humana desde a pré-história até aos nossos dias, bem como a explicação do que é a comunicação, sendo posteriormente apresentada uma breve introdução teórica sobre a comunicação. Este capítulo tem como objectivo fornecer uma visão abrangente da temática em causa.

No segundo capítulo, **Contexto Específico**, são expostos as questões relativas ao tema em estudo, com o intuito de fornecer o enquadramento indispensável para compreender a investigação. Neste contexto, foi elaborada uma breve história sobre a Internet, sobre a

Internet e o ser humano. Foi abordada a questão das comunidades e do ciberespaço, bem como, as Redes Sociais e finalmente uma breve explicação sobre o que é o MySpace.

O terceiro capítulo, o **Estudo**, refere-se à pesquisa propriamente dita. Neste capítulo é apresentado todo o trabalho de campo obtido, procedente da criação de uma página na Rede Social MySpace. Deste modo, são apresentados os resultados que derivam da observação participante e de todas as acções realizadas e ainda os dados obtidos pelas experiências vivenciadas durante a investigação. Foram descritas as actividades efectuadas pela pesquisadora durante o período em que decorreu o estudo, o modo como comunicou, interagiu e qual o *feedback* que obteve.

No quarto capítulo, **Conclusão**, são expostas e explicadas as conclusões, as limitações, os possíveis caminhos a seguir em futuros estudos.

2. CONTEXTO GERAL

O tema da comunicação é demasiado vasto para que se possa abordar todas as correntes teóricas que permitem compreender os processos comunicacionais e abarcar todas as variáveis relacionadas com este tópico. Torna-se indispensável excluir alguns temas que podem ser igualmente importantes, mas é fundamental definir um enquadramento e uma orientação no mundo da comunicação. Neste sentido foi elaborada uma breve história sobre a comunicação humana, sobre o que é comunicação, e seguidamente foram expostas algumas teorias consideradas relevantes para compreender o processo comunicacional.

2.1. O SER HUMANO COMO SER COMUNICANTE

O ser humano é um ser comunicante e tem a capacidade de transmitir conhecimentos, ensinar e divulgar o que aprendeu de geração em geração através da comunicação, esta aptidão fez com que este se destacasse das restantes espécies. Desde a pré-história que o ser humano sentiu a necessidade de comunicar com o outro, através de desenhos e pinturas feitas nas paredes das cavernas (gravuras rupestres) e nas rochas situadas nas margens dos rios, através das quais transmitia os seus desejos, medos e descrevia as tarefas do seu quotidiano. As gravuras são a primeira invenção da humanidade no domínio da escrita, embora ainda sejam apenas pictogramas (imagens que representam ideias). A humanidade tentou registar os seus pensamentos e ideias usando vários símbolos fónicos ou letras, concebendo assim, a escrita. A invenção da escrita marcou um período decisivo na história da evolução da humanidade. Porém, a escrita foi inventada devido à necessidade de anotar e registar as complexas contas resultantes do comércio, pois, foram as razões económicas que impulsionaram a criação da escrita e não motivos comunicacionais, contudo, a escrita expandiu-se a todos os sectores (Luhmann, 1992).

A primeira escrita que surgiu foi a escrita cuneiforme (signos em forma de cunha) e foi desenvolvida pelos Sumérios na Mesopotâmia, no IV milénio a.C., ou seja, cerca do ano 3.500 a.C. (Aragão, 2003). A escrita é um sistema convencional de símbolos gráficos que o ser humano utiliza para comunicar, mas, a escrita herdou da palavra um conjunto de características que os feiticeiros e sacerdotes encaravam como mágicas, tinha a capacidade de servir de elo de ligação com os deuses ou permitir controlar as forças da natureza. Desde o início que a escrita foi considerada um diálogo com os deuses, como um acto de criação, simbolizava a passagem do caos para a ordem, tinha um carácter sagrado. A escrita é um meio de registar a expressão oral, as histórias, lendas, pensamentos e ideias, que eram antigamente transmitidas oralmente pelos mais velhos às gerações mais novas. A escrita é uma forma de preservar as memórias de um povo, sejam estas a nível histórico, jurídico, político, cultural ou religioso (Alberto Vaz da Silva, Comunicação Pessoal, Curso de Grafologia, 26 de Fevereiro de 2008).

A maioria dos alfabetos actuais derivam do primeiro alfabeto completo, o Fenício ou *Cananeu*, composto por 22 sinais. A palavra alfabeto, provém do latim *Alphabetum*, que deriva das palavras *Alfa* e *Beta*, as duas primeiras letras do alfabeto grego (Aragão, 2003). Posteriormente, os Gregos retomaram o alfabeto fenício e incluíram cinco vogais. Mais tarde, os Romanos adoptaram o alfabeto utilizado pelos gregos e introduziram algumas alterações mais adequadas à sua língua, usando somente letras maiúsculas. Porém, é necessário salientar que o romanos difundiram rapidamente a escrita por toda a Europa através da língua latina e mais tarde, o alfabeto foi expandido por todo o mundo, sendo igualmente adoptado pela igreja católica e pelas universidades a partir do século XIII (Idem).

No entanto, no século XV, Johannes Gensfleisch Gutenberg inventou a tipografia, isto é, concebeu a impressão com caracteres móveis agrupados, sendo a primeira obra impressa, a Bíblia, em 1456 (Freixo, 2006). A imprensa difundiu-se rapidamente por toda a Europa. Este invento veio possibilitar uma maior divulgação de obras escritas, permitindo o acesso mais facilitado à informação, à cultura, dando origem, a uma democratização da cultura. Por outro lado, deu-se a standardização e simplificação das mensagens e suscitou-se a necessidade da aprendizagem da escrita, algo que inicialmente abarcava somente as classes mais abastadas e muitos séculos depois foi alargado à população em geral. A imprensa escrita (jornais, livros e revistas) provocaram mudanças na civilização, na medida em que contribuíram para modificações políticas, económicas e sociais, fomentando a educação e exaltando o

interesse pelos outros e pelo mundo, promovendo igualmente, a circulação de ideias, informação e conseqüentemente, provocando transformações na cultura e nas mentalidades.

Com a evolução da imprensa também os jornais se transformaram, na medida em que a criação da tipografia permitiu que os jornais publicados tivessem uma maior tiragem. A tipografia tornou o processo de impressão mais barato. Foi essencialmente a partir do século XVII que se deu uma evolução mais rápida, dando origem ao aparecimento de jornais por toda a Europa. A imprensa começou a tomar consciência do seu poder (Aragão, 2003). A imprensa sofreu alterações ao longo do tempo e variadas máquinas foram criadas (Fabre, 1966). Neste contexto, a própria imprensa escrita também sofreu modificações, desde a periodicidade, às temáticas, à apresentação das notícias, à qualidade do papel, à introdução de imagens, à utilização da cor, ao *design* e até à extensão geográfica que abarcava.

A propagação e êxito da imprensa influenciou e foi simultaneamente influenciada por diversos acontecimentos, tais como: a Revolução Inglesa, Francesa, Americana e Portuguesa (de 1820, que proporcionou a expansão de jornais em Portugal). De igual modo, o desenvolvimento dos transportes, a alfabetização, a divulgação dos ideais liberais da Revolução Francesa, a Revolução Industrial, os progressos técnicos, a melhoria de condições de vida dos indivíduos e o aperfeiçoamento da tipografia, permitiram a criação de condições propícias ao progresso dos *media*¹. O que significa que a expansão da imprensa e seu desenvolvimento está directamente relacionada com estes factores. Por outro lado, o aumento da curiosidade em relação a certas temáticas deu também origem à consciencialização da existência do espaço público. Neste âmbito, a ascensão da burguesia no século XVIII, fomentou o debate público. Embora, o espaço público tenha surgido inicialmente com os gregos, desenvolveu-se com os romanos, mas foi essencialmente no século XVIII que emergiu o espaço público moderno e os conceitos de espaço público e espaço privado (Sousa, 2003). De acordo com Habermas (citado em Sousa, 2003, p.51), o espaço público corresponde ao local “(...) onde se

¹ Ou *Medium* termo latino muito utilizado devido às obras de McLuhan, na medida em que o pensador usou este vocábulo para designar variadas técnicas de transmissão de mensagens e informação à distância, tais como: o telefone, a rádio, o cartaz, o cinema, a imprensa escrita, a telemática, a televisão e a Internet. Os *media* permitem que os seres humanos se relacionem independentemente da distância espaciotemporal (Rodrigues, 2000).

formam as opiniões e as decisões políticas e onde se legitima o exercício de poder. É o espaço de debate e de uso público da razão argumentativa”. Este espaço público verificava-se inicialmente em locais públicos de debate, como os cafés, salões e clubes, tendo-se deslocado, posteriormente, para a expansão da imprensa, revistas e jornais. Mas, a transferência do debate público acentuou-se, essencialmente, no século XIX com a criação de novos modos e meios de comunicação, como a fotografia (1839); o telefone (1876, concebido por Alexander Bell); o telégrafo (1878, criado por Baudot); a transmissão de ondas de rádio (em 1896 inventado por Marconi), a rádio era também conhecida por TSF ou telefonia sem fios; e o cinema (1895, descoberto pelos irmãos Lumière). Já no início do século XX, realizaram-se as primeiras emissões de televisão (1929), nos anos 40, durante a Segunda Guerra Mundial, surgiram os computadores no Estados Unidos da América. Todavia, foi somente em 1962 que se criou a primeira rede de computadores, a “Arpanet”, “a antecessora da Internet” concebida com propósitos militares. Com este novo *media*, foi fundado um espaço público virtual, o novo *ágora*, e o mundo transformou-se numa “aldeia global”, termo referido por McLuhan no seu livro publicado em 1962 (citado em Sousa, 2003, p. 52).

2.2. A COMUNICAÇÃO

Os seres humanos vivem em sociedade e a comunicação é algo fundamental na vida dos mesmos. Todos aprendemos a comunicar de acordo com os hábitos da sociedade em que estamos inseridos e o modo como comunicamos está relacionado com os processos de aprendizagem. Como tal, cada cultura expressa-se de modos diferentes e o encontro de culturas provoca sempre atrito, mudanças, novas aprendizagens e conseqüentemente, novas formas de comunicar. “O homem não é um ser isolado e precisa de comunicar (...)” (Sousa, 2003, p.14).

Após o século XIX deu-se uma transformação profunda a nível cultural, político, social, a nível das relações entre as populações. A sociedade actual está cada vez mais organizada em função dos mecanismos de informação e de desenvolvimento, existindo um contacto permanente entre países, dando origem a alterações na forma de agir e pensar e ao nível dos estilos de vida. O facto de estarmos em contacto constante com notícias de todo o planeta proporciona uma mudança de atitude perante o mundo, na

medida em que existe uma visão mais alargada das questões, o que significa que não estamos limitados à nossa cidade ou país (Rodrigues, 1999).

Deste modo, o que é que significa comunicar? “(...) *Comunicar significa essencialmente transmitir sentidos, casuais ou intencionais (...)*” (Santos, 2001, p.12).

Adriano Rodrigues define comunicação como: a relação entre os seres humanos quer face-a-face, quer à distância, utilizando diversas modalidades de suporte. É na relação comunicacional que uma autêntica comunidade de pessoas dotadas de uma identidade comum se constitui, se fundamenta, se alimenta e se restabelece “(...) *a comunicação é partilha de uma mesma experiência de vida por parte de pessoas que se reconhecem reciprocamente como detentores de uma identidade comum. A comunicação estabelece uma relação entre um locutor que se assume como eu e alguém que é, ao mesmo tempo, um tu para o locutor e um eu para si próprio*” (Rodrigues, 2000, p.29).

A comunicação é um processo que permite ao ser humano estabelecer trocas de informação através de diversos métodos. Para que a comunicação se processe é necessário que o emissor e o receptor usem uma linguagem comum e que a compreendam, fazendo utilizar linguagens diversas: verbal, escrita, corporal, gestual e tons de voz. A comunicação é transmissão de informação a três níveis de acordo com a Semiótica:

- a nível da sintaxe (estuda as relações entre os signos);
- a nível da pragmática (relações entre os signos e os seus utilizadores);
- a nível da semântica (estuda o significado dos signos).

Portanto, é uma espécie de interação social onde se interage, partilhando um conjunto de sinais e regras da semiótica (Sousa, 2003), é um processo de troca que se baseia na sociabilidade e que por sua vez gera laços sociais. E é mediatizada por símbolos que foram criados ao longo dos séculos por gerações sucessivas, desde gestos, à linguagem corporal inconsciente, passando pelo vestuário e pela arte. Estes são alguns dos símbolos que integram a comunicação humana (Rodrigues, 1999).

Os processos de comunicação implicam a existência de valores, que por sua vez colocam em evidência as opções, preferências, aspirações, emoções (amor, ódio, carinho, inveja), projectos e estratégias relativas à interação comunicacional, tendo em consideração o espaço cultural. No processo comunicativo os intervenientes são simultaneamente emissores e receptores de mensagens (Idem).

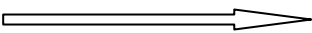
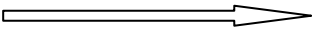
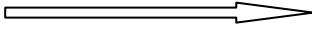
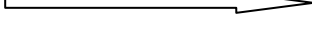
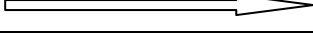
O processo comunicacional abrange variadas acções como: exprimir sentimentos, conversar, responder, ouvir, escrever. Baseia-se no princípio de respeito mútuo e na

ideia de ascensão social ou num aumento da rede de contactos e de “amigos”. Os indivíduos comunicam para satisfazer necessidades da sua vida pessoal e de trabalho, porque todos nós queremos ser entendidos, apreciados, desejados e ouvidos. Comunicar é transmitir e trocar pensamentos, conhecimentos e experiências.

Para que não exista confusão entre comunicação e informação considereei pertinente estabelecer a diferença entre ambas. Enquanto que a informação pertence à esfera da transmissão de dados entre o emissor e o receptor, sendo independente da experiência de ambos, como por exemplo informação sobre o estado do tempo. Todavia, a comunicação exige uma relação subjectiva baseada na experiência e nas escolhas que realizamos ao nível de sentimentos, conhecimentos, interesses, experiências individuais e colectivas (Ibidem).

Os estudos sobre a comunicação têm uma grande diversidade de orientações provenientes de inúmeras disciplinas, dando origem a uma complexidade de problemas e de teorias antagónicas. De modo a tornar inteligível o acto comunicativo, os estudiosos desenvolveram vários modelos de processos comunicacionais. Dos quais irei destacar dois modelos: o modelo concebido no século IV a.C. pelo filósofo Aristóteles, na obra “Arte Retórica”, sendo o primeiro modelo histórico da comunicação, no qual o autor considerava que para compreender e estudar a retórica existiam três aspectos essenciais: o emissor, a mensagem e o receptor. Este paradigma foi a fonte de inspiração dos modelos de comunicação criados posteriormente. Em seguida, irei apresentar outro modelo, o segundo modelo do processo da comunicação, este foi elaborado por Harold Lasswell, em 1948, o qual afirmava que era necessário responder a cinco questões para descrever e compreender o acto de comunicação de massas:

Tabela 1 – Modelo de Lasswell

Quem?		Comunicador
Diz o quê?		Mensagem
Por que canal?		Meio
A quem?		Receptor
Com que efeitos?		Efeito

Neste processo existe um emissor activo e um receptor passivo que reage a estímulos. Toda a comunicação é intencional e destina-se a obter efeitos no receptor, manipular o

receptor. Este modelo descreve a comunicação mediada através dos *media* ou *mass media*². A comunicação é linear, sendo sempre iniciada pelo emissor, mas o receptor é o único que está sujeito aos efeitos provocados pela mensagem. Este paradigma marcou a transição entre as primeiras teorias da comunicação (Fiske, 1999; Wolf, 1995).

Denis McQuail e Sven Windahl criticaram este modelo porque consideraram ser difícil compreender o efeito provocado no receptor sem estudar todo o processo comunicativo. Os mesmos autores criticam também o facto de o paradigma não conceber a existência de feedback, nem de interactividade (Santos, 2001).

Lasswell ao propor este modelo visava organizar a vasta complexidade de estudos comunicacionais e seus problemas. O autor tinha o intuito de organizar a totalidade das questões no domínio da análise de conteúdo das mensagens da comunicação de massa e o estudo dos seus efeitos no público (Poster, 2000).

2.3. TEORIAS SOBRE A COMUNICAÇÃO

Diversos investigadores desenvolveram estudos sobre o tema da comunicação, dando origem a variadas escolas do pensamento comunicacional, as quais teorizaram sobre as múltiplas temáticas que envolvem o pensamento comunicacional, como por exemplo a análise do impacto dos *media* sobre a sociedade e sobre as diferentes culturas.

É fundamental lembrar que algumas teorias expostas surgiram no mesmo período, o que significa que não são apresentadas por ordem cronológica. As escolas presentes nesta investigação foram seleccionadas por serem representativas das correntes mais importantes.

2.3.1. ESCOLA CANADIANA

A Escola Canadiana surgiu nos anos 50, os pensadores desta corrente centraram a sua investigação nos efeitos dos meios de comunicação enquanto tecnologia, dos quais

² Expressão utilizada para designar meios considerados industriais, como a rádio, televisão e os jornais, visto que difundem as mensagens a um público muito vasto, a “massa” anónima (Rodrigues A. D., 2000).

pode-se salientar o contributo de alguns teóricos como: Harold Innis e Marshall McLuhan. Sendo McLuhan o teórico que defendeu “(...) que a influência dos *media* sobre a sociedade e a civilização é globalmente positiva” (citado em Sousa, 2003, p.132).

Para a Escola Canadiana, os meios de comunicação tinham grande influência na história da humanidade e esta era extremamente positiva, ao contrário da opinião expressa por outras teorias como a “teoria das balas mágicas”³ e as “teorias críticas”⁴ (Santos, 2001). O pensador Innis entendia que os jornais alteravam a concepção de tempo e espaço, devido à exigência de que as notícias fossem rapidamente difundidas. Para este autor cada meio de comunicação podia privilegiar o tempo ou o espaço, o que queria dizer, e que o surgimento de um novo *media* dava origem a alterações na noção do espaço e tempo. Antigamente, os registos inscritos nos templos divulgavam informação e tinham como objectivo a durabilidade temporal, mas não se podiam transportar, assim, privilegiavam o tempo, porque eram resistentes ao tempo, mas ignoravam o espaço. Em contrapartida, o papel privilegiava o espaço, mas ignorava o tempo, pois era facilmente destruído. O autor salientou ainda que a utilização de determinado meio de comunicação visava uma organização diferente da sociedade, o que significava que, cada vez que se inventava um *media* novo, a sociedade transformava-se. Para Innis “(...) a comunicação era não apenas o motor do desenvolvimento económico, era também o motor da própria história” (citado em Sousa, 2003, p.132). O pesquisador alegou que “(...) eram os meios de comunicação que estavam por detrás de grandes transformações na História, da organização das civilizações e das próprias relações humanas” (citado em Santos, 2001, p.79). O mesmo cientista defendeu que com a oralidade havia um contacto interpessoal que incidia sobre o recurso aos sentidos e à memória; quando apareceu a escrita, houve o domínio da visão e a monopolização do saber; com a invenção da tipografia emergiram os nacionalismos, deu-se a unificação dos conteúdos e a massificação; contudo, a rádio e a televisão surgiram e houve o retorno da oralidade, por sua vez, esta recriou a participação democrática (Sousa, 2003).

³ Foi a primeira teoria de comunicação de massas, baseada na propaganda realizada na Primeira Guerra Mundial, centrada na noção de que o processo de comunicação de massas era semelhante ao que acontecia num campo de tiro, bastava atingir o alvo para este cair, ou seja, os pensadores asseguravam que os indivíduos eram manipulados, e não conseguiam resistir, a comunicação de massas era onnipotente (Rodrigues, 2000).

⁴ As “teorias críticas” são as teorias seguidas pela escola de Frankfurt e Habermas (Rodrigues, 2000).

Seguindo a mesma linha de raciocínio, McLuhan, outro pensador proeminente desta corrente, dividiu a história da humanidade em etapas, tendo em conta o impacto de um determinado meio de comunicação no ser humano. O investigador apresentou as seguintes fases:

- A primeira fase foi marcada pela cultura oral e pelo tribalismo. O autor referiu que a palavra era o meio mais completo para comunicar, pois envolvia vários sentidos, para além do facto deste tipo de comunicação ser pessoal e implicava também a presença física do emissor e do receptor, era uma comunicação colectiva. Com a invenção da escrita a sociedade transformou-se, estabelecendo condições favoráveis para o surgimento de civilizações e de entidades territoriais, estimulando o individualismo;
- A segunda fase é denominada por “Galáxia Gutenberg”, na qual o homem foi retirado do paraíso tribal, isto é, de acordo com o autor, a comunicação escrita destruiu o paraíso tribal. A escrita provocou alterações, na medida em que, passou a ser uma comunicação impessoal, individual e solitária, visto que ler uma mensagem não implica a presença física do emissor. Com a escrita privilegiou-se a visão, como tal, deixou de haver um envolvimento de todos os sentidos no acto de comunicação. Nesta fase emergiu a tipografia que conduziu à massificação e ao aparecimento de nacionalismos;
- A terceira fase, que corresponde à comunicação electrónica global, a chamada “Galáxia Marconi”, representa o regresso da oralidade, onde o ser humano se reúne numa “tribo planetária”, que apesar de se localizar em lugares e países distintos, espalhados pelo mundo, se transformou em “aldeia global”. Esta fase apresenta o aparecimento da rádio e da televisão que facultaram a restabelecimento do paraíso outrora perdido e viabilizou a retribalização (Sousa, 2003; Santos, 2001). O mesmo autor, analisou os meios de comunicação inventados pelo ser humano e sustentou que estes representavam extensões dos nossos sentidos e funções, alterando a relação com o mundo que nos rodeia. Para o autor, a roda apareceu como uma extensão do pé, a escrita como uma extensão da vista, o vestuário surgiu como extensão da pele e os circuitos eléctricos como extensão do sistema nervoso central. Portanto, McLuhan via a tecnologia como uma extensão do corpo humano (McLuhan, 2008).

Para Hall “No other species even approaches man in the elaboration of evolution by extension (...) man is unique...”(Hall, 1976, p.26). O autor defendia que “Man has dominated the earth because his extensions (...) have a way of taking over” (Hall, 1976, p.38). O mesmo autor considerava que “*Today, however, man is constantly interacting with strangers, because his extensions have both widened his range and caused his*

world to shrink. It is therefore necessary for man to transcend his own culture (...)” (Hall, 1976, pp. 54-55).

2.3.2. ESCOLA DE CHICAGO

A Escola de Chicago foi fundada após a Primeira Guerra Mundial e realizou investigações sobre os processos de massificação provocados pela imprensa (estudo realizado por Charles Cooley). Outro autor que marcou esta corrente foi George Mead, que considerava que o indivíduo constituía-se através da comunicação interpessoal e afirmava que as pessoas eram produtos e produtores de cultura e da sociedade. Para além disso, entendia que as interacções entre os indivíduos e os papéis sociais que desempenhavam na sociedade permitiam que cada um interiorizasse o que aprendeu e estas percepções no seu ponto de vista “formavam a personalidade”. Mead desenvolveu o interaccionismo simbólico, no qual defendia que a sociedade e a civilização dependiam das interacções comunicacionais entre os diversos indivíduos, a própria coesão social e o elo entre os membros da sociedade também dependiam da interacção comunicacional. Os teóricos da Escola de Chicago sustentavam que os *media* não só difundiam mensagens como também forneciam enquadramentos de interpretação das mesmas. Isto é, a comunicação baseava-se num processo de socialização. A comunicação transmitia valores, costumes, normas sociais e culturais, informações e atitudes, estabelecendo condições propícias para que os indivíduos vivessem em sociedade (Sousa, 2003).

De acordo com Erving Goffman, os indivíduos encenavam papéis sociais tendo em conta as normas culturais e sociais de modo a valorizarem a sua imagem. Ou seja, as interacções sociais derivavam da “performance” das pessoas, “(...) *as identidades são reproduzidas num contexto da comunicação (...)*”, de igual modo “(...) *a ideologia e a cultura também se reproduzem dentro do mesmo contexto.*” Assim, “(...) *as práticas de comunicação interpessoal contribuem para a manutenção da sociedade*” (citado em Sousa, 2003, p. 121). Goffman apresentou a observação participante como método de estudo comunicacional e sociocultural. Este método contemplava a envolvimento do observador no espaço observado, com o objectivo de interpretar e anotar os processos, normas, valores, entre outros.

Anthony Giddens fundou “a teoria da estruturação”, na qual garantia que a acção humana e a estrutura social se relacionavam e que a acção repetida das pessoas reproduzia a estrutura, como tal, para “(...) *analisar o macro, tem de se descer ao micro (...)*”, o que significava que os seres humanos com a sua acção contínua moldavam a sociedade e reproduziam a estrutura social, *mas “(...) a sociedade afecta as pessoas e organiza os seus modos de vida (...)*” (citado em Sousa, 2003, pp.121-122). O mesmo autor considerava ainda que nas sociedades actuais “ (...) os papéis sociais não estavam claramente definidos, ao contrário do que ocorria nas sociedades tradicionais.” Sendo assim, o indivíduo tinha que construir “o seu próprio” *self* (Idem).

Mais tarde, foi desenvolvida a “*teoria das múltiplas mediações*”, que apresenta vários factores de mediação, na medida em que os meios de comunicação não são os únicos a influenciar os indivíduos, existe também a família, a escola e grupos distintos que estão presentes nas sociedades. Outras investigações foram realizadas com o intuito de verificar como cada receptor descodifica as mensagens, como atribui significados e como utiliza os *media*. Em contrapartida, as correntes da sociologia interpretativa consideravam que a sociedade era uma teia complexa de grupos diversificados, os quais criavam os seus próprios universos simbólicos, sendo a comunicação interpessoal predominante. De acordo com os analistas desta corrente “(...) os meios de comunicação social têm, frequentemente, uma influência directa sobre as pessoas e o meio social” (citado em Sousa, 2003, p. 123). Esta teoria influenciou várias teorias actuais como a “teoria do agenda-setting”, concebida por Malcom McCombs e Donald Shaw em 1972. Para esta nova teoria os *media* “(...) têm a capacidade de agendar temas que são objecto de debate público em cada momento” (citado em Sousa, 2003, p. 153). Isto significa que os meios de comunicação introduzem os temas que devem ser debatidos e dizem quais as questões sobre as quais devemos ter opiniões (Santos, 2001; Sousa, 2003). Portanto, quanto mais for a atenção atribuída a um determinado assunto, maior será a interesse dado pela opinião pública, como por exemplo nos casos de Timor, do Tsunami, do Apito Dourado, do caso Maddie, entre outros.

2.3.3. ESCOLA DE FRANKFURT

A Escola de Frankfurt foi criada com base no Instituto de Investigação Social de Frankfurt, fundado em 1923 e teve como membros investigadores: o director Max Horkheimer, Theodor Adorno, Leo Lowenthal, Herbert Marcuse, W. Benjamin, entre outros. Esta corrente tentou provar que os produtos culturais criavam, recriavam, reproduziam e mantinham a ideologia dominante numa sociedade e a estrutura da própria sociedade (Santos, 2001).

Para Held, os meios de comunicação social eram elementos da cultura e considerava a cultura integrada no meio social em que era gerada (Sousa, 2003).

Adorno e Horkheimer publicaram um artigo, em 1942, intitulado “Dialéctica do Iluminismo” (*Dialectic of Enlightenment*), no qual renomeavam a cultura de massas como “indústria cultural” que tinha como objectivo primordial vender mercadoria e produtos culturais. Os dois teóricos afirmavam que a indústria cultural construía mitos, dos quais destacaram o mito da individualidade, visto que, de acordo com estes pensadores, o indivíduo não se diferenciava, era cada vez mais semelhante aos outros indivíduos e defendiam que os indivíduos tendiam a aderir acriticamente a valores que eram impostos pela indústria cultural. O que significava que as pessoas deixavam de ser criadores da cultura e eram manipuladas, para além disso, as pessoas perdiam o poder de decisão, já que a indústria cultural geria as necessidades do indivíduo. De acordo com Horkheimer “(...) *divertir-se significava não dever pensar (...) render-se à cultura de massas, suprimindo qualquer ideia de resistência à fantasia criada pela indústria cultural*” e julgava que a cultura produzida era uma cultura estandardizada, estereotipada e sem qualidade (citado em Santos, 2001, p. 53; Sousa, 2003; Wolf, 1995).

Segundo Marcuse, a tecnologia era como um sistema de dominação, pois unia forças opostas e anulava as reivindicações em relação à liberdade (Marcuse, 1985). Para os autores que formavam esta corrente, os *media* tinham mais influência socializadora do que a escola, a religião e a família e afirmavam que os bens culturais eram transformados através da indústria cultural em mercadoria (Sousa, 2003).

Por seu lado, Jurgen Habermas explicava que os produtos culturais apresentavam uma cultura sem criatividade, homogeneizada e com baixa qualidade. Este autor concebeu a “*teoria da acção comunicativa*”, que consistia na troca de argumentos, estes intercâmbios linguísticos permitiam negociar e perceber visões e valores em relação

ao mundo que nos rodeia e aos outros (Habermas, 1997). A troca regular de argumentos criava a construção de um espaço público, porém, o poder económico fez com que alguns interesses que se encontravam na “esfera privada” se tornassem públicos. De igual modo, o próprio espaço público dividiu-se em múltiplos espaços públicos mediados pelos *media*, dando azo a muitos conflitos. O cidadão culto dos estados liberais do século XIX, deu origem ao contribuinte e consumidor. Na opinião deste autor a acção comunicativa estava no “cerne” da sociedade, visto que permitia a compreensão entre os intervenientes (Habermas, 1984).

Surgiram algumas críticas em relação às teorias desta escola. A primeira crítica referia-se ao facto dos pensadores considerarem a indústria cultural como homogénea mas, na verdade, esta era heterogénea. A segunda crítica baseava-se na ideia de considerarem os indivíduos como consumidores acríticos, o que não correspondia à realidade porque os *media* não tinham um poder onipotente. Para além disso, os próprios investigadores eram também influenciados pelos *media*, o denominado “efeito da terceira pessoa” (teoria fundada por Davison, que consistia no facto de pensarmos que os *media* afectam mais os outros do que a nós). Os críticos desta corrente distinguiam ainda o facto dos bens culturais desde os primórdios serem transformados em mercadorias, como o caso dos objectos de arte que eram trocados ou vendidos (Sousa, 2003).

A Escola de Frankfurt foi posteriormente identificada com a “teoria crítica”, devido ao facto dos seguidores desta corrente terem emigrado essencialmente para os Estados Unidos da América quando a escola foi fechada durante o período nazi. Estes investigadores retomaram os seus estudos nos países de acolhimento, com temáticas como a cultura industrial, o autoritarismo, a transformação dos conflitos sociais nas sociedades industrializadas, os efeitos dos *mass media*, entre outros.

2.3.4. ESCOLA EVOLUCIONISTA-PROGRESSISTA E TECNO-OPTIMISMO

A Escola Evolucionista tem como seguidores alguns pensadores conhecidos, dos quais posso destacar Alvin Toffler e Negroponte.

Toffler explicou a evolução da humanidade em três vagas, que passarei a explicar:

- a primeira vaga correspondia à fase da revolução agrícola, onde a comunicação era realizada no seio da comunidade, entre os membros da família, isto é, em grupos, a primeira fase estava relacionada com os valores da terra;
- a segunda vaga era relativa à revolução industrial, final do século XVIII, que possibilitou o desenvolvimento dos *media*, unidireccionais, levando à padronização e massificação da sociedade;
- a terceira vaga, implicava uma mudança na estrutura da sociedade, esta vaga baseava-se no crescimento económico e no surgimento de novos meios de comunicação, desencadeando um processo de desmassificações dos *media* e uma segmentação desses *media*, pois, cada indivíduo podia criar os seus próprios vídeos, os seus jornais, os *self-media*. O autor declarou que na sociedade pós-moderna, a cultura tornava-se mais democrática, principalmente a nível social e político. Os novos *media* facilitavam o acesso à informação, permitiam mais opções de escolha a nível de consumo de produtos culturais. As diversas vagas provocaram transformações na sociedade, o *Homo Faber*, foi substituído pelo *Homo Economicus*, que por sua vez deu lugar ao *Homo Communicator*. A nova fonte de riqueza passou a ser o conhecimento, a informação, visto que, informação é poder (Toffler, 1984).

Negroponte destacou as potencialidades criadas pela Internet, como a oportunidade de acesso a informação actualizada (Negroponte, 1996). Os teóricos desta corrente salientaram ainda que os *media* permitiram com que fenómenos políticos adquirissem um carácter universal (como por exemplo a eleição de Barack Obama, o actual presidente dos Estados Unidos da América), tornando-se um fenómeno local em global.

2.3.5. INTERNET, MUDANÇAS SOCIAIS E COMUNICAÇÃO SEGUNDO MANUEL CASTELLS

O investigador Castells realizou pesquisas baseadas nas relações de poder e mudanças sociais, sendo que presentemente se preocupa em estudar a comunicação, relegando para segundo plano os *média*. Pois, considera que estes são uma subespécie das comunicações que inclui todas as formas de comunicação (Rantanen, s.d.).

Este autor confessa que o ponto de partida do seu estudo “(...) *não é a globalização, mas a sociedade em rede e o seu efeito de globalização. A sociedade em rede mudou*

profundamente o modo como as organizações e os indivíduos interagem entre si. Para Castells, a globalização não é um conceito analítico, mas uma consequência da sociedade global em rede” (Idem, p. 143).

Segundo Castells estamos actualmente a caminhar para uma integração de todos os tipos de média e comunicações, os quais estão profundamente interligadas. O teórico acredita ainda que é impossível escrever acerca de qualquer forma de comunicação sem existir uma referência à tecnologia. Já que os meios de comunicação e as tecnologias estão intimamente ligados (Ibidem).

O aparecimento da Internet como novo meio de comunicação originou uma forte polémica relativa ao surgimento de padrões recentes de interacção social. Por outro lado, a formação de comunidades virtuais, fundadas sobretudo na comunicação *on-line*, foi entendida como o culminar de um processo de separação entre localidade e sociabilidade na formação da comunidade. Com este meio emergiram novos modelos de relações sociais que alteraram formas de interacção humana outrora limitada territorialmente. A Internet foi projectada propositadamente de modo a possibilitar uma tecnologia de comunicação livre devido, essencialmente, a questões históricas e culturais (Castells, 2004).

A Internet é também uma rede de comunicação global, mas os usos da Internet e a sua realidade em contínua evolução são o produto da acção humana, perante condições específicas de uma história diferenciada, é um meio que permite a comunicação de muitos para muitos, numa escala planetária (Ibidem).

Castells considera que “(...) *como a actividade humana está baseada na comunicação e a Internet transforma o modo como comunicamos, as nossas vidas vêm-se profundamente afectadas por esta tecnologia de comunicação”*(Castells, 2004, p. 19).

Actualmente “(...) *a nossa sociedade é hoje uma sociedade onde a televisão e a Internet representam um factor de mudança nas nossas vidas, através de partilha de um mesmo ambiente informativo (...)*” (Cardoso, 2006, p. 182). As utilizações da Internet são essencialmente instrumentais e estão estritamente ligadas ao trabalho, à família e à vida quotidiana dos internautas. Assim se verifica que a actividade social em toda a sua multiplicidade apropriou-se da Internet (Castells, 2004).

A realidade parece indicar que a maioria dos utilizadores da comunicação mediada por computador criam as suas próprias identidades *on-line* coerentes com as suas identidades *offline* (Baym citado em Castells, 2004).

O investigador explica que “a Internet parece ter um efeito positivo na interacção social e tende a aumentar o grau de exposição a outras fontes de informação” (Castells, 2004, p. 151).

De igual modo, Castells afirma que “os impactos positivos do uso do correio electrónico sobre a sociabilidade são mais importantes para a interacção com os amigos que com os familiares e possuem especial relevância para a comunicação com amigos ou familiares que residem longe. As pessoas com um nível educativo mais elevado parecem mais inclinadas a comunicar a longa distância com os seus amigos que os demais” (Idem, pp. 151-152).

Castells (2004) refere que Berry e Wellman realizaram um estudo que parece indicar que a Internet é um meio eficiente para manter os laços sociais débeis, que de outro modo se perderiam. Em determinadas condições, este meio pode, por sua vez, criar novos tipos de laços débeis, na medida em que raramente constroem relações pessoais duradouras. Os utilizadores ligam-se e desligam-se da rede, porque alteram os seus valores. De igual modo, os utilizadores podem ainda mudar de amigos *on-line* sempre que desejarem e podem ocultar a sua verdadeira identidade. Porém, embora as ligações específicas não sejam duradouras, o fluxo perdura e muitos cibernautas utilizam a rede como mais uma manifestação cultural.

Mas a função mais relevante da Internet na reestruturação das relações sociais é o seu contributo para o novo modelo de sociabilidade, baseado no individualismo. A Internet não concebe um modelo de individualismo em rede, mas a expansão da mesma promove o suporte material adequado para a difusão do individualismo em rede como forma dominante da sociedade (Ibidem).

Os utilizadores criam as suas redes, *on-line* e *offline*, baseando-se nos seus interesses, valores, afinidades e projectos. A Internet desempenha um papel cada vez mais importante na organização social devido ao poder da comunicação e deste modo, a Internet converteu-se na componente indispensável de movimentos sociais que estão a surgir na sociedade de rede. Já que estes movimentos sociais da era da informação mobilizaram-se essencialmente em torno de valores culturais. Alguns movimentos sociais como os nacionalistas e religiosos adquirem, neste contexto, um novo significado. Os movimentos culturais se constroem em torno de sistemas de comunicação como a Internet e outros meios de comunicação, porque esta é a principal via que os mesmos encontram para partilha de valores. Deste modo, os movimentos sociais na sociedade de rede preenchem o vazio deixado pela crise das instituições da

era industrial. A Internet é um local de expressão e organização de manifestações diversas ligadas a certos movimentos, como por exemplo o movimento antiglobalização ou o movimento em prol dos direitos humanos (Ibidem).

De acordo com esta entrevista concedida por Castells, este declara que a “comunicação é central nos movimentos sociais, porque os actores sociais precisam de comunicar com a sociedade para induzirem a mobilização numa larga escala. Novas tecnologias de comunicação aumentam a capacidade que os actores sociais têm para comunicar automaticamente, evitando os meios de comunicação de massas ou agindo nos meios de comunicação de massas. O aparecimento do que eu chamo *mass self-communication* (a Internet, redes sem fios) é um factor novo que está a transformar a história dos movimentos sociais” (Qiu, 2008, pp. 4-5).

Assim, “a Internet constitui a base material para que os movimentos se mobilizem para a construção de uma nova sociedade (...)” convertendo-se “(...) numa alavanca de transformação social”(Castells, 2004, pp. 173-174). Porém, “(...) proporciona em princípio, um canal de comunicação horizontal, não controlado e relativamente económico, de um para um e de um para muitos” (Idem, p. 189). Contudo, Castells explica que “(...) a Internet não é um instrumento de liberdade, nem é uma arma para exercer o domínio unilateral (...) a liberdade nunca é algo que é oferecido. Requer uma luta constante; é a capacidade para redefinir a autonomia a pôr em prática a democracia em todos os contextos sociais e tecnológicos. A Internet oferece um potencial extraordinário para a expressão dos direitos do cidadão e para a comunicação dos valores humanos”. Para além disso “(...) põe em contacto as pessoas na ágora pública, permitindo-lhes expressar as suas preocupações e partilhar as suas esperanças” (Ibidem, p. 197).

Pode-se então verificar que de acordo com este autor “o tipo de comunicação que prospera na Internet é o que está relacionado com a liberdade de expressão (...) a emissão livre de mensagens, a interacção inesperada, a comunicação orientada para um fim determinado e a criação colectiva (...)” (Ibidem, p. 237).

Depois de apresentar as teorias da comunicação abordarei no capítulo seguinte os temas específicos relacionados com o estudo.

3. CONTEXTO ESPECÍFICO

Neste capítulo, os temas abordados centram-se nas questões específicas do estudo, ou seja, centralizam-se no problema ao qual a presente dissertação de mestrado se dedica. Neste contexto, são abordadas três itens. Em primeiro lugar, há uma breve explicação sobre a história da Internet, aborda-se o tema das Relações sobre a Internet e o Ser Humano. Em segundo lugar desenvolve-se o conteúdo sobre as comunidades e o ciberespaço. E finalmente aborda-se a temática das Redes Sociais em geral e do MySpace em particular, procurando explicar o que é o MySpace.

3.1. A HISTÓRIA DA INTERNET

Na realidade o que é a Internet? A Internet é um conjunto de redes, onde os computadores comunicam entre si, utilizando uma linguagem própria, ou seja, um protocolo, este é uma forma estandardizada de trocar informações. A Internet contém diferentes aplicações como a *Web*, o correio electrónico, os grupos de discussão, os *blogs*, os *chats*, entre outros (Querido, 2004).

Em 1946 surgiu ENIAC (*Electronic Numerical Integrator Analogic Computer*), o primeiro computador situava-se na Universidade da Pensilvânia, ocupava 92 m², tinha 6.000 interruptores, pesava 30 toneladas (Spicer & Bell, 2006; Morais & Pereira, 2005). A ideia de computadores ligados em rede foi divulgada por Vannevar Bush, em 1945, após a Segunda Guerra Mundial, no artigo “as we may think”, no qual imaginava uma máquina que permitia transmitir e armazenar à distância resultados de estudos científicos, isto é, por via electrónica. Bush architectava a ideia de um Memex (*Memory Extended*) e descreveu pela primeira vez aquilo que mais tarde se iria denominar por Internet (Gaspar, 2005; Morais & Pereira, 2005).

Durante o período da Guerra Fria, os Estados Unidos da América tentavam ser superiores em relação à União Soviética, essencialmente a nível tecnológico e militar. Foi neste clima de tensão, que Paul Baran projectou em 1962 um sistema de comunicações em rede, com o objectivo de permanecer operacional em caso de existir um ataque nuclear, utilizando um sistema de comunicações militares em rede, deixando de existir um sistema hierarquizado. Deste modo, já não haveria um centro, todos os

pontos teriam a mesma capacidade. Para além disso, Baran inventou também o *Packet Switching* ou comutação de pacotes, no qual a mensagem poderia determinar o percurso a seguir, não tendo de passar inevitavelmente sempre pelo mesmo local, o que possibilitava uma variedade de opções de acesso ao destino, em caso de destruição de alguma parte do sistema, caso existisse uma guerra nuclear. No entanto, o Pentágono recusou este projecto (Gaspar, 2005; Spicer & Bell, 2006).

Nesta etapa experimental, quatro universidades americanas foram conectadas entre si através de computadores ligados em rede, a Universidade de Santa Bárbara, Califórnia, Standford e Utah, dando origem à *Arpanet*. Este foi o “clique mágico” que em 1969 marcou o primeiro passo de um projecto fantástico, a criação de uma inovação tecnológica que actualmente se conhece como Internet. Embora a pesquisa elaborada pela *Arpanet* tenha sido financiada pelos militares, o projecto evoluiu num âmbito mais científico. O investigador Paul Baran, já referido anteriormente, concebeu com o seu projecto os princípios básicos da Internet, baseados no facto de os computadores estarem ligados em rede, num sistema aberto, sem hierarquia. Baran contribuiu assim, para uma transformação a nível tecnológico e, posteriormente, a nível cultural e comunicacional, fornecendo as “sementes da mutação” da sociedade, não só na forma como esta se organiza em termos de informação, como a nível comunicacional (Gaspar, 2005; Querido, 2004).

Dois anos mais tarde, Ray Tomlinson enviou o primeiro *email*⁵ ou correio electrónico, que incluía a capacidade de enviar e ler mensagens (Morais & Pereira, 2005).

Em 1972, o projecto *Arpanet* é apresentado pelos Estados Unidos da América ao mundo, começando a conceber-se a ideia de uma rede internacional. É neste contexto que emerge a palavra “Internet”, que resulta de uma contracção de “*Internacional Networking*” (Gaspar, 2005).

Um ano mais tarde, Vicent Cerf e Bob Khan, estabelecem a primeira ligação internacional da *Arpanet*, emergindo Protocolo TCP (*Transmission Control Protocol*). Simultaneamente, Bob Metcalfe criou a rede *Ethernet, hardware*, é um cabo coaxial, usado hoje em redes locais, permite mover dados de um computador para outro em velocidade elevada. Vincent Cerf declarou que “(...) a Internet espalhar-se-á ainda mais, começando a tornar-se na infra-estrutura de comunicação para praticamente tudo.

⁵ É o envio e recepção de mensagens electrónicas através de um programa apropriado (Enciclopedia Verbo, 1998, p.21).

Deixará de ser uma parte da rede telefónica. A rede telefónica tornar-se-á uma parte da Net” (Querido, 2004).

Em 1975 surge o primeiro computador pessoal, “Altair”, que ainda não tinha teclado.

Dois anos mais tarde, surge a especificação do *email*, passando o protocolo TCP também para IP (*Transmission Control Protocol / Internet protocol*), este protocolo permite que os computadores comuniquem entre si (Morais & Pereira, 2005).

Em 1979 surgem as primeiras salas de conversação ou *chat* (Querido, 2004).

Porém, em 1988, surge o primeiro vírus “worm” que atacou seis milhões de computadores (Idem).

No início dos anos 90 a *Arpanet* deixa de existir. Todavia, em 1991 é lançada a WWW (*World Wide Web*, significa rede mundial), criada por Tim Berners Lee, este programa foi concebido para melhorar a comunicação entre cientistas na Europa que pertenciam ao *Centre d’investigation et Recherche Nucléaire* (CERN), facilitando e simplificando a visualização da informação. Este programa criou um sistema de visualização de informação para a Internet baseada no hipertexto. No entanto, possibilitou a massificação da Internet, tornando-a num fenómeno global. Quatro anos mais tarde a WWW expandiu-se, emergindo os primeiros fornecedores de acesso ou *sites* de busca da Internet como a “AOL”, o “Yahoo!” (Gaspar, 2005) .

Em 1992 o programa *Mosaic* revolucionou a rede, pois com esta inovação apareceu a capacidade de realizar pesquisas na WWW.

Foi neste período que a Internet atingiu as “massas” através de motores de busca que facilitaram o acesso à informação que se encontrava dispersa na Internet, permitindo uma pesquisa mais rápida e fácil, dando como exemplos de motores de busca o “Yahoo!” (1994), “Google” (1996) e o português “Sapo” (1995). Entretanto em 1995, a CompuServe e a AOL passam de acessos privados a operadores da Internet (Querido, 2004).

Posteriormente, em 1996 aparecem os *browsers*⁶ e dois anos mais tarde o comércio electrónico (*e-commerce*) começa a progredir. O Google é lançado, sendo também

⁶ Aplicações que acedem aos computadores onde a informação está armazenada (servidores), estas aplicações lêem o conteúdo de ficheiros HTML (*Hypertext Markup Language*) e compõem-nos de forma legível no ecrã do computador do utilizador. Exemplo Internet Explorer (Rocha, 2003, p.97). Por outro lado, o HTML é uma linguagem de codificação utilizada para criar documentos de hipertexto portáteis, que possam ser utilizados em diversas plataformas (Idem, pp.213-214).

criado em Portugal o portal SAPO (Serviço de Apontadores Portugueses), fundado por um grupo de universitários portugueses da Universidade de Aveiro em 1995 (Morais & Pereira, 2005).

No século XXI surgiram os primeiros ataques de “hackers” a *websites*⁷ de grandes empresas como: *eBay, Yahoo!, Amazon* (Querido, 2004).

Os *blogues* surgiram como uma nova forma de estar presente da rede (Idem). Os *blogues* são *sites* que costumam abordar certas temáticas, geralmente estão organizados cronologicamente, contêm comentários e notícias, entre outros. Estes podem ser escritos por uma ou mais pessoas, podendo permitir a interactividade.

3.2. AS RELAÇÕES SOBRE A INTERNET E O SER HUMANO

A vida do ser humano ao longo das civilizações teve sempre uma ligação estreita com as invenções, e por sua vez estas deram origem a mudanças no estilo de vida da humanidade. A Internet é uma rede que faz parte da rotina diária da maioria dos indivíduos dos países mais desenvolvidos, permitindo o acesso a informação sobre todo o mundo. As transformações provocadas pela Internet modificaram o modo como os seres humanos se viam a si próprios, aos outros e ao mundo. A rede foi igualmente impulsionadora de novas configurações relacionados com os valores, com a sociedade, a cultura, ao nível das relações entre os seres humanos e da forma como comunicamos (Toffler & Toffler, 2006).

Mas a Internet não é somente um meio que permite o acesso à informação, é também um local virtual e um meio através do qual os indivíduos comunicam e socializam, recorrendo ao *email* ou correio electrónico; *newsgroups* ou grupos de discussão (estes dois primeiros foram a forma inicial de comunicação na Internet); IRC⁸ (*Internet Relay Chat*) que permite a comunicação em tempo real; Redes Sociais (como Orkut, MySpace); *blogues*. A Internet abarca múltiplos programas e funcionalidades, como o

⁷ É um conjunto de páginas na Internet com um determinado endereço (Rocha, 2003, p.22).

⁸ IRC é o serviço que permite conversar com outros utilizadores em tempo real, e em modo de texto. Permite utilizar um *nickname* ou pseudónimo e escolher um canal ou sala para conversar com os utilizadores presentes (tudo o que for escrito pode ser lido por todos), excepto se seleccionar uma sala privada (Rocha, 2003, pp.22-23).

FTP (*File Transfer Protocol*) que permite a transferência de ficheiros entre diversos computadores, o WWW, que possibilitou a ligação hipertextual de documentos, entre outros programas. Para além disso, existe igualmente uma interacção social, cultural, comunicativa, técnica e económica (*e-commerce*). Por outro lado, a Internet possibilita uma difusão maciça de informação e permite também que o receptor seja simultaneamente emissor. Dito por outras palavras, os indivíduos são conjuntamente, emissores e receptores de mensagens, são passivos e activos no processo de comunicação, há interactividade e uma comunicação polifuncional (Castells, 2005, p.62).

A Internet tornou-se num meio de comunicação que possibilita comunicar de uma forma rápida, à distância, com pessoas de todo o planeta e em tempo real. Permite também uma comunicação de muitos para muitos, onde existe *feedback*. Este novo *medium* está a transformar a comunicação, na medida em que utiliza uma linguagem escrita sincopada, combinando *emoticons* (conjunto de caracteres alfanuméricos e sinais de pontuação que transmitem emoções), imagem, som e voz. Pode ser limitativo visto que, este novo espaço, não contempla o contacto físico ou a leitura da linguagem corporal e expressões faciais do receptor. Na Comunicação Mediada por Computador (CMC) como não há constrangimentos relativos ao aspecto físico, de género ou *status* social, os indivíduos comportam-se de uma forma mais espontânea e cada utilizador influencia a acção do outro com o qual comunica. Existe a possibilidade de mostrarem uma nova identidade ou a sua verdadeira identidade. O facto de não existir um face-a-face pode dar origem à manipulação da identidade, criando relações falsas. Neste novo tipo de comunicação há apenas uma aproximação espacio-temporal, permitindo uma aproximação intelectual. Construimos uma imagem do outro através da informação que este veicula de si próprio. Deste modo, não é fácil conhecer o outro (Castells, 2004, p.147). Todavia, este novo modo de comunicar pode facilitar o contacto entre os indivíduos mais tímidos, que se sentem inibidos quando comunicam no mundo real, para além de permitir que pessoas com deficiências diversas consigam contactar sem impedimentos. Neste contexto, a comunicação mediada por computador é democrática, na medida em que se pode comunicar com menos constrangimentos. Porém, para poder comunicar na Internet é indispensável saber utilizar os seus serviços e programas, bem como expressar-se correctamente e ter algum domínio da língua inglesa. Os cibernautas podem aceder à Internet em qualquer altura e em qualquer lugar, necessitando apenas de um computador ligado à Internet.

3.3. COMUNIDADES E CIBERESPAÇO

Nas comunidades virtuais, os indivíduos podem comunicar com uma grande variedade de pessoas em simultâneo. O espaço físico, ou seja, a região ou o país, deixa de ser o elemento de união, visto que, surgem trocas e interações que ultrapassam as fronteiras de cada país e que abrangem a escala planetária, dando origem a relações sociais e trocas comunicacionais globais, sem uma preocupação territorial. A Internet cria um espaço público diferente localizado na rede, o ciberespaço (Slevin, 2002, p.163).

Mas o que é o ciberespaço? O ciberespaço é o espaço virtual das comunidades mediadas por computador; é um local viabilizado pela convergência tecnológica e que utiliza as telecomunicações, a informática e a informação. É um espaço público inovador, um espaço virtual que permite novas formas de sociabilidade e diferentes modos de interagir. É um local virtual sem fronteiras, sem espaço físico real, desterritorializado onde várias culturas se cruzam, contudo, permite conceber espaços abstractos e simbólicos num local virtual, mas activo, vivo e construído pela humanidade (Castells, 2005, p.145).

O ciberespaço é um espaço virtual que surgiu devido à interligação de uma rede de computadores, através da qual os seres humanos comunicam. O ciberespaço permite a formação de comunidades virtuais, que se criam de acordo com os interesses comuns das pessoas e são estes indivíduos que constróem um conjunto de valores, técnicas e modos de estar. É um espaço público informal que possibilita a criação de novas identidades que se constróem e reconstróem nas comunidades virtuais. O ciberespaço fez surgir novos sistemas comunicacionais e uma nova relação com o espaço e com o tempo (Levy, 1998).

A Internet, o ciberespaço e as comunidades virtuais permitiram o ser humano criasse um mundo virtual paralelo ao mundo real, contudo, o mundo virtual também é algo real, visto que é construído pelos indivíduos que nele participam e navegam. Os cibernautas transportam um pouco do seu ser real, da sua personalidade, gostos, valores, interesses, experiências e conhecimentos. Como o ser humano não é perfeito, o mundo virtual também não o é, porque é o resultado de uma criação do ser humano, é um produto da humanidade, de todos aqueles que utilizam a Internet, logo, o mundo virtual tem complicações, qualidades e defeitos transportados pelos utilizadores. Não é a tecnologia que constrói o ciberespaço, mas o ser humano. O espaço virtual está em constante transformação, cria-se a recria-se (Slevin, 2002, pp. 154-155).

3.4. REDES SOCIAIS OU “SOCIAL NETWORKINGS”

As Redes Sociais são serviços que se baseiam na rede e permitem que os utilizadores que estão registados criem perfis privados, semipúblicos e públicos, os quais estão conectados a outros utilizadores, “os amigos virtuais” que pertencem à mesma Rede Social.

Presentemente, existem diversas Redes Sociais como: MySpace; Hi5 (muito conhecido em Portugal); Orkut (plataforma fundada nos Estados Unidos, mas muito popular no Brasil); Facebook (portal com grande expressão nos Estados Unidos, famoso por alojar perfis de muitas celebridades); QQ (Rede Social chinesa); Mixi (Rede Social com milhares de membros no Japão); Bebo (abrange países de língua inglesa como Nova Zelândia e Irlanda); LinkedIn (rede para encontrar emprego); Skyblog (rede de países francófonos), (Querido 2008; Marcos, 2008).

Como já foi referido anteriormente existem variadas Redes Sociais que “povoam” a Internet, embora os serviços apresentados, o objectivo principal de cada rede e a estrutura existente possa variar. De igual modo podem também surgir algumas diferenças em relação ao público-alvo, no entanto regra geral o modo de funcionamento das Redes Sociais costuma ser idêntico. O que significa que algumas Redes Sociais podem ser constituídas por determinados grupos de cibernautas com características específicas “(...) *people from specific geographical regions or linguistic groups, although this does not always determine the site's constituency (...) Some sites are designed with specific ethnic, religious, sexual orientation, political, or other identity-driven categories in mind*” (Boyd & Ellison, 2007). Como por exemplo a Rede Social Orkut, que surgiu nos Estados Unidos da América e rapidamente se tornou popular no Brasil, tendo inicialmente como língua principal o inglês, “(...) *but Portuguese-speaking Brazilians quickly became the dominant user group*” (Idem).

Considera-se que a primeira Rede Social surgiu em 1997 e era denominada por “Sixdegrees.com”. Neste período, o termo Rede Social como nós conhecemos actualmente, ainda não se podia aplicar. Este *site* pioneiro permitia que vários internautas acessem ao mesmo e contactassem com uma rede de utilizadores que estivessem *on-line* naquele momento, com os quais interagiam (para encontrar emprego ou marcar um encontro). Posteriormente, no ano 2000 o *site* foi encerrado, mas surgiu outro *site* semelhante em 2002, com o nome de “Friendster.com”, o qual apresentava outras hipóteses mais apelativas e criativas, facultando a interacção com outros

internautas. O Friendster oferecia novas possibilidades, como colocar fotografias e enviar mensagens para os “amigos virtuais” ou “friendsters” e criar *link*⁹ para as páginas destes. Tal como o seu antecessor, o Friendster era utilizado para sair com alguém ou socializar. Sendo inicialmente utilizado por jovens de São Francisco, rapidamente se tornou popular, cativando variados tipos de internautas. Surgiram novas necessidades, os utilizadores perceberam que através da Internet poderiam estabelecer inúmeros contactos, fazer novas amizades, serem conhecidos e partilhar interesses. Mas apesar destas novas necessidades o Friendster não conseguiu responder de uma forma adequada e rápida aos seus membros, como tal, muitos utilizadores procuraram novas Redes Sociais concorrentes que emergiram como o MySpace e Facebook (Bowley, 2006).

Figura 1- Logótipos de Variadas Redes Sociais



Fonte: <http://valleywag.com/355144/facebook-and-MySpace-lose-their-draw> Obtido em 16 de Agosto de 2008.

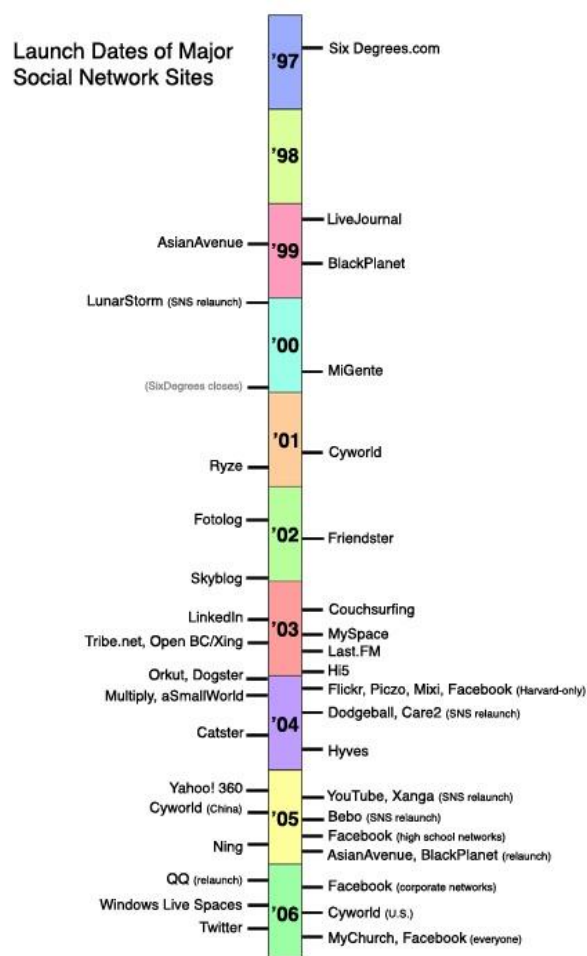
Destaco a Rede Social MySpace devido ao facto de esta permitir que o cibernauta seja criativo e seja original, formando perfis diversificados, agradáveis e únicos. Cada página pode ser concebida de uma forma extremamente pessoal e inovadora, rompendo com os padrões rígidos do Friendster.

Irei apresentar as datas de lançamento de algumas das Redes Sociais mais importantes, de modo a que puder verificar quando estas surgiram e quais os anos em que mais redes emergiram. Em 1997 foi criada a primeira Rede Social “Six Degrees.com”. De 1999 até 2002 foram surgindo algumas redes, com uma média de duas a três redes por ano.

⁹ “Um *link* é uma ligação, um enlace, interconexão. Parte de um subprograma que interage com o programa principal (...) uma ligação com outro documento, o qual pode estar noutra ponto da Web” (Sousa, 2001, p.152).

Todavia, em 2003 deu-se uma verdadeira explosão de novas Redes Sociais que se prolongou até 2006. Em 2003 surgiram oito Redes Sociais; em 2004 foram concebidas doze Redes Sociais; em 2005 foram criadas oito redes. Finalmente em 2006 foram lançadas cinco redes, o Facebook alargou a sua rede às escolas secundárias em 2005 e um ano mais tarde ao público em geral (Bowley, 2006; Querido, 2008; Marcos, 2008).

Tabela 2- As Datas de Lançamento das Redes Sociais mais Importantes

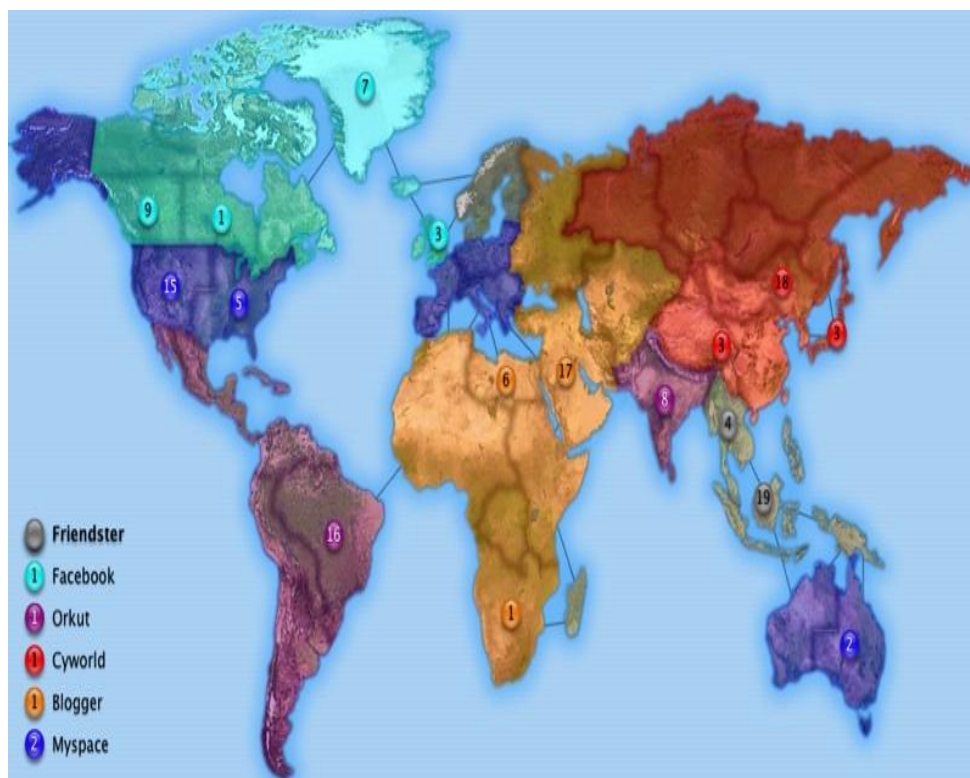


Fonte: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> Obtido em 16 de Agosto de 2008.

Para além das Redes Sociais já mencionadas no texto anterior existem outras referidas na tabela, igualmente conhecidas das quais irei destacar: o Flickr (*site* onde se partilham fotografias); YouTube (partilha de vídeos); MyChurch (reúne elementos da igreja católica e paróquias); Twitter (partilha de notícias); LunarStorm (*site* da comunidade sueca); Cyworld (*site* da Coreia do Sul era inicialmente um fórum).

As Redes Sociais tornaram-se extremamente populares expandindo-se por todo o mundo.

Figura 2 - Domínio das Redes Sociais por Áreas do Globo



Fonte: <http://valleywag.com/tech/notag/play-social-network-domination-272095.php> Obtido em 16 de Agosto de 2008.

Através deste mapa pode-se examinar quais as áreas do planeta onde determinadas Redes Sociais estão fortemente implantadas. Verifica-se que o Friendster domina o Sudoeste Asiático; contudo, o MySpace destaca-se numa parte da América do Norte, nomeadamente, nos Estados Unidos, no estado do Alasca, estando igualmente na Austrália, em grande parte dos países da Europa Ocidental e em alguns países da Europa de Leste; a presença do Blogger verifica-se no em África, Médio Oriente, e nalguns países de Leste; enquanto o Cyworld encontra-se na Ásia; o Orkut lidera na América Central e do Sul e na Índia.

Tabela 3 – Redes Sociais por País

bebo	blogger	cyworld	facebook	fotolog	friendster	hi5	livejournal	myspace	orkut	skyblog	studiverzei chnis
Ireland	Iran	South Korea	Canada	Argentina	Brunei	Colombia	Belarus	Australia	Brazil	Belgium	Austria
New Zealand	Spain		Egypt	Chile	Indonesia	Costa Rica Dominican Republic	Russia	Croatia	India	France French Polynesia	Germany
			Jordan	Uruguay	Malaysia			Greece	Pakistan		
			Lebanon		Philippines	Ecuador		Italy	Paraguay	Guadeloupe	
			Norway		Singapore	El Salvador		Mexico		Martinique New Caledonia	
			Panama			Guatemala		Puerto Rico			
			South Africa			Honduras		Serbia United States		Senegal	
			UAE			Kuwait					
			United Kingdom			Mauritius		Venezuela			
						Mongolia					
						Nicaragua					
						Peru					
						Portugal					
						Romania					
						Thailand					
						Tunisia					

Fonte: <http://valleywag.com/tech/data-junkie/the-world-map-of-social-networks-273201.php> Obtido em 16 de Agosto de 2008.

Diversas Redes Sociais destacam-se em determinados países, a salientar:

A plataforma Bebo lidera na Irlanda e Nova Zelândia; por outro lado, o Blogger tem uma forte presença em Espanha e no Irão; o Cyworld domina na Coreia do Sul; o Facebook sobressai em países como o Reino Unido, África do Sul, Canadá, alguns países como o Panamá e Noruega; o Fotolog tem uma forte preponderância nalguns países da América do Sul, como por exemplo a Argentina; no entanto, o Friendster mantém a sua influência nalguns países asiáticos como a Indonésia e Malásia; mas o Hi5 evidencia-se em diversos países na América Latina, Europa, Ásia, Médio Oriente, África, a destacar países como Portugal, Tailândia, Mongólia, Colômbia, Kuwait; contudo, o Livejournal lidera na Bielorrússia e Rússia; mas o MySpace reina em países como Venezuela, Estados Unidos da América, Austrália, nalguns países da Europa Ocidental e Europa de Leste, como também na América Central. O Orkut distingue-se no Brasil, Paraguai, Índia e Paquistão; o Skyblog marca a sua presença em países francófonos, como França, Bélgica, Senegal, Martinica, Polinésia Francesa, Guadalupe,

entre outros; e finalmente, em países de língua germânica, na Alemanha e Áustria, prevalece a presença da rede Studiverzei Chnis.

3.5. O QUE É O MYSPACE

O MySpace¹⁰ é uma Rede Social que permite que os utilizadores criem os seus perfis, ligando-se a outros cibernautas, tendo a possibilidade de fundar uma lista de “amigos virtuais” pertencentes à mesma rede. MySpace que significa em português, “o meu espaço”, tem 230 milhões de perfis registados, englobando 115 milhões de acessos mensais e no mês Abril de 2008 o *site* obteve 160 milhões de acessos mensais, perfazendo 22% do total de audiências global da Internet (Fonseca, 2008b). O público-alvo do MySpace são os jovens dos 14 aos 35, destacando-se as faixas etárias dos 14 aos 25 anos (Oliveira, 2008).

A Rede Social MySpace é formada num espaço virtual, isto é, um novo espaço social que é o ciberespaço. É neste local virtual mediado por computadores que os utilizadores têm acesso a um novo espaço público, através de uma rede interactiva de páginas pessoais que incluem o perfil do utilizador onde este descreve as suas preferências e coloca os seus dados pessoais. Estão patentes informações como: *About Me* (neste espaço pode-se expressar a personalidade, escrevendo um pequeno texto sobre o próprio); *Who I'D Like to Meet* (posso descrever que tipo de pessoas gostaria de conhecer); *Interests* (informação geral, música, filmes, televisão, livros e grupos do MySpace aos quais se pode associar), *Details* (idade, raça, religião, estado civil, altura, peso, nível académico, orientação sexual, entre outros) e se desejar posso criar vários *blogs* associados à página.

Os internautas podem também:

- Colocar fotografias (estas podem ser visualizadas apenas pelos “amigos virtuais” que pertencem à lista do utilizador ou a visualização ser acessível ao público em geral);
- Receber e enviar mensagens (serviço semelhante a um *email*, mas permite apenas comunicar dentro da rede MySpace e as mensagens são privadas sendo visualizadas apenas pelo emissor e receptor);

¹⁰ www.myspace.com

- Podem utilizar a mensagem instantânea ou *instant message*¹¹ (*MySpaceIM*, que funciona como um *chat* numa sala privada e com voz);
- *MySpace TV* (surgiu em 2007, é uma espécie de “YouTube”, onde se pode partilhar e visualizar vídeos, filmes e série televisivas);
- *MySpace Music* (apresentam informações sobre bandas e músicos a solo, concertos, vídeos das bandas, fóruns sobre música), onde tenho a possibilidade de ouvir músicas, fazer *downloads*¹² das mesmas ou associar ao perfil (*uploads*¹³ apenas se tiver uma página de músico ou banda);
- *MySpace Mobile* (fundado em 2006, permite acesso ao MySpace através do telemóvel, só disponível nos Estados Unidos da América);
- *MySpace Classifieds* (apareceu em 2006, apresenta uma lista de classificados);
- *MySpace News* (criado em 2007, apresenta notícias colocadas pelos utilizadores, as quais podem ser votadas);
- *Events* (divulgação de eventos variados);
- *Comedy* (apresenta diversos comediantes);
- Galeria de Aplicações ou *APPS* (são aplicações do MySpace, que posso utilizar para diversos fins).
- Escolas (Escolas ou universidades frequentadas, para estabelecer contacto com antigos colegas e criar fóruns de debate);
- *Celebrity* (informação sobre as celebridades);
- *MySpace Impact* (notícias sobre política, nomeadamente dos Estados Unidos da América, como por exemplo a campanha americana);
- *Karaoke* (permite cantar);
- *Jogos* (com a possibilidade de jogar *on-line*).

Os indivíduos podem encontrar:

- Grupos nos quais se pode registar têm também à sua disposição fóruns nos quais podem participar;

¹¹ São mensagens instantâneas que podem ser enviadas para os nossos amigos, sem necessitar de recorrer ao correio electrónico (Rocha, 2003, p.23).

¹² É o processo de transferência de uma cópia de um arquivo de um computador remoto para o computador requisitante através de um *modem* ou rede (Sousa, 2001, p.89).

¹³ Significa carregar. Receber e armazenar um arquivo através de telecomunicações (Sousa, 2001, p.271).

- Verifica-se a possibilidade de escrever comentários nas páginas dos “amigos”, comentar as fotografias, *blogs* e vídeos.

Para além de todas as potencialidades apresentadas nesta plataforma, os utilizadores do MySpace deparam-se ainda com uma rede de potenciais “amigos virtuais”, tendo a possibilidade de formar uma lista de “amigos virtuais”, adicionando novos membros, através de convite e por sua vez podem ser igualmente convidados. É esta a rede de internautas com os quais posso comunicar via mensagem instantânea, fazer comentários, enviar e receber mensagens e boletins ou recados (mensagens sobre diversos temas).

Os utilizadores podem ainda ter acesso a:

- notícias e novidades sobre os “amigos” que estão na sua lista;
- existe ainda a possibilidade de divulgar qual o estado de espírito (usando um *smile*, se está contente, triste, entusiasmado, aborrecido);
- podem apresentar o *Status* (se estão ou não *on-line*).

O perfil pode conter ainda diversas aplicações multimédia, como vídeos, slides, música, coloridos *layouts* para otimizar a página. A página pode ser visível ou não, os cibernautas decidem se pretendem tornar o seu perfil visível a todos os indivíduos da rede MySpace ou apenas aos “amigos” da lista, o mesmo se refere às fotografias e vídeos.

Este portal hospeda páginas de bandas, cantores a solo, editoras discográficas, actores, comediantes, bailarinas, misses, apresentadores de televisão, escritores, empresas de modelos, imobiliárias, fotógrafos, entre outros. Qualquer indivíduo pode-se registar desde que tenha 14 anos.

O MySpace privilegia a música, cultura e a imaginação dos seus internautas. O facto de alojar imenso ficheiros de MP3, criando perfis especiais para bandas e cantores, onde estes colocam os seus vídeos e músicas dá origem a que este portal se torne extremamente atractivo. O MySpace permite ainda que as bandas divulguem os seus concertos e eventos em que pretendem participar, originando uma verdadeira “corrida” aos perfis de cantores famosos que disponibilizam gratuitamente as suas músicas, permitindo que outros utilizadores do MySpace façam *downloads* de músicas, vídeos e fotografias de seus ídolos. Muitos grupos musicais conhecidos alojaram a sua página oficial no MySpace, dando origem a uma explosão de músicos neste portal, porque todos querem aparecer e exibir os seus trabalhos. Algumas bandas e cantores a solo tornaram-se famosos devido ao MySpace, na medida em que foram contactados por

editoras que ouviram as músicas e os contrataram, como foi o caso de Colbie Caillat, que lançou o disco “Coco”, ou ainda o caso da Banda Buraka Som Sistema (banda portuguesa) que obtiveram contactos para actuarem noutros países devido à página no MySpace (Expresso, 2008; Pinheiro, 2008a).

A cooperação do MySpace com bandas, beneficiou não só a Rede Social como também as bandas. Isto, na medida em que, as bandas criaram a sua própria página onde colocaram informações sobre a sua história, os álbuns publicados, disponibilizaram algumas músicas, divulgaram os locais onde iriam actuar, quando iriam lançar os seus álbuns e colocaram à venda uma panóplia de produtos ligados às bandas. Ou seja passaram a promover os seus trabalhos e a estar em contacto com os seus fãs, divulgando as últimas novidades musicais *on-line*. Deste modo, o MySpace passou a receber o registo de milhões de fãs, adeptos das bandas, que querem estar ligados virtualmente aos seus ídolos e estar actualizados sobre as notícias das bandas. Neste contexto surgiram também empresas que viram uma excelente oportunidade de publicitar os seus produtos na Rede Social MySpace. De salientar que os músicos têm páginas especiais, estas permitem uma maior capacidade para colocar músicas, disponibilizando mais espaço. De igual modo, o MySpace apresenta a hipótese destes utilizadores venderem os seus produtos na rede usando uma plataforma especialmente concebida para o efeito.

O MySpace é um portal em constante mudança e extremamente activo, no qual se registam diariamente novos elementos de todo o mundo, entre estes existindo muitos adolescentes. Tendo em conta a idade destes utilizadores e os perigos que estes podem estar sujeitos, o MySpace criou uma política de segurança para proteger os menores, visto que foram detectados inúmeros perfis de “predadores sexuais”.

Os escritórios da empresa localizam-se em Beverly Hills, Califórnia, nos Estados Unidos da América e são propriedade da News Corporation, controlado pelo multimilionário Rupert Murdoch, cuja sede está situada em Nova Iorque.

Figura 3 – Imagem do MySpace Enviada no *Email*



Imagem agregada ao *email* do MySpace. Obtido em 10 de Agosto de 2008.

4. ESTUDO

4.1. METODOLOGIA

Da hipótese de partida - “A Rede Social MySpace permite a comunicação entre pessoas de diversas culturas” - deriva a necessidade de perspectivar se a Rede Social MySpace permite a comunicação entre pessoas de diversas culturas. Se o MySpace permite uma comunicação fácil entre internautas desta Rede Social. E ainda se as Redes Sociais possibilitam a comunicação entre pessoas de diferentes culturas. Para responder a estas questões necessitei de estabelecer diversas etapas para realizar o estudo.

- 1 - Revisão bibliográfica;
- 2 - Escolha da Rede Social;
- 3 - Concepção da página e optimização da mesma;
- 4 - Diário de Pesquisa;
- 5 - Desenvolvimento dos serviços do MySpace;
- 6 - Observação das páginas dos “amigos”;
- 7 - Análise de dados.

1 - Em primeiro lugar realizei uma revisão bibliográfica de estudos e documentos relevantes e procedi a uma recolha de dados para a execução deste trabalho (pesquisa documental). A pesquisa foi efectuada em obras de carácter diverso como dicionários, teses e livros. Foram realizadas pesquisas *on-line* relativas às temáticas estudadas, em bibliotecas, *sites* variados. A recolha de dados abrangeu igualmente jornais e revistas, que continham informações importantes relativas à Internet e ao MySpace.

2 - A razão pela qual foi escolhida uma Rede Social como tema central da dissertação baseia-se no facto de existir um grande interesse em relação à Internet e à comunicação. E por considerar que as Redes Sociais são um óptimo laboratório de estudo, com muitas possibilidades de análise para explorar. Optei pelo MySpace como plataforma de estudo, visto que esta Rede Social apresentava no momento o maior número de utilizadores no momento da escolha da Rede Social (como se pode verificar nas tabelas 22 e 23, pp. 123-129).

3 - Em primeiro lugar, procedeu-se à criação de uma página gratuita na Rede Social MySpace no dia 25 de Outubro de 2007, com o intuito de desenvolver o estudo proposto. O *site* no qual foi criada a página estava alojado no Reino Unido, como tal, em língua inglesa. Realizei as seguintes operações:

- preenchimento de dados no *edit profile*, no qual a investigadora expôs as suas preferências pessoais, tais como: as bandas de que gosta, filmes, séries, livros e actividades;
- *upload* de uma fotografia para colocar no perfil.

4 - Mais tarde, foi elaborado um diário de pesquisa com o objectivo de registar semanalmente e descrever os acontecimentos considerados relevantes para o estudo.

5 - Posteriormente, examinou-se o funcionamento do MySpace, quais os programas disponibilizados e suas potencialidades, de modo a desenvolver o projecto a que me propôs. Analisei o funcionamento:

- Grupos existentes;
- Fóruns;
- Como adicionar “amigos”;
- Como colocar vídeos;
- Como colocar fotografias;
- Como fazer comentários;
- Como usar o correio do MySpace;
- Como utilizar os boletins e o MySpaceIM.

6 - Foram observadas as páginas dos “amigos virtuais” e foi estabelecido contacto com os internautas utilizando os diversos serviços. Deste modo, verifiquei como funcionava a Rede Social, comuniquei com outros utilizadores através do MySpaceIM, registei constantemente no diário de pesquisa as acções realizadas e observadas semanalmente. Face ao vasto universo que constituem o número de utilizadores do MySpace, foi estabelecido contacto com uma pequena parcela do mesmo. No dia 17 de Outubro de 2008 a lista de “amigos virtuais” totalizou 365 elementos, no entanto, a amostra estudada abrangeu os primeiros 120 “amigos virtuais” integrados na lista da pesquisadora. Em seguida, realizei uma observação cuidada às páginas dos “amigos virtuais”, introduzindo variados dados como: dados pessoais, informações sobre o perfil, sobre os “amigos virtuais”. As informações recolhidas basearam-se nas seguintes variáveis:

- Dados pessoais como - nome, idade, local, país, estado civil, orientação sexual, religião, etnia, género, profissão, nível académico, está no MySpace para e data de observação do perfil do utilizador.
- Perfil - número de comentários no perfil, *background*, número de fotografias, número de vídeos, número de músicas, número de *blogs*, agenda, autora no “top”, e amigos no “top” da autora.
- “Amigos” - “amigos” na lista, número de “amigos” no “top”, “top” feminino, “top” masculino, “top” bandas, “top” *disco jockey*, “top” comediantes, número do sexo feminino, número do sexo masculino, número de bandas, número de *disco jockey*, número de comediantes, número de amigos em comum com a autora.
- *Blogs* - número de *blogs*, número de comentários aos *blogs*.
- Fotografias - número de fotografias, comentários às fotografias.
- Vídeos - número de vídeos, comentários aos vídeos.
- Grupos - número de grupos, número de grupos com moderador e comentários ao grupo do moderador, número de temas no grupo do moderador, número de grupos a que aderiu.

Os dados foram introduzidos desde o dia 30 de Setembro de 2008 até ao dia 11 de Outubro de 2008.

A observação participante iniciou-se no dia 25 de Outubro de 2007, quando a página foi concebida e foi finalizada no dia 17 de Outubro de 2008.

As informações que demoravam mais tempo a recolher são as relacionadas com os “amigos virtuais”, comentários às fotografias (principalmente de bandas, na medida em que tinham muitos comentários ou muitas fotografias), bem como, os comentários aos vídeos e aos *blogs*.

Algumas páginas abriam com dificuldade por terem diversos vídeos, slides, fotografias e músicas.

Outras páginas tinham *layouts* que dificultavam a leitura da informação, bem como, o facto de alguns dados estarem ocultos como as lista de “amigos”, “top friends” e comentários. Para além de existirem dados falsos e outros que foram omissos pelos cibernautas.

7 - Após a recolha de dados das variáveis já mencionadas procedeu-se ao tratamento estatístico. No entanto, utilizei de igual modo a informação obtida através das experiências vividas, das mensagens e das informações recolhidas no diário de pesquisa.

4.2. UNIVERSO CONSIDERADO

Esta investigação baseia-se num estudo de caso centrado na experiência da autora no MySpace. Neste sentido, a investigação realizada centra-se num grupo de “amigos virtuais” presentes na lista da autora. Complementarmente, são utilizadas outras informações consideradas pertinentes para o presente trabalho.

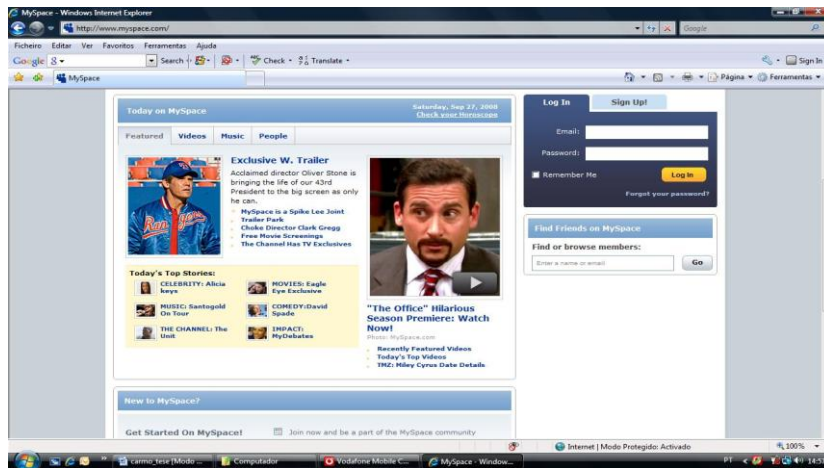
Durante o período de observação participante (entre 25 de Outubro de 2007 e 17 de Outubro de 2008), a autora desta dissertação registou 365 “amigos virtuais”, tendo realizado uma observação detalhada das páginas dos primeiros 120 “amigos virtuais”.

4.3. PROCESSO DE CRIAÇÃO E MELHORIA DA PÁGINA

Com o intuito de desenvolver o estudo proposto foi criada uma página gratuita na Rede Social MySpace no dia 25 de Outubro de 2007. Deste modo, necessitei de me registar na Rede Social que se encontra no endereço <http://www.myspace.com>.

Para aderir ao *site* precisei de preencher um formulário com diversos dados, tais como: correio electrónico, *password* (palavra-passe ou palavra-chave), nome de exibição, nome, apelido, país, distrito, código postal, data de nascimento, género, idioma.

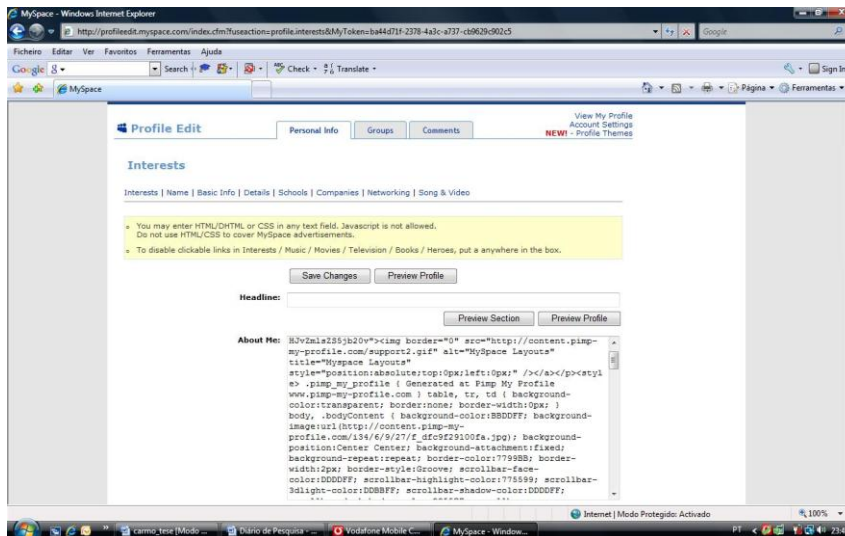
Figura 4 - Imagem do Site do MySpace



Posteriormente, o MySpace enviou uma mensagem para o *email* fornecido para activar a conta na Rede Social em causa. Mais tarde, escolhi o meu nome de exibição: MySpace url: <http://www.myspace.com/carmoc> (o nome escolhido pode ser o verdadeiro ou um nome fictício, alcunha ou *nickname*).

Em seguida procedi à construção da página no *edit profile* (editar perfil), no qual preenchi os campos que considereei relevantes *personal info* (contém informações pessoais), *groups* (grupos), *comments* (comentários).

Figura 5 - Edit Profile



Depois, preenchi o perfil, no qual apresentei as minhas preferências pessoais, como: as bandas de que gostava, os filmes, séries, livros e actividades.

Em seguida realizei o primeiro *upload* de uma fotografia pessoal para tornar o perfil mais interessante.

O primeiro “amigo” foi Tom (o presidente do MySpace) que é adicionado automaticamente a todos os novos utilizadores.

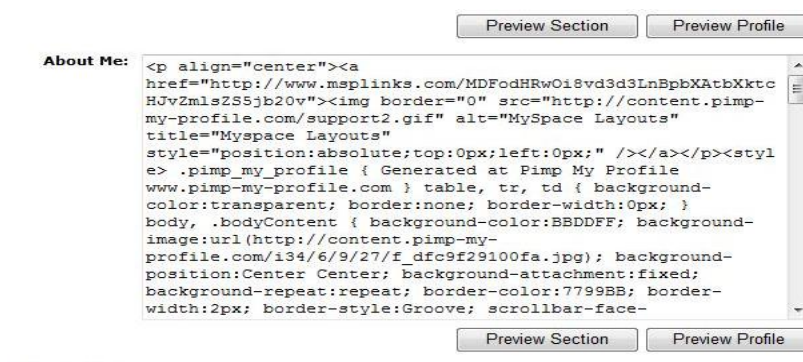
Seguidamente, observei o funcionamento da plataforma, nomeadamente, os fóruns, os *chats*, como adicionar “amigos”, como enviar mensagens, como fazer comentários, como colocar fotografias e vídeos. Fui “navegando” pelas páginas de bandas e “amigos virtuais” das bandas, visualizei vídeos, ouvi músicas, verifiquei quais os grupos mais populares e o que estes possibilitavam. Li alguns comentários colocados nos perfis de diversos internautas, vi álbuns de fotografias e seus comentários, li também alguns *blogs* e respectivos comentários. Seguidamente, instalei o MySpaceIM, de modo a contactar com outros utilizadores usando esta aplicação.

Com o objectivo de melhorar a página, coloquei um mapa (www.maploco.com), e para tal, necessitei de nos registar no *site* referido. Este mapa identificava o número de visitantes diários e a sua localização geográfica.

Foi utilizada uma aplicação de um slide que permitia apresentar fotografias (www.slide.com). Registei-me no *site* e realizei *uploads* de várias fotografias minhas e de amigos meus, totalizando dez fotografias.

No MySpace existe a possibilidade de colocar diversas animações introduzindo códigos no *edit profile*. As aplicações utilizadas no perfil foram colocadas na secção *about me*.

Figura 6 - Imagem do Edit Profile dos Códigos que se Podem Introduzir



As alterações nas páginas só são possíveis, na medida em que, o MySpace permite modificar a visualização da página utilizando programas em HTML e CSS, através dos quais os utilizadores transformam o perfil de acordo com as suas preferências. Os cibernautas podem aplicar uma imagem de fundo, alterar a cor e tipo de letra, colocar

imagens variadas, mapas, slides, *playlists*, jogos e programas diversos que se pode utilizar realizando um simples, “copiar e colar” para a edição do perfil ou *edit profile* (coloca-se na secção que desejar). Se eu quiser alterar o *layout*, slide ou mapa, preciso apenas de apagar o código antigo e colocar outro novo se assim o desejar.

Procedeu-se novamente à optimização da página (ver diário de pesquisa, página nº 166), colocando um novo *layout* (obtido no *site* pimp-my-profile), com o intuito de tornar a página mais elegante. Pretendia seleccionar uma imagem agradável e que permitisse ler facilmente o texto.

Figura 7 - Imagem do Perfil

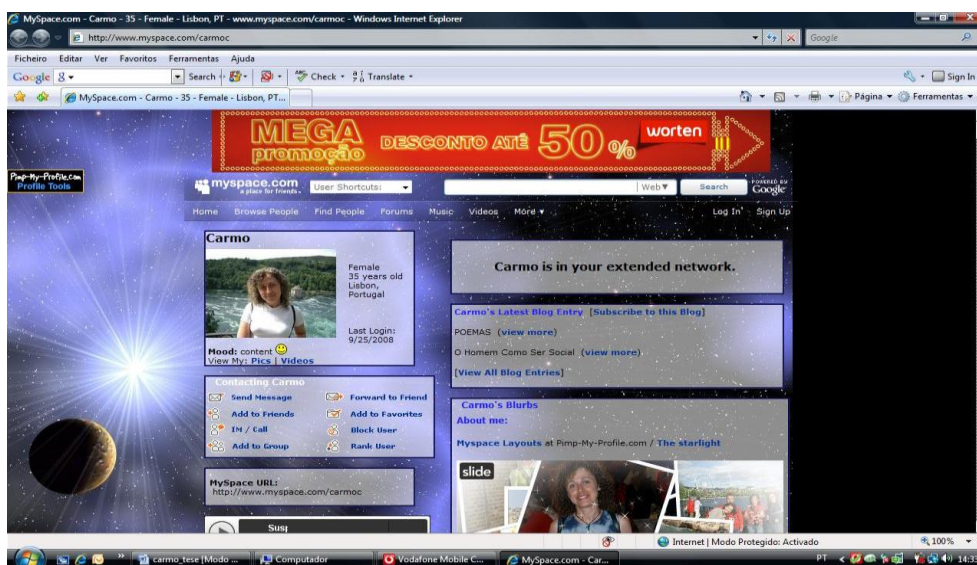
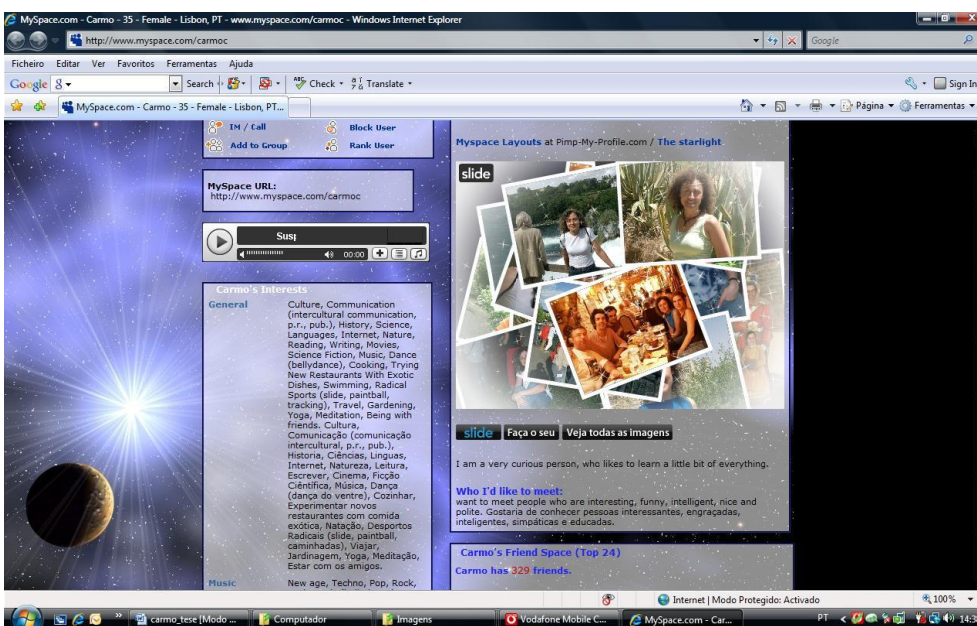


Figura 8 - Imagem do Perfil com Slide e Música



Dia 3 de Janeiro de 2008, adicionei música à minha página, realizando um *upload* do excerto “Suspiro Nocturno” que se encontra no MySpace, pertencente à banda portuguesa, “Corvos”. Entretanto retirei o mapa da minha página (www.maploco.com), na medida em que este não funcionava correctamente.

De modo a dinamizar a aparência da página considereei que deveria transformar novamente o *layout*, alterar a fotografia do perfil e o slide.

Figura 9 - Imagem do Perfil com Novas Alterações no *Layout* e Fotografia



Figura 10 - Imagem do Perfil com Novo Slide

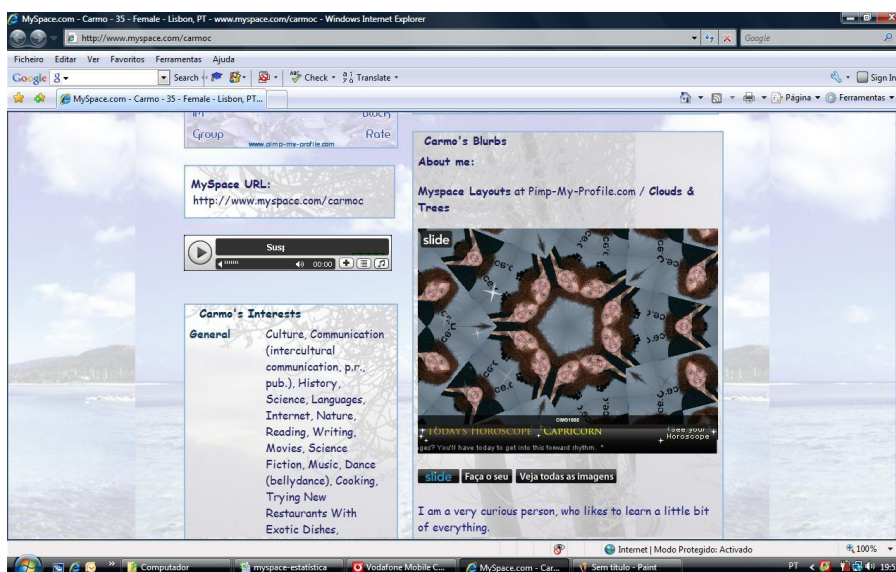


Tabela 4 - Visualização do Perfil

Data	Visualização do perfil
31-01-2008	501
16-03-2008	595
23-03-2008	600
23-05-2008	652
31-05-2008	695
08-06-2008	782
16-06-2008	803
08-08-2008	837
08-09-2008	873
17-10-2008	1121

Como se pode verificar no quadro apresentado, o número de visitas à página tem vindo a aumentar gradualmente.

4.4. RELACIONAMENTO COM “AMIGOS VIRTUAIS”

Quando adicionei pela primeira vez “amigos virtuais”, anexei um amigo real (que é manager de bandas), duas bandas clientes do amigo manager e aceitei pedidos de “amigos virtuais”.

A lista de “amigos” de uma das bandas incluída na minha lista, bem como a lista do Tom foram utilizadas para iniciar o processo de convite a “amigos virtuais” desconhecidos. Ao longo do estudo realizei pedidos de “amigos”, mais de 100, sendo que a maioria aceitou o pedido.

Inicialmente, os cibernautas que solicitaram a sua inclusão na minha lista de “amigos” foram bandas e músicos portugueses.

Verifiquei que após diversos pedidos de “amigos”, a minha página passou a ser mais visitada. Os pedidos ou “adds” podem não ser aceites. Por vezes surgiram alguns

pedidos de “amigos” que a autora recusou, na medida em que, uns apresentavam fotografias de senhoras, mas eram páginas que tinham imagens pornográficas ou davam acesso a páginas do mesmo teor. Outros pedidos foram negados porque eram internautas que “fingiam” ser o Tom, o presidente do MySpace e utilizavam a sua fotografia, mas na realidade eram novamente *sites* pornográficos ou publicidade diversa. Assim, quando surge um pedido de amizade é conveniente verificar quem é o candidato a “amigo”.

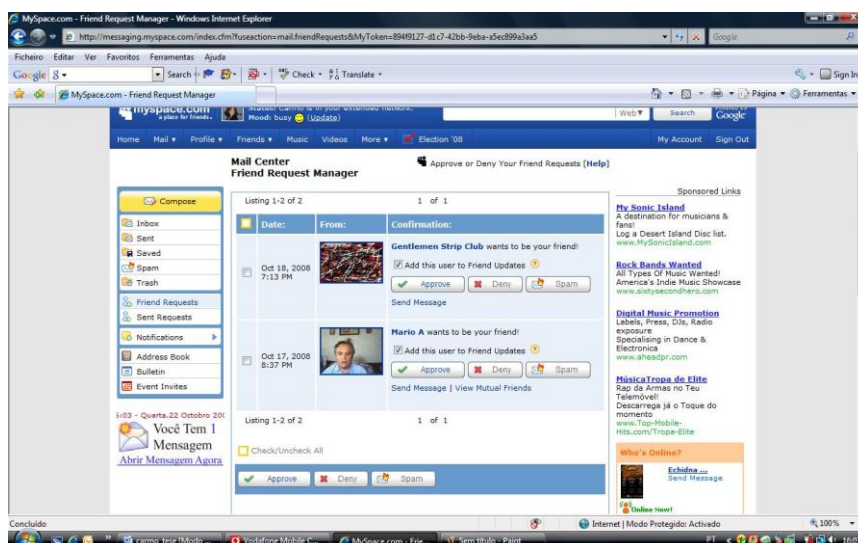
Com o objectivo de analisar se as celebridades aceitariam o pedido de “amigo”, foram enviados pedidos a oito *disco jockeys* e a oito cantores (as) famosos, os quais foram imediatamente aceites.

Convidei para a minha lista de “amigos”, 22 homossexuais, mas apenas cinco aceitaram o pedido, estes eram brasileiros e europeus. Foram convidadas 29 pessoas que conheço do mundo real, para aderirem ao MySpace e apenas 4 aceitaram. No entanto, estes raramente utilizam a página e não exploraram as potencialidades da Rede Social. Esta atitude verifica-se porque uns têm página no Hi5 e outros no Facebook e preferem as Redes Sociais concorrentes, visto que a maioria dos seus amigos tem página nas redes referidas e outros porque simplesmente não gostam de Redes Sociais.

As bandas que pertencem à nossa lista de “amigos”, quase todas solicitaram para serem “amigas”, porém os utilizadores normais foram quase todos convidados pela autora para aderirem à lista.

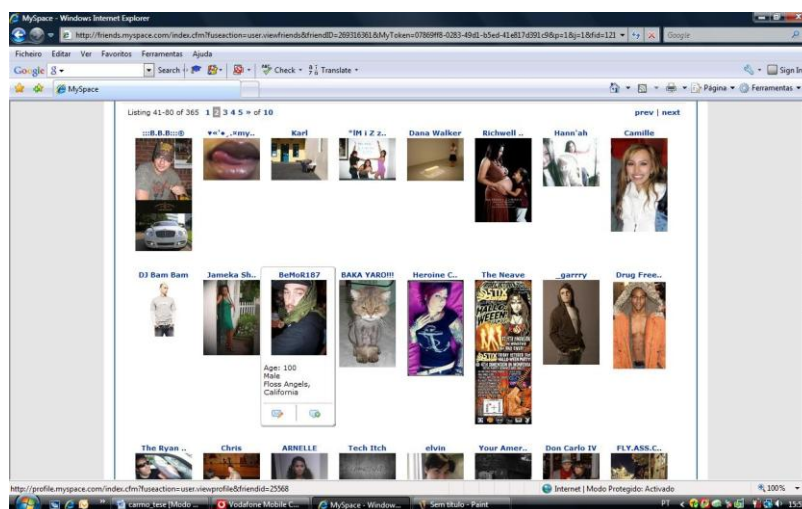
Desde o momento que o MySpace Portugal foi lançado (a 27 de Maio de 2008) a minha página tem sido mais visitada, tendo aumentado o número de pedidos de “amigos”.

Figura 11 - Imagem com Pedidos de “Amigos” Efectuados à Autora



Por vezes quando envio um pedido de “amigo” é necessário inserir o meu nome completo, *email* e/ou um código. Quando o utilizador opta por ter uma página privada, o seu perfil fica oculto, o que acontece a todos os menores. Actualmente, quando selecciono visualizar todos os “amigos” surgem informações sobre os mesmos, como por exemplo, o pseudónimo ou nome, local, idade, se é banda, realizador ou cómico, apresentando igualmente duas opções que são: enviar mensagem ou adicionar como “amigo”.

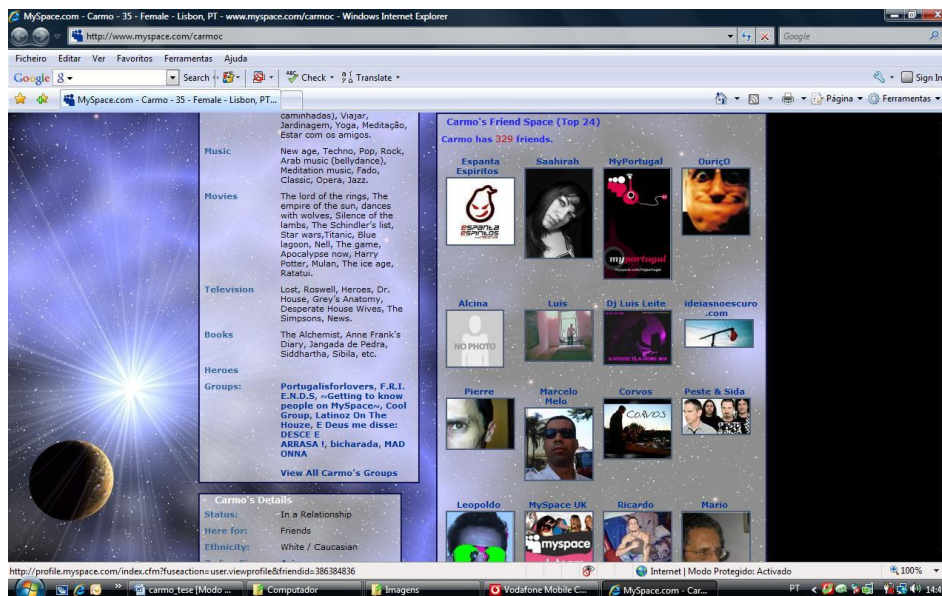
Figura 12 - Lista de “Amigos” com Informação Visível Sobre o Utilizador



Sempre que desejar posso alterar os “top friends” que são os “amigos” que ficam visíveis no perfil. Para além de seleccionar o número de “amigos” visíveis no meu perfil, também posso escolher uma opção onde obtenho informação actualizada (se desejar tenho a possibilidade de seleccionar todos ou apenas alguns), informação que passa pela actualização do perfil, alteração de fotografias, vídeos, *blogs*, entre outras. Esta preferência é importante para bandas, porque qualquer alteração que realizem será comunicada aos fãs. Contudo, certos internautas ocultam a sua “lista de amigos”, bem como os “top friends”.

Os “top friends” escolhidos correspondem geralmente a pessoas conhecidas e a pessoas com quem se comunica frequentemente no MySpace, como é o meu caso e de outros cibernautas com quem foram trocadas informações. O que significa que foram escolhidos para “top friends” amigos pessoais, conhecidos e pessoas da rede com quem converso regularmente.

Figura 13 - Imagem do “Top Friends” no Perfil com 24 “Amigos”



Efectivamente, de acordo com a minha experiência no MySpace, as bandas, têm o maior número de “amigos” ou fãs mas aparentemente, os elementos que se encontram no “top friends” são amigos reais e pessoas conhecidas, os restantes são desconhecidos. As mulheres regra geral têm muitos “amigos”, sendo na maioria, elementos do sexo masculino, porém no “top friends” são do mesmo sexo. Em relação aos homens, estes também têm mais mulheres no “top friends” e inclusive têm mais mulheres nas suas listas de “amigos”. Todavia, existem homens que praticamente só têm mulheres na sua lista de “amigos”.

É interessante verificar que alguns internautas do sexo masculino optam por escolher mais mulheres para o seu grupo de “amigos”, e aparentemente, quanto mais novos são os elementos do sexo masculino, maior parece ser a probabilidade de terem como “amigos” quase só mulheres. De acordo com a minha análise nesta Rede Social verifiquei que existem páginas de utilizadores homossexuais que têm quase exclusivamente homens.

Existem no MySpace grupos de pessoas que se conhecem pessoalmente. E devido a esse facto obtêm rapidamente uma enorme lista de “amigos” (ver figura 28, página 74). Visto que, se juntam todos neste espaço para conversar e combinar encontros, nomeadamente, grupos de amigos da mesma turma, escola, cursos diversos, universidade, empresa, familiares que habitam em países diferentes, entre outros.

Alguns destes grupos não permitem a entrada de pessoas estranhas para a sua lista de “amigos”, enquanto outros aceitam. Um exemplo do que afirmo foi o caso de 22 homossexuais de várias nacionalidades, aos quais foi realizado um pedido de “amigo”, mas apenas cinco aceitaram (caso já referido anteriormente).

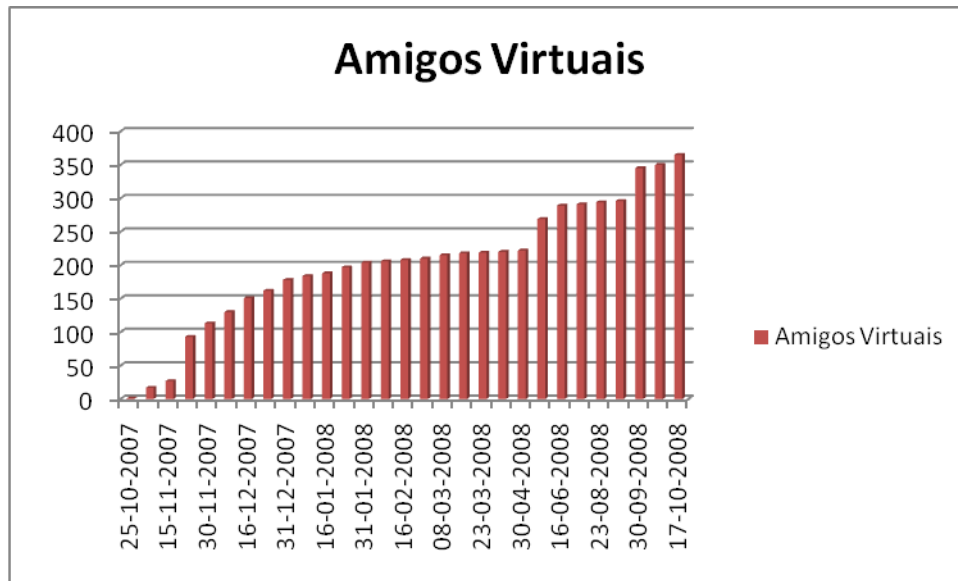
Um cibernauta egípcio, que pertencia à minha lista de “amigos” apagou o meu perfil da sua lista. Este utilizador tem 950 pessoas no seu grupo de “amigos”, mas existem muitos perfis apagados, curioso é o facto de a lista ser constituída quase exclusivamente por mulheres (nove “amigos” do sexo masculino, duas bandas e o restante são do sexo feminino). Aparentemente, as “amigas virtuais” que este cibernauta apaga da sua lista ou elas próprias apagaram, são mulheres que este indivíduo contactou e que depois começou a utilizar uma linguagem obscena e que provavelmente bloquearam o seu perfil (foi o comportamento que este indivíduo teve comigo).

Outro caso curioso reside no facto de uma “amiga virtual”, atriz e modelo ter também na sua lista de “amigos” variados perfis apagados, possivelmente bloqueia o acesso de indivíduos que enviam mensagens e comentários “grosseiros”.

Parece que os cibernautas que pertencem ao mundo artístico como bandas, músicos, comediantes, *disco jockeys* e outros profissionais, como fotógrafos, modelos e actores pretendem obter mais notoriedade e serem cada vez mais conhecidos, como tal, nunca recusam um pedido de amigo. Para o sector da Música, o MySpace é um local de promoção dos trabalhos musicais perante um potencial universo de editoras e consumidores. Para as bandas conhecidas, representa a possibilidade de maior notoriedade, enquanto para as desconhecidas, será uma possível plataforma para obter fama e sucesso.

Para as bandas o sentido de “amigo virtual” parece mais relacionado com a ideia de fã, de possíveis clientes, consumidores da sua música, discos, concertos e toda a panóplia de produtos vendidos pelas bandas e cantores. As acções realizadas pelos músicos, managers e *disco jockeys* têm normalmente um propósito comercial.

Tabela 5 - “Amigos Virtuais” Obtidos



O quadro apresenta uma subida acentuada no número de “amigos” a partir de 30 de Outubro de 2007, coincidindo com o pedido de “amigos” realizado pela investigadora. Verifica-se um aumento gradual até ao dia 16 de Junho de 2008, onde se observa um grande acréscimo de “amigos”, sucedendo o mesmo até ao dia 30 de Setembro de 2008. No último dia do estudo, dia 17 de Outubro de 2008, nº total de utilizadores do MySpace correspondia a 247.584.998. O perfil foi visitado 1.121 vezes e o número total de “amigos” pertencente à minha “lista” continha 365 “amigos”, repartidos por: 2 realizadores; 2 comediantes; 170 bandas, incluindo os *disco jockeys*, e 191 perfis individuais ou anónimos.

4.5. GRUPOS, FÓRUNS E CHATS

Observei o funcionamento da plataforma, MySpace, nomeadamente, os grupos existentes, *chats* e fóruns.

Associei-me a cinco grupos públicos de língua inglesa: *F.R.I.E.N.D.S.* (fundado em Junho 2004, por um cibernauta da Malásia, este grupo permitia convidar outros membros, desistir do grupo, colocar temas à discussão e continha 7085 associados); *Getting to Know People on MySpace* (fundado em Julho 2005, por uma americana, permite o mesmo que o primeiro grupo e ainda incluía a colocação de imagens, envio de

boletins e continha 4.393 membros); *Portugalforlovers* (fundado em Julho de 2005, por duas inglesas, incluía 72 aderentes); *Latino's on the Houze* (fundado em Junho de 2004, por um americano, com 30.242 aderentes); *Cool Group* (fundado em Novembro de 2004, por um utilizador americano (a), contendo 26.528 elementos), estes três últimos grupos permitiam as mesmas opções que os grupos anteriores. A colocação de imagens nos grupos necessita da aprovação do moderador, que é o criador do mesmo¹⁴;

Fui convidada a aderir a cinco grupos públicos: “Deus me disse: Desce E Arrasa!” (criado em Dezembro de 2007, por uma brasileira, continha 110 membros, permitia colocar fotografias, convidar novos membros e discutir tópicos); “Madonna” (criado a 2 de Fevereiro e liderado por um brasileiro, o qual continha 233 membros), alguns dos elementos deste grupo eram homossexuais brasileiros, e o convite para aderir a este grupo foi realizado por um “amigo virtual” do Brasil também ele homossexual, mas não era o moderador do grupo; “Eu Acredito no Amor” (sendo criado por um “amigo” brasileiro a 10 de Fevereiro, tinha 125 elementos); *Rihanna* (criado por um cibernauta brasileiro, a 6 de Abril de 2008, continha 96); “D&G Dolce & Gabbana” (que incluía 144 elementos). De igual modo, os grupos para os quais fui convidada a associar-me têm as mesmas características dos grupos anteriores.

Fundi um grupo público no dia 10 de Fevereiro de 2008, intitulado Bicharada: <http://groups.Myspace.com/bicharada>, no qual inseri uma fotografia de um animal de estimação (*upload*). Ao criar o grupo, a moderadora permitia que os elementos colocassem fotografias, discutissem vários tópicos, convidassem “amigos” a aderir. Para dar a conhecer o meu grupo, convidei 42 “amigos” da minha lista, no entanto, o grupo tem 24 “amigos” que foram convidados pela moderadora e 4 elementos que aderiram espontaneamente. Até ao momento em que finalizei o estudo, no dia 17 de Outubro de 2008, pertenço a 11 grupos, sendo um fundado por mim.

¹⁴ O número total de elementos que constituem os 11 grupos corresponde aos dados do dia 17 de Outubro de 2008.

Figura 14 - Os 11 Grupos

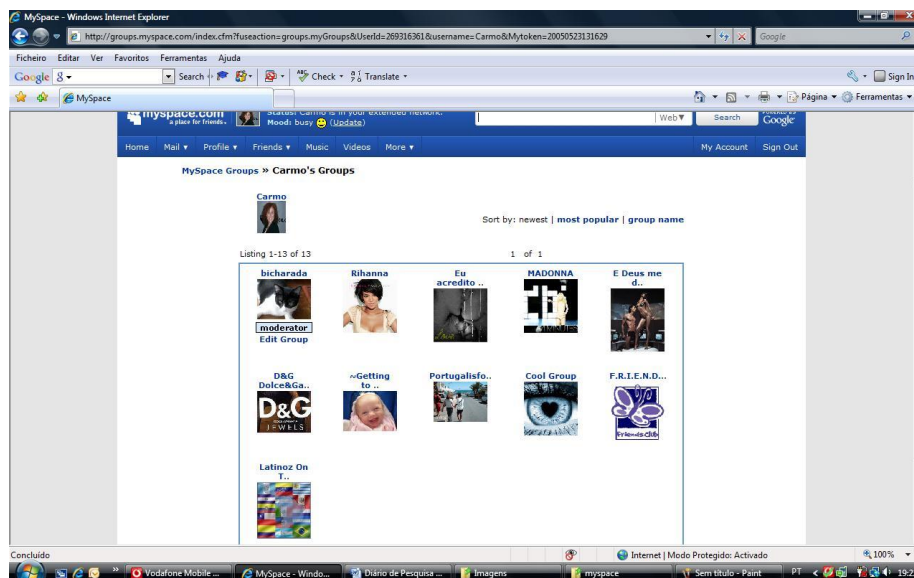


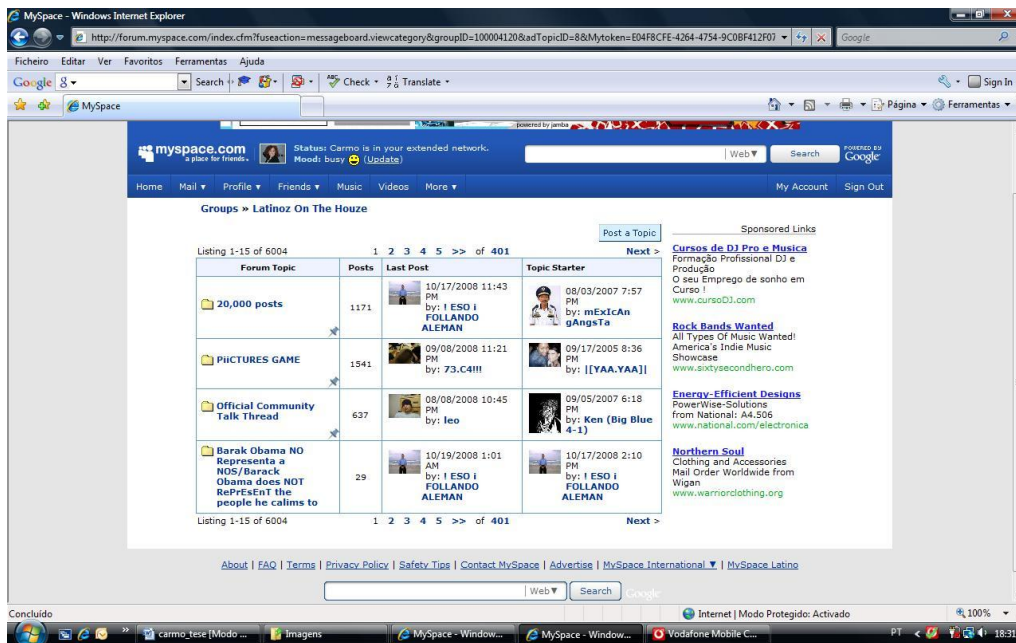
Tabela 6 - Os 11 Grupos

Nome	Aderentes	Tópicos	Respostas	Boletim
Bicharada	28	1	3	0
F.R.i.E.N.D.S.	7085	5	0	65
Getting to Know People on...	4393	4	0	1
Portugalforlovers	72	5	8	1
Rihanna	96	2	0	0
Eu Acredito	125	2	0	0
Madonna	233	4	0	0
Latino's on The Houze	30242	6002	*	430
Dolce & Gabbana	144	1	0	0
Cool People	26528	5	0	122
E Deus me Disse: Desce...	110	5	0	0

* Devido ao facto do número de respostas ser extremamente elevado e de difícil contagem, considere referir apenas que tinham um número elevado.

Em relação ao grupo que se destaca devido aos tópicos discutidos, respostas e boletins é sem margem de dúvida, o “Latino’s on The Houze”.

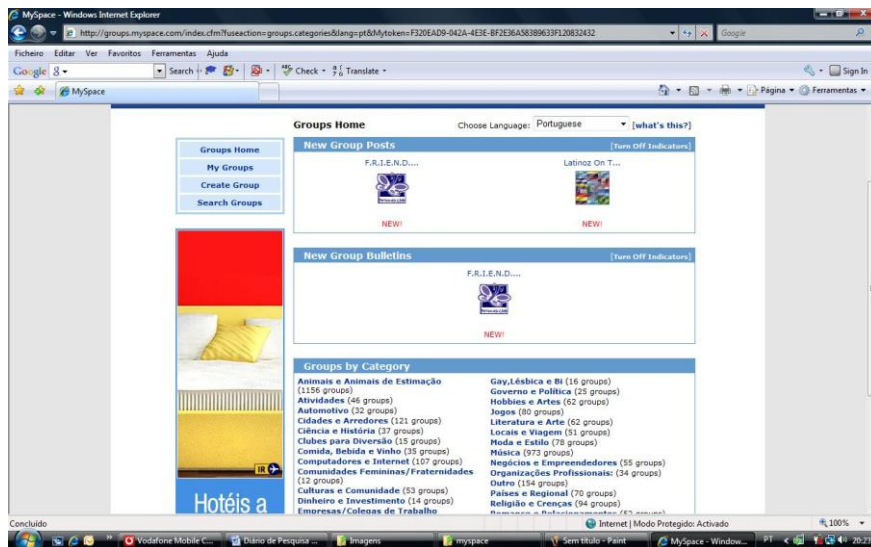
Figura 15 - Tópicos do Grupo Latino's On The Houze



Na tabela pode-se observar que os grupos que sobressaem devido ao número de elementos são: o “Latino’s on The Houze”, o “Cool People”, o “F.R.I.E.N.D.S.” e o “Getting to Know People on MySpace”.

Verificou-se que inicialmente não existiam grupos em português, surgiam apenas grupos de teste sobre animais de estimação. No entanto, existiam alguns fóruns, mas com poucos comentários. Por outro lado, os grupos e fóruns noutras línguas eram numerosos, essencialmente os de língua inglesa. Actualmente, existem grupos em português e o seu número está a aumentar, no entanto a maioria dos grupos parecem ser fundados por brasileiros. Os grupos em português emergiram com o funcionamento do MySpace Brasil em Dezembro de 2008. Contudo, são poucos os tópicos colocados à discussão, apesar do número elevado de aderentes. O que demonstra haver pouca interacção entre os membros do grupo, independentemente de serem em inglês ou português, embora possam partilhar algumas preferências, excepção observada no grupo “Latino’s”. Existem muitos grupos inactivos.

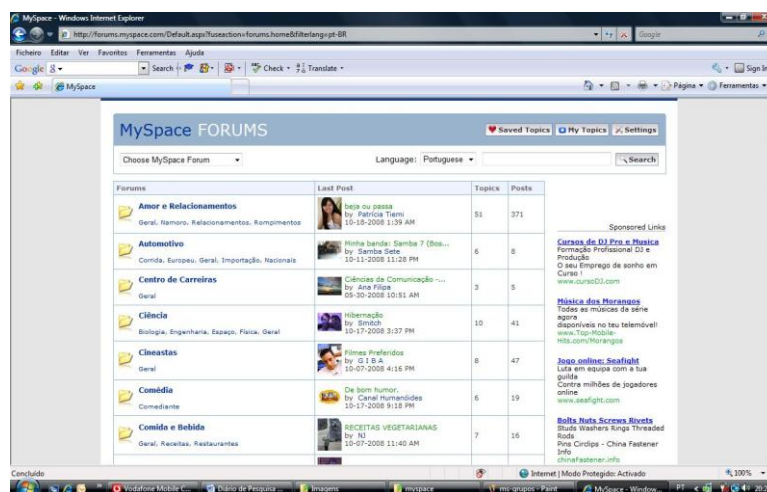
Figura 16 - Grupos no MySpace



Os grupos no MySpace apresentam 34 categorias, incluindo 4.444.080 grupos em inglês, sendo a categoria “activities” a mais numerosa com 317.801 grupos. Em português existem 4.209 grupos, sendo a categoria mais popular os “animais e animais de estimação” com 1.156 grupos.

Até ao momento da conclusão do estudo, a 17 de Outubro de 2008, existem 23 categorias de fóruns, em inglês há 2.245.256 tópicos e 72.690.458 respostas. Em português existem 923 tópicos e 2.545 respostas.

Figura 17 - Fóruns no MySpace



Relativamente aos *chats*, estes estão distribuídos em variadas salas de conversação, dispostos por: categorias (20 salas); localização (70 salas) e por idade (5 salas).

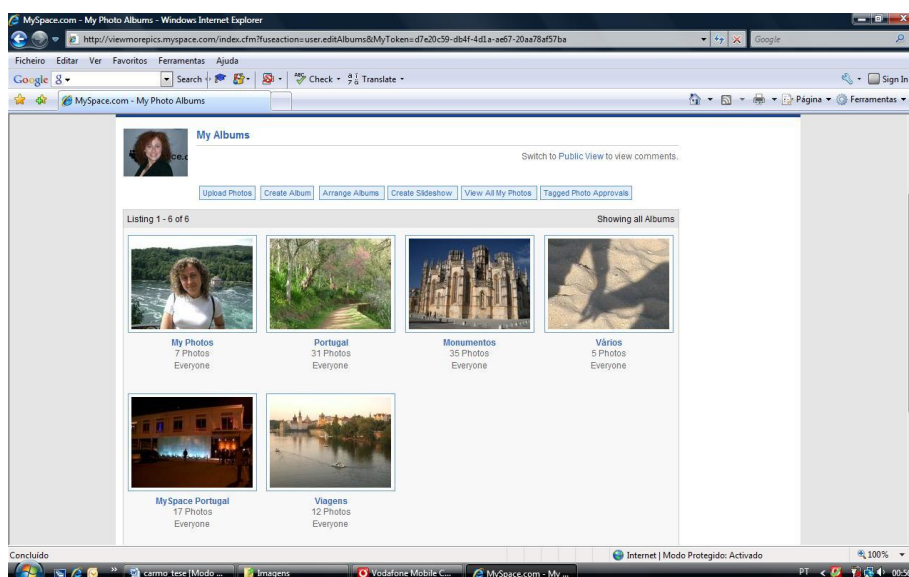
Observei diversas vezes conversas no *chat* do MySpace e durante esse período os cibernautas conversavam em inglês.

4.6. FOTOGRAFIAS E VÍDEOS

As fotografias e os vídeos permitem dinamizar as páginas, estabelecendo uma forma diferente de comunicar com os “amigos virtuais”. Deste modo, pode-se demonstrar quem somos, o que fazemos e as minhas preferências. Simultaneamente, existe a possibilidade de oferecer ao visitante uma forma de entretenimento na minha página.

Durante o estudo efectuei diversas acções relacionadas com fotografias, envolvendo variadas etapas de criação de diferentes álbuns e introdução de diversas fotografias em períodos distintos. Foram concebidos 7 álbuns como: “My Photos” (com 7 fotografias da autora); “Portugal” (31 imagens de Portugal); “Viagens” (12 fotografias de vários países visitados); “Vários” (5 fotografias sem um tema específico); “Monumentos” (35 imagens de diversos monumentos portugueses); “Turma de Belly Dance” (incluía 23 fotografias de dança do ventre, sendo posteriormente eliminado); “MySpace Portugal” (continha 17 fotografias obtidas na festa MySpace no Lux).

Figura 18 - Imagens dos Álbuns



De igual modo foram realizados *uploads* de três fotografias de Portugal (Évora) para o grupo *Portugalforlovers*.

Embora não seja permitido apresentar fotografias e imagens com teor pornográfico existem muitos internautas que tentam expor fotografias provocatórias nas suas páginas. Porém, parecem existir várias utilizadoras do sexo feminino, *strippers* ou mulheres que pretendem “vender o corpo”, e colocam fotografias nos seus perfis, nos álbuns e nos *blogs* que são extremamente provocantes, tal como os títulos utilizados.

Figura 19 - Imagens de Fotografias Provocantes

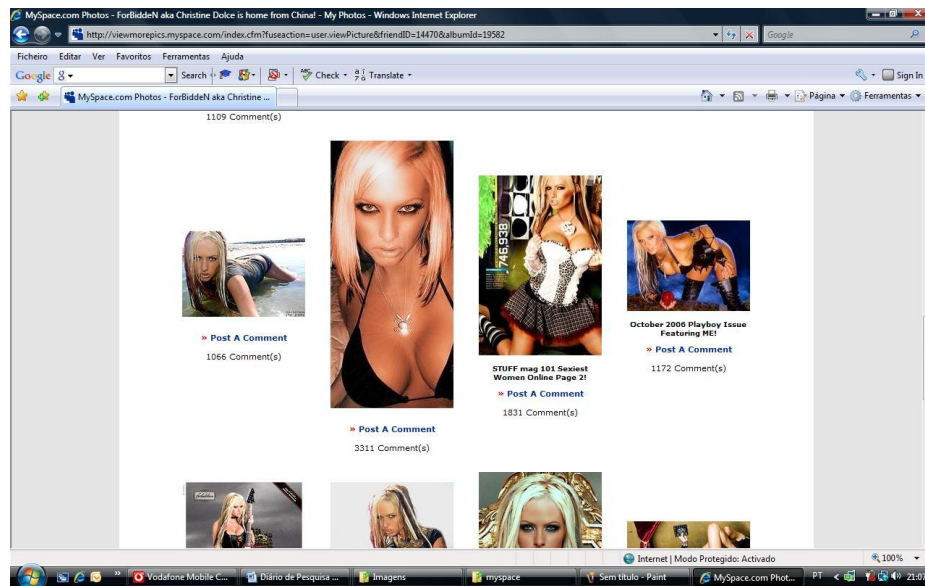
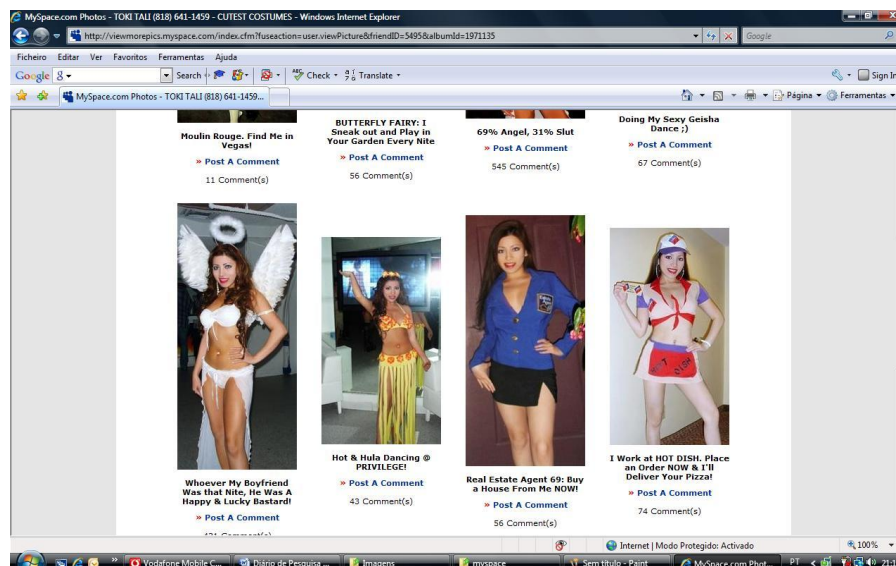


Figura 20 - Imagens de Fotografias Ousadas e Títulos “Arrojados”



Existem diversos utilizadores que falsificam os dados pessoais, tais como, a idade, o género, orientação sexual, estado civil, porém, colocam fotografias, onde se verifica que são jovens e quem são. Como por exemplo um “amigo virtual” brasileiro, que assume

ser homossexual, mas mente na idade, no entanto, coloca fotografias mostrando ter entre 22 a 25 anos. Outras informações que disponibilizam são através das fotografias, dos próprios, dos pais, irmãos, dos amigos, família, namoradas ou esposas, filhos, família em geral, animais de estimação e carros, incluindo na maioria das vezes os nomes das pessoas.

Relativamente aos vídeos, foram realizados inúmeros *uploads*. Efectuei os seguintes *uploads* de vídeos:

- 6 vídeos de dança do ventre, “Belly Dance”; “Belly Dance 2”; “Belly Dance 3”; “Belly Dance 4”; “Belly Dance 5”;
- 4 vídeos da banda Corvos, “Corvos”; “Corvos e Quorum Ballet”; “Corvos e Quorum Ballet 2”; “Corvos e Quorum Ballet 3”;
- 2 vídeos da cantora Shakira, “Shakira”; “Shakira 2”;
- 3 vídeos da banda Red Hot, “Red Hot Chili Peppers”; “Red Hot Chili Peppers 2”; “Red Hot Chili Peppers 3”;
- 1 vídeo sobre gatos, “Gatos também brincam”;
- 2 *uploads* de concertos de bandas que actuaram na festa de lançamento do MySpace Portugal no Lux em Lisboa, o grupo português “The Vicious Five” e “Sam Sparro”. Foram colocados no MySpace 17 vídeos, obtendo 226 visualizações.

Figura 21- Imagens dos Vídeos

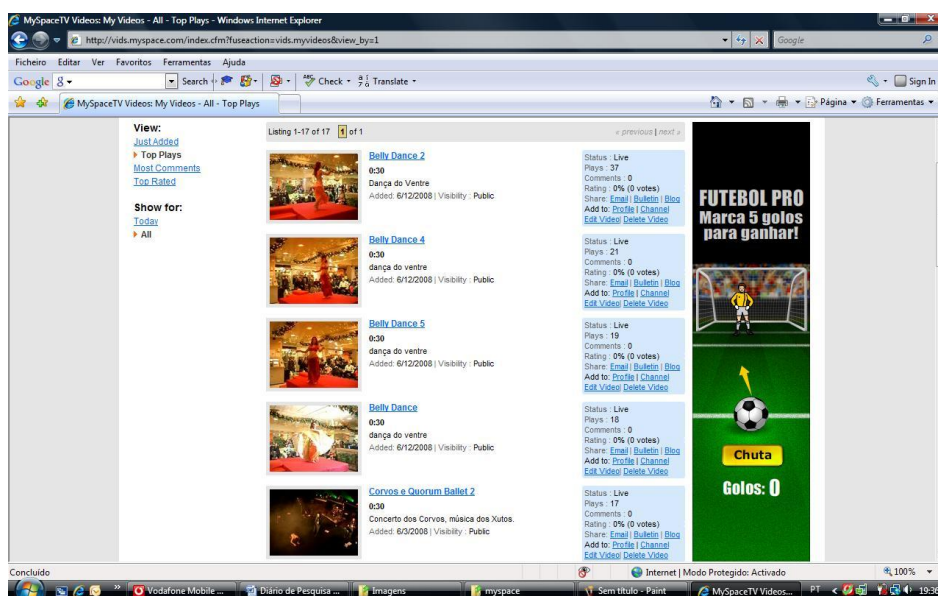
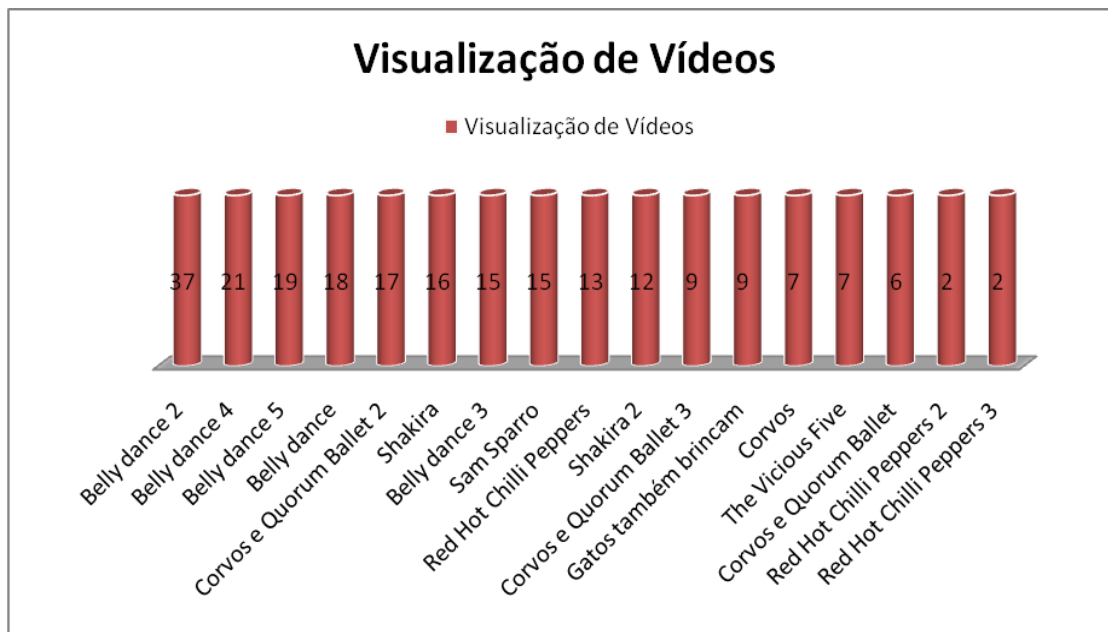


Tabela 7 - Visualização dos 17 Vídeos



Neste gráfico pode-se averiguar quais os vídeos da autora que obtiveram maior número de visualizações. Dos 17 vídeos colocados no MySpace, posso destacar em primeiro lugar o vídeo “Belly Dance 2” que obteve 37 visualizações, o “Belly Dance 4” foi reproduzido 21 vezes. Todos os vídeos de Belly Dance foram reproduzidos mais do que 14 vezes. Já o concerto dos “Corvos e Quorum Ballet 2” teve 17 visitas. Seguidamente, surge o concerto da “Shakira” com 16 reproduções e depois o concerto de “Sam Sparro” com 15 visitas. Os restantes têm um número de visualizações um pouco inferior.

4.7. MENSAGENS E MYSPACEIM

Durante a elaboração do estudo recebi mensagens e estabeleci contacto com outros cibernautas utilizando o MySpaceIM. Com a intenção de verificar como funcionava o MySpaceIM e de comunicar utilizando todas as funcionalidades da Rede Social, instalei esta aplicação. O MySpaceIM funciona como um *chat*, permitindo a comunicação em tempo real com pessoas de todo o mundo, escrevendo num teclado. Os contactos são estabelecidos depois de os utilizadores serem adicionados à minha lista de “amigos”. Através de mensagem combinei dialogar utilizando o MySpaceIM, no entanto, a maioria dos utilizadores da minha lista não têm o MySpaceIM instalado.

Quando utilizei pela primeira vez o MySpaceIM, comuniquei com um utilizador de Portugal, recorrendo a uma linguagem escrita, sincopada (reduzida, com abreviaturas), em português. Este cibernauta pertence à nossa lista de “amigos” e convidou-me para falar através do MySpaceIM, todavia, durante a conversa este indivíduo utilizou uma linguagem obscena, pouco própria, sendo mesmo mal-educado, pretendendo realizar virtualmente as suas fantasias sexuais. No entanto, não foi encorajado a tal comportamento. Não bloqueiei o perfil do cibernauta, visto que considerei que este não iria constituir qualquer problema, caso tentasse comunicar novamente ou me incomodasse, procederia ao bloqueio. Quando a situação de conflito se instalou durante a conversa, considerei que deveria sair daquela situação sem causar inimizades. Assim, afirmei que tinha que sair, por isso, iria desligar. Deste modo a conversa finalizou e o indivíduo nunca mais falou através do MySpaceIM, embora tenha enviado um *email* a pedir o contacto.

Recorri novamente ao MySpaceIM para dialogar com um cibernauta do Egipto. Inicialmente, parecia simpático, mas depois começou a utilizar linguagem obscena (em inglês), mas quando lhe perguntei se era assim que falava com as mulheres do seu país, o utilizador respondeu que não e desligou. Não encorajei este comportamento, tanto do cibernauta português como do egípcio. Pelo contrário, tentei sempre ser simpática, educada, mas firme.

Dialoguei outra vez através do MySpaceIM, para comunicar com um utilizador brasileiro que habita nos Estados Unidos, troquei ideias e foi uma conversa muito interessante.

Utilizei o MySpaceIM pela quarta vez, para conversar com um cibernauta americano. Foi uma experiência interessante, contudo, não prolonguei a conversa por mais tempo porque tive problemas com a Internet.

O MySpaceIM realizou uma parceria com o Skype e introduziu uma linha de telefone gratuita para facultar a comunicação entre os internautas. A nova versão foi igualmente usada, mas para comunicar com um amigo real que vive em Portugal. O MySpaceIM possibilitava inicialmente uma comunicação instantânea através de texto. Actualmente permite dialogar através de voz, funcionando como um telefone, mas gratuito.

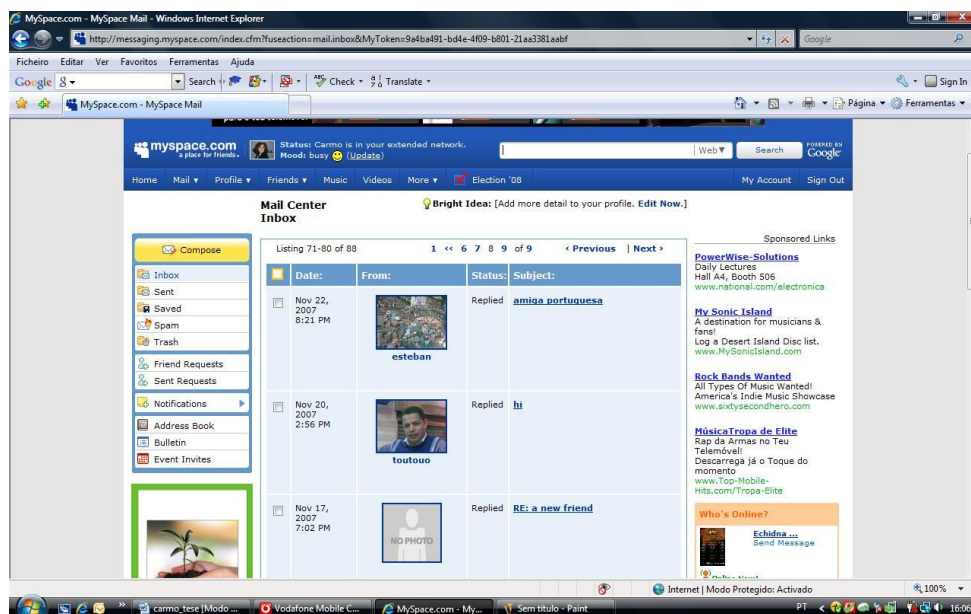
O correio electrónico do MySpace ou *email* foi a aplicação de comunicação mais utilizada pela autora e seus “amigos virtuais” no MySpace.

Quando alguém envia uma mensagem normalmente é necessário introduzir um código, este serve como um elemento de segurança. Foi efectuada uma pequena alteração nas nossas opções de segurança, permitindo que qualquer cibernauta me enviasse automaticamente uma mensagem, sem necessitar de introduzir um código. Esta alteração deu origem a que recebesse diversas mensagens “nocivas”. Eram constituídas essencialmente por publicidade, que pode ser denunciada como *spam*, por mensagens com imagens pornográficas ou com endereços com esse teor e ainda mensagens que convidavam a visitar páginas estranhas que aparentemente pareciam transmitir vírus. Considerou-se necessário apagar as mensagens “nocivas”, inclusive algumas com teor obsceno enviadas por um utilizador africano (as quais decidi não divulgar). Foram eliminadas 38 mensagens e o sistema de pedido de introdução de código foi novamente activado.

Enviei algumas mensagens com o intuito de verificar se os cibernautas conhecidos portugueses do mundo da música comunicavam ou não com os seus fãs ou “amigos virtuais”, nestas mensagens elogiei apenas a música destes profissionais. Após tentativa de contacto com um cantor conhecido português, duas bandas e dois *disco jockey*, verificou-se que as bandas responderam ao *email*, ou seja, as editoras responderam, mas, identificando-se como tal. Enquanto o cantor ignorou a mensagem, o mesmo sucedeu com um *disco jockey*, no entanto, o segundo *disco jockey* respondeu. Assim se verifica que apesar de procurarem notoriedade alguns internautas do “mundo da música” pouco comunicam.

Recebi algumas mensagens de utilizadores a proporem namoro ou a fazerem um simples “flirt” (ver pp. 139-144), obtive mensagens de bandas a promoverem os seus produtos (ver p. 147-150 e conversa com um músico), bem como mensagens de publicidade não autorizada (telemóveis, material informático, entre outros), mensagens com imagens e *sites* de pornografia e mensagens estranhas (como por exemplo a mensagem de Mrs A.E. da Malásia que pedia dinheiro, outra de um agente (ver pp. 150-153), mensagens variadas (ver pp. 144-147 e conversa com um brasileiro). Porém, outras mensagens foram recebidas, mas não serão exibidas porque terem um teor pessoal, sendo que algumas pertencem a amigos reais.

Figura 22 - Mensagens no Correio do MySpace



São apresentados alguns exemplos de mensagens, representativas de um universo de 126 mensagens. São colocados *emails* como exemplo e colocada uma nota explicativa sobre as mensagens.

Um exemplo: um novo utilizador do MySpace enviou um *email* cuja mensagem parecia demonstrar que se tratava de um agente, tentando recrutar jovens do sexo feminino para trabalharem como modelos, apresentadoras de televisão e atrizes. Respondi ao *email* solicitando mais informações, visto que não pediam Curriculum, solicitei que me enviasse o *website* da empresa. O suposto agente respondeu dizendo que não tinha *site*, na medida em que, implicava muitas despesas ao nível de impostos e que trabalhava para empresas privadas.

02 Jun, 2008 9:58 (Reino Unido)

Oi Senhora Bela

Como são fazendo? gostarei de pedi-lo se irá; como ser um Modelo, Atriz ou um TV mais Presente nos EUA E Reino Unido se responder a meu correio de e com seu nome e foto ...@uk se São Intresteed na oferta Resposta a meu correio de e o quanto antes.

Votos de felicidade D

02 Jun, 2008 19:57

Ok i will

Hi Beautiful one

HOw are you doing? will you like to be a Model,Actress or a TV Presenter in the Us or Uk if yes send me your Name and country to my email and e mail your picture to ...@uk and i will tell you the next step.you may end up being a Top Class Model,TV Presenter or a Popular Actress.Feel free to ask me any question on my E mail...

Hope to hear from you soon

D

Existem alguns utilizadores do sexo masculino que aparentemente convidam para a sua lista de “amigos” quase só mulheres. Dois “amigos virtuais” da minha lista procedem desse modo, enquanto, outros têm poucos “amigos”, porque parece que pretendem encontrar alguém para algum compromisso sério ou não. Estes últimos indivíduos agiram do seguinte modo, enviaram uma mensagem elogiando, dando o contacto, falando um pouco sobre quem eram e o que pretendiam (ver p. 139-144), como se pode verificar nos *emails* que irei expor:

04 Nov 2007, 09:44 (Malásia)

Hello babe

Hi Nice Lady,

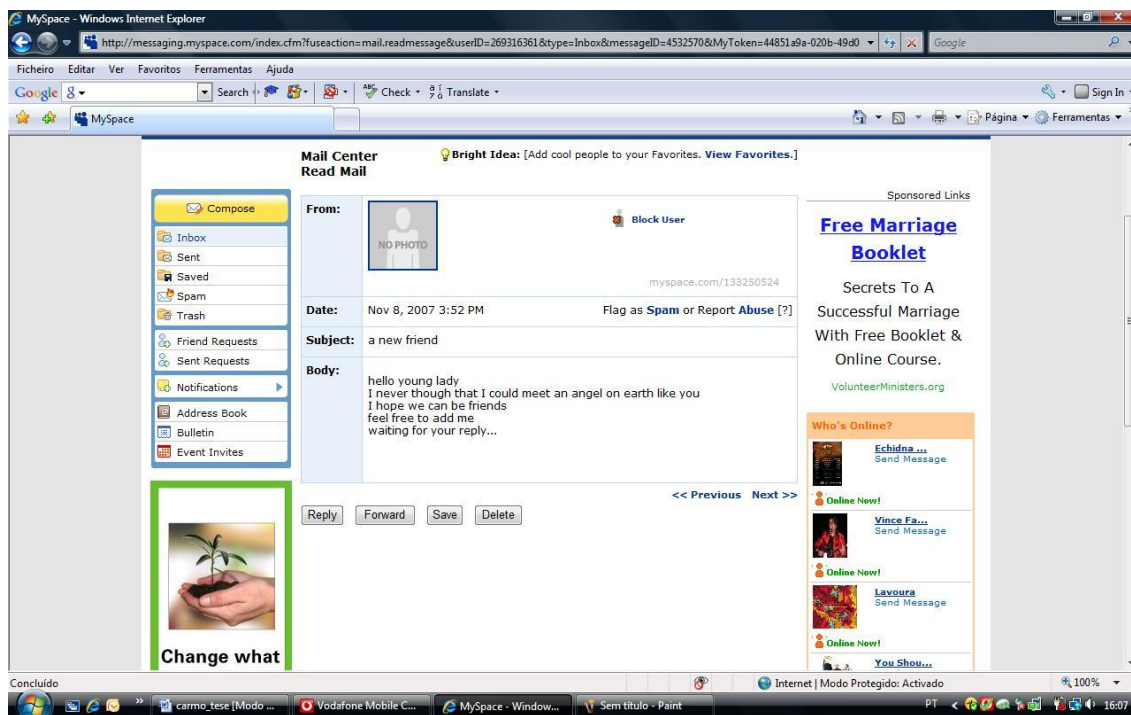
Dear how are you hope u are fine..well i gone through your profile and i found out that u are a nice lady,so i want us to relate in a more intimate capacity, i am a black and cool guy,i am African living in Malaysia now,i would love to have a good relationship with you, A... is my name..hope to hear from u soon..please try reply if you will be serious about me... i wish to meet u one day....i want to meet a nice girl like u, real Life, trust worthy, honest and God fearing as well. I really believe that honesty is a firm basis for each kind of relationships only happens with open communication, trust and mutual understanding, serious, sincere, care, respect and equality. Height, Age and Language difference doesn't matter I am not materialistic person and I value inner features first of all. I really believe that honesty is a firm basis for each kind of relationships,Age is just a number, i will wait to hear from you any time from now with my personal e-mail address :a...@yahoo.com

please konw me for who i'm, relationship is not game to play, it is not a word to say, doesn't start on march and ends on may,

Regards as wait to hear from you soon next,

A...

Figura 23 - Exemplo de Mensagem



A minha experiência no MySpace indica que os indivíduos do mundo da música comunicam de uma forma diferente da restante comunidade, as mensagens têm quase sempre um intuito comercial. Então o que significa comunicar com a massa anónima? Aparentemente, significa criar amizades, namorar, marcar encontros, contactar com amigos, familiares e colegas de trabalho que estão distantes, simboliza partilhar experiências e trocar ideias. Enquanto, comunicar com os cibernautas do mundo da música pode significar um relacionamento de potencial consumidor dos seus produtos, mesmo que a pessoa não os queira comprar inicialmente.

Mensagens de bandas:

Jun 9, 2008 7:39 AM (Portugal)

Olá.

Primeiro queremos agradecer ao pessoal que têm feito publicidade boca a boca e graças a vocês temos recebidos boas e novas amizades em nosso MySpace e HI5, obrigado pelo carinho de todos vamos tentar ao máximo retribuir este gesto maravilhoso!

Estamos aqui para convidar-te a visitar nosso perfil, esperamos que goste do que vais ver e ouvir lá, e contamos com o teu apoio, pois sem ele de que adianta por cá andar?

Fica também a informação de que estamos com um ep lançado, o nome dele é

WHATEVER (Alternative Rock) [www. F... com](http://www.F...com)

Já esta disponível e em exclusividade para o MySpace Portugal o primeiro video clip dos Skewer para o tema STAYED.

Podem conferir no seguinte *link* MyPortugal ou nosso MySpace.

As datas para concertos de promoção a este ep já esta no MySpace [http://www.](http://www.MySpace.com/s...band)

[MySpace. com/s...band](http://www.MySpace.com/s...band).

Se teus amigos também gostam de rock, convide-os a ouvir. Obrigado!

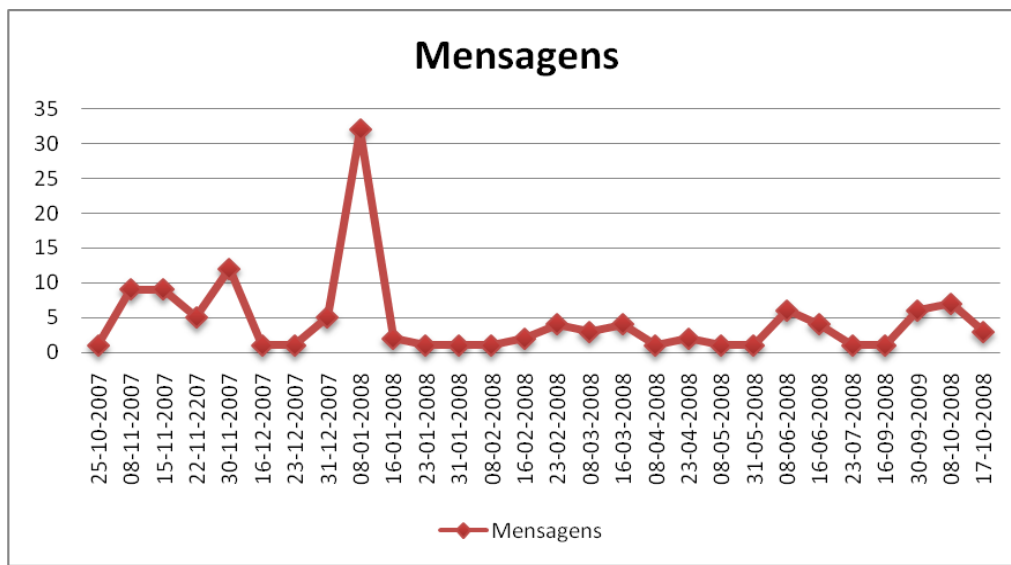
No nosso perfil do MySpace esta disponível gratuitamente o trabalho de 2006 I ... demo-cd.

Obrigado e esperamos que continues em contacto. Caso identifique-se com nosso trabalho, sua amizade será muito bem vinda!

S... (Barreiro - Portugal)

Aparentemente, vários internautas do sexo masculino de idades diversificadas utilizam o MySpace para encontrar namorada. Uns parecem querer um relacionamento mais sério enquanto, outros pretendem divertir-se, utilizando uma linguagem pouco própria, demonstrando alguma falta de respeito pelos outros cibernautas. Em contrapartida, existem diversos cibernautas que são simpáticos, divertidos, comunicativos e com elevado sentido de humor.

Tabela 8 - Mensagens Recebidas no Correio Electrónico



Como se pode verificar na tabela, o maior fluxo de mensagens surgiu no início com 9 mensagens no dia 8 e 15 de Novembro de 2008, com 12 mensagens no dia 30 do mesmo mês. Porém, houve uma subida dramática de mensagens no dia 8 de Janeiro de 2008, que coincidiu com a alteração nas opções relativas às mensagens, permitindo que qualquer cibernauta enviasse automaticamente uma mensagem, dando origem 32 mensagens recebidas. Durante as restantes semanas verificou-se um número constante de mensagens, com excepção para o mês de Agosto, onde não houve qualquer mensagem. As mensagens recebidas perfizeram um total de 126 mensagens, sendo 38 apagadas por envolverem conteúdo menos próprio (pornografia, publicidade, mensagens obscenas).

4.8. COMENTÁRIOS, BLOGS E BOLETINS

Os *blogs* são outro meio de comunicar disponibilizado pelo MySpace. Todos os internautas que frequentam esta Rede Social podem utilizar este espaço para comunicar com os restantes membros da rede, expressando as suas opiniões, debatendo múltiplos assuntos ou simplesmente fazer publicidade ao seu trabalho. As bandas, os fotógrafos, realizadores e restantes profissionais da música, recorrem ao *blog* para se autopromoverem, colocando amostras dos seus trabalhos, com fotografias, vídeos, divulgação de espectáculos, entre outros.

Publiquei alguns *blogs* associados à minha página. O primeiro *blog* concebido intitulava-se: “O Homem Como Ser Social”, posteriormente, criei o segundo *blog* que era um poema escrito por mim e o terceiro *blog* versava sobre o tema “O que deve fazer para evitar perigos nas Redes Sociais” em português e inglês (especialmente dedicada aos adolescentes). Deste modo, publiquei na minha página três *blogs* e obtive dois comentários, realizados nos dias 8 e 9 de Outubro de 2008. Todavia, o número de *blogs* no MySpace é vasto, sendo constituído por 205.237.605, distribuídos por 26 categorias.

Figura 24 - Imagem de Um Blog



De acordo com a minha experiência, os boletins são extremamente usados pelas bandas, as quais “bombardeiam” os “amigos virtuais” com notícias, desde as mais insignificantes até às mais importantes. Os boletins também podem estar presentes nos grupos, a maioria dos moderadores não permite que se coloquem boletins, pois, geralmente são publicidade diversa que não enriquece o grupo e que apenas “enche” as páginas com texto inútil. Existe o problema dos boletins não serem direccionados (os músicos devem enviar a informação para um “target” bem definido). Como por exemplo, recebi informação sobre concertos e *shows* que se iriam realizar nos Estados Unidos, quando eu habito em Portugal.

Utilizei os boletins uma única vez, com o intuito de desejar a todos os “amigos virtuais” pertencentes à minha lista Boas Festas e Feliz Ano Novo em inglês e português.

Figura 25 - Imagem de Boletins

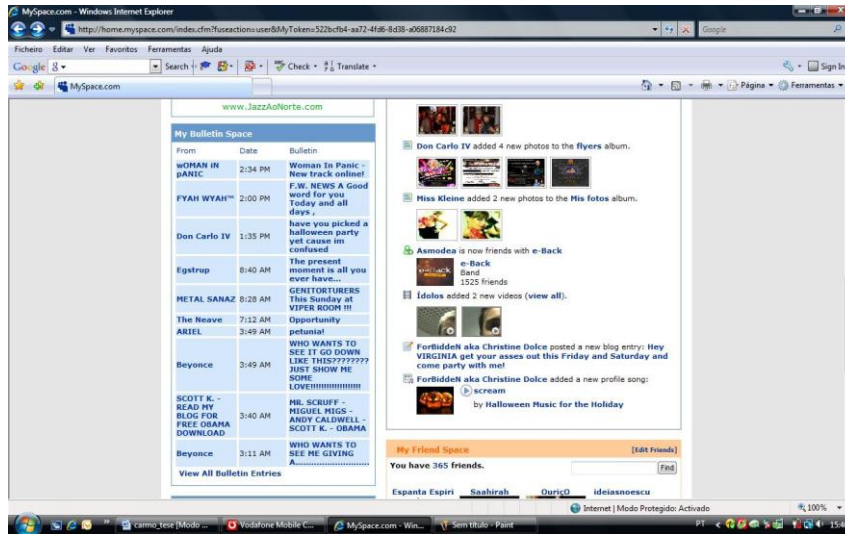


Figura 26 - Exemplos de Vários Boletins

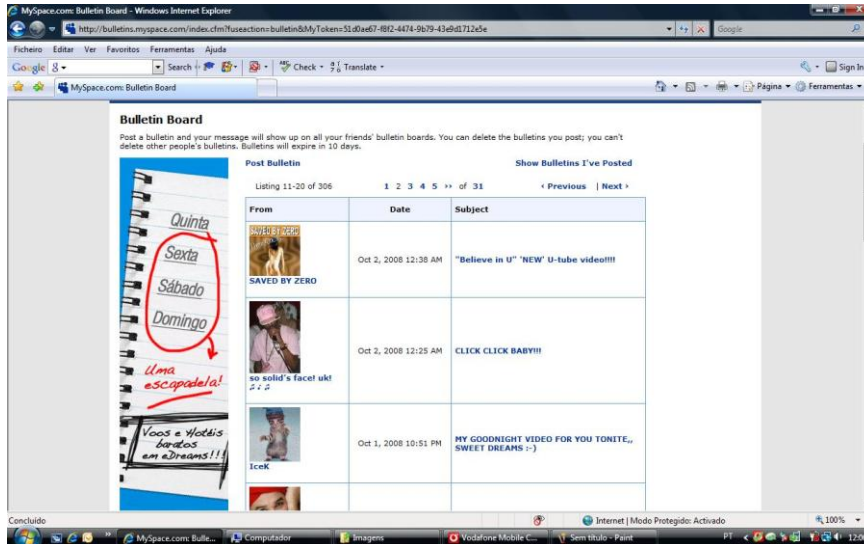
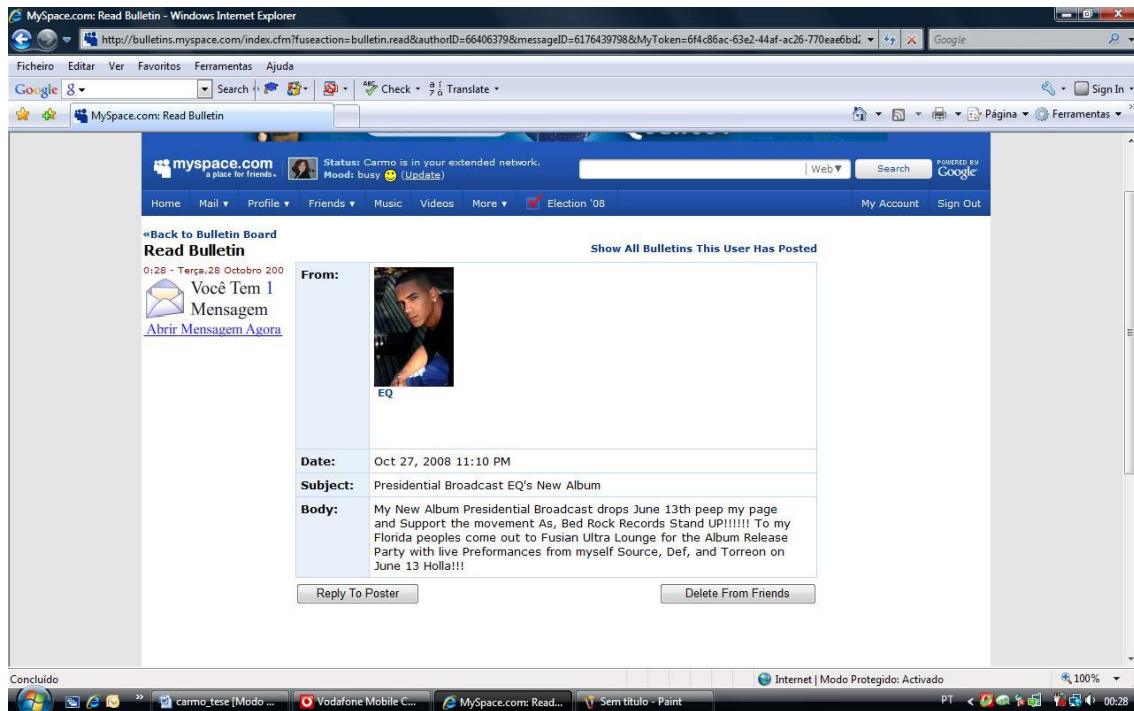
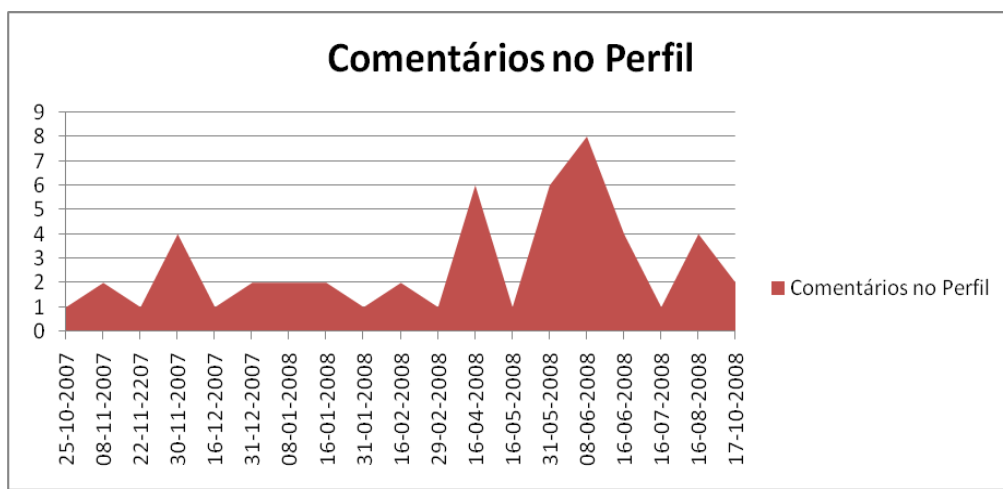


Figura 27 - Um Exemplo de Boletim



Os comentários são uma ferramenta de comunicação passível de ser utilizada por todos os utilizadores na rede, são uma forma rápida de comunicar e de se mostrar. Os comentários estão presentes nos perfis, nas fotografias, nos vídeos e nos *blogs*. Portanto, os comentários foram igualmente enviados pela investigadora e recebidos. Neste cenário, o meu perfil obteve 51 comentários, as fotografias tiveram 4 e os *blogs* 2 comentários. Foram elaborados variados comentários aos perfis e a fotografias de alguns “amigos virtuais”.

Tabela 9 - Comentários no Perfil



No quadro pode-se verificar os períodos em que existiram uma maior afluência de comentários. Pode-se destacar que o dia 31 de Novembro de 2007 com 4 comentários, o dia 31 de Maio de 2008 e dia 8 de Junho com 6 comentários. Por sua vez, no dia 16 de Junho foram obtidos 8 comentários. Existindo um novo aumento com 4 comentários no dia 16 de Agosto. O número total de comentários recebidos no perfil foi 51.

Tabela 10 - Comentários a Fotografias

Data	Número
23 Novembro de 2007	1
20 Fevereiro de 2008	1
21 Fevereiro de 2008	1
08 Outubro de 2008	1

Os comentários são um modo de comunicar extraordinariamente visível. Assim sendo, as bandas tentam aproveitar ao máximo e enviam comentários sempre que adicionam um novo “amigo virtual”. Algumas bandas, comediantes e *disco jockey* “comentam” o perfil enviando o seu logótipo ou uma música. Deste modo não se destacam das restantes bandas e nem causam qualquer impacto, visto que, todos fazem exactamente o mesmo. Na minha opinião seria mais interessante e eficaz despende uns minutos e enviar um comentário simpático e personalizado.

Neste contexto, as bandas apresentam nos seus perfis uma panóplia de comentários de variadas proveniências, como por exemplo comentários de “anónimos”, outras bandas, *disco jockey*, comediantes. Entretanto, nos perfis dos “anónimos”, os comentários parecem se concentrar mais em pessoas conhecidas, ou seja, a actividade social na rede centra-se nos amigos reais, colegas, familiares, vizinhos e conhecidos. Pode-se verificar que nos perfis certos utilizadores combinam sair, afirmam que não têm visto os amigos ou conversado.

Figura 28 - Comentários de Familiares e Amigos Reais

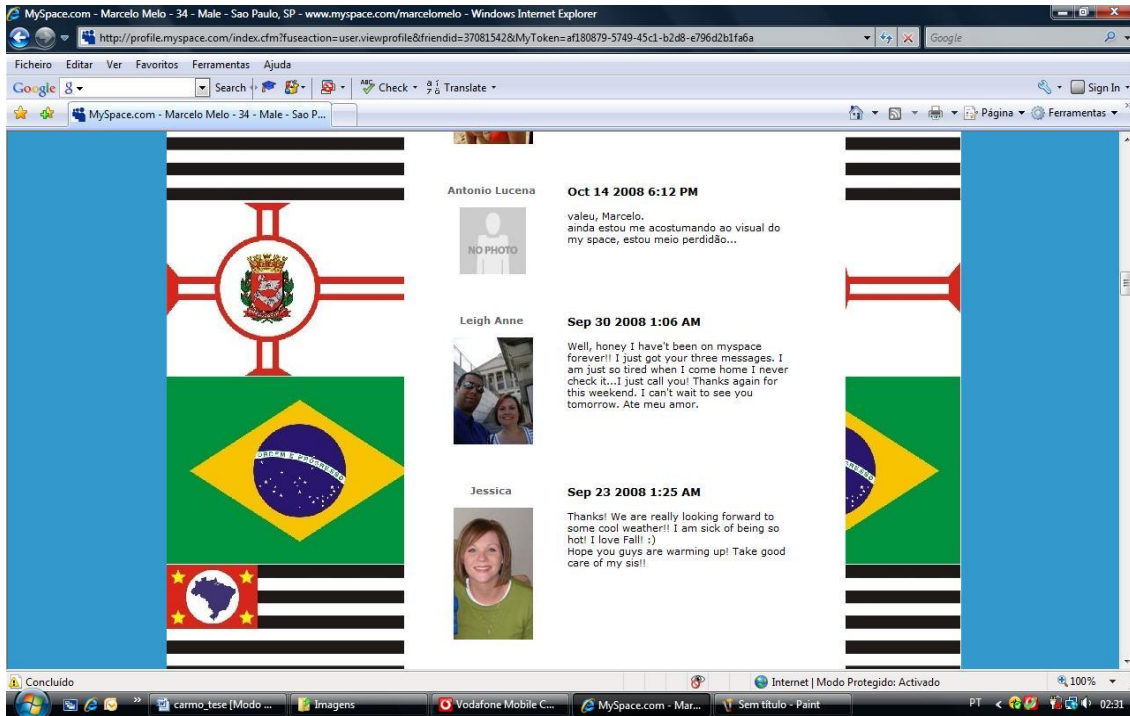
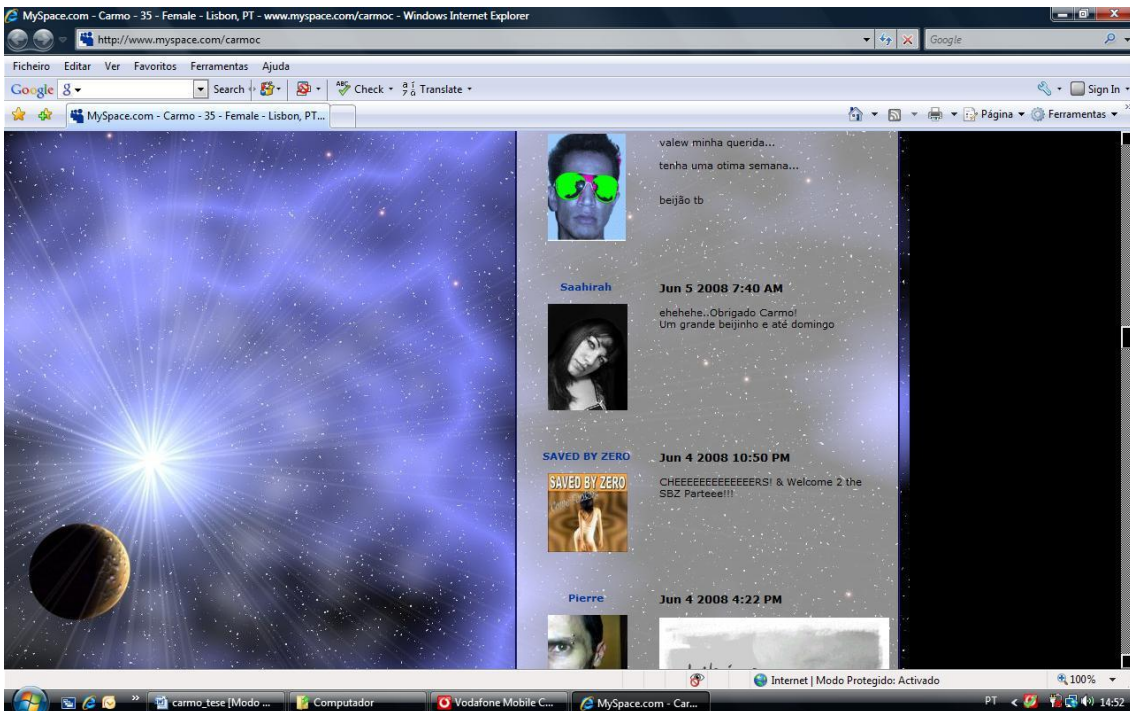


Figura 29 - Imagem de Comentários no Perfil



Quando “amigos virtuais” enviam publicidade de si próprios como se fosse um comentário, a autora rejeita o comentário e não publica no seu perfil. Na medida em que são vídeos e músicas que carregam automaticamente sempre que a página é visualizada, criando uma enorme confusão. Do meu ponto de vista, os visitantes à minha página têm

o direito de escolher se querem ouvir ou não a música seleccionada pela autora, se assim o desejarem podem carregar em *play*. Considerei que os visitantes não devem ser obrigados a ouvir as músicas e vídeos que outros colocam no perfil da autora com o propósito de se autopromoverem. Visto que, se tal acontecesse, seria uma “algazarra infernal” cada vez que alguém acesse à página com duas ou três músicas e vídeos a tocar ao mesmo tempo. Podemos afirmar que é uma publicidade ao grupo, mas de uma forma abusiva. Na realidade, cada cibernauta tem o direito de escolher o tipo de música que deseja colocar na sua página e não é obrigado a ter que ouvir ou a ter no seu perfil todas as músicas dos “amigos virtuais”. O que significa que, comentários com o logótipo de banda são aceitáveis, mas músicas e vídeos que carregam automaticamente não são.

Porém, existem *strippers* que apresentam fotografias extremamente ousadas, dando azo a vários comentários provocatórios e obscenos, colocados por utilizadores do sexo masculino. Todavia, algumas mulheres, insultam igualmente a detentora da página (semelhante ao que já foi anteriormente referido nas fotografias).

Figura 30 - Comentários de Bandas

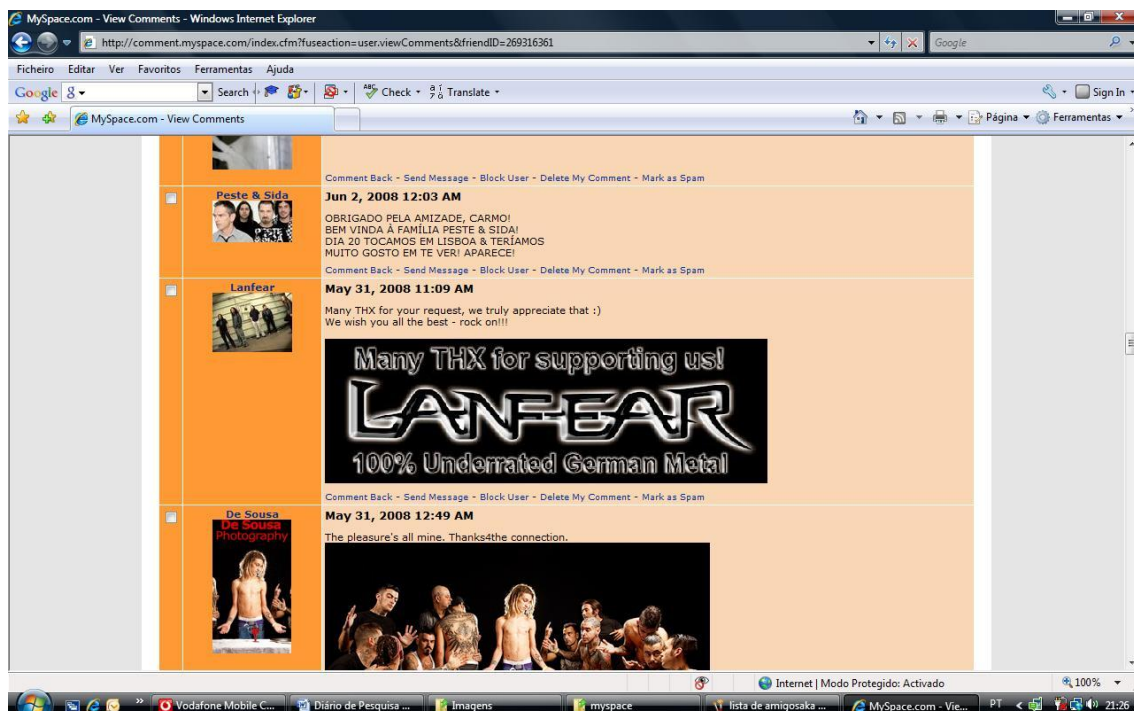
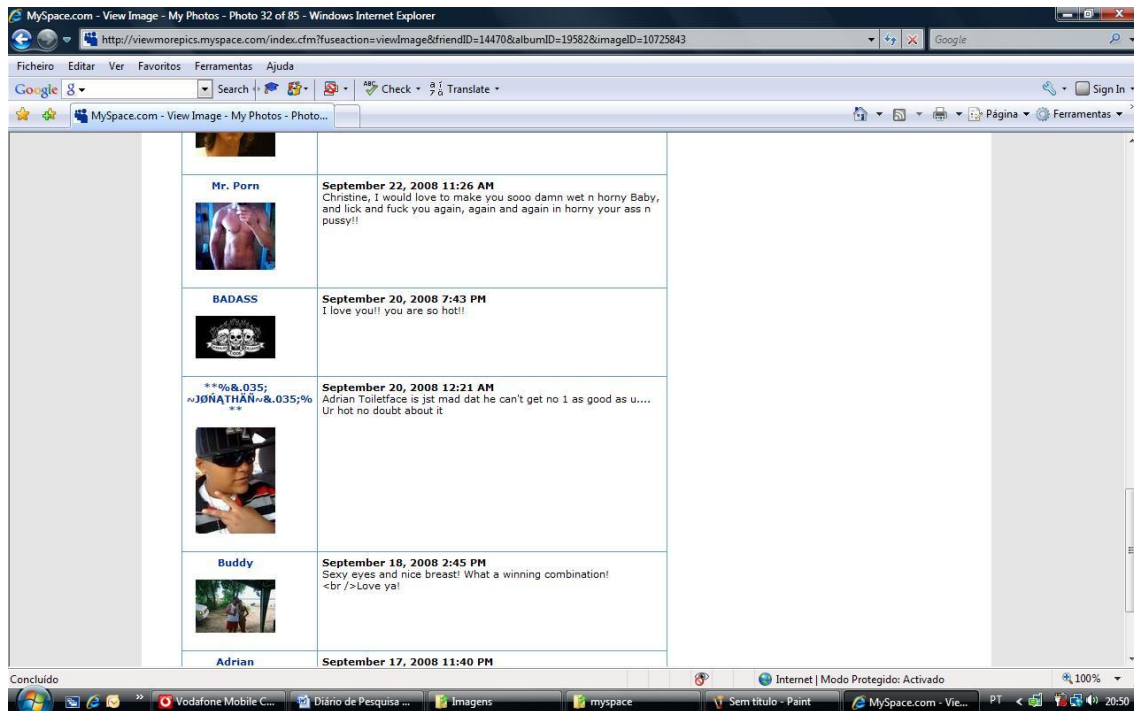


Figura 31 - Comentários Obscenos



Aparentemente, quanto mais novos são os elementos do sexo masculino, maior parece ser a probabilidade de utilizarem, nos seus *blogs* e comentários, linguagem obscena. Diversos utilizadores adulteram os dados pessoais. No entanto, divulgam informação através de comentários elaborados por amigos pessoais, onde revelam dados sobre os detentores do perfil (relembro que os comentários são sempre aprovados antes de serem publicados). A informação é transmitida através de comentários que fazem ou recebem, nos *blogs* e vídeos, podem até divulgar os locais que frequentam, expondo informações e detalhes sobre a sua vida pessoal.

4.9. LÍNGUA

De acordo com a minha experiência a língua que predomina no MySpace é a língua inglesa, patente no elevado número de vídeos, *blogs*, comentários, fotografias, boletins, fóruns, *chats* e perfis que se apresentam nesta língua. De igual modo, a maioria das celebridades, bandas, informação sobre escolas, eventos culturais, classificados e notícias (*MySpace Impact*) são maioritariamente em inglês. Existem outras línguas

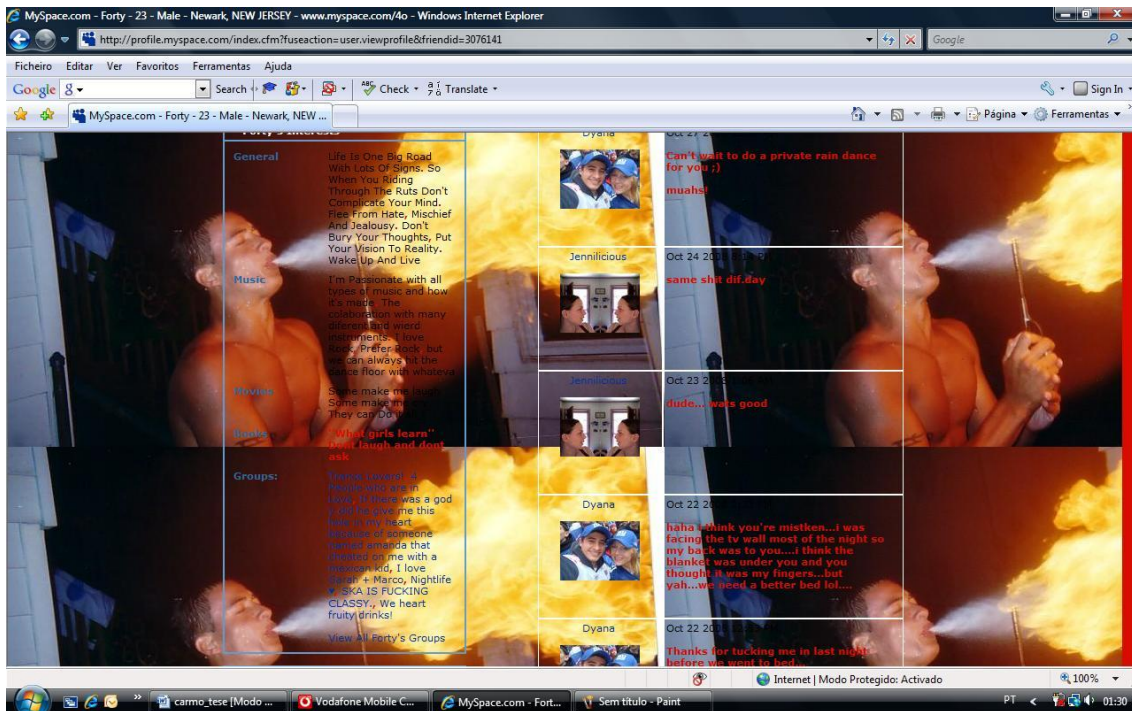
presentes, como o português, francês, alemão, castelhano, italiano, o chinês, entre outras.

Neste contexto, considerei relevante apresentar um estudo que versa sobre “Línguas e Culturas na Web” concebido em 2007 e retirado do “Jornal Expresso”, no qual se conclui que: a língua inglesa era em 1998 a língua dominante representando 75% das línguas analisadas na Internet, contudo em 2007 representava somente 45% do total. A língua portuguesa em 1998 representava 0,82% ocupando a sexta posição, mantendo a sua posição em 2007 com 1,39%. De acordo com o estudo a utilização das línguas latinas, português, castelhano e italiano, aumentou entre 1998 a 2001, tendo demonstrado um decréscimo até 2003 (em percentagem). Porém o romeno contrariou a tendência das línguas latinas, porque não diminuiu (Expresso/Lusa, 2008b).

4.10. PERFIL E TIPOS DE PÁGINA

Através da observação do perfil pude obter diversas conclusões relativas ao indivíduo. Ao estudar como se apresentam as páginas da minha lista de “amigos virtuais”, verifiquei que alguns cibernautas têm páginas pouco desenvolvidas, com um fundo branco, uma fotografia e o perfil quase vazio. Em contrapartida, existem páginas extremamente elaboradas e cuidadas, muito atractivas, com fundos diversos (*backgrounds, layouts*), músicas, fotografias, slides, vídeos, *blogs*, uma vasta lista de “amigos virtuais”, comentários, mapas que identificam a proveniência geográfica de quem visita a página, caixas para comentários, caixas de jogos, *playlists*, apresentando equilíbrio e organização na página. Por outro lado, existem outras páginas que embora tenha uma panóplia de animações, estas tornam a página ilegível, confusa, difícil de ler, pois contém demasiada informação. Podem também ter fotografias muito “pesadas” e cores muito agressivas. Por vezes a escolha do *layout* é a causadora da confusão, por ser muito colorida, bem como a quantidade exagerada de vídeos e músicas a tocam em simultâneo.

Figura 32 - Imagem de um Perfil Ilegível



Em relação às páginas dos músicos, verifiquei que algumas são geridas pelos elementos da banda. Principalmente aquelas que não são conhecidas ou que não trabalham com editoras. De acordo com a minha experiência, os cantores e bandas famosas são geridas pelas editoras e managers.

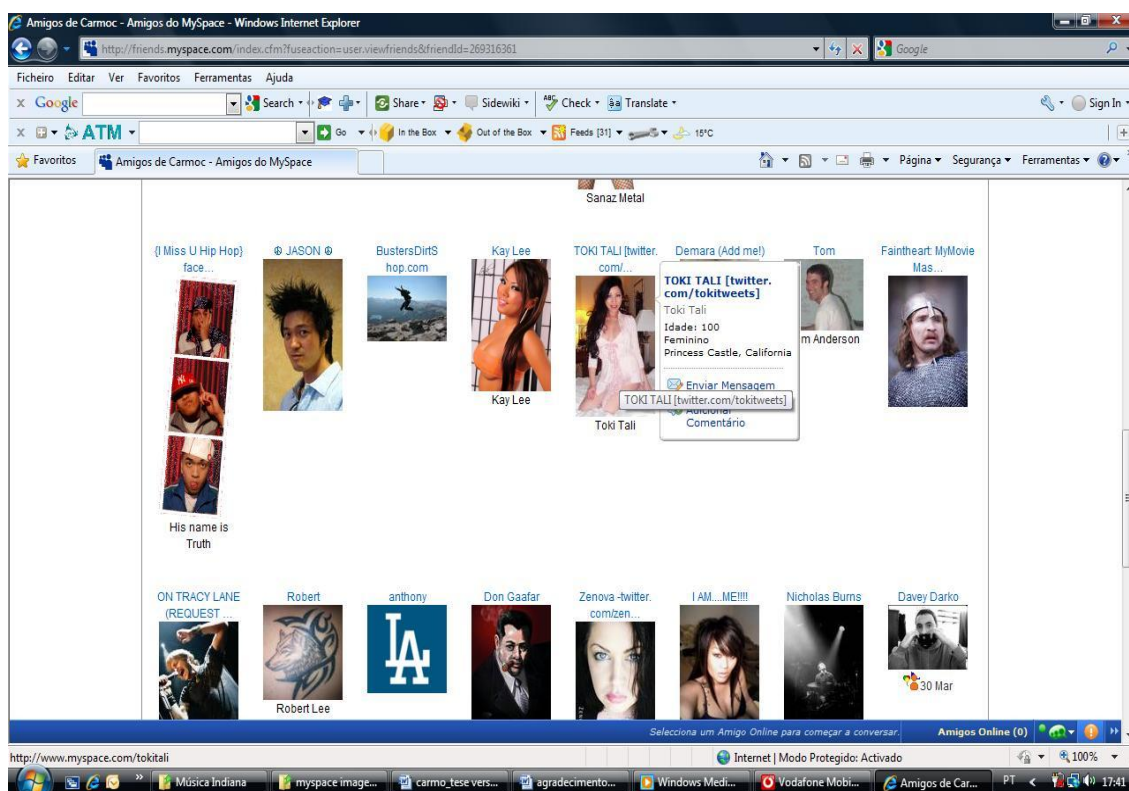
Existem alguns utilizadores do MySpace que são músicos a solo e se identificarem como bandas e outros que optaram por construir o seu perfil numa página normal, ficando limitados, já que existe a possibilidade de páginas específicas para internautas da área da música que oferecem mais potencialidades.

Averiguei que os *disco jockeys* (DJ), identificam-se como bandas, embora alguns escrevam no seu pseudónimo DJ..., o que permite reconhecê-los. Deste modo, alguns *disco jockeys*, elementos da lista dos meus “amigos virtuais” podem ter sido erradamente considerados como bandas, pelo facto de se denominarem como tal. Em relação aos comediantes, pode-se observar que alguns intitulam-se comediantes, tornando a sua identificação mais facilitada, enquanto outros criam um perfil como uma pessoa anónima, sem se destacarem da “massa”. Assim, verifica-se que alguns dos indivíduos do sexo masculino associados ao perfil de comediantes são colegas de profissão. O mesmo sucede com os realizadores, alguns identificam-se e outros não.

Aparentemente, existem utilizadores que afirmam ser do sexo feminino e colocam no perfil fotografias de mulheres lindíssimas em poses provocantes, mas parecem ser

homens. Deste modo, pode-se observar que muitos elementos do sexo masculino exibem como imagem pessoal uma fotografia de mulheres quase despidas, bem como pseudónimos obscenos, para além do facto de apresentarem uma idade bem diferente da real. Enquanto, as mulheres preferem colocar fotografias de crianças, animais, de grupos, delas com as amigas, embora também mintam sobre a idade e coloquem fotografias ousadas. Como por exemplo algumas mulheres que afirmam ter 100 anos.

Figura 33 – Imagem com Idade Falsa



Surgem perfis com um certo “conteúdo para adultos” ou com pornografia, ou com propostas de negócio de “venda do corpo”, novamente com imagens de mulheres muito belas.

Enquanto as mulheres nos seus perfis parecem estar mais interessadas em fazer amizades. Em contrapartida, os homens em geral parecem ter mais tendência para outro tipo de relacionamentos, como encontros de vária ordem, namoro, aventuras sexuais, embora por vezes não o revelem no perfil, mas demonstram esses interesses pelo modo como actuam (como por exemplo a atitude relativa ao contacto com os dois indivíduos no MySpaceIM). Para além disso, os jovens do sexo masculino utilizam em certas ocasiões linguagem menos própria nos seus perfis.

Como o corpo está ausente no espaço virtual, os elementos do MySpace têm mais controlo sobre a imagem que transmitem. Assim sendo, há um maior domínio sobre a informação veiculada no perfil. Pois, só existe a palavra escrita, não são visíveis os gestos, nem a linguagem corporal. Os cibernautas podem não preencher certos dados que desejam omitir ou que considerarem abusivos, como inclusive apagarem comentários e mensagens. Os comentários colocados pelos amigos reais e virtuais necessitam de ser aprovados antes de serem colocados na página, caso revelem algo que o indivíduo deseja ocultar, o comentário pode ser simplesmente apagado e assim, não ser publicado. De salientar que apenas os membros que pertencem à lista de “amigos virtuais” podem colocar comentários. Se os internautas quiserem provocar boa impressão nos restantes utilizadores devem apresentar uma imagem atractiva.

Ainda neste contexto, deve-se salientar que existem dados que indiciam ser falsos, nomeadamente a idade quando surgem pessoas que afirmam ter 100, 108 ou 90 anos, embora o MySpace privilegie a criação de um perfil verdadeiro. Portanto, podem também assumir nomes de cantores, actrizes, escritores, inclusive de pessoas já falecidas. Após uma pesquisa verificou-se que existiam vários utilizadores que se apresentavam como sendo Paulo Coelho, o escritor brasileiro, sendo que havia páginas em francês e alemão. Este é um exemplo de muitos perfis falsos que se pode encontrar nas Redes Sociais.

4.11. CONTACTO COM AS FUNCIONALIDADES

Aprender a utilizar a panóplia de serviços do MySpace não é complicado, mas exige tempo, paciência e alguma dedicação.

É necessário ensaiar e experimentar variadas vezes para verificar se gosta do resultado obtido, especialmente quando se está a conceber a página. Nomeadamente, a criação de slides, aplicação do *layout*, introdução de novas fotografias, vídeos, criação de *blogs*

Pode-se fazer uma comparação entre o MySpace e um jogo novo, o qual só se aprende lendo as instruções e em seguida jogando. A Rede Social é idêntica, necessita-se apenas de seguir as instruções para construir o que se deseja e depois é só explorar o novo mundo. Porém, se permanecer alguns dias, semanas ou meses sem aceder à rede, no regresso encontrará algumas diferenças. Aliás, neste preciso momento estão a ser

concebidos novos *blogs*, fóruns, páginas, colocados vídeos e fotografias. Dois dias depois de o estudo ter finalizado surgiram mais amigos e comentários. Tal como a Internet, a rede social está em constante mudança. O que vimos hoje, amanhã pode já não existir. Esta mutação diária pode ser divertida porque exige uma permanente descoberta, uma busca constante da novidade, uma adaptação contínua. De igual modo, provoca também uma certa instabilidade, porque estamos frequentemente desactualizados e temos alguma dificuldade em acompanhar todas as novidades tecnológicas.

Se estabelecer um paralelismo entre MySpace e um Centro Comercial pode-se imaginar o seguinte: a Rede Social funciona como um Centro comercial, onde os internautas passeiam (navegam) espreitando as montras (que são os perfis), vão observar as novidades (produtos, novos perfis, músicas, vídeos, fotografias, novos serviços, notícias), vêem os saldos (produtos mais baratos, bilhetes com desconto), ocasionalmente entram numa “loja” (página ou perfil) e compram um produto (visitam a página e tornam-se num “amigo” virtual ou compram algum produto *on-line*). Por vezes alguns ficam apenas a conversar com amigos, conhecidos ou travam conhecimento com estranhos, entretanto, uns trabalham, outros divertem-se, jogam, namoram, seduzem ou são seduzidos e ainda outros exibem-se.

4.12. ALGUNS ASPECTOS NEGATIVOS DO MYSPEACE

Apesar de existirem muitos aspectos positivos também podemos identificar aspectos negativos, tais como:

- 1 - Predadores sexuais;
- 2 - *Spam*;
- 3 - Mensagens e comentários obscenos;
- 4 - Excesso de boletins;
- 5 - Mensagens e boletins que não são direccionados;
- 6 - Dificuldade em realizar “*uploads*”;
- 7 - Problemas no *site*;
- 8 - Falsidade.

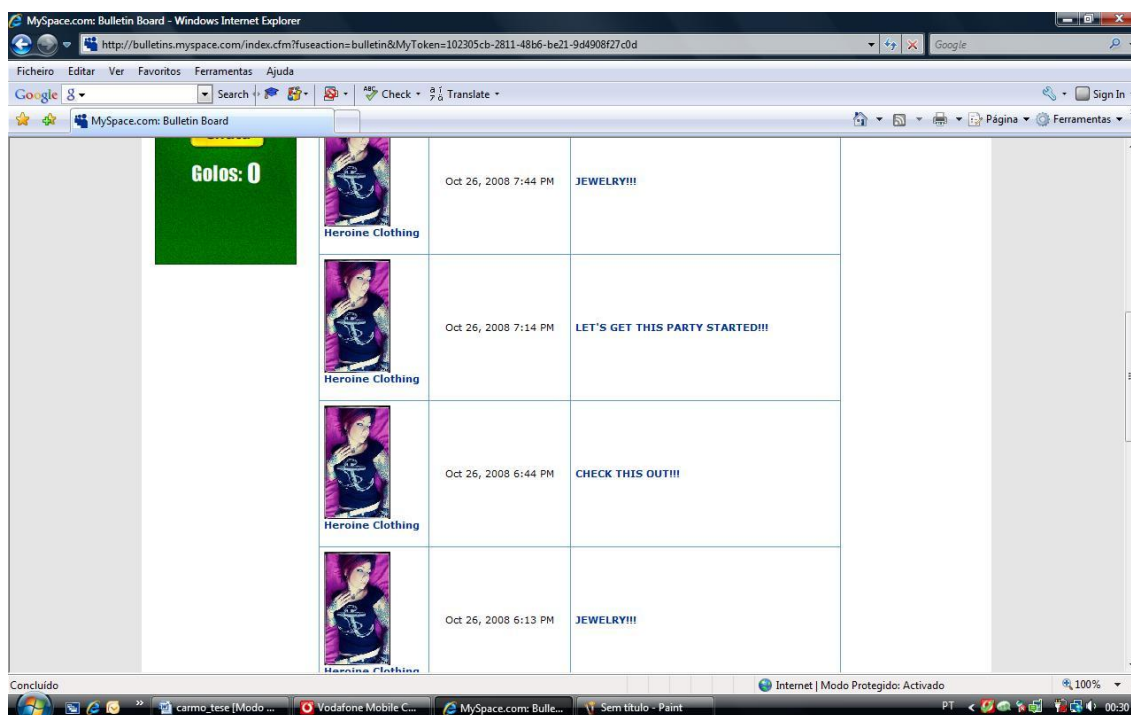
1 - Um dos graves problemas muito discutidos na imprensa relaciona-se com os predadores sexuais, que atraem menores para encontros que têm um propósito sexual. Não são só os pedófilos que estão presentes, existem mais predadores que atraem também mulheres.

2 - Podem surgir no correio, mensagens de publicidade (*Spam*) e de pornografia, bem como publicidade dos “amigos virtuais”, bandas.

3 - Por vezes são recebidos por alguns utilizadores, mensagens e comentários obscenos devido a fotografias e vídeos mais ousados. São geralmente comentários enviados a páginas de mulheres e a páginas de homossexuais.

4 - Os boletins são excessivos, certas bandas enviam 8 e 9 por dia, tendo em conta o número de “amigos”, consegue-se perceber a quantidade de boletins que recebi diariamente. Sendo que a minha lista contém 365 cibernautas e todos os dias existe uma imensidão de boletins. No entanto existem utilizadores que possuem 30 milhões de amigos, como um utilizador da minha lista, o que deve dar origem a milhares de páginas com boletins por dia e a maioria sem interesse.

Figura 34 - Exemplo de Boletins Excessivos



5 - Efectivamente, penso que não interessa a uma pessoa do Japão saber sobre os concertos de Alabama nos Estados Unidos da América. Os boletins e as mensagens não deveriam ser somente enviados, deviam ser também direccionados.

6 - Em certas ocasiões é extremamente difícil realizar *uploads* de fotografias, vídeos, visualizar as páginas de “amigos” ou aceder ao portal, porque o MySpace ou a Internet encontram-se muito lentos.

7 - Após o lançamento do MySpace Portugal o *site* e os menus passaram a estar escritos em português, mas posteriormente, a página começou a mudar constantemente de língua (alemão, italiano, inglês) e surgem regularmente problemas diversos no *site*.

8 - Outro aspecto negativo é a falsidade. As atitudes de falta de respeito para com o outro, de perversão e egoísmo. Mas, em relação aos adolescentes, penso que o ideal é explicar como funcionam as Redes Sociais e os perigos inerentes. A solução não é proibir, porque “o fruto proibido é o mais apetecido”, para além disso todos os amigos estão presentes nestas redes e os adolescentes necessitam de pertencer a grupos das suas idades. A questão está em saber como se comportar, em “saber ser”, “saber estar” e “saber fazer”. E essencialmente, conhecer os amigos reais dos adolescentes, conversar sobre as Redes Sociais e avisar até à exaustão.

Portanto, de acordo com a minha experiência apresento uma pequena lista com 11 conselhos que considere fundamentais para evitar problemas nas Redes Sociais.

Tabela 11 - O Que Deve Fazer para Evitar Perigos nas Redes Sociais

O que deve fazer para evitar perigos nas Redes Sociais
1 - Utilizar um <i>nick</i> ou pseudónimo.
2 - Alterar o perfil para privado, de modo a que apenas os seus amigos tenham acesso ao perfil. Outra opção será não revelar informações importantes se o perfil estiver visível.
3 - Não disponibilize dados pessoais no perfil como: morada, número de telefone, nome da escola ou da empresa. Se for menor, o perfil deve ser privado para sua segurança.
4 - Não revelar os nomes verdadeiros das pessoas que estão nas fotografias e não colocar fotografias ousadas.
5 - Utilizar o correio para marcar encontros com amigos que conhece.
6 - Evitar publicar comentários seus ou de amigos que divulguem dados relevantes, como locais que frequentam.
7 - Não publique vídeos que mostrem informações detalhadas sobre a sua vida. Este conselho aplica-se igualmente aos <i>blogs</i> e grupos.
8 - Não marcar encontros com “amigos virtuais” ou marcar em conjunto com outras pessoas amigas.
9 - Caso algum cibernauta seja desagradável deve bloquear o perfil.
10 - Respeite para ser respeitado.
11 - Actualize o antivírus e a <i>firewall</i> , bem como outros programas <i>anti-spam</i> .

Possíveis benefícios em usar os 11 conselhos anteriormente mencionados:

- 1 - Se existirem predadores sexuais ou pessoas mal-intencionadas, não sabem informação sobre o adulto ou adolescente;
- 2 - Se não souberem que locais frequentam como a escola ou emprego, não conseguem seguir a pessoa;
- 3 - Se forem expostas fotografias provocantes, pode-se ser alvo de atitudes de pessoas mal-educadas, que farão comentários que podem ofender;
- 4 - Se não revelar informações importantes, não será incomodado (a), caso seja pode sempre bloquear o utilizador e ficará em segurança.

4.13. ESTUDO DAS PÁGINAS DOS “AMIGOS VIRTUAIS”

Recorri à observação das páginas dos “amigos” da minha lista para obter dados concretos. Ignorei a presença do Tom como amigo no processo estatístico, visto que, é adicionado automaticamente a qualquer utilizador, sendo assim, “amigo” de todos. Quando os internautas elegeram o Tom como “top friend”, considerei como outro, quando era incluído na restante lista, excluía-o e passava a contar o perfil seguinte. Quando o Tom era o único amigo em comum foi decidido colocar zero.

Da lista de “amigos” foi também excluído o perfil de um filme e de um telemóvel, visto que não tinham informação relevante para o estudo era apenas publicidade. De igual modo, para evitar confusões considerei que bandas e músicos seriam denominados como bandas, desde que se identificassem como tal.

Durante a observação das páginas de alguns “amigos virtuais”, verificou-se que existem utilizadores com um número de “amigos” extremamente elevados. A maioria das páginas apresenta os “top friends” e depois os restantes elementos da lista, estando os “top friends” em primeiro lugar, fazendo parte da contagem dos 120 elementos, mas, por vezes, os “top friends” podem não estar incluídos na restante lista de “amigos”. O MySpace permite obter o número comum de “amigos” e o número total de bandas até 5.000 “amigos”.

É pertinente salientar que alguns dados foram omissos pelos utilizadores e deste modo, foi impossível apresentar um estudo exacto sobre os 120 elementos. Bem como o facto,

de poder existir informação falsa. Tendo em consideração estes obstáculos procederei à apresentação dos resultados obtidos.

- 1 - Média de idade por sexo;
- 2 - “Amigos” originários de diferentes regiões;
- 3 – Países mais representados;
- 4 - Estado Civil;
- 5 - Orientação Sexual;
- 6 - Religião;
- 7 - Etnia;
- 8 - Profissão;
- 9 - Nível académico;
- 10 - Os objectivos pelos quais os utilizadores estão no MySpace;
- 11 - “Top Friends” dos cinco grupos (homens, mulheres, músicos, comediantes e *disco jockeys*);
- 12 - Lista de “Amigos”;
- 13 - Número de serviços por grupo;
- 14 - Os comentários aos serviços por grupo;
- 15 - Serviços e animações no perfil;
- 16 - Rede Social substituí esplanada;
- 17 - Amizades no MySpace;
- 18 - MySpace, o *Shopping Virtual*;
- 19 - Comunicação mundo real/virtual;

1 - Após o estudo das páginas dos 120 primeiros “amigos” verifiquei que a média de idades é de 37,8 (que inclui indivíduos com 90, 100, 108, com idades falsas), mas se excluir os indivíduos com idades superiores a 75 anos (admitindo que a maioria das pessoas com mais de 75 anos não frequentam as Redes Sociais), obtenho uma média de 27,8 anos. A média de idade das mulheres é de 25,8 (retiradas as idades 99, 88, 77 e uma utilizadora não indicou a sua idade) e a dos homens é de 29,2 (retiradas as idades 103, 101, 100, 100, 100, 99, 98, 90, 78 e dois utilizadores não indicaram a sua idade, ver tabela 37 – Resumo 1, p. 159).

2 - Os “amigos virtuais” são originários essencialmente das seguintes regiões ou localidades: 15,8% são da Califórnia, 10,8% são provenientes de Los Angeles, 8,3% são

oriundos de Nova Iorque, 5,8% são de Lisboa e 2,5% são de Alabama, ou seja, predominam as regiões americanas (ver tabela 37 – Resumo 1, p. 159).

3 - Portanto, os países mais representados são os Estados Unidos da América com 68,8%, depois Portugal com 15,8%, Filipinas e Reino Unido com o mesmo valor 5,0%, o Brasil com 4,2% e a Alemanha com 2,5% (ver tabela 37 – Resumo 1, p. 159).

4 - No que respeita ao estado civil, os meus “amigos virtuais” são: 41,7% solteiros, 15% têm um relacionamento, 5,8% são casados, enquanto 1,7% são divorciados (ver tabela 37 – Resumo 1, p. 159).

5 - Quanto à orientação sexual: 52,5% são heterossexuais, 3,3% são bissexuais e 1,7% são homossexuais (ver tabela 37 – Resumo 1, p. 159).

6 - Entretanto, a religião que se destaca é a católica com 14,2%, outros cristãos representam 9,2% e os agnósticos 3,3%. (ver tabela 37 – Resumo 1, p. 159).

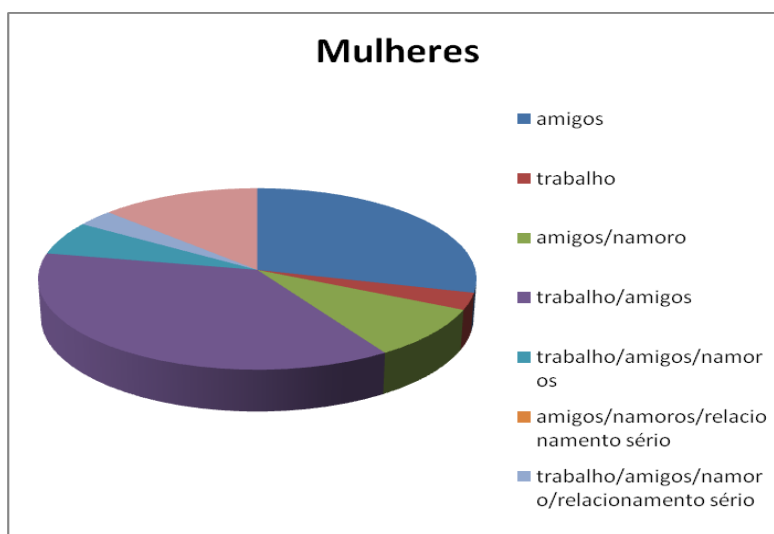
7 - A maioria dos cibernautas refere ser: 13,3% brancos, 11,7% asiáticos e 5,8% latinos (ver tabela 37 – Resumo 1, p. 159).

8 - A nível profissional: 27,55% são músicos, 10,8%, são estudantes e 5% são fotógrafos (ver tabela 37 – Resumo 1, p. 159).

9 - Em termos académicos: 16,7% são licenciados, 12,5% frequentam a universidade, enquanto 6,7% têm um curso profissional (ver tabela 37 – Resumo 1, p. 159).

10 - Os utilizadores investigados declaram que estão no MySpace com o seguinte objectivo: 24,2% amizade e trabalho, 15,8% pretendem obter amigos e 10,8% pretendem adquirir trabalho, fazer amigos, encontrar namorado (a) e ter um relacionamento sério (ver tabela 37 – Resumo 1, p. 159).

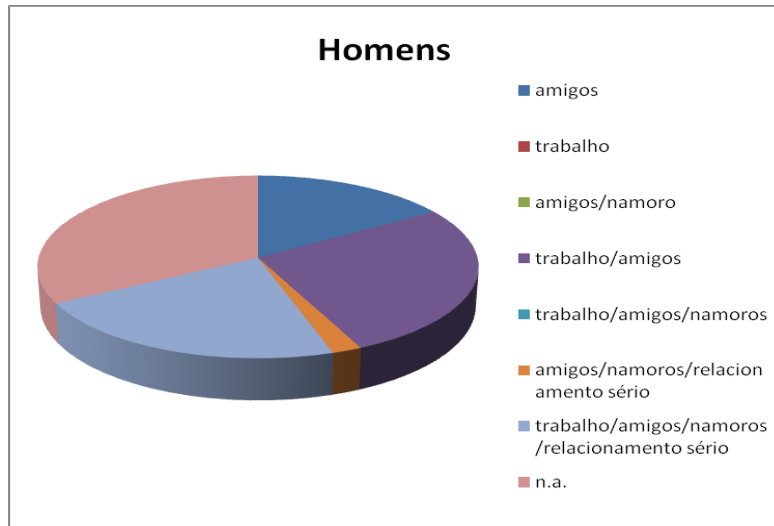
Tabela 12 - O Que as Mulheres Investigadas Pretendem do MySpace



As mulheres registam-se no MySpace com o intuito de:

- 1 - Trabalho e amigos;
- 2 - Amigos;
- 3 - Amigos e namoro.

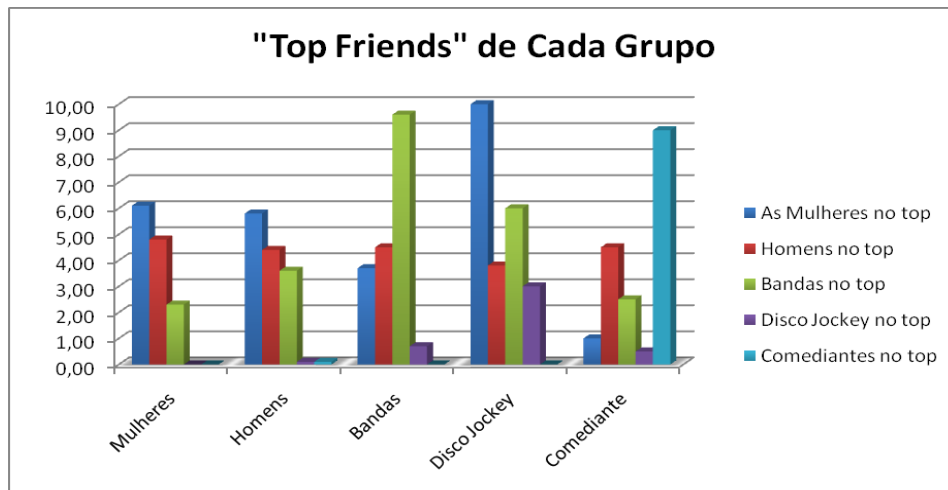
Tabela 13 - O Que os Homens Investigados Pretendem do MySpace



Por outro lado, os homens preferem (sendo que a maioria não responde):

- 1 - Trabalho e amigos;
- 2 - Trabalho,
- 3 - Amigos, namoro e relacionamento sério;
- 4 - Amigos.

Tabela 14 - "Top Friends" de Cada Grupo



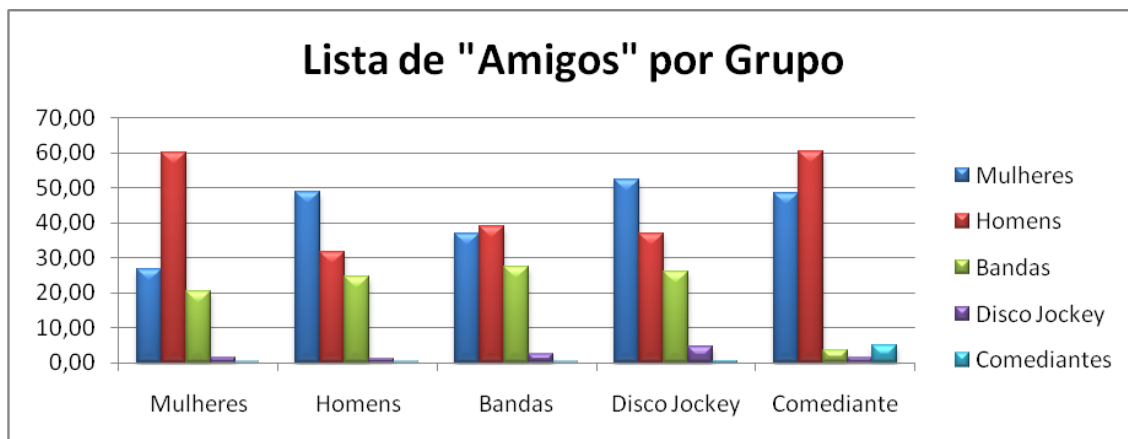
11 - Como se pode verificar na tabela anterior, os cinco grupos apresentam os seguintes resultados:

- as mulheres têm em média: 6,10 mulheres no seu “top”; 4,80 homens; 2,30 bandas; *disco jockey* e comediantes sem ocorrências. O que indica, que as mulheres optam por seleccionar outras mulheres (mais 27,1%) em detrimento dos homens e das bandas;
- os homens têm em média no seu “top”: 5,80 mulheres; 4,40 homens; 3,60 bandas; *disco jockey* e comediantes com 0,10. As mulheres foram a escolha preferencial dos homens para o “top”, existindo mais mulheres (31,8% em relação aos homens);
- as bandas têm em média no seu “top”: 3,70 mulheres; 4,50 homens; 9,60 bandas; *disco jockey* 0,70 e comediantes sem ocorrências. Destaca-se ainda que as bandas mostram tendência para preferir no “top” mais homens do que mulheres.
- os *disco jockey* têm em média no seu “top”: 10 mulheres, 3,80 homens, 6 bandas, *disco jockey* 3 e comediantes sem ocorrências. A preferência destes profissionais incide sobre as mulheres.
- os comediantes têm em média no seu “top”: 1 mulher, 4,50 homens, 2,50 bandas, *disco jockey* 0,50 e comediantes 9. Pelo contrário, os comediantes seleccionam os seus colegas de profissão para o seu “top”.

Estou presente nos “top friends” de apenas 2,5% perfis de amigos, que são os amigos verdadeiros e conhecidos (ver tabela 38 – Resumo 2, p.160).

12 - Pode-se observar que existem 35 mulheres, 55 homens e 30 bandas. Recordo que o universo estudado corresponde a 120 “amigos virtuais”. Assim sendo, 45,8% dos “amigos vituais” da minha lista são homens, enquanto as mulheres são 29,2% e as bandas são representadas por 25%. Para poder calcular o sexo, utilizei a média, na medida em que, existem mais homens do que mulheres.

Tabela 15 - Lista de “Amigos”



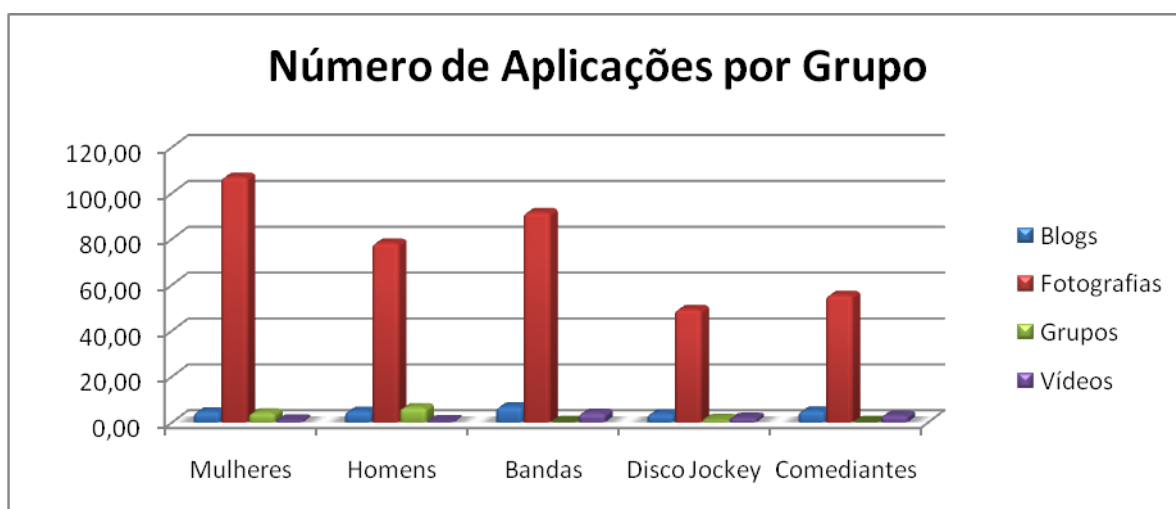
Como se verifica na tabela anterior, a lista total de “amigos” contém:

- Na lista das mulheres pode-se observar que em média existem 26,90 mulheres; 60,20 homens; 20,30 bandas; 1,40 *disco jockey* e comediantes 0,30. Isto é, as mulheres optam por escolher mais homens, em seguida outras mulheres.
- Na lista dos homens pode-se averiguar que em média existem 48,90 mulheres; 31,70 homens; 24,50 bandas; 1 *disco jockey* e 0,30 comediantes. Em oposição, os homens seleccionam mais mulheres, alguns membros mais novos escolhem quase exclusivamente mulheres.
- Na lista das bandas pode-se verificar que em média existem 37,10 mulheres; 39,20 de homens; 27,50 bandas; *disco jockey* 2,50 e comediantes 0,30. Neste caso existe uma ligeira vantagem dos homens em relação às mulheres.
- Na lista dos *disco jockeys* verifica-se que em média existem 52,30 mulheres; 36,80 homens; 26,00 bandas; 4,80 *disco jockeys* e 1,50 comediantes.
- Na lista dos comediantes existem em média: as mulheres 48,50; os homens 60,50; as bandas 3,50; os *disco jockeys* 1,50 e os comediantes 5. Aparentemente os homens são os preferidos dos comediantes, destacando-se ainda o facto de não existirem muitas bandas. De salientar que alguns comediantes estão inscritos com um perfil anónimo, sendo do sexo masculino.

As bandas têm como amigos essencialmente, homens. Porém, existem músicos, *disco jockey* e comediantes que não se identificam como tal. Estes utilizadores colocam apenas o sexo, preferindo por vezes perfis normais. Sendo assim, preenchem as “fileiras” do sexo masculino no estudo, mas são escolhidos pelos internautas pelo seu trabalho como músicos.

Até ao dia 17 de Outubro de 2008, os 120 primeiros “amigos virtuais” investigados tinham em média os seguintes dados: o número total de “amigos” das mulheres analisadas era de 117.198,38 (perfazendo 3.984.745), o número total de “amigos” dos homens analisados era 590.762,04 (com “Jason” um “amigo virtual” que apresenta 30,2 milhões de “amigos”), excluindo este utilizador, o número total passou a ser 21.294,60 (perfazendo 1.142.055), e o número total “amigos” das bandas era de 128.596,72 (perfazendo 3.729.305). Ou seja, se retirar o “Jason”, verifica-se que as bandas observadas têm o maior número de “amigos”, em seguida são as mulheres e depois os homens. Desta forma, o total dos amigos excluindo o utilizador “Jason” pode ser resumido da seguinte forma: as bandas representam 48,1%; as mulheres com 43,9%; e os homens com apenas 8%. De acordo com o estudo, os homens têm mais dificuldade em obter “amigos” face às bandas e às mulheres, tendo em conta que o maior número de “amigos” do perfil da autora são homens (ver tabela 38 – Resumo 2, p. 160).

Tabela 16 - Número de Aplicações do MySpace por Grupo



13 – Como se pode observar na tabela anterior, o número de serviços utilizado pelos cinco grupos corresponde a:

- mulheres utilizam 4,66 *blogs*; 106,47 fotografias; 4,19 grupos de moderadores; 1 vídeo;
- homens usam 4,88 *blogs*; 78,24 fotografias; 6,49 grupos de moderadores; 0,60 vídeos;
- as bandas têm 6,85 *blogs*; 91,55 fotografias; sem qualquer grupo de moderador; 2 vídeos;

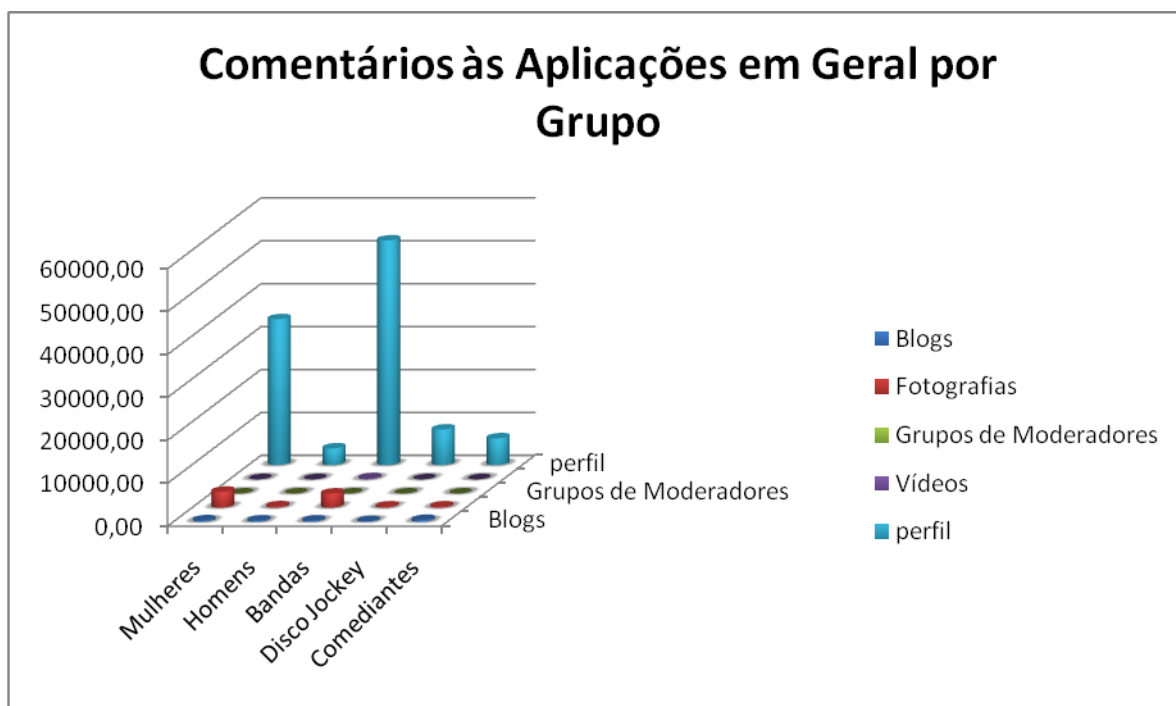
- *disco jockey* 3,75 *blogs*; 49,25 fotografias; 1,25 grupos de moderadores; 2 vídeos;
- comediantes possuem 5 *blogs*; 55,50 fotografias; sem qualquer grupo de moderador; 4,1 vídeos.

O que significa que as bandas destacam-se na utilização de *blogs* e das fotografias; as mulheres recorrem essencialmente às fotografias e aos *blogs*; os homens salientam-se nos grupos como moderadores e os comediantes privilegiaram os vídeos.

Relativamente aos serviços de comunicação fornecidos pela rede, os dados alcançados foram os seguintes:

- 1 - O meio de comunicação mais utilizado é o comentário, existindo 3.341.479, sendo estes provenientes de: 91,3% do perfil; 7,3% de fotografias; 1,1% de *blogs*; 0,2% de vídeos e 0,0008% de grupos;
- 2 - O segundo é a fotografia, existindo 10.586 fotografias;
- 3 - Em terceiro lugar surge o *blog* com o número 639;
- 4 - Em quarto lugar situa-se o grupo com o número 457;
- 5 - Em quinto lugar encontra-se o vídeo com 207;
- 6 - E em último lugar situa-se a agenda, que é utilizada pelos músicos, *disco jockeys* e comediantes com o intuito de apresentar a calendarização dos seus espectáculos, existindo 20 agendas em 120 “amigos” (ver tabela 33-40, pp. 157-162).

Tabela 17 - Comentários às Aplicações da Rede



14 - Os cinco grupos utilizam em média, o comentário como ferramenta de comunicação primordial, realizando comentários a:

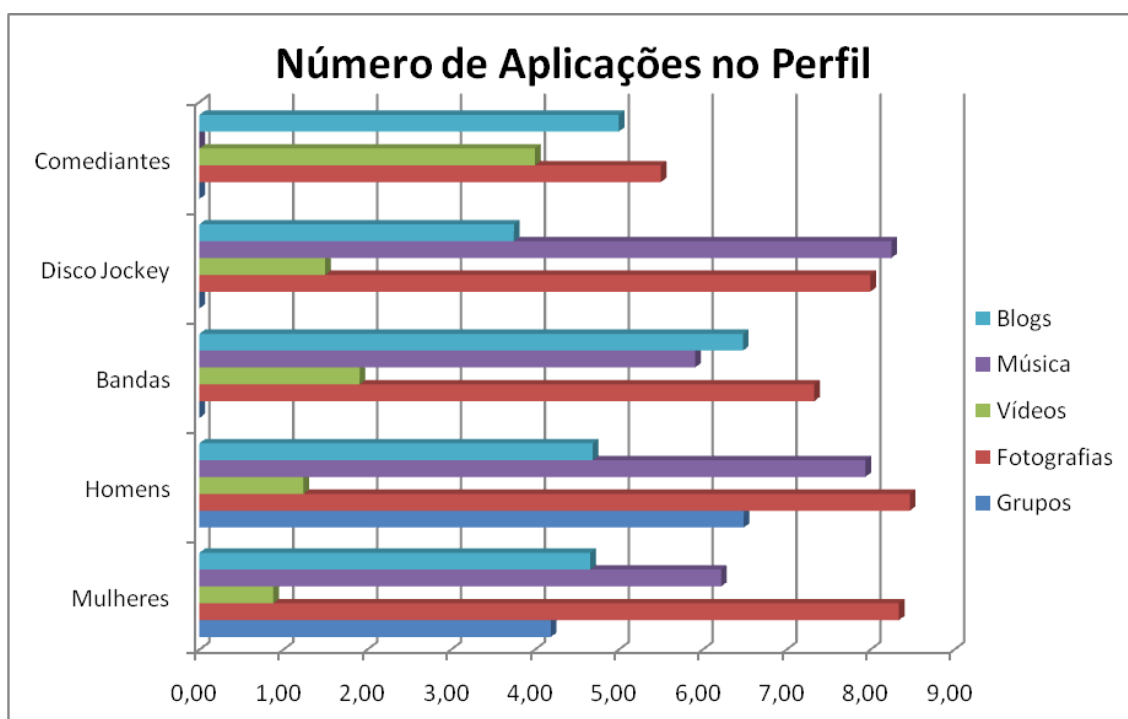
- as mulheres utilizam 347,34 *blogs*; 3.711,94 fotografias; 0,19 grupos de moderadores; 5,63 vídeos; 33.991,90 comentários ao perfil;
- os homens usam 307,43 *blogs*; 313,96 fotografias; 0,41 grupos de moderadores; 1,02 vídeos; 3.889,04 comentários ao perfil;
- as bandas têm 316,36 *blogs*; 3.296,33 fotografias; sem ocorrências nos grupos de moderadores; 221 vídeos; 52.346,60 comentários ao perfil;
- os *disco jockey* contêm 137,50 *blogs*; 249,75 fotografias; sem ocorrências nos grupos de moderadores; 2 vídeos; 8.287,75 comentários ao perfil;
- os comediantes usam 445 *blogs*; 268 fotografias; sem ocorrências nos grupos de moderadores; 7,50 vídeos; 6.233,50 comentários ao perfil.

Assim, se verifica que as bandas destacam-se com um elevado número de comentários nos seus perfis e nas fotografias; em segundo lugar encontram-se as mulheres com inúmeros comentários no seu perfil e às suas fotografias; enquanto os restantes grupos se distanciam, ficando os *disco jockeys* em terceiro, os comediantes em quarto e os homens em quinto (ver tabelas 33-40, pp. 157-162).

15 - Ao nível do perfil verifica-se que para além dos dados pessoais já mencionados, existiam também outros elementos que irei realçar, tais como: o facto de 30% dos perfis terem preferência pela cor branca (ou porque não desenvolviam a página), 25,8% terem o preto e 14,2% utilizavam um *layout*.

No entanto, 23,3%, dos indivíduos preferiam usar *playlist* como animação nos seus perfis, 8,3% decidiram colocar slides, enquanto 3,3% empregavam caixas de comentários nos perfis. De igual modo, seleccionavam outros elementos para decorar e comunicar com os “amigos virtuais”, sendo os seguintes: 967 fotografias no perfil, 166 vídeos, 816 músicas e 618 *blogs* (ver tabelas 30-31 e 38, pp. 155-156 e 160).

Tabela 18 - Número de Aplicações no Perfil



Neste âmbito, o número de serviços no perfil por grupo caracteriza-se em média por:

- as mulheres utilizam 4,19 grupos; 8,34 fotografias; 0,88 vídeos; 6,22 música; 4,66 *blogs*;
- os homens usam 8,47 fotografias; 1,24 vídeos; 7,94 música, 4,69 *blogs* e 6,49 grupos;
- as bandas têm 7,33 fotografias; 1,91 vídeos; 5,91 música; 6,48 *blogs* e sem ocorrências nos grupos;
- os *disco jockey* contêm 8 fotografias; 1,50 vídeos; 8,25 música; 3,75 *blogs*; sem ocorrências nos grupos;

- os comediantes usam 5,50 fotografias; 4 vídeos; 5 *blogs* e sem ocorrências na música como também nos grupos (ver tabelas 30-32 pp. 155-156).

No perfil as mulheres, os homens, bandas e comediantes colocam essencialmente fotografias, porém os *disco jockeys* preferem as músicas.

Certos cibernautas apresentam somente o seu grupo de “amigos” favorito ou “top friends”, ocultando a restante lista de “amigos” e impedindo o acesso à mesma, tornando impossível a contagem de “amigos” (por género masculino, feminino, banda, comediante).

16 - De acordo com a observação efectuada (excluindo as bandas), as páginas de estudantes têm um elevado número de “amigos” e comentários visto que, as Redes Sociais parecem ser locais de eleição para os adolescentes e jovens adultos, ou seja, muito frequentados por estes. As Redes Sociais passaram a substituir as esplanadas, cafés e centros comerciais, são os novos locais para estar, visitar, ver e ser visto. De acordo com um documentário televisivo, nos Estados Unidos da América, a população estudantil de diversas escolas está presente no MySpace e Facebook. Ou seja, as escolas e as universidades são grandes “fornecedores” de adolescentes e jovens adultos para as Redes Sociais já mencionadas, dando origem a que muitas escolas bloqueiem o acesso a estes portais.

17 - Presentemente, muitas pessoas criam laços de amizade por terem interesses em comum, podendo mais tarde conhecer-se pessoalmente e ficar amigos de verdade ou até mesmo serem namorados. Conheço casos de amigas que travaram conhecimento com os seus actuais maridos através da Internet e outros casos de pessoas, mulheres, que conheceram os seus melhores amigos (as) *on-line*.

Durante a investigação não me preocupei em estabelecer novas amizades reais, mas no entanto, fiquei perplexa por tal se proporcionar. O meu objectivo ao conceber uma página no MySpace era única e exclusivamente elaborar um estudo baseado na observação participante. Como tal, a minha intervenção tinha como intuito estudar os internautas e o MySpace. Desta forma não privilegiei a criação de novos amigos verdadeiros, porém consegui estabelecer contactos duradouros com três cibernautas, um jornalista brasileiro, um *disco jockey* português e um americano.

Como já foi mencionado, a minha lista de “amigos virtuais” foi elaborada através do acesso à lista de um amigo, do Tom e de uma banda, pelas quais foi iniciado processo de convite de outros utilizadores, o que significa que através da lista de amigos reais e conhecidos que tinham página no MySpace, a investigadora foi construindo a sua lista de “amigos”. Alargando assim, a minha rede de contactos. Nas Redes Sociais, tal como acontece, no mundo real, o processo de ligações em rede é semelhante. De igual modo, no MySpace, pode existir uma extensa lista de “amigos virtuais”, contudo, dialoga-se mais com um pequeno grupo e a nossa escolha baseia-se em indivíduos que tenham os mesmo interesses, ou seja, por pessoas com as quais nos identificamos e nos sentimos bem, desejados e apreciados.

Porém, no mundo real convivemos com pessoas que mais tarde revelam características da sua personalidade que desconhecíamos, que nos surpreendem pela positiva ou que nos deixam desiludidos. Desde amigos íntimos, a cônjuges, pais, namorados, familiares mais chegados, vizinhos e conhecidos. Nós nunca conhecemos alguém a 100%. Na Internet, no caso especial do MySpace, também foi difícil conhecer os “amigos virtuais” da minha lista. Não conheço alguns porque não comunico com eles, porém, com outros, troco poucas mensagens, todavia, comunico imenso com determinados elementos, mas não significa que os conheça bem, nem que a informação que me transmitem sobre eles próprios seja verdadeira. É extremamente fácil convidar inúmeras pessoas para a lista, mas não se consegue manter contacto com todos e muito menos criar amizades sólidas com frequência. Existem também pessoas simpáticas e educadas com as quais consigo dialogar e por outro lado, existem pessoas que revelam o seu lado mais sórdido, sem respeito pelo próximo, tratando o outro como se fosse um “objecto”. Isto ocorre porque as pessoas se sentem seguras atrás de um computador, pensam que não vão ser identificadas e que tudo lhes é permitido fazer. Não creio que teriam este comportamento caso estivessem presentes fisicamente perante o seu interlocutor.

18 - Embora, actualmente exista o MySpace Portugal e o MySpace Brasil, estas plataformas em língua portuguesa são muito recentes. Recordo que o MySpace Portugal surgiu em Maio de 2008 e seis meses antes emergiu o MySpace Brasil. O MySpace utiliza a língua portuguesa na sua Rede Social, inclusive já captou a atenção de inúmeras empresas que utilizam esta plataforma para desenvolver marketing directo e publicidade. Aliás, o MySpace é um negócio, que vende desde publicidade, a artigos musicais diversificados, produtos culturais, jogos, entre outros. O MySpace vende,

essencialmente, espaço a uma panóplia de empresas, um espaço na Rede Social, “assemelhando-se a um centro comercial”, mas neste caso específico “as lojas” são as páginas de cada utilizador. Actualmente, o mundo virtual representa um novo mundo a ser explorado pelas empresas, um mercado paralelo sem fronteiras, ou seja, as Redes Sociais são um mundo paralelo, com uma nova “dimensão” de possibilidades comerciais. Como resultado do estreitamento do mundo, surge um novo espaço, o ciberespaço, que abarca pessoas de todo o planeta, apresentando um público vastíssimo e heterogéneo pronto a ser conquistado. Estamos perante uma publicidade subtil, globalizada e que passa despercebida, mas que parece concretizar o seu objectivo. A Internet, mais propriamente, as Redes Sociais permitem o acesso a uma “massa” de possíveis consumidores de todo o mundo, são milhões que podem ser “alvo” dessa publicidade, algo jamais possível com os meios de comunicação tradicionais. Ao longo do estudo verifiquei que, se o indivíduo pretende ser um cidadão do mundo, necessita de estar presente na Internet e dominar esse mundo, o mesmo sucede com as empresas, se estas pretenderem ter sucesso. Na medida em que se estas desejarem expandir-se necessitarão de dominar o mundo da Internet. E dominar esse mundo virtual significa estar presente, atento às novidades e às novas oportunidades que as Redes Sociais podem proporcionar.

No MySpace podem-se fazer múltiplas actividades, desde ver uma série, comprar um *compact disc* (CD), comprar bilhetes para concertos, ver as últimas novidades das bandas, saber quais os filmes que vão estrear, jogar *on-line*, falar com amigos, fazer trabalhos de pesquisa, procurar emprego, comprar um animal de estimação, entre outras.

19 - A nível comunicacional apresentam-se possibilidades nunca alcançadas, porque as Redes Sociais são “um mundo” paralelo, onde se pode fazer quase tudo como no mundo real e ainda inovar. No século XXI estamos perante dois mundos, dois mercados, o real ou físico e o virtual ou paralelo, é uma nova versão do planeta terra, a “outra dimensão”, mais fantástica, mais ficcionada, mas com consequências reais na vida dos seres humanos, no mercado económico, nas empresas, na comunicação e na sociedade. A “mini-sociedade do mundo paralelo” está a remodelar-se e veio para ficar. O mundo real e o mundo virtual parecem completar-se porque aparentemente permitem superar as “falhas” um do outro.

4.14. Conclusão do Estudo

Através da observação participante verifica-se que é extremamente fácil construir um **perfil** nesta Rede Social. Existem diversos *sites* que permitem otimizar a página com *layouts* atraentes e inovadores, mapas, slides entre outras animações disponíveis e acessíveis a qualquer indivíduo. Não é necessário ser informático para utilizar estes pequenos programas, visto que alguém já os criou, precisando apenas de seguir as instruções que são dadas. Sendo é necessário observar e verificar qual o efeito que certas mudanças provocam na nossa página, visto que o excesso de animações pode criar uma certa confusão, tornando a página pouco perceptível e sem interesse. Considerei o *site* MySpace apelativo, principalmente para os profissionais do mundo da música e seus fãs, na medida em que, os músicos divulgam constantemente informação sobre os seus trabalhos.

As mulheres, regra geral têm muitos “**amigos virtuais**”, mas, representam aqui o segundo grupo com mais amigos. Os homens também têm mais mulheres no “top friends” e inclusive na sua lista de “amigos”. Todavia, existem homens que praticamente só têm mulheres na sua lista de “amigos”. Contrariamente, surgem homens que só têm outros homens na sua lista (homossexuais). As bandas tentam obter o maior número de “amigos virtuais” mas aparentemente, os elementos que se encontram no “top friends” são amigos reais e pessoas conhecidas, os restantes são desconhecidos ou “amigos virtuais”. O mesmo se verifica nos outros utilizadores.

Dos diversos grupos de profissionais existentes na rede pertencentes ao “mundo da música”, as **bandas** são as que detêm o maior número de “amigos”. A maioria dos utilizadores que pertencem ao mundo artístico pretendem maior notoriedade e deste modo raramente recusam um pedido de “amigo”. Para as bandas a noção de “amigos virtuais” parece mais relacionada com a ideia de fã, cliente ou consumidor dos seus produtos. Assim, comunicar com os cibernautas “do mundo artístico” pode significar um relacionamento de possível consumidor dos seus produtos. Para o sector da Música, o MySpace é um local propício para divulgar os trabalhos musicais perante um potencial universo de agentes, editoras e clientes. Esta visão está bem patente no modo como as bandas interagem com os restantes utilizadores, demonstrando um propósito comercial. Pode-se também observar que alguns elementos da rede MySpace pouco

comunicam, não apresentando ser socialmente muito activos, visto que quase não têm “amigos” e os seus perfis não têm praticamente informação.

Os internautas dos países onde esta Rede Social se encontra fortemente implementada, parecem formar grandes grupos informais de pessoas que se conhecem pessoalmente, nomeadamente colegas de escola, amigos, vizinhos, colegas de trabalho, parentes distantes, grupos de homossexuais, entre outros. Este facto torna-se evidente através de comentários que os utilizadores publicam no perfil. Verifica-se também que não é tão fácil criar amizades reais com estranhos porque parece existir sempre alguma desconfiança, pode-se conversar durante um curto período, mas a ligação e o contacto não é duradouro. Não há uma relação mais próxima de amizade verdadeira e estável. Os indivíduos com os quais contactei são essencialmente de outros países, por vezes há uma grande diferença horária e torna-se complicado estar *on-line* em simultâneo (como por exemplo, quando eu queria comunicar com um amigo dos Estados Unidos da América tinha que ficar ligada até às 3h da manhã). O contacto é esporádico, dando origem a relações mais débeis, sem tanto interesse. Considerei que surge esta pequena dificuldade talvez porque o contacto não é constante e torna-se difícil construir uma amizade. Embora, por vezes também se consiga manter um contacto mais próximo e duradouro, mas com um grupo reduzido de pessoas.

Todavia, a maioria dos utilizadores, não parecem ter como objectivo primordial conhecer pessoas novas, “...but that is often not the goal, and these meetings are frequently between "latent ties" who share some offline connection...” como comprova Haythornthwaite (citado em Boyd & Ellison, 2007), Boyd garante que “...participants are not necessarily "networking" or looking to meet new people; instead, they are primarily communicating with people who are already a part of their extended social network” (Idem).

Na realidade a minha rede de “amigos virtuais” era constituída por estranhos, existiam apenas cinco pessoas que conhecia pessoalmente, no entanto, não costumam frequentar a Rede Social, logo, não existia uma grande troca de mensagens ou comentários.

Quando observei os perfis pude visualizar **fotografias e vídeos**, estas são algumas das ferramentas que permitem dinamizar as páginas, estabelecendo uma forma diferente de comunicar com os “amigos virtuais”. Deste modo, pode-se demonstrar quem somos, o que fazemos e as nossas preferências. As fotografias permitem verificar que algumas informações fornecidas pelos internautas são falsas.

Inicialmente quando realizei este estudo não existiam **grupos** em língua portuguesa. Os grupos existentes eram essencialmente em inglês. Presentemente, existem múltiplos grupos em português e o seu número está a aumentar, mas, a maioria dos grupos parecem ser concebidos por brasileiros. O grande desenvolvimento dos grupos em português ocorreu com a criação do MySpace Brasil em Dezembro de 2007 e do MySpace Portugal em Maio de 2008. Tanto os grupos em português como em inglês não demonstram grande actividade e são poucos os tópicos colocados à discussão, apesar do número elevado de aderentes, excepção encontrada no grupo “Latino’s On The Houze”. O que demonstra haver pouca interacção entre os membros dos grupos. Outro modo de trocar informação são as mensagens ou correio e o MySpaceIM (são dois serviços que permitem contactar, mas em privado, as comunicações estabelecidas não são exibidas em público). Só posso estudar as acções que executei e não tenho a possibilidade de analisar estas funcionalidades através da observação de páginas de outros cibernautas.

Recebi 126 **mensagens**, algumas com o objectivo de criar amizade, outras mensagens destinavam-se a proporem namoro, bem como mensagens de bandas a promoverem os seus produtos, publicidade diversa, mensagens com imagens pornográficas e *sites* de pornografia e outras mensagens que eram enviadas a pedir dinheiro.

No **MySpaceIM**, uma das funcionalidades da rede a cima referidas, funciona como um *chat*. Pode-se comunicar em tempo real com pessoas de todo o mundo, escrevendo num teclado ou dialogando através de uma linha telefónica gratuita. No entanto, a maioria dos utilizadores da minha lista não tinham o MySpaceIM instalado. Comuniquei com cinco internautas diferentes e de locais distintos. Conversei com pessoas dos seguintes locais: Estados Unidos (um brasileiro e um americano); Egipto; Portugal (Aveiro e Oeiras). Inicialmente utilizei a mensagem instantânea usando o texto, sendo que posteriormente, dialoguei através de voz usufruindo da parceria entre o MySpace e o Skype.

Os blogs, boletins e comentários são outros meios disponibilizados pela Rede Social para comunicar, os cibernautas que frequentam esta Rede Social podem utilizar estes espaços para se expressar ou simplesmente fazer publicidade ao seu trabalho. Amplamente utilizados pelas bandas, estas ferramentas são também outra alternativa para informar os fãs sobre as novidades.

Porém, os comentários são a ferramenta de comunicação preferida pelos meus “amigos virtuais”, visto que, são a aplicação mais utilizada por todos. Os comentários ao perfil

têm maior visibilidade, deste modo, é usual receber comentários de bandas que não fazem um verdadeiro comentário ao perfil do cibernauta, mas enviam o seu logótipo, música ou vídeo. Com o objectivo de se destacarem, as bandas recorrem às páginas dos “amigos virtuais” ou fãs. Para além do perfil existem também comentários nos *blogs*, nas fotografias e nos vídeos. Outro exemplo são os comentários nos perfis de homossexuais que apresentam um teor provocatório, sexual, os quais são escritos de um modo obsceno para obterem parceiros sexuais.

No que diz respeito às páginas dos músicos, verifiquei que algumas são geridas pelos elementos da banda, contudo, os cantores e bandas famosas são geridas pelas editoras.

Sintetizando, o **Estudo da Páginas dos “Amigos Virtuais”**, posso referir que as mulheres (35 elementos da minha lista) destacam-se no seguinte:

- 1 - Embora estejam em minoria em relação aos homens, neste estudo, são um dos grupos mais activo no MySpace;
- 2 - Sendo as preferidas nas listas de amigos dos homens;
- 3 - Recebem mais comentários nas fotografias;
- 4 - Colocam mais fotografias;
- 5 - São as escolhidas para o “top friends” pelos “*disco jockey*”, seleccionadas também pelos homens e por outras mulheres;
- 6 - As mulheres no seu “top friends” têm mais mulheres, em segundo lugar homens e em terceiro bandas.

Por outro lado, os homens (55 elementos da minha lista):

- 1 - Têm mais grupos;
- 2 - Têm mais mulheres no seu “top friends”, em seguida homens e depois bandas.

As bandas (30 elementos da minha lista):

- 1 - Têm o maior número de “amigos”;
- 2 - Têm mais *blogs* no perfil;
- 3 - Distinguem-se com mais comentários recebidos;
- 4 - Destacam-se no “top friends” de outras bandas;
- 5 - Têm no seu “top friends” mais bandas, depois têm homens e em seguida têm mulheres.

Os *disco jockeys* (4 elementos na minha lista, incluídos no género masculino):

- 1 - Evidenciam-se na lista de “amigos” das mulheres;
- 2 - Destacam-se porque colocam mais músicas no perfil;
- 3 - Têm no seu “top friends” mais mulheres, em segundo lugar encontram-se as bandas e em terceiro os homens.

Os comediantes (2 elementos na minha lista):

- 1 - São mais na lista de “amigos” de colegas de profissão;
- 2 - Dominam no “top friends” de outros comediantes, em seguida nos homens;
- 3 - Destacam-se na utilização de vídeos.

Os serviços de comunicação mais utilizados pelos meus “amigos” na rede MySpace parecem ser:

- 1 - Em primeiro lugar são os comentários, principalmente porque estes são utilizados para “comentar” páginas, fotografias, entre outros. No entanto, as bandas são as que mais comentários recebem, seguidas pelas mulheres e pelos *disco jockeys*.
- 2 - Em segundo lugar são as fotografias, essencialmente usadas pelas mulheres, depois pelas bandas e em seguida pelos homens.
- 3 - Em terceiro lugar existe a aplicação relativa aos *blogs* usados pelas bandas, depois pelos comediantes e pelos homens.
- 4 - Em quarto lugar estão os grupos, nos quais se destacam os homens e depois são as mulheres.
- 5 - Em quinto existem os vídeos utilizados pelas bandas, depois surgem os comediantes, seguidos pelos *disco jockeys*.

Portanto, de acordo com os resultados recolhidos, comprovei existir uma grande variedade de actividade comunicacional, destacando as bandas e as mulheres como elementos mais activos na Rede Social, visto serem os dois grupos que regra geral têm mais amigos (dos meus “amigos virtuais”).

Observei neste estudo que os internautas “amigos” interagem essencialmente através do comentário, utilizando em seguida a fotografia e depois os grupos. As mulheres preferem as fotografias; os homens destacam-se na utilização de grupos como moderadores; as bandas usam fundamentalmente os *blogs*; os *disco jockeys* usam mais as fotografias; enquanto os comediantes recorrem essencialmente ao vídeo.

Aparentemente, os cibernautas utilizam o MySpace para comunicar e manter a sua rede de amigos, tornarem-se conhecidos e populares por questões profissionais no caso de bandas, *disco jockeys* e comediantes ou por questões de ego no caso dos milhões de estudantes do secundário e universitários que se encontram na Rede Social.

A Rede Social MySpace tem diversos **Aspectos Positivos e Negativos** de acordo com a minha experiência. Os positivos são a facilidade com que se utiliza o *site*, com que se comunica, mantendo amizades antigas e travando conhecimento com estranhos. Os aspectos negativos são as mentiras, a falta de civismo de alguns utilizadores, o excesso de publicidade dos artistas e os problemas no *site*.

Em relação às questões de pesquisa - **A Rede Social MySpace permite a comunicação entre pessoas de diversas culturas? O MySpace permite uma comunicação fácil entre internautas desta Rede Social? As Redes Sociais possibilitam a comunicação entre pessoas de diferentes culturas?**

Os cibernautas da Rede Social MySpace comunicam facilmente com pessoas de locais distintos devido ao facto de acederem a este *site* e estarem reunidos neste espaço. Algo que de outro modo seria difícil de concretizar. Tendo em conta o estudo das Redes Sociais pode-se dizer que estas surgem como um elemento impulsionador da comunicação, na medida em que permitem uma expansão e abrangência comunicacional de todo o planeta. São um local onde se comunica e troca informação diversa. Este espaço virtual permite com que pessoas de todo o mundo participem e se unam comunicando facilmente, sem limites, sem corpo, mas com emoção, voz, texto, imagem, som e em tempo real. É como uma orquestra em que diversos músicos tocam cada um o seu instrumento, este por sua vez, produz um som distinto, mas todos em conjunto tocam a mesma música coordenada por um maestro (a Rede Social), enquanto os músicos são os milhões de internautas que tocam o seu instrumento, produzindo um som diferente, que é a mensagem ou a informação e unidos tocam uma linda música, a música da comunicação.

Pode-se verificar que a autora deste projecto contactou e foi contactada por internautas de culturas distintas na Rede Social MySpace. A rede em questão não só permitiu a comunicação com indivíduos de diversos locais dentro do mesmo país, como também possibilitou a comunicação com pessoas de países e culturas diferentes.

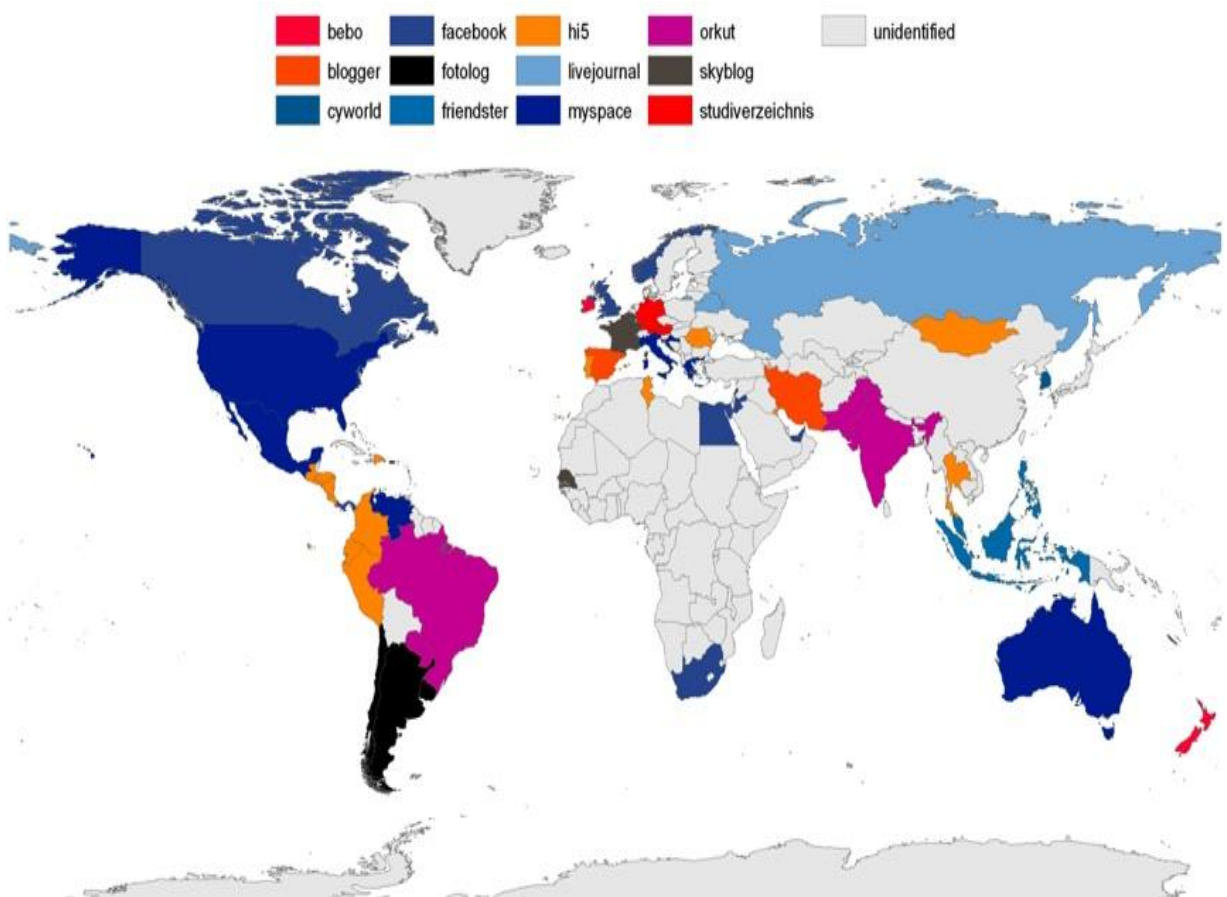
Durante este estudo a autora contactou com brasileiros que viviam no Brasil e nos Estados Unidos da América, com americanos residentes nos Estados Unidos da

América e em países Asiáticos, com australianos, com indivíduos de diversos países europeus e alguns africanos. O que significa que contactei e fui contactada por cibernautas de todos os continentes, comunicando essencialmente em inglês e, por vezes, em português. Um exemplo do que afirmo está patente nas mensagens de correio que recebi provenientes de diferentes locais, bem como na comunicação realizada através do MySpaceIM e dos comentários obtidos e efectuados. Os contactos foram estabelecidos com internautas provenientes de países como: Estados Unidos, Colômbia, Brasil, Argentina, Reino Unido, Alemanha, Dinamarca, França, Portugal, Espanha, Egípto, Marrocos, Emirados Árabes Unidos, Coreia, Malásia, Japão, Filipinas e Austrália.

Assim se observa que pessoas de todo o mundo comunicam entre si, independentemente da cultura e língua, permitindo um maior autoconhecimento do indivíduo que comunica e que partilha a sua história. Deste modo, os internautas aprendem a contactar com outras culturas e obtêm diversas experiências resultantes do contacto intercultural dando origem a um enriquecimento e a um desenvolvimento pessoal adquirido no ciberespaço e na Rede Social MySpace.

O MySpace aparenta ser um mundo paralelo fundado pelos utilizadores, os quais, vivem uma “vida paralela” num espaço virtual. É um espaço construído pelos cibernautas, espelhando as características humanas, isto é, traduz as qualidades e defeitos da humanidade. A Rede Social encontra-se em constante devir. Se o cibernauta não se ligar constantemente à Rede Social em que participa, rapidamente se sente desactualizado, porque continuamente surgem novidades. É necessário estar atento, na medida em que as mudanças são muito rápidas, o que exige uma grande capacidade de adaptação e uma aprendizagem contínua. Assim, as Redes Sociais para alguns apresentam um mundo fascinante com desafios constantes, enquanto para outros pode ser considerado muito complicada devido à sua imprevisibilidade. O mundo transforma-se e está em constante devir e é essa mudança acelerada que permite a evolução e o progresso. Se é bom ou mau, ninguém sabe. Só o futuro o dirá, mas uma coisa é certa, o mundo nunca mais será o mesmo depois do aparecimento da Internet e das Redes Sociais.

Figura 35 - As Redes Sociais no Mundo



Fonte: <http://valleywag.com/tech/data-junkie/the-world-map-of-social-networks-273201.php> Obtido em 16 de Agosto de 2008.

5. SUMÁRIO E CONCLUSÃO

O presente capítulo está dividido em três fases. Na primeira fase é apresentado um sumário e a conclusão. Em seguida, são expostas as limitações da investigação realizada. E por último são enunciadas algumas das futuras linhas de investigação.

5.1. SUMÁRIO

Na presente dissertação pretendeu-se aprofundar as reflexões sobre a Internet, a comunicação e a plataforma MySpace. Esta investigação centrou-se num estudo de caso da Rede Social MySpace e baseou-se na experiência da autora através da observação participante.

Assim sendo, a revisão bibliográfica foi efectuada de modo a enquadrar a investigação num contexto mais abrangente e a desenvolver as temáticas especificamente relacionadas com o estudo.

Deste modo, foram realizados dois capítulos de revisão:

- O Contexto Geral – os assuntos desenvolvidos estão relacionados com uma breve história sobre a comunicação humana, sobre o que é comunicação, seguidamente explicaram-se algumas teorias consideradas relevantes para compreender o processo comunicacional.
- O Contexto Específico – os temas retratados são uma breve explicação sobre a história da Internet, aborda-se o tema das Relações sobre a Internet e o Ser Humano. Em segundo lugar desenvolve-se o conteúdo sobre as comunidades e o ciberespaço. E por último aborda-se a temática das Redes Sociais em geral e do MySpace em particular, procurando explicar o que é o MySpace.

A investigação efectuada foi enquadrada e sustentada pela revisão bibliográfica sendo esta dividida em três fases:

- 1 - Concepção da página na Rede Social;

- 2 - Interação com os “amigos virtuais”, observação das acções e registo das mesmas;
- 3 - Análise de dados resultantes da observação participante e do estudo das páginas dos “amigos virtuais”.

- Foi seleccionada uma Rede Social como tema central da dissertação, a Rede Social MySpace, criada a página no dia 25 de Outubro de 2007 e alojada no portal MySpace do Reino Unido;

- Procedeu-se à elaboração de um diário de pesquisa com o propósito de permitir o registo dos acontecimentos mais relevante observados na Rede Social, desde 1 de Novembro de 2007 a 17 de Outubro de 2008, registos com periodicidade semanal;

- Verificou-se como funcionava a Rede Social, quais os programas disponibilizados e suas potencialidades, de modo a desenvolver o projecto a que me propôs;

- Desenvolvi variadas acções para criar condições favoráveis para a observação dos “amigos virtuais” e recolher a informação necessária para realizar a pesquisa;

- Elaborei uma lista de “amigos virtuais”, alguns dos quais foram posteriormente objecto de estudo;

- Criei albuns de fotografias; *blogs* e vídeos;

- Enviei mensagens e comentários de modo a obter *feedback*;

- Comuniquei com outros utilizadores através do MySpaceIM;

- Observei e realizei o estudo das páginas dos “amigos virtuais”, de um modo mais abrangente, registando no diário de pesquisa. Posteriormente, procedi à observação das páginas de um modo intensivo com o intuito de recolher os dados dos perfis. O processo de recolha exaustiva e mais detalhada foi realizado durante 12 dias, até 12 horas por dia;

- Procedeu-se ao tratamento dos dados dos perfis, em seguida, foram recolhidas as experiências vividas, as mensagens e as informações retiradas do diário de pesquisa. Os dados das páginas foram introduzidos desde o dia 30 de Setembro até ao dia 11 de Outubro de 2008;

- Após a recolha de informação das variáveis já indicadas procedeu-se ao tratamento estatístico;

- No dia 17 de Outubro de 2008 quando a observação participante foi terminada, a lista de “amigos virtuais” totalizava 365 elementos, no entanto, a amostra estudada abrangeu os primeiros 120 “amigos virtuais” integrados na lista da pesquisadora. O número de “amigos virtuais” estudados é muito reduzido tendo em conta o número de utilizadores que compõem o universo MySpace.

Visando responder às questões de partida, a autora seleccionou o MySpace como plataforma de estudo, porque esta Rede Social apresentou ter no momento da investigação o maior número de utilizadores, mais de 160 milhões de acessos mensais (Fonseca, 2008b).

Relativamente à hipótese principal do estudo, se “a Rede Social MySpace permite a comunicação entre pessoas de diversas culturas”, conclui-se que:

- 1 - A Rede Social pesquisada apresenta ser um portal de fácil utilização e acesso, “disponível” 24 horas por dia;
- 2 - O MySpace não só permite a comunicação com indivíduos de diversas regiões em Portugal, como também possibilita e facilita a comunicação com pessoas de países e culturas diferentes;
- 3 - Houve contacto com utilizadores de diversos continentes;
- 4 - Indivíduos de todo o mundo comunicam entre si, independentemente da cultura e língua;
- 5 - Os utilizadores aprendem a contactar com outras culturas na Rede Social MySpace;
- 6 - A maioria dos utilizadores, não parecem ter como objectivo primordial conhecer pessoas novas, porém existe a possibilidade de criar novas amizades com grupos reduzidos;
- 7 - Aparentemente, os cibernautas utilizam o MySpace para comunicar, manter e restabelecer a sua rede de amigos, tornarem-se conhecidos por questões profissionais no caso de bandas, *disco jockeys* e comediantes;
- 8 - Complementarmente, os dados estatísticos recolhidos fornecem pistas para outros estudos. Indicando nomeadamente, as bandas e as mulheres como elementos mais activos na Rede Social, visto serem os dois grupos que regra geral têm mais amigos (dos meus “amigos virtuais”). Observei neste estudo que os internautas “amigos” interagem essencialmente através do comentário, utilizando em seguida a fotografia e depois os grupos;
- 9 - A noção de “amigos virtuais” nas bandas parece mais relacionada com a ideia de fã ou consumidor dos seus produtos.
- 10 - O que eu aprendi? Percebi que a Internet transforma o modo como comunicamos e permite uma abrangência comunicacional a nível mundial. As Redes Sociais facilitam o contacto com pessoas de outros países, para além de permitirem reatear contactos

perdidos com amigos e familiares que se encontram em locais distantes e de uma forma mais económica. Verifiquei que o mundo virtual está em constante mudança.

Surgem frequentemente utilizadores que ocultam as suas identidades e/ou têm comportamentos obscenos, isto é, transportam para as redes sociais as suas perversões, porque pensam que não serão detidos.

5.2. LIMITAÇÕES DESTA INVESTIGAÇÃO

Seguidamente são apresentadas as limitações detectadas nesta investigação. As limitações referidas neste trabalho são divididas em dois grupos. O primeiro está relacionado com as limitações da investigação em termos gerais. O segundo grupo centra-se na pesquisa propriamente dita.

Em relação à investigação em termos gerais, as limitações mais relevantes são:

- 1 - Observação reduzida do universo MySpace;
- 2 - Constante devir das Redes Sociais;
- 3 - Problemas técnicos;
- 4 - Mensagens enviadas para a News Corporation sem resposta.

1 - Tive contacto com um número diminuto de utilizadores, os meus “amigos virtuais”, porém, a Rede Social MySpace tem um vasto número de utilizadores.

2 - Uma das limitações baseou-se no facto das Redes Sociais estarem em permanente mudança. Emergiram várias ideias inovadoras e novos inventos tecnológicos o que tornou o objecto de estudo muito volátil. Assim, surgiu a dificuldade em abarcar as diversas problemáticas relativas à comunicação, à Internet e Redes Sociais. Por exemplo durante o período de estudo a rede MySpace criou novos serviços, reformulou-os várias vezes, a apresentação do *site* e o *design* da página foram alterados, a língua e os conteúdos do *site* também. De igual modo foram criadas e apagadas páginas de utilizadores.

3 - Surgiram, por vezes problemas técnicos no *site* e não se conseguia aceder ao mesmo. O portal ficava demasiadamente lento e tornava-se difícil carregar fotografias, vídeos ou visualizar qualquer conteúdo; não se conseguia aceder aos perfis dos utilizadores; o MySpaceIM por vezes bloqueava.

4 - A empresa proprietária da Rede Social MySpace, News Corporation, não respondeu aos *emails* enviados. Entretanto, surgiu o MySpace Portugal e houve o contacto com o representante. Porém, pouco tempo depois o mesmo retirou-se da empresa e os restantes membros nunca responderam aos *emails* enviados.

As limitações referentes à pesquisa propriamente dita são:

- 1 - Perfis parcialmente ou totalmente privados;
- 2 - Dados ocultos;
- 3 - Os comentários necessitam de ser aprovados para serem visíveis;
- 4 - Número elevado de “amigos”, informação não está disponível;
- 5 - Perfis com demasiadas animações;
- 6 - Dados falsos;
- 7 - Denominação de profissão errada;
- 8 - Mensagens e MySpaceIM não podem ser utilizadas como elementos de estudo;
- 9 - Dificuldade em comunicar devido à incompatibilidade de horários.

1 - Quando os utilizadores têm perfis privados, exigem que o candidato a amigo escreva o seu nome completo, o *email* e um código. A maioria das páginas privadas podiam ser de utilizadores menores de idades (idade inferior a 17 anos). Estas exigências são, regra geral, uma medida de segurança utilizada para evitar que certos internautas cometam abusos contra os menores. Sendo assim, decidiu-se não fazer pedidos de “amigos” a esses utilizadores.

2 - Alguns perfis têm a lista de “amigos”, os “top friends” e os comentários ocultos. O facto de estes elementos estarem escondidos dificultou a recolha de dados.

3 - Os comentários ao perfil necessitam de ser aprovados antes de serem colocados na página, caso revelem algo que o indivíduo deseja ocultar, o comentário pode ser simplesmente apagado e assim, não ser publicado. De salientar que apenas os elementos que pertencem à lista de “amigos” podem colocar comentários. Os internautas querem provocar boa impressão nos restantes utilizadores, assim, torna-se imperativo transparecer uma imagem atractiva.

4 - O MySpace permitia verificar qual o número de “amigos virtuais” em comum com a autora, mas quando o número de elementos da lista de um utilizador for elevado (superior a 5.000) não era possível saber qual o número de “amigos” em comum com a autora.

5 - Certos perfis abriam com alguma dificuldade devido ao facto de terem inúmeros vídeos, slides, músicas, fotografias (várias animações), tornando a página demasiadamente “pesada”. Existiam também *layouts* que dificultavam a leitura da informação, isto é, com dados ilegíveis, criando alguma confusão e um certo desinteresse.

6 - Outra limitação residia na possibilidade dos dados pessoais presentes nos perfis não serem verdadeiros. Por exemplo muitos cibernautas alteram o sexo, a idade, afirmando ter 90, 99, 100 ou 108 anos, embora o MySpace privilegie a criação de um perfil verdadeiro. Portanto, podem também assumir nomes de cantores, actrizes, escritores, inclusive de pessoas já falecidas.

7 - De igual modo, os *Disco Jockeys*, identificam-se como bandas e deste modo, podem ter sido erradamente considerados como bandas, pelo facto de se denominarem como tal. Os comediantes podem por vezes criar perfis como uma pessoa anónima, sem se destacarem da “massa”. O mesmo sucede com os realizadores, alguns identificam-se e outros não.

Aparentemente, existem utilizadores que afirmam ser do sexo feminino e colocam no perfil fotografias de mulheres lindíssimas em poses provocantes, mas parecem ser homens. Deste modo, pode-se observar que muitos elementos do sexo masculino exibem como imagem pessoal uma fotografia de mulheres quase despidas, bem como pseudónimos obscenos, para além do facto de apresentarem uma idade bem diferente da real. Parece que utilizam identidades falsas para realizarem as suas fantasias sexuais, algo que possivelmente não fariam se estivessem presentes fisicamente com o receptor.

8 - Em relação aos serviços utilizados para comunicar, verificou-se que existiam dois serviços que eram impossíveis de estudar, visto que, só o utilizador da página tem acesso à mesma. Os serviços a que me refiro são: a mensagem instantânea (funciona como um *chat*) e a mensagem ou correio. Algumas das minhas mensagens não serão exibidas por terem um teor pessoal, sendo que algumas pertencem a amigos reais.

9 - Devido ao facto de cibernautas se localizarem em longitudes diferentes, o que provoca um desfasamento de horários, cria-se uma certa dificuldade em comunicar. Obrigando um dos emissores a estar em contra-horário, aguardando que o receptor esteja conectado à Internet.

5.3. FUTURAS LINHAS DE INVESTIGAÇÃO

A Internet em geral e as Redes Sociais em particular são um espaço privilegiado de observação para uma pluralidade de estudos. Visto que, estes espaços virtuais são como laboratórios vivos, nos quais existe uma multiplicidade de pessoas, provenientes de diversos países, com culturas e línguas diferentes. No entanto estes indivíduos estão ligados entre si devido à Rede Social.

As possíveis futuras linhas de investigação resultantes deste estudo podem ser representadas numa tabela de dupla entrada (tabela 19), a qual apresenta quatro sectores. Um dos vectores refere-se aos sectores onde essas linhas de investigação poderão centralizar a sua pesquisa; está dividido entre a mesma rede desta dissertação (a Rede Social MySpace) e outras redes. O outro vector refere-se ao método de investigação; o qual está dividido entre método semelhante utilizado nesta dissertação (observação participante) e outros métodos.

Este modo de apresentar possíveis futuras linhas de investigação não representa toda a complexidade da realidade. A simplicidade da tabela oculta múltiplas linhas de investigação que podem ser apresentadas simultaneamente nos variados vectores. Assim, as linhas de investigação podem ser abarcadas simultaneamente por diversos vectores, ou seja, pode existir uma multiplicidade de interligações que não foram expostas. Apesar destas limitações considerou-se que este quadro pode apresentar as possíveis linhas de investigação de uma forma simples e interessante.

Tabela 19 - Possíveis Linhas de Investigação Derivadas desta Dissertação

Redes Sociais	Outras Redes	I	II
	Mesma Rede da Dissertação	III	IV
		Método Semelhante	Outros Métodos

Os quatro quadrantes podem ser divididos em três grupos: III; I e IV; II. O primeiro (quadrante III) está relacionado com a investigação desta dissertação, a Rede Social MySpace; o segundo (quadrantes I e IV) apresenta ligações directas, mas distancia-se em variados aspectos; o quadrante II apresenta linhas de investigação sem conexões directas a esta dissertação. Devido ao facto da análise de futuras linhas de investigação se concentrar essencialmente nos dois primeiros grupos, ignorei o quadrante II.

Relativamente ao primeiro grupo (quadrante III) as possíveis linhas de investigação encontradas são:

1 - Realizar um estudo idêntico uns anos mais tarde e verificar quais são as mudanças em termos de serviços, de utilizadores, páginas, interesses na Rede Social;

Quanto ao segundo grupo (quadrante I), algumas das possíveis linhas de investigação:

1 - Pode-se efectuar um estudo semelhante sobre outras redes.

O segundo grupo (quadrante IV), as possíveis futuras linhas de investigação evidenciadas são:

1 - Investigar se os indivíduos conseguem fazer amizades verdadeiras com estranhos ou se as amizades que têm são apenas de pessoas que já conheciam anteriormente no mundo real;

2 - Verificar qual número de utilizadores que obtiveram sucesso através do MySpace, analisar algumas histórias e percursos de vida desses internautas;

3 - O estudo dos indivíduos que criam falsos perfis nas Redes Sociais;

4 - Observar quais são as actividades que os cibernautas transportam do mundo real para o mundo virtual e com que propósito;

5 - Pesquisar qual a importância das Redes Sociais na vida do indivíduo e se existe dependência;

6 - Analisar a influência da publicidade existente na Rede Social.

6. BIBLIOGRAFIA

Alves, J. L. (4 de Abril de 2008). *MySpace versus Facebook*. Obtido em 7 de Maio de 2008, de expresso.pt:

<http://aeiou.expresso.pt/gen.pl?p=stories&op=view&fokey=ex.stories/284633>

Aragão, M. J. (2003). *História da Escrita*. Viseu: Palimage Editores.

Autores, V. (1998). *Enciclopédia Verbo Luso-Brasileira da Cultura* (Vol. 6). Lisboa: Século XXI.

Bowley, G. (10 de Novembro de 2006). O Fenómeno do Social Networking. *Diário Económico*, 4-8.

Boyd, D., & Ellison, N. (Outubro de 2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Obtido em 25 de Junho de 2008, de Journal of Computer Mediated-Communication: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

Brito, C. C. (2007). MySpace Vai Lançar "Sites" Locais. *Jornal de Negócios* (Internet), 46.

Brito, C. C. (28 de Maio de 2008). MySpace Portugal Capta 300 mil Registos Mesmo antes de Existir. *Jornal de Negócios*, 39.

Brito, P. (15 de Junho de 2008). MySpace Renova-se e dá Mais Poderes ao Utilizador. *Diário de Notícias*, 80.

Cardoso, G. (2006). *Os Media na Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Carmo, H., & Ferreira, M. (1998). *Metodologia da Investigação: Guia para Auto-Aprendizagem*. Lisboa: Universidade Aberta.

Castells, M. (2004). *A Galáxia Internet: Reflexões sobre a Internet Negócios e Sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, M. (2005). *A sociedade em Rede* (2ª ed., Vol. I). (C. L. Alexandra Lemos, Trad.) Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Económico, D. (2007). Rede Social MySpace Planeia Entrar em Sete Países e Duplicar Trabalhadores. *Diário Económico* (Internet), 20.

Expresso. (5 de Março de 2008). *Do MySpace para o Estrelato*. Obtido em 7 de Maio de 2008, de expresso.pt:

<http://aeiou.expresso.pt/gen.pl?p=stories&op=view&fokey=ex.stories/257428>

Expresso/Lusa. (24 de Janeiro de 2008a). *Internet: BBC Associa-se ao MySpace para Disponibilizar Conteúdos*. Obtido em 7 de Maio de 2008, de expresso.pt:
<http://aeiou.expresso.pt/gen.pl?p=stories&op=view&fokey=ex.stories/224558>

Expresso/Lusa. (19 de Abril de 2008b). *Inglês como Língua Dominante*. Obtido em 7 de Maio de 2008, de expresso.pt:
<http://aeiou.expresso.pt/gen.pl?p=stories&op=view&fokey=ex.stories/298597>

Fabre, M. (1966). *História da Comunicação*. (L. e. Simões, Trad.) Lisboa: Moraes.

Ferreira, G. B. (2004). *Novos Media, Experiência e Identidade*. In J. M. Santos, & J. C. Correia, *Teorias da Comunicação* (pp. 211-251). Covilhã: Universidade da Beira Interior.

Fiske, J. (1999). *Introdução ao Estudo da Comunicação* (5ª ed.). (M. G. Alves, Trad.) Porto: Asa.

Fonseca, P. (28 de Maio de 2008a). *MySpace Portugal Já Tem 250 mil Utilizadores*. *Diário de Notícias*, 61.

Fonseca, P. (1 de Junho de 2008b). *MySpace é como Um Bar*. *Diário de Notícias*, 71.

Freixo, M. J. (2006). *Teorias e Modelos de Comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget.

Gaspar, M. (29 de outubro de 2005). *O Sonho Criou a Tecnologia e a Tecnologia Mudou o Homem*. *Diário de Notícias*, 45.

Habermas, J. (1984). *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

Habermas, J. (1997). *Teoría de la Acción Comunicativa: Complementos y Estudios Previos* (3ª edição ed.). (M. Redondo, Trad.) Madrid: Cátedra.

Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. New York: Anchor Press/ Doubleday.

Levy, P. (1998). *A Inteligência Colectiva: por uma Antropologia do Ciberespaço*. São Paulo: Loyola.

Luhmann, N. (1992). *A Improbabilidade da Comunicação*. (A. Carvalho, Trad.) Lisboa: Vega.

Marcos, P. (25 de Junho de 2008). *A Emergência das Redes Sociais*. Obtido em 25 de Junho de 2008, de [Diário Económico](http://diarioeconomico.sapo.pt/edicion/diarioeconomico/opinion/columnistas/pt/desarrollo/1065173.html):
<http://diarioeconomico.sapo.pt/edicion/diarioeconomico/opinion/columnistas/pt/desarrollo/1065173.html>

Marcuse, H. (1985). *El Hombre Unidimensional* (1954, 1ª ed.). Barcelona: Planeta-Agostini.

McGirt, E. (Outubro de 2008). *MySpace a Sequela*. *Executive Digest*, nº31, pp. 42-47.

McLuhan, M. (2008). *Comprender os Meios de Comunicação Extensões do Ser Humano*. (J. M. Silva, Trad.) Lisboa: Relógio D'água.

MegaGuia. (2007). Introdução ao MySpace. *MegaGuia* , pp. 40-45.

Melo, M. (2007). MySpace Produz Série para Net. *Oje* (Média), 8.

Mendes, D. (28 de Janeiro de 2007). Web 2.0 HI5 e MySpace Comunidades Juntam 135 milhões de Utilizadores em Todo o Mundo e Sobrevivem de Chorudas Receitas Publicitárias. *Diário de Notícias* , 21.

Milena, M. (3 de Julho de 2008). MySpace Lança 1º Filme Criado por Utilizadores. *Oje* , 8.

Morais, F., & Pereira, J. (29 de Outubro de 2005). EUA Querem Manter Gestão da Rede. *Diário de notícias* , 44.

Negroponte, N. (1996). *Ser Digital*. Lisboa: Caminho.

Neves, F. (2001). *Internet: Novas Culturas, Desafios? Uma Abordagem Antropológica*. Lisboa, Lisboa: Universidade Aberta.

Notícias. (24 de Janeiro de 2008a). MySpace e TVE Unem-se para Salvar Eurovisão. *Diário de Notícias* , 62.

Notícias. (12 de Setembro de 2008b). MySpace e RIM Criam Nova Plataforma. *Diário de Notícias* , 40.

Oje. (15 de Maio de 2008). MySpace Lança Versão Portuguesa Dia 27. *Oje* , 8.

Oliveira, I. I. (Julho de 2008). MySpace Janela Aberta Sobre a Mundo Virtual. *Exame informática* , pp. 76-87.

Pereira, T. (12 de Janeiro de 2008). Serviço MySpace Portugal Vai Estar "Online" em Fevereiro. *Diário de Notícias* , 49.

Pinheiro, D. (10 de Janeiro de 2008a). Segunda Etapa para os Buraka Som Sistema. *Diário de Notícias* , 47.

Pinheiro, D. (26 de Setembro de 2008b). MySpace Cria Novo Serviço "Online" de Música Gratuita. *Diário de Notícias* , 32.

Poster, M. (2000). *A Segunda Era dos Média*. (M. J. Figueiredo, Trad.) Oeiras: Celta.

Público. (10 de Março de 2010). *MySpace à Procura de Popularidade Perdida*. Obtido em 10 de 3 de 2010, de publico.pt: www.publico.pt/Tecnologia/myspace-a-procura-da-popularidade-perdida_1426446

Público/Lusa. (12 de Julho de 2006). *Myspace.com é o Portal Mais Popular nos EUA*. Obtido em 7 de Maio de 2008, de publico.clix.pt: <http://ultimahora.publico.clix.pt/noticia.aspx?id=1263852&idCanal=61>

Público/Lusa. (26 de Abril de 2007). *MySpace Chegou à China*. Obtido em 7 de Maio de 2008, de publico.clix.pt:
<http://ultimahora.publico.clix.pt/noticia.aspx?id=1292235&idCanal=61>

Qiu, J. (Abril de 2008). *Interview with Manuel Castells*. Obtido em 6 de Setembro de 2009, de Chinese Journal of Communication:
<http://www.informaworld.com/smpp/content~db=all?content=10.1080/17544750701861863>

Querido, P. (10 de Janeiro de 2004). *Os 30 Anos da Internet*. Obtido em 7 de Maio de 2008, de expresso.pt:
<http://aeiou.semanal.expresso.pt/unica/tema.asp?edition=1628&articleid=ES118038>

Querido, P. (13 de Fevereiro de 2008). *As Vantagens das Redes Sociais*. Obtido em 7 de Maio de 2008, de expresso.pt:
<http://aeiou.expresso.pt/gen.pl?p=stories&op=view&fokey=ex.stories/240796>

Rantanen, T. (s.d.). *Castells-Gmc-Interview*. Obtido em 22 de Julho de 2009, de Global Media and Communication: <http://annenbergl.usc.edu/images/faculty/facpdfs/Castells-GMC-Interview.pdf>

Ribeiro, P. (4 de Abril de 2008). *MySpace Cria Parcerias com Multinacionais Discográficas para Vender Música na Internet*. Obtido em 7 de Maio de 2008, de publico.clix.pt: <http://ultimahora.publico.clix.pt/noticia.aspx?id=1324765&idCanal=61>

Rocha, H. I. (2003). *Internet*. Lisboa: Fundação para a Divulgação das Tecnologias de Informação.

Rodrigues, A. D. (1999). *Comunicação e Cultura: A Experiência Cultural na Era da Informação* (2ª ed.). Lisboa: Presença.

Rodrigues, A. D. (2000). *Dicionário Breve da Informação e da Comunicação*. Lisboa: Presença.

Santos, J. R. (2001). *Comunicação*. Lisboa: Prefácio.

Silva, A. (2002). *Mundos Reais, Mundos Virtuais: as Relações Interpessoais na em Rede*. Porto: Universidade Aberta.

Slevin, J. (2002). *Internet e Sociedade*. Lisboa: Temas & Debates.

Sousa, J. P. (2003). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. Porto: Edições Universitárias de Fernando pessoa.

Sousa, M. (2001). *Dicionário de Termos Informáticos*. Lisboa: SporPress.

Spicer, D., & Bell, G. (2006). *Internet History*. Obtido em 20 de Agosto de 2008, de Computer History.org: http://www.computerhistory.org/internet_history/

- Toffler, A. (1984). *A Terceira Vaga*. (F. P. Rodrigues, Trad.) Lisboa: Livros do Brasil.
- Toffler, A., & Toffler, H. (2006). *A Revolução da Riqueza: Como Será Criada e Como alterará as Nossas Vidas* (1ª ed.). (C. Pedro, Trad.) Lisboa: Actual.
- Wolf, M. (1995). *Teorias da Comunicação* (4ª ed.). (M. J. Figueiredo, Trad.) Lisboa: Presença.
- Wright, S. H. (26 de Maio de 2006). *MySpace and Deleting Online Predator Act (DOPA)*. Obtido em 25 de Junho de 2008, de danah boyd.org:
<http://www.danah.org/papers/MySpaceDOPA.html>

7. ANEXOS

7.1. PASSATEMPO PÚBLICO E CONVITE

Participação no passatempo MySpace Portugal do jornal “O Público” para obtenção de entrada dupla no lançamento do MySpace Portugal, na discoteca Lux em Lisboa, no dia 27 de Maio de 2008 pelas 21h30.

Passatempo Público - MySpace

Participe e seja nosso convidado na festa de lançamento do MySpace Portugal, com a actuação de Sam Sparro e The Vicious Five, no Lux (Lisboa), dia 27 de Maio de 2008 às 21h30.

Para ser um dos nossos leitores convidados deve ser rápido.

O Público e o MySpace Portugal oferecem 10 convites duplos aos 10 primeiros leitores que cumpram os seguintes passos:

1 - Registo no MySpace (<http://www.myspace.com>)

2 - Adicionar o perfil [myspace/myportugal](http://www.myspace.com/myportugal) como "amigo"

<http://www.myspace.com/myportugal>)

3 - Colocar o perfil MyPortugal no top de “amigos”

4 - Enviar *link* do seu perfil para passatempos@publico.pt, juntamente com o nome completo, BI e contacto telefónico até às 15h de segunda-feira, dia 26 de Maio

Os 10 primeiros leitores que cumpram os passos de participação serão notificados por *email* e deverão comparecer às 18h de segunda-feira dia 26 nas instalações do Público acompanhados do suplemento Ípsilon de 23 de Maio ou o jornal Público de 23, 24, 25 ou 26 para levantarem o seu convite duplo.

Foi recebido um *email* para “levantar” um convite duplo do MySpace e jornal Público para o lançamento do MySpace Portugal.

Email enviado dia 26 de Maio de 2008, 14h10:

Cara Maria do Carmo,

Agradecemos a sua participação no passatempo “Público – MySpace Portugal”.

Temos o prazer de confirmar que é um dos 10 leitores premiados com um convite duplo para a festa de lançamento do MySpace Portugal, dia 27 de Maio a partir das 21h30, no Lux (Lisboa).

Para levantar o seu convite, basta que se apresente na Loja do Público - R. Viriato, 13 (em Picoas), hoje (17h - 18h) ou amanhã (10h - 12h), onde deverá indicar o seu nome completo e número de BI, acompanhado do suplemento Ípsilon de 23 de Maio ou do jornal Público de 23, 24, 25 ou 26.

Obrigada e até breve!

Com os melhores cumprimentos,

Cláudia Marques

O Convite em papel foi recebido no dia 26, às 18h, nas instalações do público.

Festa do MySpace no lux:

A discoteca abriu às 21:50, às 22:45 actuou a banda portuguesa “The Vicious Five”, sendo, posteriormente apresentado o concerto do Australiano “Sam Sparro”. O público que povoava a discoteca era constituído essencialmente por bandas e músicos, alguns desconhecidos e muitos nomes de bandas portuguesas conhecidas do grande público português, tal como: Moonspell, Delfins, Júlio Pereira, The Gift; alguns apresentadores de televisão como Fernando Alvim, Isabel Figueira e Francisco Mendes; alguns actores como, Rita Pereira e Angélico, entre outros, para além de inúmeros internautas desconhecidos, como a própria autora.

Neste ambiente de descontração e muita música, a investigadora conseguiu conversar um pouco com o director de marketing do MySpace Portugal, o Sr. Pedro Almeida, o qual disponibilizou o seu *email* para que o pudesse contactar mais tarde, caso necessitasse.

Figura 36 - Convite Frente



Figura 37 – Convite Verso



7.2. MAPAS E QUADROS SOBRE AS REDES SOCIAIS

Tabela 20 - Visitantes no Mês de Junho de 2006 e 2007

Worldwide Growth of Selected* Social Networking Sites/June 07 vs. June 06 Total Worldwide Home/Work Locations Among Internet Users Age 15+			
Social Networking Site	Total Unique Visitors (000)		
	Jun-06	Jun-07	% Change
MySpace	66,401	114,147	72
Facebook	14,083	52,167	270
Hi5	18,098	28,174	56
Friendster	14,917	24,675	65
Orkut	13,588	24,120	78
Bebo	6,694	18,200	172
Tagged	1,506	13,167	774

Fonte: <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1555> Obtido em de Agosto de 2008.

Tabela 21 - Visitantes no Mês de Junho em 2007 e 2008

Worldwide Growth among Selected Social Networking Sites June 2008 vs. June 2007 Total Worldwide Audience, Age 15+ Home and Work Locations Source: comScore World Metrix			
	Total Unique Visitors (000)		
	Jun-2007	Jun-2008	% Change
Total Internet: Total Audience	778,310	860,514	11%
Social Networking	464,437	580,510	25%
FACEBOOK.COM	52,167	132,105	153%
MYSFACE.COM	114,147	117,582	3%
HI5.COM	28,174	56,367	100%
FRIENDSTER.COM	24,675	37,080	50%
Orkut	24,120	34,028	41%
BEBO.COM	18,200	24,017	32%
Skyrock Network	17,638	21,041	19%

Fonte: <http://valleywag.com/5036089/worldwide-visitors-to-facebook-up-153-percent-in-a-year> Nicholas Carlson, realizado a 12 de Agosto de 2008, obtido em 16 de Agosto de 2008.

De acordo com os estudos realizado pela empresa ComScore com o intuito de medir o número de visitantes no mês de Junho de 2006, 2007 e 2008 que são apresentados em dois quadros distintos verifica-se o seguinte: O Facebook obteve 14 milhões de visitas

em Junho de 2006 e 52 milhões em 2007, no entanto, auferiu 132 milhões de visitas em Junho de 2008, alcançou um crescimento extremamente elevado ultrapassando o MySpace. Porém, o MySpace conseguiu 66 milhões de visitantes em Junho de 2006, no ano seguinte obteve 114 milhões e em 2008 conquistou 118 milhões de visitas, destacando-se das restantes Redes Sociais. Com uma grande distância encontram-se as restantes Redes Sociais, o Hi5 em 2006 tinha 18 milhões de visitas, e angariou 28 milhões em 2007, apresentando no ano seguinte 56 milhões. O Friendster obteve cerca de 15 milhões de visitas em 2006 e cerca de 25 milhões em 2007, no ano seguinte aferiu 37 milhões. Já o Orkut teve cerca de 14 milhões de visitas em 2006, em 2007 teve 24 milhões e em 2008 obteve 34 milhões. O Bebo alcançou cerca de 7 milhões de visitantes, já em 2007 obteve 18 milhões e conseguiu 24 milhões no ano seguinte. O Skyrock Network, encontra-se no fim da lista com 18 milhões de visitas em 2007, tendo adquirido 21 milhões de visitas no ano de 2008 (não tenho informação relativa ao ano de 2006); e por último, a rede Tagged que tinha 1 milhão de visitas em 2006 e passou a ter em 2007 13 milhões. Em relação às subidas mais elevadas gostaria de realçar em 2007 o aumento drástico do Tagged com 774%, do Facebook em 270%, do Bebo em 172%, do aumento do Orkut em 78% e do MySpace em 72%, no entanto, em 2008 saliento o aumento acentuado do Facebook em 153%, do Hi5 em 100% e do Friendster em 50%, enquanto o MySpace aumentou apenas 3%.

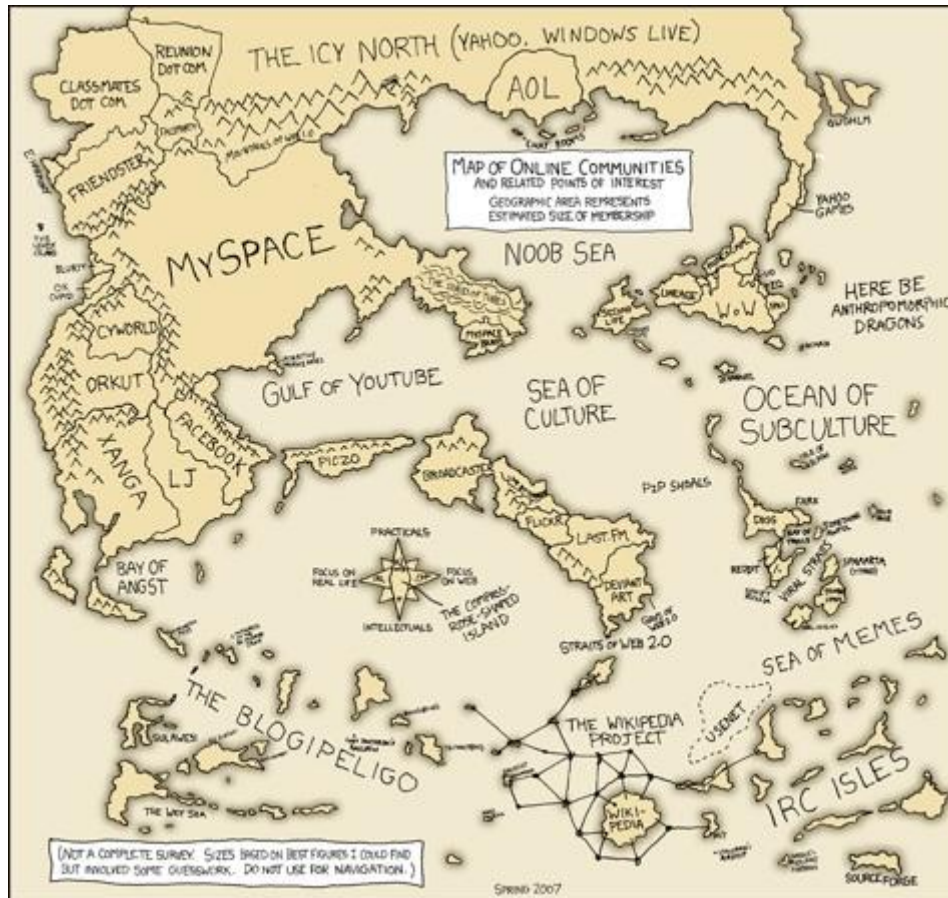
Tabela 22 - Estudo de Visitantes no Mês de Junho de 2007 por Regiões

Visitation to Selected Social Networking Sites by Worldwide Region						
June 2007						
Total Worldwide Home/Work Locations Among Internet Users Age 15+						
Source: comScore World Metrix						
Social Networking Site	Share (%) of Unique Visitors					
	Worldwide	North America	Latin America	Europe	Middle East-Africa	Asia Pacific
MySpace	100.0%	62.1%	3.8%	24.7%	1.3%	8.1%
Facebook	100.0%	68.4%	2.0%	16.8%	5.7%	7.1%
Hi5	100.0%	15.3%	24.1%	31.0%	8.7%	20.8%
Friendster	100.0%	7.7%	0.4%	2.5%	0.8%	88.7%
Orkut	100.0%	2.9%	48.9%	4.6%	0.6%	43.0%
Bebo	100.0%	21.8%	0.5%	62.5%	1.3%	13.9%
Tagged	100.0%	22.7%	14.6%	23.4%	10.0%	29.2%

Fonte: <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1555> Obtido em 16 de Agosto de 2008)

No quadro apresentado resultante de um estudo realizado pela ComScore, pode-se analisar os seguintes resultados: fortemente implantadas na América do Norte estão as Redes Sociais Facebook com 68% e MySpace com 62% e com alguns resultados francamente positivos na Europa, com 24%. A rede Bebo tem uma forte presença na Europa com 63%; todavia, o Friendster domina na Ásia com 89%. O Hi5 tem visitantes de diversos continentes, mas destaca a sua presença na Europa com 31%; o mesmo pode-se referir em relação ao Tagged que se implantou nas diversas regiões, mas a sua presença verifica-se mais na Ásia, com 29%. O Orkut lidera na América latina com 49% e tem muitos adeptos na Ásia 43%.

Figura 38 – Mapa de Comunidades *On-line*



Fonte: <http://valleywag.com/tech/notag/internet-domination-257194.php> Obtido em 16 de Agosto de 2008.

Neste mapa mítico de Randall Munroe, pode-se observar que as Redes Sociais e outras comunidades presentes na Internet são aqui representadas como reinos, dos quais se destaca o MySpace, o seu reino domina este mundo de fantasia, estando também em evidência os “pesos pesados” da Internet, como a Microsoft, AOL e o Yahoo. Existem também ilhas que salpicam este mapa, estas são povoadas por *blogs*. O Mapa mítico é comparado ao tradicional jogo do risco, onde os jogadores travam longas e demoradas batalhas para dominarem o mundo e subjuguem ou expulsarem os seus inimigos. Vamos ver quem ganha este jogo!

8. APÊNDICES

8.1. HISTÓRIA DO MYSPACE

A plataforma MySpace foi fundada em 2003 pela empresa eUniverse (que posteriormente alterou o nome para Intermix). O projecto da Rede Social MySpace foi implantado por Brad Greenspan (CEO, Chefe Executive Office da eUniverse), por Christopher De Wolfe (CEO do MySpace), Josh Berman e por Thomas Anderson, actual presidente do MySpace, em conjunto com uma equipa de programadores, financeiros e técnicos fornecidos pela eUniverse. O Técnico Toan Nguyen estabilizou a plataforma do MySpace (Oliveira, 2008; MegaGuia, 2007). Os primeiros utilizadores do MySpace foram os empregados do grupo eUniverse, a empresa criou uma espécie de concurso onde os empregados tentavam registar o maior número possível de utilizadores (a sua rede de “amigos virtuais”). Posteriormente, a empresa tentou apresentar este *site* ao público em geral. A Rede Social MySpace tornou-se rapidamente num sucesso, com milhões de aderentes de todo o mundo, convertendo-se numa das Redes Sociais com mais registos.

Em Fevereiro de 2004 o MySpace obtém cerca de um milhão de utilizadores, dois meses mais tarde foi inaugurado o MySpace Music. De salientar que em Maio do mesmo ano a banda “My Chemical Romance” foi a primeira banda que criou a sua página oficial no MySpace, juntando 700 mil “amigos”, do mesmo modo, a banda “Fall Out Boy”, adicionou o seu perfil a esta Rede Social, reunindo um milhão de “amigos”.

A banda “REM” lançou no mês de Outubro o single “Around The Sun” em exclusivo no MySpace. No ano seguinte a plataforma MySpace obteve um acordo para emitir a série “The Office” em episódios. Em Abril de 2005, a banda “Nine Inch Nails” promoveu o seu novo álbum no MySpace (Oliveira, 2008).

Em Julho de 2005 o MySpace foi comprado pela News Corporation de Rupert Murdoch por 580 milhões de dólares. Murdoch é o proprietário da Fox Broadcasting e de outras empresas de *mass media* (Público/Lusa, 2006).

Após a aquisição do MySpace deste grande grupo, a Rede Social teve uma cobertura de imprensa massisa. Contudo, surgiram problemas relativas à questão da segurança de

adolescentes na Rede Social, devido à existência de predadores sexuais na rede MySpace, dando origem a ações judiciais contra a Rede Social (Boyd & Ellison, 2007). Em Janeiro de 2006 surgiu o MySpace do Reino Unido, impulsionando o registo de bandas e músicos. Sendo ainda implementado o *MySpace Film* no festival de cinema de Sundance (Oliveira, 2008).

O MySpace arrecadou cerca de 150 milhões de Euros em receitas publicitárias (Mendes, 2007).

Segundo o estudo da empresa de análise de mercado Hitwise, as visitas ao portal representaram 4,46% todas as visitas de *sites* na Internet nos Estados Unidos entre os dias 2 e 8 de Julho, contra 4,42% do “Yahoo!”. De destacar que o portal recebeu diariamente cerca de 250 mil adesões, no contexto das Redes Sociais o MySpace concentra 79,97% do tráfego destes portais, enquanto que o seu maior concorrente o Facebook concentrava cerca de 7,58% (Público/Lusa, 2006).

Em 2006 o MySpace detinha 85 milhões de utilizadores, enquanto que o Hi5 tinha 50 milhões, dispondo em Portugal de um milhão de utilizadores registados (Mendes, 2007).

Um ano mais tarde, a 26 de Abril de 2007 foi lançado o MySpace China, que envolveu produtos e ferramentas adaptadas aos chineses, para além do grupo de investidores do MySpace China houve ainda a participação do *International Data Group* e da *China Broadband Capital Partners* (Público/Lusa, 2007).

Em Junho de 2007 o MySpace lançou o *MySpace TV*, e um mês mais tarde, tornou-se na Rede Social com mais utilizadores, ultrapassando o Facebook e o Orkut (Oliveira, 2008; Mendes, 2007).

O Portal inaugurou o *MySpaceIM* e estreou a série “*Roommates*” criada na Internet (Oliveira, 2008).

Esta Rede Social anunciou em Outubro de 2007 que planeava estar presente em sete novos países em 2008, de modo a operar em 30 países. Pretendia também duplicar o número de colaboradores, passando para 16000. De salientar que em Outubro de 2007 o MySpace operava em 23 países (Económico, 2007).

O MySpace em colaboração com dois produtores de Hollywood, Marshall Herskovitz e Ed Zwick exibiram em Novembro de 2007 a série “*Quarterlife*”, cujos direitos de transmissão dos 36 capítulos foram reservados à Rede Social MySpace nas primeiras 24 horas, os episódios seguintes foram alojados no *site* da série (Melo, 2007).

MySpace Brasil foi lançado em Dezembro de 2007.

No início de Janeiro de 2008 foi lançado o *MySpace Celebrity* (Oliveira, 2008).

No início do mesmo ano o serviço MySpace Portugal começou a ser estruturado, surgindo a versão portuguesa no endereço www.myspace.com/myportugal. Esta versão apresentava na página hiperligações, instruções e serviços em português, exibindo a data em formato europeu. De igual modo, a publicidade, isto é, os anúncios são relativos a produtos e serviços de empresas portuguesas ou que operam em território nacional (Pereira, 2008).

A Rede Social MySpace promoveu princípios de segurança da Internet a 14 de Janeiro de 2008.

No dia 24 de Janeiro do mesmo ano, o MySpace e a BBC estabeleceram um acordo, no qual iriam apresentar programas da estação de televisão inglesa através do serviço de vídeo *MySpaceTV*. Jeff Berman (vice-presidente executivo do MySpace) declarou que o negócio reflectia a rápida aproximação da Internet do futuro, definida pela cooperação entre empresas (Expresso/Lusa, 2008a).

A TVE e o MySpace fundaram uma parceria para elegerem um candidato espanhol ao festival da Eurovisão, os candidatos interessados apresentaram os seus vídeos e colocaram a gravação audio da sua música, após esse processo, seguiu-se a votação entre 11 a 20 de Fevereiro de 2008, encontrando-se assim disponível para todo o mundo. As cinco canções mais votadas pelos cibernautas juntamente com outras cinco canções seleccionadas por peritos foram apresentadas num programa transmitido pela La1, sendo escolhido o candidato espanhol (Notícias, 2008a).

O MySpace, criou em Abril de 2008, um novo serviço, denominado *MySpace Music*, com um formato diferente do serviço já existente que possibilitava ouvir música em *streaming* (sem transferir o ficheiro para o computador) e ver videoclips gratuitamente, este serviço pretendia também vender música, *merchandising* e toques de telemóveis, para além do facto de permitir comprar bilhetes *on-line* para concertos. A Rede criou uma parceria com três grandes multinacionais da edição discográfica (SonyBMG, Universal e Warner) para criar um *site* de distribuição de música (Alves, 2008; Ribeiro, 2008).

A 15 de Maio de 2008, a versão portuguesa do MySpace, abrangia cerca de 50 mil bandas portuguesas e músicos e 250 mil utilizadores registados (Oje, 2008).

No dia 27 de Maio de 2008 o MySpace lançou oficialmente a versão portuguesa, com uma festa na discoteca Lux em Lisboa. O evento contou com a participação de duas bandas, que apresentaram um concerto ao vivo para os utilizadores do MySpace

Portugal. As bandas presentes foram os portugueses “The Vicious Five” e os australianos “Sam Sparro”. O lançamento foi “apadrinhado” pelos apresentadores Isabel Figueira e Fernando Alvim (Fonseca, 2008a).

De acordo com dados oficiais do *site* obtidos em 2007, o MySpace tinha cerca de 110 milhões de utilizadores regulares, 85% dos quais são maiores de 18 anos, contando com cerca de 8 milhões de bandas registadas (Idem).

Pedro Almeida (Marketing e Content Manager em Portugal) afirmou que o target do MySpace é essencialmente o público mais jovem, dos 14 aos 35, destacando especialmente as faixas etárias dos 14 aos 25 anos (Oliveira, 2008).

Os responsáveis da versão portuguesa do MySpace Portugal encontravam-se sediados em Madrid. Pedro divulgou que as empresas portuguesas estavam interessadas em publicitar os seus produtos no MySpace, como por exemplo a campanha publicitária da Lactogal, que divulgou os concertos da pleno Outjazz no MySpace (Brito C.C. , 2008). O content Manager referiu também a intenção de lançar a versão MySpace Portugal para telemóvel (Fonseca, 2008a).

De acordo com Jay Stevens (vice-presidente do MySpace para a Europa) este portal tinha 230 milhões de perfis registados, englobando 115 milhões de acessos mensais, e no mês Abril de 2008 obtiveram 160 milhões de acessos mensais, totalizando 22% do total de audiências global da Internet (Fonseca, 2008b).

O MySpace apresentou a sua *home page* com um novo design, no dia 18 de Junho de 2008, surgindo com novas opções no *MySpaceTV* (área de vídeos), introduziram alta definição e full-screen (versão que ocupa a totalidade do ecrã para ver um vídeo). Apresentaram uma nova forma de navegar, mais facilitada e organizada privilegiando os cibernautas, a cultura e os conteúdos (Brito P. , 2008).

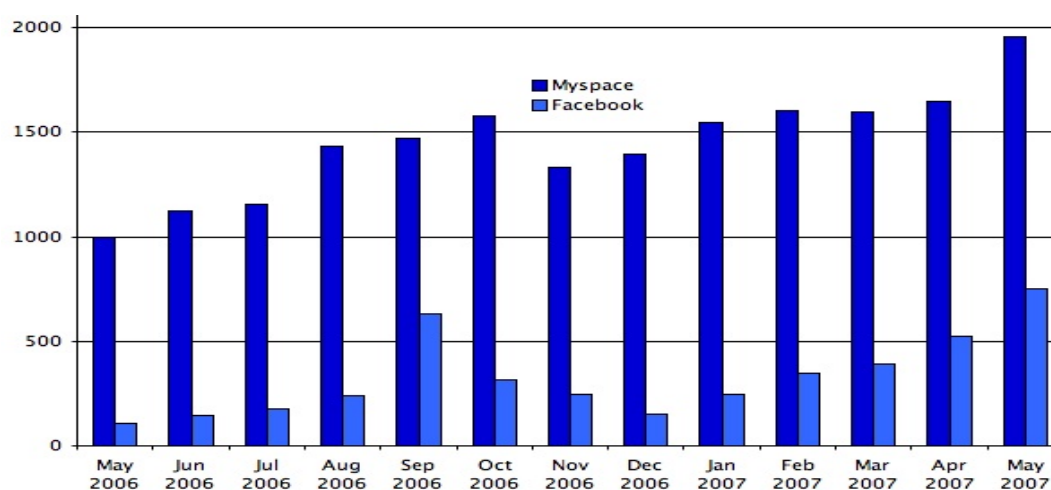
A Rede Social em parceria com a produtora britânica “*Viertigo*”, lançaram o primeiro filme completamente concebido por utilizadores do MySpace, desde a escolha do director, à banda sonora e aos actores. Os candidatos a cantores enviaram curtas metragens que foram previamente seleccionadas por um júri especializados e posteriormente pelos internautas (mil candidatos apresentaram os seus trabalhos), os actores foram escolhidos entre 20 mil participantes no filme “*Faintheart*” que se estreou no festival de Edimburgo (Milena, 2008).

No dia 11 de Setembro de 2008, a Research In Motion¹⁵ e o MySpace estabeleceram uma parceria para implantar um novo serviço, com o intuito de permitir que os clientes de ambas as empresas pudessem enviar mensagens instantâneas através da plataforma BlackBerry, apenas disponível nos Estados Unidos da América (Notícias, 2008b).

O MySpace “aliou-se” a seis editoras a Universal Music, Sony BMG, EMI Music, SonY ATV, The Orchard, e a Warner Music para fundar um novo serviço de música aplicada ao *MySpace Music*, este serviço permitia “descarregar” músicas em formato MP3 gratuitamente. Existia ainda a possibilidade de comprar temas musicais de alguns músicos, bem como criar uma *playlist* própria de acordo com a preferência do utilizador. Todavia, este serviço só se encontrava disponível nos Estados Unidos da América (Pinheiro, 2008b).

Presentemente, esta “*social networking*” da Internet está implantada em vários países, lançou *sites* locais, utilizando também versões em línguas diferentes como, inglês, português, francês, castelhano, chinês, alemão, entre outras, dirigidos a países como: Estados Unidos da América, Canadá, México, Reino Unido, França, Alemanha, Holanda, Irlanda, Finlândia, Itália, Espanha, Austrália, Nova Zelândia, Japão, China, Brasil, Portugal, entre outros, tendo ainda projectos de expansão para diversos países (Brito, 2007). Em 2008 estava presente em 29 países (McGirt, 2008).

Tabela 23 – MySpace Versus Facebook

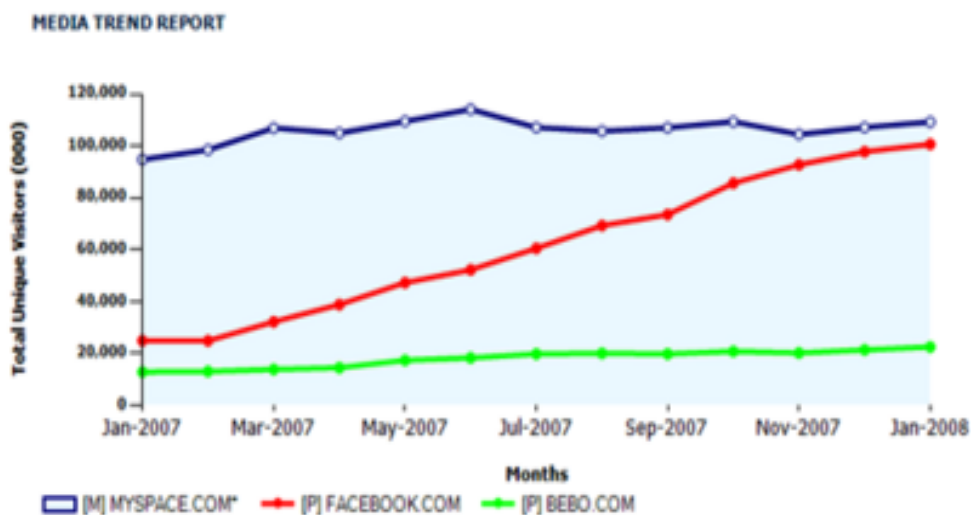


Fonte: <http://valleywag.com/tech/notag/facebook-gains-on-MySpace-265846.php> Obtido em de Agosto de 2008.

¹⁵ Empresa que concebeu o telemóvel BlackBerry.

A posição do MySpace e do Facebook em relação às audiências na rede e às notícias presentes na imprensa são demonstradas neste quadro, o qual apresenta uma grande vantagem do MySpace, no entanto o Facebook tem vindo a ganhar terreno.

Tabela 24 - A Posição das Redes Sociais: Facebook, MySpace e Bebo

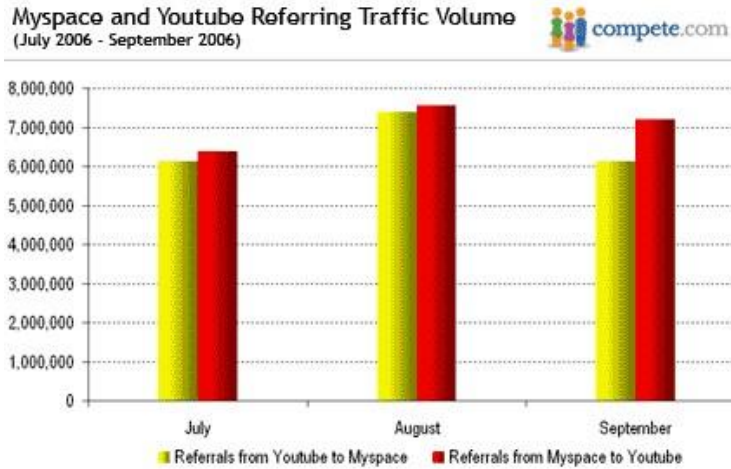


© comScore Inc.

Fonte: <http://valleywag.com/367414/does-bebo-brag-prove-aol-ceos-a-liar-or-just-unable-to-read> Obtido em de Agosto de 2008.

Neste quadro pode-se verificar que a Rede Social MySpace tem tido um nível de visitas muito superior aos concorrentes Facebook e Bebo. Embora o Facebook tenha recuperado, e apresentando uma subida acentuada desde Fevereiro de 2007. O Bebo teve um ligeiro aumento em Abril de 2007 mantendo um nível de visitas constante, não ultrapassando os 20.000. Todavia, o MySpace tem mantido um valor muito elevado de visitante, conseguindo obter mais de 100.000 visitantes por mês. Este quadro demonstra também que no mês de Junho de 2007, o MySpace registou o maior número de visitas.

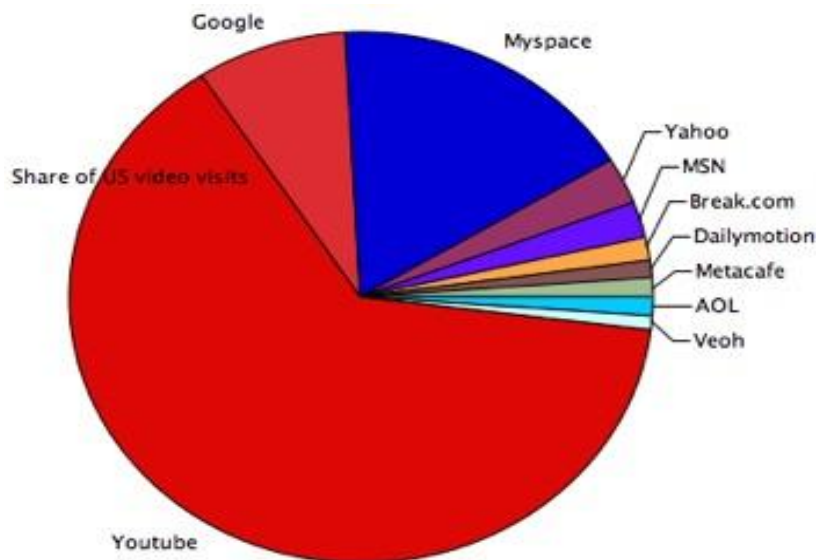
Tabela 25 – MySpace Versus YouTube



Fonte: <http://valleywag.com/tech/MySpace/stats-explain-why-MySpace-wont-kill-youtube-+-yet-213628.php> Obtido em 16 de Agosto de 2008.

Quando se analisa o tráfego entre o MySpace e o YouTube, pode-se afirmar que de acordo com os dados auferidos, o MySpace obtém maior tráfego proveniente do YouTube do que o inverso. Embora no mês de Agosto de 2006, tenha existido um aumento de tráfego em ambos os *sites*, com valores superiores a 7.000.000. Todavia, em Setembro o YouTube desceu para 6.000.000, enquanto o MySpace manteve o tráfego com valores superiores a 7.000.000.

Tabela 26 - Sites mais Procurados com Serviços de Vídeos



Fonte: <http://valleywag.com/tech/notag/how-google-won-the-video-wars-273007.php> Obtido em 16 de Agosto de 2008.

Como se pode observar, o *site* mais visitado é o YouTube com grande vantagem relativamente aos restantes concorrentes. Porém, a seguir destaca-se o MySpace e o Google. Com um número mais reduzido de visitas encontram-se os restantes *sites*, como o Yahoo!, MSN, Break.com, AOL, Metacafe, Dailymotion e Veoh.

8.2. COMO UTILIZAR OS SERVIÇOS DO MYSPACE

1 - De modo a **conceber a página**, necessitei de aceder à Internet e digitar o endereço <http://www.myspace.com>, e em seguida escolhi a opção *sign up* (regista-te já), que se encontra no canto direito e depois registei-me.

O MySpace enviou-me posteriormente uma mensagem para o *email* fornecido pela autora para activar a conta criada na Rede Social. Para tal, seleccionei a palavra-chave pretendida, premi o botão da opção *sign up*, digitei as letras de código que surgiram na caixa, carreguei em *browse* e escolhi *skip* ou ignorar esta etapa, para colocar as fotografias mais tarde. Depois surgiu a opção de enviar mensagens de convite para os meus amigos reais, necessitando apenas de digitar os *emails*, mas decidi enviar mais tarde.

2 - **Concepção da página no *edit profile*** (editar perfil), no qual preenchi os campos que considerei relevantes *personal info* (contém informações pessoais), *groups* (grupos), *comments* (comentários), a destacar, *personal info*:

- interests & personality: headline, about me, I'd like to meet, interests, music, film, MySpace, television, books, heroes;

- name: MySpace user name/url, display name, first name, last name;

- basic info: gender, date of birth, occupation, city, country, region, postal code, ethnicity, body type, height, i am here for (dating, serious relationships, friends, networking);

- background and lifestyle: marital status ou estado civil (swinger, in a relationships, single, divorced, married) sexual orientation (bi, gay/lesbian, straight, not sure, no answer), religion, smoker, drinker, children, education, income.

Actualmente todas estas opções estão em português.

Informações pessoais:

- interesses, nome, informações básicas, detalhes, escolas, empresas, redes de contactos, canção & vídeo;
- nome: nome do utilizador, nome de exibição, nome, apelido;
- informações básicas: título, género, data de nascimento, cidade, país, região, código postal;
- detalhes: estado civil, estou aqui para, orientação sexual, naturalidade, altura, tipo de corpo, etnia, religião, fumador, beber, filhos, formação, profissão, rendimentos.

3 - **Como colocar um mapa?** Dirigi-me ao site <http://www.maploco.com>, registei-me, em seguida seleccionei a opção *view your maps*, e *click here to make a map* e escolhi o mapa, em seguida premi o botão *create it*, depois surgem códigos e uma opção que nos permite escolher o MySpace, posteriormente, preenchi os dados do MySpace e a secção na qual gostaria de colocar o mapa e cliquei *post*. Este mapa identifica o número de visitantes diários e a sua localização geográfica.

4 - **Como colocar slides?** Digitei <http://www.slide.com> no qual registei e realizei *uploads* de várias fotografias, criando assim um slide, este permite apresentar variadas fotografias.

5 - **O processo de convite** para adicionar novos “amigos” à nossa lista é realizado da seguinte forma: efectuei um duplo clique na imagem do nosso “amigo” e dirigi-me ao meu grupo de “amigos” que está exposto na página do mesmo, fiz um duplo *clique* na imagem do potencial “amigo”, fui à sua página e cliquei no *add friend*, confirmei o pedido e em seguida aguardei a resposta ao meu pedido (*add* ou *request*).

6 - **Como se realiza a alteração dos “top friends”?** Pode ser efectuada na *home page*, no fim das imagens dos “amigos” surge a opção *alterar os meus “amigos principais”* ou *change my “top friends”*, selecciona-se essa opção e efectua-se as modificações.

Figura 39 - Página Onde se Altera o “Top Friends”

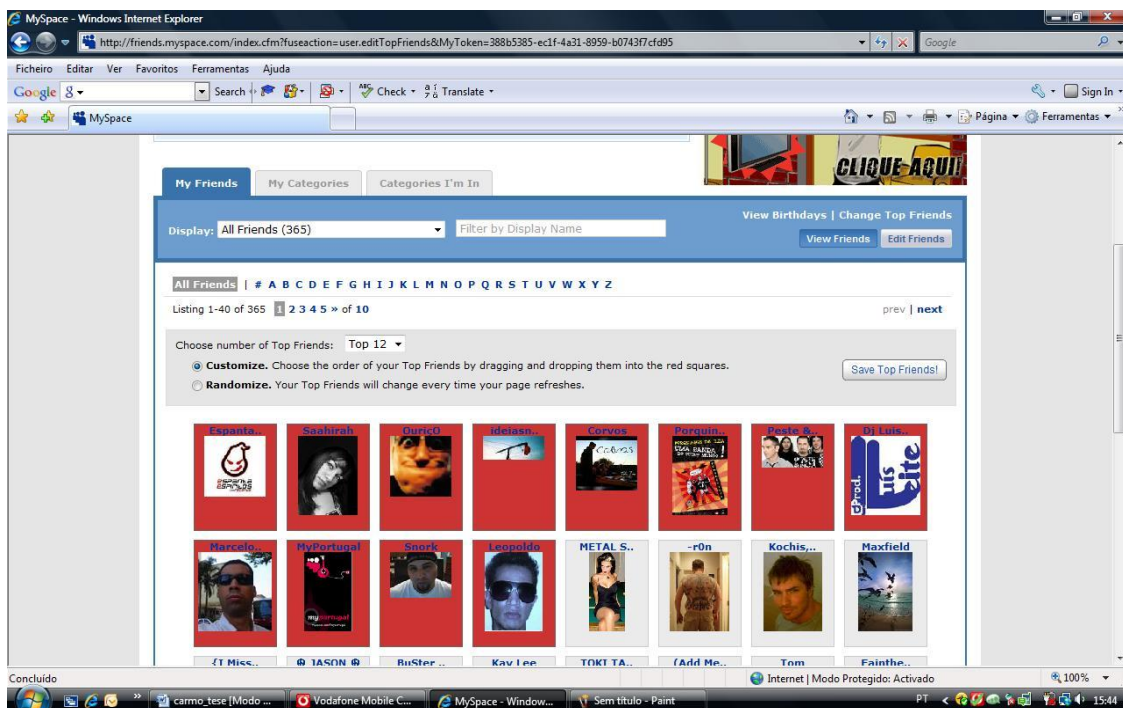
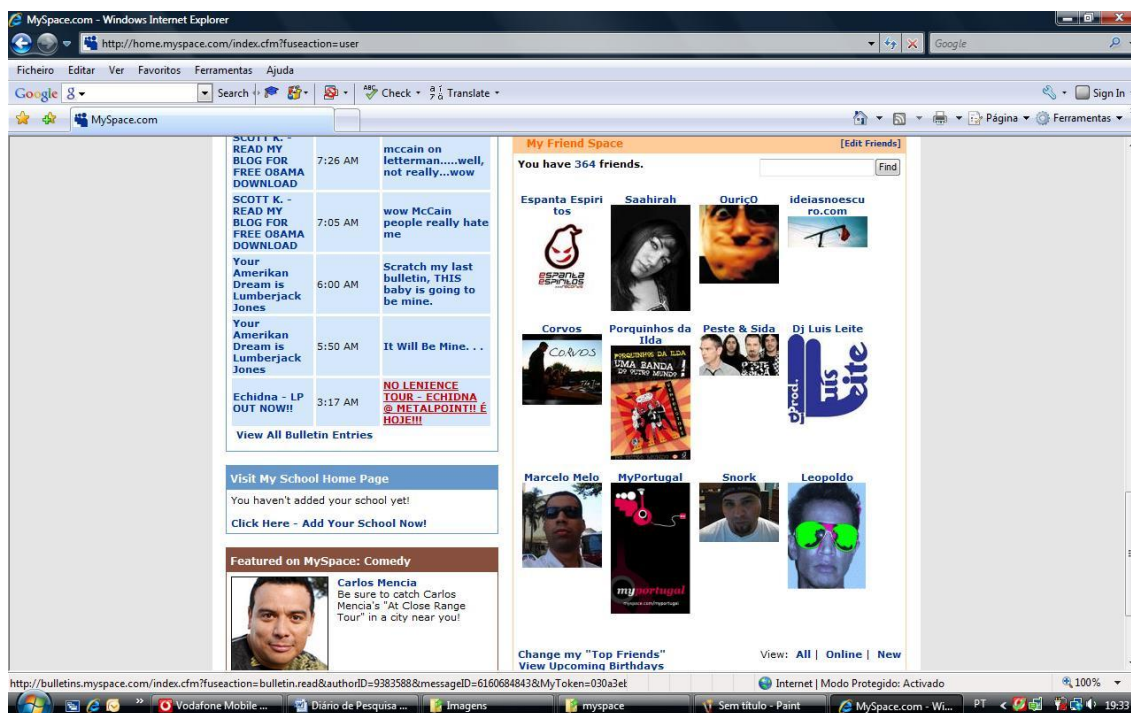


Figura 40 - Imagem dos “Top Friends” na home com 12 “Amigos”

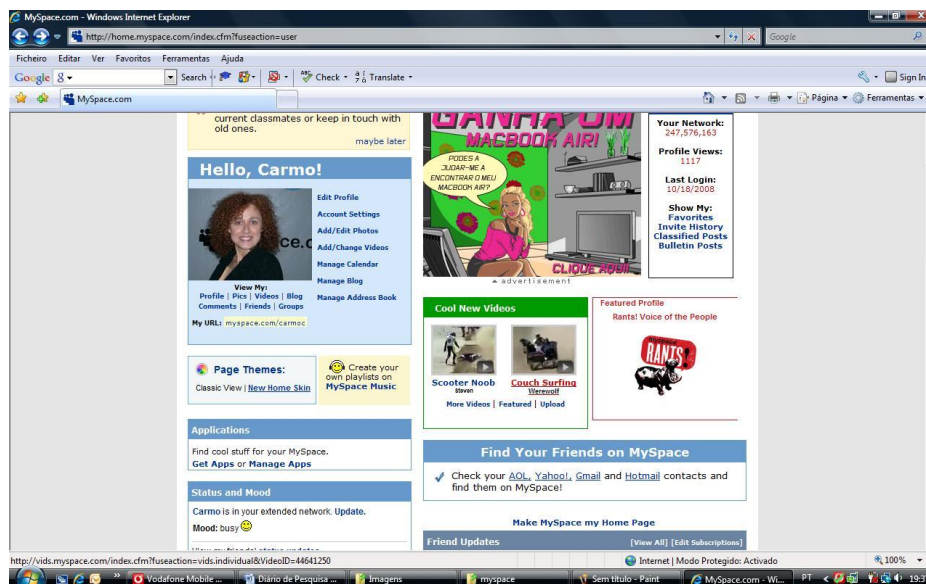


7 – **Como conceber um grupo?** Inicialmente, premi na opção group, na *home page*, em seguida *MySpace group*, e *create group*. Preenchi os dados como: nome do grupo; categoria; se é público ou privado; se os membros do grupo podem convidar amigos;

colocar imagens; boletins; se tem conteúdo para adultos; qual o país; cidade; a região; código postal; pedem uma descrição curta e outra mais longa; depois o URL do grupo (relacionado com o nome), e finalmente premi *create group*.

8 – **Como colocar as fotografias?** Na *home page*, selecionei a opção *add/edit photo, upload photos, browse* e iniciei o processo de “carregar” uma fotografia, e em seguida dirigi-me às pastas do meu computador onde guardei as imagens, selecionei aquela ou aquelas imagens que me interessava, carreguei nas opções *open* (abrir), *next*, escolhi o álbum *my photos* e pressionei na opção *upload* no canto inferior direito (as fotografias não podem ter mais de 5MB). Em seguida, pressionei na opção *next* e digitei as legendas que desejei colocar e finalmente, fiz um clique em *done editing* quando terminei. Quando se deseja colocar uma fotografia como principal para a pagina pessoal selecciona-se a fotografia e surgem diversas opções, escolhe-se *set as default*. Posso também criar novos álbuns usando a opção *create album*, escreve-se o nome, a localização e selecciona-se quem gostaria que visualizasse as fotografias e prime-se *create*.

Figura 41 - Imagem da *home*



9 - **Como realizar o upload de vídeos?** Em primeiro lugar dirigi-me à *home page*, selecionei a opção *add/change vídeo, upload vídeos*. Em seguida preenchi um formulário com diversos dados como: nome do vídeo, descrição, palavras-chave ou *tags*, assinali a categoria, a língua, escolhi a visualização se é pública ou privada, se

permite colocação de comentários, se concorda com os termos do MySpace e finalmente premi o botão *upload a vídeo*. Depois, seleccionei procurar e dirigi-me às pastas do meu computador onde guardei os vídeos, seleccionei aquele que me interessava, carreguei nas opções *open* (abrir) e pressionei na opção *upload*.

10 - **Como construir blogs?** Fui à *home page*, seleccionei a opção *Manage Blog* e depois *Customize My Blog*, em seguida escolhi as opções desejadas em relação ao tipo de letra, alinhamento, cor da letra e do fundo a aplicar (cor ou imagem de fundo). Preenchi os dados, como: data; hora; título ou nome do *blog*. Existe igualmente a possibilidade colocar visível ou ocultar diversos dados pessoais como: género, idade, país, cidade, entre outros; escolhe-se a categoria do *blog*; coloca-se o texto que se pretende; música; o nível da privacidade, opta-se por tornar o *blog* visível a todos ou só a alguns (público ou privado). Para finalizar, prime-se em *prewie & post e post blog*. Quando se deseja colocar outro blog, procede-se de modo idêntico, dirijo-me à *home page* selecciono *manage blog*, depois no *my controls*, escolho *post new blog*. Se desejar alterar e otimizar o *blog*, dirijo-me à *home page*, *customize my blog*, e em seguida, posso alterar o *background*, colocar fotografias, alterar o tipo de letra, o tamanho, entre outros.

8.3. EMAIL ENVIADO PARA O MYSPACE

Carta dirigida ao para o departamento de comunicação da News Corporation, detentora da Rede Social MySpace e ao Presidente do MySpace.

Dear Ms Everett,

My name is Maria do Carmo Costa, i am a Portuguese student of Universidade Aberta, Lisbon, taking a Master on Intercultural Relations.

I would like to request your help on a thesis project about Intercultural Relations on Internet.

The aim of this study is to prove that Internet allows Intercultural Communication to exist and to expand. In a near future it will became an indispensable form of communication. Because, the process of communication is growing at an enormous

speed and people will be dependent on Internet to communicate really fast and with people all over the world. This type of communication mediated by computers will be extremely common, it will be a routine for most of human beings, connecting globally but without a body, “virtual”.

I choose to study MySpace, because I think that is one of the best social networking, an excellent platform to study.

For now, i just need information about MySpace history, the services you have.

Later, if you are interested i'll tell you more about my thesis.

If you need a letter from my university to prove this, i'll send you.

Thanking you in advance.

Yours Sincerely,

Maria do Carmo Costa

8.4. PÁGINA DO MAPA LOCO

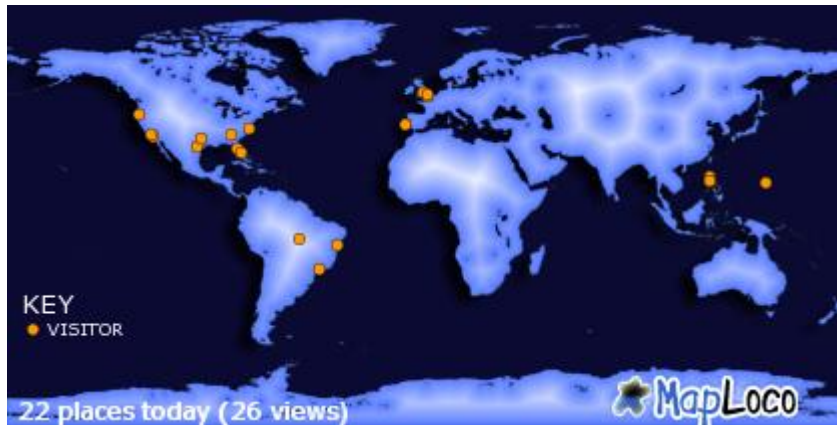


Welcome to MapLoco! The new service that lets you create a map showing where
visitors to your page are coming from!

Carmo's Map

[LOG IN](#) [REGISTER](#)

Figura 42 – Mapa Loco



Visitor list updates every 5 minutes. Map updates daily.

Location	Time
Lisbon, Portugal	Fri, 23 Nov 2007 12:54:22 -0600
Hemel Hempstead, United Kingdom	Fri, 23 Nov 2007 12:10:06 -0600
Lapa, Brazil	Fri, 23 Nov 2007 10:09:56 -0600
Nazaré Paulista, Brazil	Fri, 23 Nov 2007 09:13:19 -0600
Lisboa, Portugal	Fri, 23 Nov 2007 08:57:32 -0600
Rabat, Morocco	Fri, 23 Nov 2007 08:18:21 -0600
Philippines	Fri, 23 Nov 2007 07:29:39 -0600
Lisbon, Portugal	Fri, 23 Nov 2007 06:01:25 -0600
Valinhos, Brazil	Fri, 23 Nov 2007 05:15:51 -0600
Lengede, Germany	Fri, 23 Nov 2007 03:45:35 -0600
Bangkok, Thailand	Fri, 23 Nov 2007 03:08:56 -0600
United Kingdom	Fri, 23 Nov 2007 01:45:38 -0600
United States	Fri, 23 Nov 2007 01:30:48 -0600
San Diego, CA, United States	Thu, 22 Nov 2007 23:13:53 -0600
Brasília, Brazil	Thu, 22 Nov 2007 22:29:26 -0600
Huntington Beach, CA, United States	Thu, 22 Nov 2007 21:43:37 -0600
Port Orchard, WA, United States	Thu, 22 Nov 2007 21:43:00 -0600

Sylmar, CA, United States	Thu, 22 Nov 2007 21:34:01 -0600
Alcoentre, Portugal	Thu, 22 Nov 2007 21:33:23 -0600
Cordova, TN, United States	Thu, 22 Nov 2007 21:26:44 -0600
Brazil	Thu, 22 Nov 2007 21:24:35 -0600
Cleveland, OH, United States	Thu, 22 Nov 2007 21:24:06 -0600
Cubao, Philippines	Thu, 22 Nov 2007 20:05:36 -0600
Alpharetta, GA, United States	Thu, 22 Nov 2007 19:22:58 -0600
Dallas, TX, United States	Thu, 22 Nov 2007 19:17:44 -0600

8.5. MENSAGENS RECEBIDAS PELO EMAIL DO MYSPACE

8.5.1 NAMORO OU FLIRT

04 Nov 2007, 20:34 (Estados Unidos da América)

Hello Carmo

My name is R... From USA i came across your profile and wow u Are very beautiful. Hope we can chat sometime. be my friend so u can view my pics. hope to hear from u soon! R...

06 Nov 2007, 00:34 (Estados Unidos da América)

Hi Carmo

U are so Beautiful. Thank you for adding me to your friends. Hope we can chat sometime. My yahoo ID is

Bye, R...

04 Nov 2007, 09:44 (Malásia)

Hello babe

Hi Nice Lady,

Dear how are you hope u are fine..well i gone through your profile and i found out that u are a nice lady,so i want us to relate in a more intimate capacity, i am a black and cool guy,i am African living in Malaysia now,i would love to have a good relationship with

you, A... is my name..hope to hear from u soon..please try reply if you will be serious about me... i wish to meet u one day....i want to meet a nice girl like u, real Life, trust worthy, honest and God fearing as well. I really believe that honesty is a firm basis for each kind of relationships only happens with open communication, trust and mutual understanding, serious, sincere, care, respect and equality. Height, Age and Language difference doesn't matter I am not materialistic person and I value inner features first of all. I really believe that honesty is a firm basis for each kind of relationships, Age is just a number, i will wait to hear from you any time from now with my personal e-mail address :a...@yahoo.com

please konw me for who i'm, relationship is not game to play, it is not a word to say, doesn't start on march and ends on may,

Regards as wait to hear from you soon next,

A...

06 Nov 2007, 18:39 (Estados Unidos da América)

Hi

Hello dear

How are u doing 2day i hope gr8t, i must introduce myself, my name is j..., ... years old male from t..., i searched ur profile, read it and i was amazed with the content of ur words and i would love the both of us to get acquitted and more personal and look what happens from there coz i would love to settle down once am thru with my contract. Am a ..., the nature of my job moves me around the globe and right now am presently in Western Africa for a contract. would be spending less or more than a week and i hope the end it will be nice. I love to swim, read, watch movies, dance, cook and shop, go on skate and so on. I love caring all time and taking good care of my lady as expected of me. Am single and looking for the right lady to spend the rest of my life with and get settled down with when am thru with my contract, am slim, 6' 3" tall. Mum from L... and dad from the t...USA, but i grew a little in L... before we moved back to the states and stayed awhile in A..., S..., USA.i live al;one since i was divorced. I love to be with a lady who is caring, kind, fun to be with, love to laugh, trustworthy, understanding, who knows what he want out of life, love children, gentle and most of all God fearing and i do hope u possess such qualities. I would love to hear more from u. I have few pics in case u would love to see, hope to hear from u real soon and hope we get acquitted soon. I hate lies and i love truth and understanding, honesty and trust is the

best policy.

REGARDS

j...

07 Nov 2007, 19:09 (Estados Unidos da América)

well i guest i like to be your virtual friend, if you really want me to be your friend...i guest i like to know much more about you if you dont mind...you easily get to me through my email address which is j...@yahoo.com care to hear from u as soon as possible....j cares

Date: 10 Nov 2007, 22:47 (Egipto)

dear friend

i am glad to hear from you again & i know that i am so lucky to know you i live in c... the capital city of egypt & i like to go out with my friends.i like hearing music , watching movies , running , i finished my college from five years & i work now at a t...

hope to see u soon

& if u have msn or yahoo or aim it will better to both of us to talk directly

have a good day

see u soon

ur new friend

y...

10 Nov 2007, 22:59 (Estados Unidos)

Hello,

how are pretty you doing?

i am ... years old from S.,TN.i am single and looking man,i am detector dealer by occupation i am down to earth man with knowledge of understanding i like dancing,swimming,getting exciting with friends on the good time,i am honesty,caring,passionate,romantic,humble and God fearing person with christian hearted heart of sharing to the less privileged i am looking for a serious relationship that can last forver i was making a search while i came across your pretty looking profile which took of my attention,i am looking for a woman that has the following

qualities to get life together
with,loving,caring,honesty,understanding,goodcommunication,f
aithful,respectful and God fearing person.i will like to know much better of you and
that is why i am sending this messege to you to show my impression toward and by
hearing from you will enable us to know much better about each other.if you feel that
there is need for us to know as we do share alot in common pls do IM me this is my ID
on yahoo (t...@yahoo.com) i will look up on you to chat soon.
T...

14 Nov 2007, 22:38 (França)

bonsoir sa va

bon j ai visité ton profile et je le trouve jolie

Nov 17, 2007 7:02 PM (Egipto)

RE: a new friend

do u have msn or yahoo so we can be talk more

y...

20 Nov 2007, 13:56 (Marrocos)

Hi

hello sweety i like yur large smile

21 Dez 2007, 03:20 (Estados Unidos da América)

Hi

My name is c... w... i m ... years old of age

looking for a woman of 40 60 i m from us okla... i m

looking for a woman of my life i m not here for games

i m here for true love, i was just passing by i just

meet ur frofil u are such a beutiful woman i just said

i should contact u . and i said maybe u have be the

one god have sent u to me to be my soulmate . if u

want to contact me on my id this is my id

c...and this is my yahoo email address

c...Let me start by saying that

I thank God every night since I found you. You came into my life when everything seemed so dark but you provided the light to find my way. I've never been so certain of anything in my life like I am of us. You have totally changed my outlook in life and I thank you for that My WinterMoon, all I am saying now is that I am so happy to have found you. You mean everything to me. You are my earth, my water, my sun. You are everything that maintains life, everything that gives life. Having you with me is like being reborn. Before you, I was dead. I was a zombie wandering around with no destination, or a robot that people commanded. I didn't have a life. Now I have you, and all I want to do is be with you and feel ALL of you. Know that you are wanted ... how much? That is not something I can describe in words - eternally much, horribly, awefully much? I can't wait until I can embrace you, kiss you, to melt with you, to show you HOW much you are wanted. We will be together soon ... I know, a look in your beautiful eyes ... Oh God! I just love You
love to no more about u are a lovely lady

Nov 20, 2007 2:56 PM (Marrocos)

Hi

Hello

Hello sweety i like yur large smile

Sep 28, 2008 7:28 PM (Estados Unidos da América)

Hi Carmo

How u doing baby? I think u would be my wife had we lived closer. I will always admire your beauty. Hope things are going good. With Love, R...

Oct 17, 2008 10:46 PM (Argentina)

Olá

É bom estar em contato com as pessoas que compõem o espaço público na Siber, ouvir, aprender e passar um, há uma troca, uma batida diferente, apesar de ele rouba um monte de tempo é valido a pena.

No caso que você está tão bonita e seu nome é tão diferente para mim do que vai ser difícil esquecê-lo.

Beijando seu amigo R...

8.5.2 MENSAGENS VARIADAS

Nov 23, 2007 1:31 AM (Brasil)

Olá!

Ah, sim, compreendi, “gaja”!

Até mais,

MM

Nov 9, 2007 10:28 PM (Estados Unidos da América)

welcome senora!!~~

Glad you accepted!!~Hope we can chat sometime!!~~Your fellow person of portuguese descent~~J...:)

Nov 15, 2007 1:22 PM (Alemanha)

Hi!

hi Carmo, hope your doing well, have a great weekend, W...

Nov 23, 2007 2:06 PM (Brasil)

também sou muito curioso...

Oi Carmo

Presentinhos prá você:

Através deste site:

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

podes ter acesso a:

- Músicas
- Músicas Clássicas
- Músicas de Filmes
- Museus do Mundo
- Bibliotecas do Mundo
- Principais pintores do mundo e suas obras
- Grandes escultores e suas obras
- Power Points de arte e de artistas
- Monumentos
- Arte viva do Brasil

Só não gosto da música ao fundo, mas isso é o de menos...

Já êsse abaixo, se você já tem o link, vale nova visita, o site está diferente.

Você pode se atualizar, ao mesmo tempo treinar uma língua estrangeira e navegar pelo mundo familiarizando-se com os acontecimentos.

Front pages of newspapers all over the world.

<http://www...>

Legal, você é minha primeira amiga portuguesa, obrigado por me adicionar!

M...

Dec 9, 2007 10:32 PM (Estados Unidos da América)

Portuguese Pride

Hi, if you are proud to be Portuguese, join [MyPortugueseS...](#), its a fast growing Portuguese community like MySpace, you can create a profile with blogs, music, videos, photos, polls, moods, guestbook, lottery, virtual gifts, chat, buddies, MySpace layouts and more, and its 100% free., start making Portuguese friends now.

JC ...

Dec 27, 2007 5:53 PM (Austrália)

Hello

Thank u 4 being my friend.How r U today?

Dec 30, 2007 7:38 PM (Escócia)

Hello my friend

Have a Happy and Safe New Year!!!!!!Love always, E...

Feb 19, 2008 7:51 PM (Português a viver nos Estados Unidos)

ola!

como e que me encontras-te no my space? Tenho a impressao de que eu connheço-te mas nao me lembro de onde ? abraço. H...

Mar 5, 2008 6:49 PM (Brasil)

Re: Olá

Carmo, minha bela amiga!

Peço perdão por não ter respondido antes.

Há tempos, eu não acesso o MySpace.

Estou terminando de resolver alguns problemas aqui no cotidiano, mas logo estarei mais presente por aqui!

E espero poder ter mais contato com você! =)

Abraços,

P...

Feb 21, 2008 6:12 PM (Estados Unidos da América)

Hi Carmo:

welcome to are family,que saudades que eu tenho do nosso Portugal,mas ja matei algumas ao ver as tuas fotos.

beijinhos dos teus novos amigos da U.S.A

L...

Sep 28, 2008 9:05 PM (Brasil)

RE: olá

Estou bem, Carmo. Aqui faz um pouco de sol neste fim de tarde de início de primavera em São Paulo. Nenhuma grande novidade do lado de cá do Atlântico a não ser que o Brasil terá no próximo domingo (5 de outubro) eleições para prefeitos e vereadores nos seus mais de 5 mil municípios. Espero que você tenha uma grande semana!

Bjs!

M M...

8.5.3. CONVERSAS COM UM "AMIGO VIRTUAL" BRASILEIRO

Date: 22 Nov 2007, 19:21 (Brasileiro a Viver nos Estados Unidos)

que otimo vc pode me ensinar a lingua de Camoes.....haha
mande noticias

Date: 24 Nov 2007, 02:58

poucos....poucos portugueses???? nao sei nao cada boteco de equina no Rio tem um
portugues...haha

Nov 27, 2007 7:34 PM

destino dos Portugueses

Tambem se encontram em Paris e agora estao ate voltando para as "colonias".

Me conte, como e ficar em Portugal? Conheco Espanha mas ainda nao conheci a matriz.
quem sabe um dia?

abracos,

8.5.4. MENSAGENS COM PROPÓSITO DE PROMOVER OS PRODUTOS

Date: 05 Nov 2007, 10:52 (Reino Unido)

hi carmo, just letting you no that you can now listen and download my music on itunes,
hav fun, d xxx

Nov 6, 2007 6:44 PM (Estados Unidos da América)

thanks for the add

HeyYo whatdadeal ..Thankx 4 da add. That's real.

Life is short! Have fun Damn It!

S...

Jan 15m 2008 12:53 AM (portugal)

Olá

Olá Carmo,

Obrigado pela msg e comentário :-)

Vou estar em lx no próximo dia ... no O...Ñ sei se conhecem, é 1 pequeno espaço junto ao rio t... e perto do ... Porto.Ñ sei se gostam das novas tendencias da musica electronica, como o electro,deep techno ou minimal. Eu tenho 1 projecto de *disco jockey* c/ 1 amigo meu q se chama ... Djs.Se quiserem aparecer....

Caso contrário,irei dando noticias,sempre q tiver algo pelo Porto.

1 bom ano 2008 para voçês.

K...

Mar 13, 2008 8:08 PM (Portugal)

Boas!

Olá !

Vi no teu perfil que gostas de musica, assim como nós.

Venho assim dar-te a conhecer o site renovado: [www. F..V...](http://www.F.V...) com de lá podes retirar muita informação e porque não te registas e dás a tua opinião? Quem sabe não ves cá em Portugal a tua banda favorita.

Fica bem

M...

May 30, 2008 6:38 PM (Irlanda)

Hi Carmo:

Thank you Carmo. I am very glad you like my music.

I like portugese Fardo music very much and often listen to it. Actually I have performed in all the major Western European counties except Portugal. I must change this soon.

Please listen to my friend E... S... (music). She is one of my top friends. I think you will like her as well.

Good to meet you

M L M

Jun 9, 2008 7:39 AM (Portugal)

Olá.

Primeiro queremos agradecer ao pessoal que têm feito publicidade boca a boca e graças

a vocês temos recebidos boas e novas amizades em nosso MySpace e HI5, obrigado pelo carinho de todos vamos tentar ao maximo retribuir este gesto maravilhoso!

Estamos aqui para convidar-te a visitar nosso perfil, esperamos que goste do que vais ver e ouvir lá, e contamos com o teu apoio, pois sem ele de que adianta por cá andar?

Fica também a informação de que estamos com um ep lançado, o nome dele é

WHATEVER (Alternative Rock) [www. F... com](http://www.F...com)

Já esta disponível e em exclusividade para o MySpace Portugal o primeiro video clip dos Skewer para o tema STAYED.

Podem conferir no seguinte link MyPortugal ou nosso MySpace.

As datas para concertos de promoção a este ep já esta no MySpace [http://www. MySpace. com/s...band](http://www.MySpace.com/s...band).

Se teus amigos também gostam de rock, convide-os a ouvir. Obrigado!

No nosso perfil do MySpace esta disponível gratuitamente o trabalho de 2006 I ... demo-cd.

Obrigado e esperamos que continues em contacto. Caso identifique-se com nosso trabalho, sua amizade será muito bem vinda!

S... (Barreiro - Portugal)

Sep 16, 2008 5:36 PM (Portugal)

Apresentação do single - A ..l..

Os I... orgulham-se de apresentar o primeiro fruto de 3 anos de trabalho. São 3 as músicas que incluímos num CD - Single, com destaque para o tema «A... L...». Convidamos todos a escutar esta primeira amostra do que será o álbum dos I.. - edição

prevista para o final do Verão - onde incluímos os temas «A... L...», «R...L...» e «T...T...». Consideramos que esta pequena

compilação será a amostra ideal para que todos fiquem a conhecer a nossa sonoridade sempre bem disposta, sempre Funk.

[http://www. MySpace. com/it](http://www.MySpace.com/it)

é o local onde pode escutar o Single.

I..., usem e abusem!!

8.5.5. CONVERSA COM UM MÚSICO

Date: 05 Nov 2007, 10:52 (Reino Unido)

Hi!

hi carmo, just letting you no that you can now listen and download my music on itunes,
hav fun, d xxx

Nov 15, 2007 1:22 PM

hi Carmo, hope your doing well, have a great weekend, d xxx

Nov 30, 2007 5:11 PM

Hi!

hi carmo,just letting all my friends know that my second album is now available on
itunes for you to listen to and download,thankyou for your friendship and support, let
me no what you think, d xxx

Mar 5, 2008 6:49 PM

hi carmo,

just letting you no that you can now listen and download my music on itunes, hav fun,
d xxx

8.5.6. MENSAGENS ESTRANHAS

02 2008, 9:58 (Reino Unido)

Oi Senhora Bela

Como são fazendo? gostarei de pedi-lo se irá; como ser um Modelo, Atriz ou um TV
mais Presente nos EUA E Reino Unido se responder a meu correio de e com seu nome e
foto ...@uk se São Intresteed na oferta Resposta a meu correio de e o quanto
antes.Votos de felicidade D

Hello D!

Can you be so kind and write the email again, but in english.

Thank you.
See you soon,
Carmo

02 Jun 17:15

Ok i will

Hi Beautiful one

HOW are you doing? will you like to be a Model,Actress or a TV Presenter in the Us or Uk if yes send me your Name and country to my email and e mail your picture to ...@uk and i will tell you the next step.you may end up being a Top Class Model,TV Presenter or a Popular Actress.Feel free to ask me any question on my E mail...

Hope to hear from you soon

D

Resposta de Carmo

Are you an agent?

Can you send me your website?

Thank You

Carmo

02 Jun 19:57

I ma a Agent But i havent got a Website cos i work for private Companies.and the tax is high.

Hello.

I Think i understand what you mean now. we need young ladies who are beautiful and they like to be a model Actress or a Tv Presenter we want to organize a Forum that will attract Models,Actors and Actress and Artiste From All over the World and this is a Great oportunity for you to be a star.Start like R Kelly,Snoop Dogg,Beyonce,Rihana,50 Cent,Akon,Usher and Celine Dion if you are interested let me l know and all participant will be given a sum of 5000 pounds on arrival at the event so if you are interested you register in time so you will be booked a Sit.you will also meet companies that need your face to Promote their Product Reply to my e mail if you are interested

D

Oct 6, 2008 4:48 PM (Malásia)

HELLO DEARIE

Malaysia

My Dear,

I am writing this mail to you with heavy tears In my eyes and great sorrow in my heart because my Doctor told me that I will die in three months time. Base on this development I want to will my money which is deposited in a security company. I am in search of a reliable person who will use the Money to build charity organization for the saints and the person will take 20% of the total sum. While 80% of the money will go to charity organization and helping the orphanage. I grew up as an Orphan and i don't have anybody/family member to take care of my wealth. The total money in question is \$3.5million dollars. I will provide you with other information's once you indicate your willingness. I know what you are thinking, that probably this is one of those stupid mails you receive everyday but I promise you that every single thing I am telling you here is the gospel truth.I will give you all the necessary details you need if you still have doubt looking at the high rate of internet scams on the internet especially Africans. but you should know that if there are no true stories like mine, nobody will try to fake it. But not to worry I have not come to cause you bitterness or any sorrow. Be rest assured on that.

A times in life, it is better to trust a total stranger than to trust someone you know...I don't want to entrust this great challenge with my friends so that the intention of the project would be actualized as My attorney will see to that. But If I use friends, it will be difficult to curtail them. The devil you don't know is better than the angel you know besides every friend today was a stranger yesterday.

Please write me on my email on: m@yahoo.com and I will tell you more.

Yours sincerely.

Mrs A E.

Oct 11, 2008 8:13 PM (Dinamarca)

Hello

It's lovely to have you on my friend list, and a big Hi from Copenhagen!

I look forward to chatting with you and sharing tips and ideas to help each other out. In the meantime, have a great day and thanks for being a friend! :)

Don't hesitate to add me to:

SkypeID: e

MSN ID: ...@e.dk

ICQ ID:

Google Talk ID: e...@gmail.com

Showing People, How to Earn an
Extra Income using the INTERNET

8.6. TABELAS RELATIVAS AO ESTUDO DOS “AMIGOS VIRTUAIS”

Tabela 27 – Dados Pessoais 1

Nome	Nº de Am	Idade	Local ou País	País	Estado Civil	Orientação Se	Religião	Etnia	Sexo	Profissão	Nível Educação	Está no MiSpace para
Espanta Espíritos	1	43	Carnidade	Portugal	hum relacionamento	heterossexual	n.a.	branco	masculino	manager	n.a.	n.a.
Saahirah	2	35	Sevidal	Portugal	solteiro	n.a.	n.a.	branco	feminino	n.a.	n.a.	n.a.
Duriyo	3	34	Lisboa	Portugal	solteiro	n.a.	agnóstico	branco	masculino	fotógrafo	escola profissional	n.a.
Ideiasneuro	4	30	Lisboa	Portugal	hum relacionamento	n.a.	n.a.	branco	masculino	fotógrafo	n.a.	n.a.
Corvos	5	n.a	n.a.	Portugal	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	músico	n.a.	n.a.
Porquinhos da lida	6	n.a	Lisboa	Portugal	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	músico	n.a.	n.a.
Peste e sida	7	n.a	Lisboa	Portugal	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	músico	n.a.	n.a.
DU Luis Leite	8	n.a	n.a.	Portugal	hum relacionamento	heterossexual	católico	descendência de africano	masculino	músico	licenciatura	n.a.
Marcelo Mello	9	34	São paulo	Brasil	hum relacionamento	heterossexual	católico	descendência de africano	masculino	jornalista	licenciatura	amigos
Myportugal	10	27	Lisboa	Portugal	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	masculino	representante miSpace	n.a.	n.a.
Snork	11	40	California	EUA	solteiro	heterossexual	n.a.	latino	masculino	espaço aéreo	n.a.	n.a.
Leopoldo	12	90	São paulo	Brasil	solteiro	gay	n.a.	n.a.	masculino	n.a.	n.a.	amigos
Metal Sanaz	13	99	Los Angeles	EUA	solteiro	bissexual	n.a.	n.a.	feminino	músico	n.a.	trabalho/amigos
Ron	14	32	Neuada	EUA	casado	heterossexual	n.a.	branco	masculino	estudante	escola profissional	trabalho/amigos
Kochis	15	24	Las Vegas	EUA	solteiro	heterossexual	católico	branco	masculino	estudante	n.a.	amigos
Mainfield	16	29	Kansas	EUA	solteiro	n.a.	n.a.	n.a.	masculino	arquitecto / fotógrafo	n.a.	trabalho/amigos
IMissz U Hip Hop	17	23	California	EUA	solteiro	heterossexual	n.a.	descendência de africano	masculino	estudante	na universidade	n.a.
Jason	18	100	Nova Iorque	EUA	solteiro	heterossexual	agnóstico	asiático	masculino	estudante	licenciatura	trabalho/amigos
Buster Choppes	19	32	California	EUA	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	masculino	n.a.	n.a.	n.a.
Karlee	20	20	Texas	EUA	n.a.	bissexual	crístão	asiática	feminino	stripper	n.a.	trabalho/amigos
Toki Tali	21	77	California	EUA	solteiro	heterossexual	n.a.	asiática	feminino	n.a.	escola profissional	trabalho/amigos
AddiMel	22	21	Los Angeles	EUA	solteiro	heterossexual	n.a.	branca	feminino	modelo	licenciatura	trabalho/amigos
On Tracy Lane	23	n.a	Nashville	EUA	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	músico	n.a.	n.a.
Y	24	25	S. Jose	EUA	solteiro	heterossexual	n.a.	n.a.	masculino	n.a.	n.a.	n.a.
Zenova	25	29	Los Angeles	EUA	hum relacionamento	bissexual	agnóstico	n.a.	feminino	fotógrafo/modelo	universidade incomplet.	trabalho/amigos
I Am...Me	26	24	California	EUA	solteiro	bissexual	crístão	n.a.	feminino	n.a.	pós-graduação	trabalho/amigos
Davey Darko	27	30	Nova Jersey	EUA	solteiro	heterossexual	n.a.	n.a.	masculino	designer gráfico	universidade incomplet.	trabalho/amigos
Anthony	28	38	Los Angeles	EUA	solteiro	heterossexual	católico	n.a.	masculino	informático	licenciatura	n.a.
Robert	29	26	Los Angeles	EUA	solteiro	heterossexual	crístão	asiático	masculino	assistente social/estudante	escola profissional	abalho/amigos/namoror/relacionamento sér
Profectio Productions	30	n.a	Los Angeles	EUA	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	músico	n.a.	n.a.
Xarsenick	31	27	Alabama	EUA	casado	heterossexual	n.a.	branca	feminino	n.a.	licenciatura	trabalho/amigos
Fat Man Gaz	32	24	Oxford	Reino Unido	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	masculino	n.a.	n.a.	n.a.
Summer Visions	33	29	São Diego	EUA	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	feminino	fotógrafo	n.a.	trabalho
1/2 Beaver	34	28	California	EUA	solteiro	heterossexual	católico	latino	masculino	n.a.	secundário	abalho/amigos/namoror/relacionamento sér
Forbidden Aka	35	88	California	EUA	solteiro	heterossexual	crístão	n.a.	feminino	n.a.	n.a.	trabalho/amigos/namoror
The lady Esther	36	22	Nova Iorque	EUA	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	masculino	n.a.	n.a.	n.a.
James	37	25	California	EUA	solteiro	heterossexual	n.a.	n.a.	masculino	motorista	na universidade	abalho/amigos/namoror/relacionamento sér
B.B.B.	38	101	Nova Iorque	EUA	solteiro	heterossexual	n.a.	n.a.	masculino	n.a.	n.a.	abalho/amigos/namoror/relacionamento sér
My Lips	39	31	Michigan	EUA	solteiro	heterossexual	n.a.	n.a.	feminino	n.a.	n.a.	abalho/amigos/namoror/relacionamento sér
Karl	40	26	California	EUA	solteiro	heterossexual	católico	ilhas do pacífico	masculino	n.a.	licenciatura	trabalho/amigos
Imizelgaj	41	26	California	EUA	hum relacionamento	heterossexual	católico	n.a.	feminino	estudante	na universidade	amigos
Dana Walker	42	26	Washington	EUA	hum relacionamento	heterossexual	n.a.	n.a.	feminino	n.a.	licenciatura	trabalho/amigos
Richwell Correa	43	31	São Diego	EUA	casado	heterossexual	católico	ilhas do pacífico	masculino	fotógrafo	licenciatura	trabalho/amigos
Hanna'ah	44	23	California	EUA	hum relacionamento	heterossexual	católico	n.a.	feminino	n.a.	licenciatura	amigos
Camille	45	25	California	EUA	solteiro	heterossexual	n.a.	asiática	feminino	estudante/modelo	na universidade	trabalho/amigos

Tabela 28 – Dados Pessoais 2

Nome	Nº de Am	Idade	Local ou P.	País	Estado Civi	Orientação Se	Religi	Etnia	Sexo	Profissão	Nível Educação	Está no MgSpace para
Dj Bam Bam	46	n.a	Chicago	EUA	n.a	n.a	n.a	n.a	masculino	disco jockey	n.a	n.a
Formula Redux	47	n.a	Miami	EUA	n.a	n.a	n.a	n.a	masculino	músico	n.a	n.a
Jameka Shamae	48	32	Carolina do Norte	EUA	solteiro	heterossexual	crístão	descendência de africano	feminino	empresário	escola profissional	trabalho/amigos
Beckor 187	49	100	Los Angeles	EUA	um relacionamento	n.a	n.a	branco	masculino	n.a	escola profissional	n.a
Baka Yaró	50	27	Las Vegas	EUA	um relacionamento	heterossexual	católico	latino	masculino	estudante	na universidade	abaho/amigos/namor/referenciamento sér
Heroine Clothing	51	26	Novo Iorque	EUA	solteiro	heterossexual	católico	branca	feminino	n.a	na universidade	abaho/amigos/namor/referenciamento sér
The Neave	52	23	Los Angeles	EUA	solteiro	n.a	n.a	n.a	masculino	n.a	n.a	abaho/amigos/namor/referenciamento sér
Garry	53	26	California	EUA	solteiro	n.a	n.a	n.a	masculino	estudante/fotógrafo	na universidade	abaho/amigos/namor/referenciamento sér
Drug Free Dave	54	27	Novo Iorque	EUA	solteiro	heterossexual	n.a	descendência de africano	masculino	n.a	licenciatura	amigos
The Pjan King	55	35	Los Angeles	EUA	casado	heterossexual	n.a	branco	masculino	n.a	licenciatura	trabalho/amigos
Chris	56	21	Quenzon	Filipinas	solteiro	heterossexual	n.a	n.a	masculino	homem do lixo	na universidade	amigos/namor/referenciamento sério
Arielle	57	23	California	EUA	n.a	n.a	n.a	n.a	feminino	n.a	n.a	n.a
Tech Koch	58	n.a	Los Angeles	EUA	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Elvin	59	24	Manilla	Filipinas	solteiro	heterossexual	protestante	asiático	masculino	n.a	escola profissional	amigos
our American Dream is Lumberjack Jon	60	24	Ohio	EUA	divorciado	heterossexual	n.a	branco	masculino	n.a	na universidade	trabalho/amigos
Don Carlo W	61	100	Novo Jersey	EUA	solteiro	heterossexual	n.a	latino	masculino	animador cultura	na universidade	abaho/amigos/namor/referenciamento sér
Crystal	62	28	California	EUA	solteiro	heterossexual	católico	ilhas do pacífico	feminino	coordenador de publicação	n.a	amigos/namor
Poisedon	63	98	Novo Iorque	EUA	solteiro	heterossexual	n.a	n.a	masculino	n.a	na universidade	n.a
Ed	64	39	Georgia	EUA	divorciado	heterossexual	crístão	descendência de africano	masculino	n.a	universidade incompleta	trabalho/amigos
Fuck it bitch...	65	23	California	EUA	casado	heterossexual	n.a	n.a	masculino	n.a	universidade incompleta	abaho/amigos/namor/referenciamento sér
Amarda Egge	66	23	Hollywood	EUA	um relacionamento	heterossexual	agnóstico	n.a	feminino	comediante	licenciatura	trabalho/amigos
Macky	67	24	Alabama	EUA	um relacionamento	heterossexual	crístão	asiático	feminino	estudante	na universidade	trabalho/amigos
Dj Halo Effect	68	27	California	EUA	solteiro	heterossexual	n.a	asiático	masculino	disco jockey	n.a	amigos
Scott	69	99	Chicago	EUA	solteiro	heterossexual	n.a	n.a	masculino	disco jockey	n.a	trabalho/amigos
Peter	70	33	Seul	Coreia	um relacionamento	heterossexual	crístão	asiático	masculino	empresário	licenciatura	trabalho/amigos
Devika	71	29	Novo Iorque	EUA	um relacionamento	heterossexual	n.a	asiático	feminino	n.a	escola profissional	trabalho/amigos
Angela	72	21	Alabama	EUA	solteiro	heterossexual	n.a	feminino	n.a	secundário	n.a	amigos/namor
Elaine	73	19	Manilla	Filipinas	solteiro	heterossexual	crístão	asiático	feminino	estudante	na universidade	trabalho/amigos/namor
Missza Nordenen	74	26	California	EUA	solteiro	heterossexual	n.a	latino	feminino	promotor	licenciatura	n.a
Catherine	75	24	Las Pinas	Filipinas	solteiro	heterossexual	católico	asiático	feminino	professor	licenciatura	amigos
Lake	76	21	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	masculino	n.a	n.a	n.a	n.a
Maga	77	23	Togio	Japão	solteiro	heterossexual	n.a	branco	feminino	estudante	licenciatura	amigos
The art of Duane	78	103	Flórida	EUA	solteiro	heterossexual	n.a	n.a	masculino	n.a	licenciatura	abaho/amigos/namor/referenciamento sér
John	79	24	Quenzon	Filipinas	solteiro	heterossexual	católico	latino	masculino	estudante	na universidade	amigos
Violet	80	24	Hong Kong	China	solteiro	heterossexual	católico	asiático	feminino	contabilista	licenciatura	amigos
Ufonia	81	25	Madrid	Espanha	um relacionamento	heterossexual	católico	asiático	masculino	analista de sistemas	licenciatura	trabalho/amigos
Bitney Spears	82	n.a	Kentwood	EUA	n.a	n.a	n.a	n.a	feminino	músico	n.a	n.a
Sabrina Texas	83	37	Houston	EUA	casado	n.a	crístão	n.a	feminino	consultor de imobiliária	n.a	trabalho/amigos
Cameron Frost	84	26	Novo Iorque	EUA	solteiro	gay	n.a	branco	masculino	fotógrafo	universidade incompleta	trabalho/amigos
Dante Bisco	85	33	Los Angeles	EUA	um relacionamento	heterossexual	n.a	n.a	masculino	ator	secundário	trabalho/amigos
Green Day	86	n.a	California	EUA	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Dj Fish	87	38	Duisburg	Alemanha	solteiro	heterossexual	protestante	n.a	masculino	disco jockey	secundário	amigos
Ester Sklaris	88	n.a	Londres	Reino Unido	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a
Eittra	89	38	Bremen	Alemanha	casado	heterossexual	crístão	n.a	feminino	n.a	n.a	amigos
Reno	90	n.a	Toronto	Canadá	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a

Tabela 29 – Dados Pessoais 3

Nome	Nº de Am	Idade	Local ou P.	País	Estado Civi	Orientação Se	Religi	Etnia	Sexo	Profissão	Nível Educação	Está no MgSpace para
Franziska	91	20	Vestfalen	Alemanha	solteiro	heterossexual	n.a	n.a	feminino	n.a	n.a	amigos
Sam Sparo	92	n.a	Los Angeles	EUA	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Maldona	93	n.a	EUA	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Minzy Kisses	94	19	Glasgow	Reino Unido	solteiro	heterossexual	n.a	n.a	feminino	estudante	na universidade	amigos/namor
Dian Krall	95	n.a	Novo Iorque	EUA	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Shakira	96	n.a	Baranquilla	Colômbia	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Pit	97	29	Madrid	Espanha	um relacionamento	heterossexual	n.a	n.a	feminino	jornalista	pós-graduação	amigos
Getz	98	20	Porto	Portugal	solteiro	n.a	n.a	n.a	feminino	n.a	n.a	amigos
Shang	99	78	Novo Iorque	EUA	um relacionamento	heterossexual	n.a	descendência de africano	masculino	comediante	licenciatura	amigos
Black Eye Peas	100	n.a	Los Angeles	EUA	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Esthina	101	n.a	Vila Nova de Gaí	Portugal	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Christina Milan	102	108	Margland	EUA	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Bigan Adams	103	n.a	Vancouver	Canadá	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Paul McCartney	104	n.a	Londres	Reino Unido	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
V.I.D	105	n.a	n.a	Portugal	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
The Vicious Five	106	n.a	Lisboa	Portugal	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Tony and Yael Band	107	n.a	ilha do Pico	Portugal	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Rodrigo	108	36	Belo Horizonte	Brasil	solteiro	heterossexual	católico	branco	masculino	animador de rádio	pós-graduação	abaho/amigos/namor/referenciamento sér
Mika	109	19	Riviera Island	EUA	um relacionamento	heterossexual	católico	branco	masculino	pondocrotag	secundário	n.a
Deuve Music	110	n.a	Chicago	EUA	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Gudion	111	n.a	Lisboa	Portugal	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Alcofêrnia	112	n.a	Amora	Portugal	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Pierre	113	29	Paris	EUA	solteiro	n.a	n.a	n.a	masculino	n.a	n.a	n.a
Paloma Faith	114	n.a	Londres	Reino Unido	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
D30	115	n.a	Coimbra	Portugal	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Bejoed Pignette	116	n.a	Santa Comba Dã	Portugal	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Almagema	117	n.a	Evora	Portugal	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a
Carlos	118	22	Cuniba	Brasil	solteiro	heterossexual	n.a	n.a	masculino	n.a	n.a	trabalho/amigos
Mário	119	58	Rio de Janeiro	Brasil	solteiro	heterossexual	budista	latino	masculino	designer gráfico	universidade incompleta	abaho/amigos/namor/referenciamento sér
Two Choices	120	n.a	Brighton	Reino Unido	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	músico	n.a	n.a

Tabela 30 – Perfil 1

Nome	Nº de Am	Nº de Comentários no p	Background	Nº de Fotograf	Nº de Vide	Nº de Músic	Nº de Bloc	Agen	Atuação	Atuação no Top Am	Top Perfil Aut
Espana Espirintos	1	6	branco	1	0	1	0	0	mapa	sim	sim
Saahrah	2	2	verde	1	0	0	0	0	0	sim	sim
Carjo	3	23	preto	1	0	0	0	0	boneco	sim	sim
ideiasnescuro	4	550	preto	2	1	1	5	0	slide	não	sim
Corvos	5	488	branco	1	0	6	0	1	playlist	não	sim
Porquinhos da lida	6	2	branco	1	0	3	0	0	playlist	não	sim
Peste e sida	7	328	decorado com fotografias	6	4	6	5	0	playlist	não	sim
Dj Luis Leite	8	339	preto	24	9	39	5	1	playlist/slide	não	sim
Marcelo Melo	9	205	decorado com fotografias	1	0	0	9	0	slide	não	sim
Mjportugal	10	564	branco	1	1	1	5	0	0	não	sim
Snork	11	116	decorado com fotografias	7	0	1	0	0	concurso	não	sim
Leopoldo	12	102	branco	7	2	2	11	0	boneco/slide	não	sim
Metal Sanaz	13	350879	preto	11	2	1	10	0	chat	não	não
Rion	14	40	branco	13	0	0	2	0	0	não	não
Koolis	15	6312	branco	1	1	0	0	0	0	não	não
Midfield	16	111	branco	32	0	0	3	0	0	não	não
IMiss U Hip Hop	17	4263	colorido com fotografias	6	4	1	0	0	slide	não	não
Jason	18	1354	preto	1	2	1	3	0	desenho	não	não
Buster Chopps	19	1066	branco	6	3	1	1	0	0	não	não
Kaylee	20	4574	cor de rosa	13	3	0	0	0	0	não	não
Toku Tai	21	45021	layout	66	0	6	10	0	chat/horoscópio/playlist/slide	não	não
Add Mel	22	22437	layout	1	0	1	2	0	0	não	não
On Tracy Lane	23	38968	cinzento	6	6	5	5	1	playlist/slide	não	não
Y	24	2012	preto	4	0	1	0	0	slide	não	não
Zenova	25	82528	preto	9	1	0	10	0	mapa/slide/midplayer	não	não
J Am... Me	26	4963	preto	0	0	0	10	0	0	não	não
Davey Darko	27	25710	layout	15	0	0	10	0	0	não	não
Anthony	28	324	branco	10	0	0	0	0	slide	não	não
Robert	29	8801	branco	1	0	0	4	0	0	não	não
Proteco Productions	30	145185	decorado com fotografias	1	1	2	0	0	playlist	não	não
Xarxexico	31	2118	layout	3	0	0	0	0	flash/bonecos	não	não
Fat Man Gaz	32	54	layout	5	4	1	5	0	0	não	não
Summer Visions	33	2397	azul	4	0	1	12	0	slide	n.a	n.a
MC Beamer	34	17989	branco	1	0	0	0	0	caixa para comentários	não	não

Tabela 31 – Perfil 2

Nome	Nº de Amis	Nº de Comentários no p	Background	Nº de Fotograf	Nº de Víde	Nº de Músic	Nº de Blic	Agen	Animação	utor no Top Ami	op Perfil Aut
Dana Walker	42	n.a.	cinzento	1	0	0	10	0	caixa para comentários	não	não
Richwell Correa	43	1580	vermelho	5	0	0	8	0	caixa para comentários	não	não
Hannaiah	44	1626	layout	1	1	0	0	0	0	não	não
Camille	45	7531	preto	1	0	71	0	0	playlist	não	não
Dj Bam Bam	46	22096	preto	20	2	26	0	2	playlist/mapa/slide	não	não
Formula Pedur	47	5357	preto	5	5	5	0	0	playlist	não	não
Jameka Shamae	48	4185	branco	4	0	1	2	0	0	não	não
BelaMoi 187	49	10306	cinzento	1	2	1	15	0	mapa/jogos/slide	não	não
Baka Yaro	50	10400	branco	2	14	0	12	0	0	não	não
Heroine Clothing	51	10095	cinzento	24	5	0	0	0	0	não	não
The Neave	52	1280	layout	1	0	1	0	0	0	não	não
Garryy	53	n.a.	branco	30	0	1	9	0	0	não	não
Drug Free dave	54	26348	preto	15	3	0	8	0	boneco	não	não
The Pjan King	55	12202	branco	13	1	10	9	0	caixa de programa de rádios/slide	não	não
Chris	56	337	verde	1	0	0	1	0	0	não	não
Amelle	57	8068	branco	1	0	5	6	0	playlist	não	não
Techi Koh	58	3842	preto	1	0	5	10	0	playlist	não	não
Elin	59	407	branco	1	0	0	0	0	0	não	não
Your American Dream is Lumberjack. Jone	60	2357	branco	23	7	42	10	0	playlist	não	não
Don Carlo IV	61	4516	branco	15	0	91	4	1	playlist	não	não
Crystal	62	5077	branco	1	0	0	10	1	0	não	não
Poisedon	63	398	branco	1	0	0	0	0	0	não	não
Ed	64	3872	branco	1	0	0	10	0	0	não	não
Fuck a bi	65	1077	cinzento	16	6	209	10	0	playlist	não	não
Amanda Egge	66	6272	branco	1	1	0	10	1	0	não	não
Mackg	67	113	branco	1	0	0	1	0	0	não	não
Dj Halo Effect	68	9196	preto	2	0	0	0	0	0	não	não
Scott K	69	1581	branco	9	4	6	8	0	playlist/slide	não	não
Peter	70	84	branco	1	0	0	0	0	0	não	não
Devika	71	243	roxo	1	2	0	0	0	slide	não	não
Angela	72	204	cor de rosa	1	0	7	0	0	playlist	não	não
Elaine	73	618	branco	2	0	0	0	0	0	não	não
Melissa Nordeen	74	1865	preto	6	0	1	2	0	caixa para comentários	não	não
Catherine	75	1289	preto	3	0	3	10	0	playlist/tendências de instituições de caridade	não	não
Lake	76	6869	branco	3	0	0	0	0	0	não	não
Maja	77	2238	branco	7	1	0	4	0	0	não	não
The art of Duane	78	2592	cor de laranja	1	0	1	9	0	0	não	não
John	79	2094	cinzento	1	0	0	4	0	0	não	não
Violet	80	63	cinzento	1	1	0	4	0	0	não	não
U Flovie	81	1920	layout	4	4	0	2	0	jogos/caixa para comentários	não	não
Britney Spears	82	252041	preto	17	0	5	8	0	0	não	não

Tabela 32 – Perfil 3

Nome	Nº de Amis	Nº de Comentários no p	Background	Nº de Fotograf	Nº de Víde	Nº de Músic	Nº de Blic	Agen	Animação	utor no Top Ami	op Perfil Aut
Sabrina Texas	83	1335	preto	1	0	7	0	0	playlist	não	não
Cameron Frost	84	n.a.	preto	7	0	0	4	0	0	não	não
Dante Basco	85	4298	layout	1	1	5	10	0	playlist	não	não
Green Day	86	194986	preto	4	3	4	11	0	playlist	não	não
Dj Fish	87	278	azul	1	0	1	7	0	0	não	não
Emet Skikaris	88	56803	preto	2	1	6	10	1	playlist	não	não
Binta	89	502	cinzento	1	0	0	10	0	0	não	não
Reno	90	3416	cinzento	19	1	6	10	0	playlist	não	não
Franziska	91	767	layout	1	0	1	1	1	0	não	não
Sam Sparro	92	4036	preto com nome da banda	5	3	5	10	0	playlist	não	não
Madonna	93	46479	preto	9	3	9	10	1	playlist	não	não
Minty Kisses	94	1374	azul	1	0	1	10	0	0	não	não
Dian Krall	95	3905	preto	14	0	4	6	0	playlist/mailing list/vendas	não	não
Shakira	96	143296	amarelo	1	3	6	10	0	playlist/vendas	não	não
Pth	97	2050	cinzento	8	7	1	10	0	mapa/slide	não	não
Qetz	98	138	preto	1	2	1	0	0	0	não	não
Shang	99	10286	vermelho	10	7	0	0	1	0	não	não
Black Eyed Peas	100	341091	branco	5	0	5	10	0	playlist	não	não
Echidna	101	1152	preto	14	0	3	0	1	playlist/mailing list/vendas	não	não
Christina Milan	102	127067	preto	1	1	1	10	0	playlist	não	não
Bryan Adams	103	38352	branco	2	0	5	10	1	mapa/playlist	não	não
Paul McCartney	104	51846	branco	1	0	0	10	0	0	não	não
V.A.K.O	105	7753	preto	23	0	5	10	0	playlist/vendas	não	não
The Vicious Five	106	3284	vermelho	16	3	6	7	0	playlist/vendas	não	não
Tony and Ynot Band	107	222	branco	1	0	4	0	0	playlist	não	não
Rodrigo	108	71	cinzento	1	1	10	3	0	playlist/caixa para comentários/programa de rádio	não	não
Mike	109	203	cinzento	4	0	1	1	0	0	não	não
Deuce Music	110	1135	preto	2	1	12	0	0	playlist	não	não
Gvidon	111	3540	castanho	9	0	4	5	1	playlist/vendas/mapa	não	não
Alcoplémia	112	2942	preto	17	5	5	4	1	playlist	não	não
Pierre	113	107	branco	1	0	1	0	0	0	não	não
Paloma Faith	114	1508	layout	3	10	6	10	1	playlist	não	não
D30	115	240	branco	7	1	5	1	1	playlist	não	não
Beyond Rapture	116	1216	preto	3	0	6	10	0	playlist	não	não
Almaplena	117	514	cor de laranja	6	1	5	0	0	playlist	não	não
Carlos	118	95	layout	5	0	1	0	0	0	não	não
Mário	119	14	layout	1	2	0	10	0	0	não	não
Two Choices	120	905	preto	5	0	5	17	1	playlist/slide/vendas	não	não

Tabela 33 – Blogs e Fotografias 1

Nome	Nº de Amiz	Nº de bloj	Nº de comentári	Nº de Amigo	Nº de Fotografias	Nº de Albuns	Nº de comentários	Nº de Amigo	Nº de Vídeos	Nº de comentários
Espanta Espiritos	1	0	n.a.	1	13	1	0	1	0	n.a.
Saahirah	2	0	n.a.	2	15	3	1	2	0	n.a.
Ouriço	3	0	n.a.	3	11	1	2	3	0	n.a.
idelasnoescuro	4	10	3	4	21	1	29	4	3	n.a.
Corvos	5	0	n.a.	5	16	2	10	5	8	7
Porquinhos da Ilda	6	0	n.a.	6	10	1	0	6	0	n.a.
Peste e sida	7	5	1	7	97	9	5	7	4	1
DJ Luis Leite	8	5	1	8	63	8	19	8	2	n.a.
Marcelo Melo	9	9	2	9	0	n.a.	n.a.	9	0	n.a.
My portugal	10	9	10	10	66	3	42	10	3	8
Snork	11	0	n.a.	11	30	1	8	11	0	n.a.
Leopoldo	12	11	6	12	13	1	1	12	0	n.a.
Metal Sanaz	13	10	347	13	876	10	33830	13	69	4274
Ron	14	2	179	14	13	1	68	14	0	n.a.
Kochis	15	0	n.a.	15	51	4	304	15	0	n.a.
Maxfield	16	3	267	16	18	2	5	16	0	n.a.
I Miss U Hip Hop	17	0	n.a.	17	10	1	1370	17	1	1
Jason	18	3	267	18	25	3	353	18	0	1
Buster Chopps	19	1	89	19	38	3	30	19	2	n.a.
Kay lee	20	0	n.a.	20	104	4	2454	20	0	12
Toki Tali	21	10	1048	21	145	13	15335	21	0	34
Add Me!	22	2	178	22	4	1	738	22	1	5
On Tracy Lane	23	6	534	23	798	39	1051	23	1	2
V	24	0	n.a.	24	3	1	46	24	0	n.a.
Zenova	25	10	890	25	30	1	8828	25	2	9
I Am ... Me	26	11	979	26	533	1	499	26	0	1
Davey Darko	27	10	890	27	327	1	620	27	0	3
Anthony	28	0	n.a.	28	8	1	11	28	0	n.a.
Robert	29	4	356	29	35	4	142	29	0	n.a.
Profectio Productions	30	0	n.a.	30	7	1	16	30	0	n.a.
Xarsenicx	31	0	n.a.	31	83	3	2118	31	0	n.a.
Fat Man Gaz	32	5	445	32	88	13	23	32	0	n.a.
Summer Visions	33	12	1068	33	21	4	982	33	0	n.a.
1/2 Beaner	34	0	n.a.	34	5	1	18	34	0	n.a.
Forbidden Aka	35	10	890	35	160	9	78666	35	3	99

Tabela 34 – Blogs e Fotografias 2

Nome	Nº de Amiz	Nº de bloj	Nº de comentári	Nº de Amigo	Nº de Fotografias	Nº de Albuns	Nº de comentários	Nº de Amigo	Nº de Vídeos	Nº de comentários
The lady Esther	36	10	890	36	355	8	950	36	2	1
James	37	14	1246	37	privadas	n.a.	n.a.	37	0	n.a.
B.B.B.	38	0	n.a.	38	135	5	640	38	1	2
My Lips	39	10	890	39	39	1	1855	39	0	1
Karl	40	9	801	40	45	1	78	40	0	n.a.
Imizkay	41	4	356	41	643	7	1009	41	0	1
Dana Walker	42	10	890	42	8	1	817	42	0	n.a.
Richwell Correa	43	8	712	43	316	12	976	43	0	1
Hanna'ah	44	0	n.a.	44	3	1	36	44	0	n.a.
Camille	45	0	n.a.	45	10	3	311	45	0	1
Dj Bam Bam	46	0	n.a.	46	90	6	716	46	1	2
Formula Redux	47	11	975	47	37	1	203	47	2	110
Jameka Shamae	48	2	178	48	220	16	395	48	0	1
BeMor 187	49	15	1335	49	132	7	217	49	0	n.a.
Baka Yaro	50	12	1068	50	16	1	695	50	0	1
Heroine Clothing	51	0	n.a.	51	111	8	379	51	0	1
The Neave	52	0	1	52	15	1	9	52	0	1
Garrry	53	9	801	53	21	1	219	53	7	5
Drug Free dave	54	8	712	54	554	11	3695	54	2	22
The Ryan King	55	9	658	55	32	2	1340	55	1	1
Chris	56	1	89	56	18	1	19	56	0	n.a.
Arnelle	57	6	534	57	46	2	408	57	4	9
Tech Itch	58	10	890	58	7	1	119	58	0	1
Elvin	59	0	0	59	18	1	29	59	0	n.a.
Your Amerikan Dream is Lumberjack Jones	60	10	890	60	136	5	381	60	0	n.a.
Don Carlo IV	61	4	356	61	730	17	719	61	0	n.a.
Crystal	62	10	459	62	95	3	330	62	0	n.a.
Poisedon	63	0	0	63	1	1	2	63	0	n.a.
Ed	64	10	890	64	4	1	31	64	0	n.a.
Fuck a bi	65	10	890	65	27	2	41	65	0	n.a.
Amanda Egge	66	10	890	66	41	4	142	66	1	5
Macky	67	1	89	67	70	3	8	67	0	0
Dj Halo Effect	68	0	n.a.	68	8	1	24	68	0	1
Scott K	69	8	548	69	87	4	253	69	5	5
Peter	70	0	n.a.	70	5	1	0	70	5	0

Tabela 35 – Blogs e Fotografias 3

Nome	Nº de Amiz	Nº de bloj	Nº de comentári	Nº de Amigo	Nº de Fotografias	Nº de Albuns	Nº de comentários	Nº de Amigo	Nº de Vídeos	Nº de comentários
Devika	71	0	n.a.	71	39	2	9	71	0	n.a.
Angela	72	0	n.a.	72	52	1	21	72	0	n.a.
Elaine	73	0	n.a.	73	51	1	101	73	0	1
Melissa Nordeen	74	3	267	74	235	9	2612	74	0	n.a.
Catherine	75	10	890	75	167	4	125	75	10	0
Lake	76	0	n.a.	76	12	1	309	76	0	n.a.
Maya	77	4	356	77	11	1	330	77	0	1
The art of Duane	78	9	801	78	79	10	222	78	0	n.a.
John	79	4	356	79	29	1	147	79	0	n.a.
Violet	80	4	356	80	0	n.a.	n.a.	80	0	n.a.
U Rovie	81	2	0	81	26	1	37	81	0	n.a.
Britney Spears	82	8	1331	82	9	1	11613	82	4	1537
Sabrina Texas	83	0	n.a.	83	1	1	2	83	0	1
Cameron Frost	84	4	6	84	246	4	672	84	0	1
Dante Basco	85	10	42	85	13	1	831	85	0	2
Green Day	86	11	2869	86	13	1	15125	86	1	38
Dj Fish	87	7	2	87	12	1	6	87	0	n.a.
Enter Skikaris	88	10	257	88	77	5	10129	88	4	214
Britta	89	10	2	89	8	1	10	89	0	0
Reno	90	10	45	90	195	4	70	90	15	55
Franziska	91	0	767	91	125	11	45	91	11	3
Sam Sparro	92	10	131	92	20	2	740	92	0	2
Madonna	93	10	188	93	9	1	1963	93	2	141
Minty Kisses	94	10	15	94	235	7	82	94	0	0
Dian Krall	95	6	19	95	12	1	110	95	0	1
Shakira	96	10	253	96	21	3	12430	96	9	766
Pth	97	10	13	97	132	13	259	97	0	n.a.
Qetz	98	0	n.a.	98	27	2	17	98	0	n.a.
Shang	99	0	n.a.	99	70	3	394	99	5	10
Black Eyed Peas	100	10	137	100	21	1	14232	100	1	43
Echidna	101	0	n.a.	101	35	1	23	101	0	1
Christina Milan	102	10	330	102	33	1	3121	102	5	50
Bryan Adams	103	10	526	103	19	2	2044	103	0	31
Paul McCartney	104	10	1384	104	10	1	1120	104	0	12

Tabela 36 – Blogs e Fotografias 4

Nome	Nº de Amiz	Nº de bloj	Nº de comentári	Nº de Amigo	Nº de Fotografias	Nº de Albuns	Nº de comentários	Nº de Amigo	Nº de Vídeos	Nº de comentários
W.A.K.O	105	10	14	105	161	6	125	105	0	n.a.
The Vicious Five	106	7	4	106	78	3	163	106	3	13
Tony and Ynot Band	107	0	n.a.	107	17	2	13	107	0	n.a.
Rodrigo	108	3	2	108	2	1	0	108	0	n.a.
Mike	109	1	2	109	15	1	41	109	0	n.a.
Deuce Music	110	0	n.a.	110	114	6	65	110	0	n.a.
Gwdion	111	5	10	111	44	5	41	111	2	1
Alcoolémia	112	4	51	112	17	1	10	112	1	0
Pierre	113	0	n.a.	113	17	2	10	113	0	0
Paloma Faith	114	10	140	114	62	1	332	114	0	1
D30	115	1	0	115	24	2	19	115	0	0
Beyod Rupture	116	10	1	116	34	4	14	116	0	0
Almaplena	117	0	0	117	9	1	7	117	2	1
Carlos	118	0	0	118	54	1	0	118	2	0
Mário	119	10	2	119	6	1	2	119	0	0
Two Choices	120	17	2	120	76	5	17	120	0	0

Tabela 37 – Resumo 1

Idades		Cidade		País		Estado civil		Profissão		Está no mySpace para...					
média	38	Califórnia	19	EUA	73	60,8%	solteiro	50	41,7%	músico	33	27,5%	trabalho/amigos	29	24,2%
média (até 75)	28	Los Angeles	13	Portugal	19	15,8%	num relacionamento	18	15,0%	estudante	13	10,8%	amigos	19	15,8%
média homem	29,2%	Nova Iorque	10	Filipinas	6	5,0%	casado	7	5,8%	fotógrafo	6	5,0%	alho/amigos/namoro/relacionamento si	13	10,8%
média mulher	25,8%	Lisboa	7	Reino Unido	6	5,8%	divorciado	2	1,7%	disco jockey	4	3,3%	amigos/namoro	3	2,5%
n.a	32	Alabama	3	Brasil	5	4,2%	swinger	2	1,7%	comediante	2	1,7%	trabalho/amigos/namoro	2	1,7%
19	3	Chicago	3	Alemanha	3	2,5%	n.a.	41	34,2%	designer gráfico	2	1,7%	trabalho	1	0,8%
20	3	Londres	3	Canadá	2	1,7%				empresário	2	1,7%	amigos/namoro/relacionamento sério	1	0,8%
21	4	Mamília	3	China	1	0,8%	Orientação sexual			jornalista	2	1,7%	n.a.	52	43,3%
22	2	Las Vegas	2	Colômbia	1	0,8%	heterossexual	63	52,5%	modelo	2	1,7%			
23	7	Nova Jersey	2	Coreia	1	0,8%	bissexual	4	3,3%	actor	1	0,8%			
24	9	Quentzon	2	Espanha	1	0,8%	gay	2	1,7%	analista de sistemas	1	0,8%			
25	3	São Diego	2	Japão	1	0,8%	n.a.	51	42,5%	animador cultura	1	0,8%			
26	8	São paulo	2	n.a.	1	0,8%				animador de rádio	1	0,8%			
27	6	Amora	1				Religião			fotógrafo	1	0,8%			
28	3	Barranquilha	1	Etnia			católico	17	14,2%	consultor de imobiliária	1	0,8%			
29	5	Belo Horizonte	1	branco	16	13,3%	cristão	11	9,2%	contabilista	1	0,8%			
30	2	Bremen	1	asiático	14	11,7%	agnóstico	4	3,3%	ordenador de publicaçã	1	0,8%			
31	2	Brighton	1	latino	7	5,8%	protestante	2	1,7%	espaço aéreo	1	0,8%			
32	3	Carnaxide	1	descendência de africanos	6	5,0%	budista	1	0,8%	homem do lixo	1	0,8%			
33	2	Carolina do Norte	1	ilhas do pacífico	3	2,5%	judeu	1	0,8%	informático	1	0,8%			
34	2	Coimbra	1	n.a.	74	61,7%	n.a.	84	70,0%	manager	1	0,8%			
35	2	Curitiba	1							motorista	1	0,8%			
36	1	Duisburg	1	Nível educacional			Género			powdercoating	1	0,8%			
37	1	Évora	1	licenciatura	20	16,7%	masculino	55	45,8%	professor	1	0,8%			
38	3	Flórida	1	na universidade	15	12,5%	feminino	35	29,2%	promotor	1	0,8%			
39	1	Geórgia	1	escola profissional	8	6,7%	bandas	30	25,0%	representante mspace	1	0,8%			
40	1	Glasgow	1	universidade incompleta	6	5,0%				stripper	1	0,8%			
43	1	Hollywood	1	secundário	5	4,2%				n.a.	36	30,0%			
58	1	Hong Kong	1	pos-graduação	3	2,5%									
77	1	Houston	1	bacharel	1	0,8%									
78	1	Ilha do Pico	1	n.a.	62	51,7%									
88	1	Kansas	1												
90	1	Kentwood	1												

Tabela 39 – Resumo 3

Bandas no top		Representante MS no top		Número amigos sexo masc.		Número amigos comediantes		Amigos em comum c/ autora		Número de comentários blogs				
média	total	média	total	média	total	média	total	média	total	média	total			
5,2	593	0	3	45,4	5.041	0,4	47	10,3	431	432,5	38.059			
31	5,2%	Alcoolémia	1	33,3%	Xarsenicx	9	19,1%	Corvos	76	17,6%	Green Day	2.869	7,5%	
29	4,9%	Metal Sanaz	1	33,3%	Dana Walker	3	6,4%	ideiasnoescuro	42	9,7%	Paul McCartney	1.384	3,6%	
Heroine Clothing	24	4,0%	Saahirah	1	33,3%	Pierre	2	4,3%	Paste e sida	34	7,9%	BeMor 187	1.335	3,5%
Gwdion	24	4,0%	Kaylee	92	1,8%	Robert	2	4,3%	D30	31	7,2%	Britney Spears	1.331	3,5%
Espanta Espiritos	23	3,9%	Toki Tali	91	1,8%	Dian Krall	2	4,3%	Qetz	27	6,3%	James	1.246	3,3%
total 5 primeiros	22,1%	total 5 primeiros	100,0%	total 5 primeiros	9,2%	total 5 primeiros	38,3%	total 5 primeiros	48,7%	total 5 primeiros	21,5%			
DJ's no top		Outros no top		Número amigos bandas		Número outros amigos		Número total de bandas		Número de fotografias				
média	total	média	total	média	total	média	total	média	total	média	total			
0,3	39	0,2	27	25,9	2.871	0,4	46	522,5	21.944	89	10.586			
Dj Luis Leite	16	41,0%	On Tracy Lane	3	11,1%	Rodrigo	15	32,6%	Beyond Rupture	876	8,3%			
Scott K	9	23,1%	Corvos	2	7,4%	Dj Fish	5	10,9%	Catherine	1.825	8,3%			
Enter Skikaris	2	5,1%	Garrary	2	7,4%	Espanta Espiritos	3	6,5%	D30	1.771	6,9%			
Corvos	1	2,6%	Metal Sanaz	1	3,7%	Ouroico	2	4,3%	Elaine	1.516	6,9%			
Jason	1	2,6%	Shang	1	3,7%	Qetz	2	4,3%	Peste e sida	1.479	5,2%			
total 5 primeiros	74,4%	total 5 primeiros	33,3%	total 5 primeiros	15,9%	total 5 primeiros	58,7%	total 5 primeiros	41,6%	total 5 primeiros	34,0%			
Comediantes no top		Número amigos sexo femin.		Número amigos DJ's		Número amigos represent. MS		Número de blogs		Número de albums				
média	total	média	total	média	total	média	total	média	total	média	total			
0,2	24	43,1	4.788	1,8	199	0,1	7	5,3	639	3,7	433			
Amanda Egge	10	41,7%	U Rovie	118	2,5%	DJ Luis Leite	45	22,6%	TWO CHOICES	17	2,7%	On Tracy Lane	39	9,0%
Shang	8	33,3%	Elvin	112	2,3%	Dj Halo Effect	10	5,0%	BeMor 187	15	2,3%	Don Carlo IV	17	3,9%
Karl	2	8,3%	The Ryan King	107	2,2%	Tech Itch	8	4,0%	James	14	2,2%	Jameka Shamae	16	3,7%
Fat Man Gaz	2	8,3%	James	106	2,2%	B.B.B.	7	3,5%	Rodrigo	12	1,9%	Toki Tali	13	3,0%
Britney Spears	1	4,2%	Don Carlo IV	103	2,2%	Crystal	6	3,0%	Porquinhos da lida	1	1,4%	Pth	13	3,0%
total 5 primeiros	95,8%	total 5 primeiros	11,4%	total 5 primeiros	38,2%	total 5 primeiros	85,7%	total 5 primeiros	11,0%	total 5 primeiros	22,6%			

8.7 DIÁRIO DE PESQUISA

A autora escolheu o MySpace como plataforma de estudo porque esta Rede Social apresentou no momento da escolha o maior número de utilizadores, mais de 200 milhões no início de 2008. Considerando que o MySpace é um fenómeno na Internet porque obteve rapidamente enorme sucesso em todo o mundo. É um local onde se pode conceber um perfil e apresentá-lo ao mundo inteiro, permitindo criar novos amigos, manter as amizades já existentes e trocar mensagens, possibilita publicar fotografias, vídeos, músicas, fazer downloads e uploads, obter gratuitamente músicas de bandas e de músicos famosos, como: Shakira, Beyoncé, Madonna, entre outros. Talvez o sucesso desta Rede Social se deva à quantidade de possibilidades que oferece, e da partilha desde música, a vídeos, informação sobre espectáculos variados, nomeadamente de *stand up comedy*. Incluí também blogues, páginas diversificadas, atraentes, coloridas dando uma imagem informal, com grupos variados aos quais se pode aderir ou fundar novos grupos sobre temas diferentes. No MySpace existem em simultâneo páginas de pessoas anónimas e de celebridades, abrangendo indivíduos de várias idades e países distintos, tornando esta plataforma especial e diferente das outras.

A investigadora criou uma página gratuita na Rede Social MySpace no dia 25 de Outubro de 2007, com o intuito de desenvolver o estudo proposto.

MySpace url: <http://www.myspace.com/carmoc>

Em primeiro lugar digitou o endereço <http://www.myspace.com> e fez um clique na opção *sign up*, no canto superior direito e registou-se. Para aderir ao site necessitou de preencher um formulário com diversos dados, tais como: *email*, nome, password (palavra passe ou palavra chave), país, código postal, data de nascimento e género. Posteriormente, o MySpace enviou uma mensagem para o *email* fornecido pela utilizadora para activar a conta na Rede Social em causa, para tal, selecciona-se a *password* pretendida, faz-se um clique na opção *sign up*, digita-se o código que surge na caixa, *browse* e cliquei em *skip* para colocar as fotografias mais tarde.

Em seguida procedeu-se à construção da página no *edit profile*, no qual se preencheu os campos que considerou relevantes (*personal info*, *groups*, *comments*), de destacar, personal info:

- interests & personality: headline, about me, I'd like to meet, interests, music, films, television, books, heroes;
- name: MySpace user name/url, display name, first name, last name;
- basic info: gender, date of birth, occupation, city, country, region, postal code, ethnicity, body type, height, i am here for (dating, serious relationships, friends, networking);
- background and lifestyle: marital status (estado civil), sexual orientation, hometown, religion, smoker, drinker, children, education, income (salário).

O primeiro amigo foi Tom (o presidente do MySpace), que é adicionado automaticamente a todos os novos utilizadores.

Novembro de 2007

(1-8 de Novembro)

A investigadora preencheu o perfil, no qual apresentou as suas preferências pessoais, como: as bandas de que gosta, os filmes, séries, livros, actividades.

A autora realizou o *upload* de uma fotografia sua para tornar o perfil mais interessante. Na página inicial, faz-se um clique na opção *upload/change photo, upload photos, browse* e inicia-se o processo, vai-se às pastas do nosso computador onde se guarda as imagens, selecciona-se aquela ou aquelas imagens que interessam, clique em *open (abrir), next, escolhe-se o album my photos* e pressiona-se na opção *upload* no canto inferior direito (as fotografias não podem ter mais de 5MB), em seguida pressiona-se na opção *next* e digita-se as legendas que se deseja colocar, finalmente, faz-se um clique em *done editing* quando terminar. Se desejar colocar uma fotografia como principal para a pagina pessoal selecciono a fotografia e surgem diversas opções, escolho *set as default*.

Pela primeira vez a autora adicionou 3 amigos que conhece no mundo real e aceitou pedidos de amigos virtuais.

O processo de convite para adicionar novos amigos à nossa lista é realizado da seguinte forma: efectua-se um duplo clique na imagem do nosso amigo e dirige-se ao seu grupo de amigos que está exposto na página do mesmo, em seguida, faz-se um duplo clique na imagem do potencial amigo, vai-se à sua página e clica-se no *add friend*, confirma-se o pedido e em seguida aguarda-se a resposta ao nosso pedido (*add* ou *request*). Por vezes

quando se envia um pedido para ser adicionado à lista de amigos é necessário inserir o nome completo, *email* ou um código. Quando o utilizador opta por ter uma página privada o perfil fica oculto.

Inicialmente, os internautas que solicitaram a sua inclusão na lista de amigos da investigadora foram bandas e músicos portugueses.

Posteriormente, a autora observou o funcionamento da plataforma, MySpace, nomeadamente, os grupos existentes, os fóruns e como adicionar amigos. Depois, instalou o MySpaceIM.

Associou-se a 3 grupos públicos de língua inglesa: *F.R.I.E.N.D.S.* (fundado em Junho 2004, por um cibernauta da Malásia, permite convidar outros membros, desistir do grupo, colocar temas à discussão e contém 6.273 associados; *Getting to Know People on MySpace* (fundado em Julho 2005, por uma americana, permite o mesmo que o primeiro grupo e ainda inclui a colocação de imagens, envio de boletins, contém 4.250 membros); *Portugalforlovers* (fundado em Julho de 2005, por duas inglesas, inclui 67 aderentes), a colocação de imagens nos grupos necessita da aprovação do moderador, que é o criador do mesmo.

Observou conversas no *chat* do MySpace e recebeu mensagens, um comentário de boas vindas de uma banda portuguesa e boletins de informação sobre concertos e espectáculos de *stand up comedy*.

Após a adesão aos 3 grupos anteriormente referidos, surgiram mais amigos, essencialmente, americanos.

Na primeira semana a investigadora pretendeu familiarizar-se com a plataforma, verificando como certos serviços funcionavam, e sem se preocupar em adicionar novos amigos à sua lista.

A autora recebeu algumas mensagens de utilizadores a proporem namoro “virtual”.

Dois amigos virtuais enviaram comentários.

No final da primeira semana a lista de amigos era constituída por 17 elementos.

(9-15)

A investigadora verificou como se apresentavam as páginas da sua lista de amigos.

Alguns tinham páginas pouco desenvolvidas, com um fundo branco, uma fotografia, ou várias e o perfil preenchido, enquanto outros não tinham absolutamente nada, só um *nick*.

Em contrapartida, existem páginas extremamente elaboradas, com fundos diversos (*backgrounds, layouts*), músicas, fotografias, slides, vídeos, *blogs*, imensos amigos, comentários, entre outras aplicações (como por exemplo, mapas que identificam a proveniência geográfica de quem visita a página).

Com o objectivo de melhorar a página, a investigadora colocou um mapa (maploco.com), para tal, necessitou de se registar no *site*, e em seguida fez um clique em *view your maps, click here to make a map*, escolheu o mapa, clique em *create it*, depois surgem uns códigos e uma opção que me permite escolher o MySpace, posteriormente, preenchem-se os dados do MySpace e a secção na qual a pessoa gostaria de colocar o mapa e clique em *post*. Este mapa identifica o número de visitantes diários e a sua localização geográfica. Utilizei igualmente um programa para apresentar as minhas fotografias (slide.com).

O MySpace permite alterar a visualização da página utilizando programas em HTML e CSS, através dos quais os utilizadores transformam o perfil de acordo com as suas preferências, desde uma imagem de fundo, à cor e tipo de letra, imagens, mapas e programas diversos que se podem utilizar realizando um simples, copiar e colar para edição do perfil (na página informações pessoais, interesses, e coloca-se na secção que se deseja) que permite alterar a visualização quando se colocam códigos próprios para o efeito.

Coloquei também mais 3 fotografias no álbum “My Photos” para serem vistas na opção *pics*. Executou *uploads* de três fotografias de Portugal (Évora) para o grupo *Portugalforlovers*.

Foi enviado um *email* formal para o Presidente Thomas Anderson (Tom), para solicitar informações sobre a empresa MySpace.

A lista de amigos de uma das bandas incluída na lista da investigadora, foi utilizada para iniciar o processo de convite a amigos virtuais.

A semana finalizou com 27 amigos.

(16-22)

Procedeu-se novamente à optimização da página, colocando um novo fundo ou *layout* (obtido no site *pimp-my-profile*) para tornar a página mais elegante, tentando seleccionar uma imagem de fundo que permitisse ler o texto, ou seja, que permitisse que o perfil escrito fosse legível.

Em seguida, procedeu-se uma nova ronda de pedidos de amigos, utilizando a lista do Tom.

Pela primeira vez foi utilizado o MySpaceIM, através do qual, a investigadora comunicou com um utilizador de Portugal, recorrendo a uma linguagem escrita, sincopada, em português (funcionando com um *chat*), que utilizou uma linguagem obscena, pouco própria, sendo mesmo mal-educado, pretendendo realizar virtualmente as suas fantasias sexuais.

Verificou-se que não existem grupos em português, apenas uns grupos de teste sobre animais de estimação, no entanto, existem alguns fóruns, mas com poucos comentários. Por outro lado, existem muitos os grupos e fóruns noutras línguas, essencialmente de língua inglesa.

A investigadora registou-se em dois grupos públicos: *Latino's on the Houze* (fundado em Junho de 2004, por um americano, com 28.568 aderentes); *Cool Group* (fundado em Novembro de 2004, por um utilizador americano (a), contendo 25.622 elementos), estes grupos permitem as mesmas opções que os grupos anteriores.

Foi colocado um comentário em inglês no grupo *Portugalforlovers* sobre o tema viver em Portugal.

Eu recebi 2 comentários ao perfil.

A semana finalizou com 93 amigos adicionados.

O *email* enviado para o Tom não obteve qualquer resposta.

(23-30)

Aparentemente, vários cibernautas do sexo masculino de idades diversificadas utilizam o MySpace para encontrar namorada, uns parecem querer um relacionamento mais sério enquanto outros pretendem divertir-se, utilizando uma linguagem pouco própria, demonstrando falta de respeito pelos outros cibernautas. Os contactos são estabelecidos depois de os utilizadores serem adicionados à lista de amigos da autora, através de mensagens e, posteriormente pelo MySpaceIM.

A autora recorreu novamente ao MySpaceIM para dialogar com um cibernauta do Egipto. Inicialmente, parecia simpático, mas depois começou a utilizar linguagem obscena (em inglês), mas quando lhe perguntei se era assim que falava com as mulheres do seu país, o utilizador respondeu que não e desligou o MySpaceIM.

A autora não encorajou estes comportamentos, tanto do cibernauta português da semana anterior como do egípcio nesta semana, pelo contrário, tentou sempre ser delicada, mas firme, para evitar problemas.

Recebeu 3 comentários de amigos ao perfil, e um comentário para uma fotografia do álbum “My Photos”.

Esta semana terminou com 113 amigos.

Dezembro

(1-8)

A investigadora utilizou novamente o MySpaceIM para comunicar com um utilizador brasileiro que habita nos Estados Unidos, troquei ideias e foi uma conversa muito interessante.

A pesquisadora convidou para a sua lista de amigos 22 homossexuais assumidos, mas apenas cinco aceitaram o pedido de amigo, sendo estes eram Sul Americanos (brasileiros) e europeus.

Na primeira semana de Dezembro a autora tinha 130 amigos.

(9-16)

Recebeu 1 comentário ao perfil.

A investigadora criou o álbum Portugal e efectuou upload de fotografias do seu país, posteriormente, criou o álbum Viagens colocando fotografias.

Número de amigos totaliza 151.

(17-23)

Foi enviado um boletim para todos a desejar Boas Festas e Feliz Ano Novo em inglês e português.

Sempre que se desejar pode-se alterar os “*top friends*” que são os amigos que ficam visíveis na minha página, para além de seleccionar o número de amigos que ficam visíveis no perfil, também pode-se escolher uma opção onde obtenho informação actualizada sobre os amigos (se desejar tenho a possibilidade de seleccionar todos ou apenas alguns). Informação, essa que passa pela actualização do perfil, alteração de fotografias. Esta preferência é importante para bandas, porque qualquer alteração que realizem será comunicada aos fãs. A alteração pode ser efectuada na página inicial no

fim das imagens dos amigos, seleccionando a opção *alterar os meus “amigos principais”*.

Os “*top friends*” escolhidos são de pessoas que conheço pessoalmente e de pessoas com que comunico frequentemente no MySpace. O que significa que foram escolhidos para top friends amigos pessoais, conhecidos e pessoas de rede com que converso regularmente.

O número de amigos incluídos na lista é de 162.

(24-31)

Foi convidada a aderir a dois grupos: “*Portugal United*” (fundado em Dezembro de 2007, por um português que reside na Inglaterra, tem 7 elementos), mas não aderi. E fui convidada também a aderir ao grupo “*Deus me disse: Desce E Arrasa!*” (criado em Dezembro de 2007, por uma brasileira, contém 45 membros). Actualmente a autora pertence a sete grupos.

A investigadora criou mais dois álbuns de fotografias: *Vários e Monumentos*.

Recebeu 2 comentários de amigos virtuais com mensagens de natal.

Onze comentários ao perfil.

Última semana do ano finaliza com 178 amigos.

Janeiro de 2008

(1-8)

A investigadora fez uma pequena alteração nas suas opções permitindo que qualquer cibernauta enviasse automaticamente uma mensagem, sem necessitar de introduzir um código, algo que exigia inicialmente. Esta alteração deu origem a que recebesse automaticamente diversas mensagens “nocivas”, com publicidade, que pode ser denunciada como *spam*, mensagens com imagens pornográficas ou com endereços com esse teor, e ainda para visitar páginas estranhas que aparentemente parecem transmitir vírus e programas que “sacam” informações importantes dos computadores pessoais como códigos de multibanco, *palavras-chave* diversas, quais os sites que são visitados, entre outros. Considerou-se necessário apagar as mensagens “nocivas”, inclusive algumas com teor obsceno enviadas por um utilizador africano.

Dia 3 de Janeiro a autora adicionou música à sua página, realizando um *upload* de uma música “*Suspiro Nocturno*” que se encontra no MySpace, pertencente à banda

portuguesa, “Corvos”. A autora visitou a página da banda Corvos que se encontra na sua lista de amigos, ouviu a música e fez um *clique* em *add* para adicionar a música à sua página.

Efectuou também um *upload* de um vídeo de danças, gravado na passagem de ano 2008, onde amigos estavam a dançar.

Recebeu 2 comentários ao perfil.

Número de amigos adicionados à lista 184.

(9-16)

A autora voltou a activar o sistema de pedido de introdução de código antes de receber mais mensagens.

Um amigo que é fotógrafo tem uma página nesta plataforma, com o nome ideiasnoescuro, afirmou que obteve diversos trabalhos através do MySpace.

A autora enviou um *email* à banda “Buraka Som Sistema” para solicitar uma entrevista, na medida em que esta banda foi entrevistada na RTP1 e referiu que a sua projecção internacional deveu-se à sua presença no MySpace.

Envio de um *email* ao *disco jockey* Luís Leite elogiando a sua música.

Pretendo posteriormente, realizar entrevistas a diversos internautas para verificar se estes consideram que a construção de uma página no MySpace permite com que obtenham mais notoriedade, trabalho, mais contactos e amigos de todo o mundo. A entrevista será realizada a um pequeno grupo.

A investigadora recebeu 2 comentários de amigos novos.

A lista de amigos contém 188 membros.

(17-23)

Envio de pedidos de amigos a 8 *disco jockeys*, e a 8 cantores (as) famosos (as), os quais foram aceites.

Parece que os cibernautas que pertencem ao mundo artística como bandas, músicos, comediantes, *disco jockeys* e outros profissionais, como fotógrafos, modelos, actores pretendem obter mais notoriedade e serem cada vez mais conhecidos, como tal, nunca recusam um pedido de amigo.

Aparentemente, parece existir grupos de pessoas que se conhecem pessoalmente e criam página pessoal no MySpace, rapidamente obtêm uma lista enorme de amigos porque se juntam todos neste espaço para conversar e combinar encontros, nomeadamente, grupos

de amigos da mesma turma, escola, cursos diversos, universidade, empresa, familiares que habitam em países diferentes, grupos de homossexuais. Alguns destes grupos não permitem a entrada de pessoas estranhas para a sua lista de amigos, enquanto outros aceitaram. Um exemplo do que afirmo é o caso de 22 homossexuais assumidos, aos quais fiz um pedido para ser incluída na lista de amigos de cada um, mas apenas cinco aceitaram o meu pedido.

Existem também muitas páginas pessoais que têm o perfil e informações ocultas (privadas), alguns são adolescentes (menores). O MySpace cria estas páginas para proteger os jovens de predadores sexuais, por outro lado, existem outros que escolhem ocultar a sua página e permitem a visualização da mesma apenas a pessoas que pertencem à sua lista de amigos, os quais conhecem pessoalmente ou que aceitam após um pedido e visualização da página do possível candidato.

Verifica-se que após diversos pedidos de amigos, a página da autora é visitada, os pedidos ou “*adds*” por vezes são aceites e noutras vezes não. Mas na realidade nunca tive uma verdadeira recusa, apenas deixam o pedido ultrapassar o prazo e desaparecer, e não respondem, para a investigadora serve como uma recusa, embora exista a opção de recusa automática e o possível amigo é avisado da recusa, algo que nunca aconteceu.

Número de amigos adicionados à lista 197.

(24-31)

Nesta semana surgiram alguns pedidos de amigos que recusei, uns apresentavam fotografias de senhoras, mas eram páginas que tinham imagens pornográficas ou davam acesso a páginas de mesmo teor, outros eram utilizadores que se faziam passar pelo Tom, o presidente do MySpace, utilizando a sua fotografia, mas na realidade eram novamente *sites* pornográficos. Quando surge um pedido de amigo, verifico sempre a página do candidato. Penso que todos os utilizadores o fazem.

Embora não seja permitido apresentar fotografias e imagens com teor pornográfico existem muitos internautas que tentam expor fotografias nas suas páginas que são provocatórias.

A autora recebeu 1 comentário novo, totalizando 16 comentários

A semana finalizou com 204 amigos, sendo a página visualizada 501 vezes.

Fevereiro

(1-8)

Surgiu um convite para aderir a um grupo de fãs de Madonna, liderado por um brasileiro.

Actualmente, existem grupos em português e o seu número está a aumentar, no entanto a maioria dos grupos parecem ser constituídos por brasileiros.

A lista contém 206 amigos.

(9-16)

A autora fundou um grupo público intitulado: <http://groups.myspace.com/bicharada>, no dia 10, no qual inseriu uma fotografia de um animal de estimação (*upload*), ao criar o grupo, a moderadora permite que os elementos coloquem fotografias, discutam vários tópicos, convidem amigos a aderirem. Para dar a conhecer o seu grupo, a autora convidou alguns amigos da sua lista para aderirem ao novo grupo.

No dia 10, a investigadora aceitou o convite de adesão ao grupo “Madonna”, criado a 2 de Fevereiro, o qual contém 29 membros, permite colocar fotografias, convidar novos membros e discutir tópicos.

É necessário destacar que um novo amigo virtual tem na sua lista de amigos diversas pessoas que já faleceram, ou seja, tem amigos virtuais que se fazem passar por pessoas que já faleceram como: Amália, Zeca Afonso, entre outros.

Curiosamente, neste momento alguns dos elementos deste grupo são gays brasileiros, e o convite para aderir a este grupo foi realizado por um amigo virtual do Brasil também ele gay, mas não é o moderador do grupo.

No dia 15 a investigadora recebeu um convite para aderir ao grupo “Eu Acredito no Amor”, sendo criado por um “amigo” brasileiro a 10 de Fevereiro, tem 22 elementos, permite colocar tópicos à discussão, fotografias e convidar amigos.

Dois amigos enviaram comentários ao perfil.

Actualmente a autora pertence a 10 grupos, sendo um fundado pela própria.

Lista de amigos composta por 208 elementos.

(17-23)

A investigadora criou um novo álbum de fotografias intitulado “Turma de Belly Dance”, ao qual adicionou 23 fotografias. Retirou uma fotografia do álbum “My Photos”, adicionando outra diferente.

Recebeu dois comentários às suas fotografias do álbum My Photos e Vários.

Amigos virtuais contabilizados: 210.

(24-29)

Convidada para aderir aos grupos “D&G Dolce & Gabbana”, foi concebido em Dezembro de 2007, inclui 61 elementos, permite colocar tópicos à discussão, fotografias e convidar amigos; e ao grupo “E deus me disse: Desce e Arrasa!”, que é constituído por 43 aderentes, possibilita colocar tópicos e fotografias, convidar amigos e desistir do grupo.

Convidou 21 amigos virtuais da sua lista para aderirem ao seu grupo “bicharada”.

Quatro amigos aceitaram o convite de adesão ao grupo da autora.

Março

(1-8)

Mais 11 amigos aceitaram aderir ao grupo “bicharada”, totalizando até ao dia 6, 15 elementos.

Foi criado um *blog* associado à página. Na *homepage* seleccionou-se a opção *Manage Blog* e depois *Customize My Blog*, em seguida escolhem-se as opções desejadas em relação ao tipo de letra, alinhamento, cor da letra e do fundo a aplicar, imagem de fundo, tal como o nome do *blog*, a informação que desejar que seja visível sobre o autor. Mais tarde coloquei o texto que pretendi. O primeiro *blog* tem como título: “O Homem Como Ser Social”.

O grupo bicharada totalizou 12 aderentes.

A autora retirou o mapa da sua página (maploco.com).

Na lista de amigos constam 215 elementos.

(9-16)

No dia 10 foi colocado no *blog* um poema escrito pela autora.

O grupo da autora obteve 17 elementos, 16 foram convidados pela autora e outro elemento inscreveu-se sem ser convidado pela moderadora.

(17-23)

O MySpace começa a estar oficialmente em Portugal.

O grupo bicharada contém 24 aderentes.
O *blog* da autora foi visitado 32 vezes.
A página da investigadora obteve 595 visitas.
A lista de amigos contém 218 elementos.

(24-31)

O grupo bicharada tem 25 aderentes.
A página obteve até ao momento 600 visitas e o *blog* 34.
Lista de amigos composta por 219 elementos.

Abril

(1-8)

Em relação às páginas dos músicos, verifiquei que algumas são geridas por elementos da banda, principalmente aquelas que não são conhecidas ou que não trabalham com editoras, enquanto os cantores e bandas famosas são geridas pelas editoras.

Para além do facto de alguns utilizadores do MySpace, que sendo músicos a solo, identificam-se como banda, e outros que embora exista uma página específica para cibernautas da área da música que oferece mais potencialidades, optaram por construir o seu perfil numa página normal, ficando limitados. Para evitar confusão foi considerado que bandas e músicos seriam denominados por bandas, desde que se identifiquem como tal. Após tentativa de contacto com um cantor conhecido português, duas bandas e dois *disco jockeys*, verificou-se que as bandas responderam ao *email*, ou seja, as editoras, identificando-se como tal, enquanto que o cantor ignorou a mensagem, o mesmo sucedeu com um dos *disco jockeys*, no entanto o segundo *disco jockey* respondeu. As mensagens nada tinham de especial, eram apenas para elogiar a música. Posso observar que os *disco jockeys*, identificam-se como bandas, embora alguns escrevam no seu pseudónimo DJ..., o que permite reconhecê-los.

(9-16)

A investigadora foi convidada para aderir ao grupo *Rihanna*, criado por um cibernauta brasileiro, a 6 de Abril de 2008, contém 17 membros e permite convidar outros elementos, colocar imagens, tópicos e desistir do grupo.

Amigos enviaram oito novos comentários, mas dois continham música que tocavam automaticamente, como tal, não foram colocados na página.

A autora convidou 21 elementos da sua lista de amigos para aderirem ao grupo bicharada.

A página do MySpace voltou a estar escrita em inglês.

Foi enviado um *email* para o departamento de comunicação da News Corporation, uma holding de empresas de Rupert Murdoch à qual pertence o MySpace, com o objectivo de obter o historial da empresa em estudo. Mas, o Director do MySpace Thomas Anderson não respondeu ao *email* enviado.

(17-23)

A News Corporation ainda não respondeu ao *email* enviado.

Aparentemente, os internautas utilizam o MySpace para comunicar e manter a sua rede de amigos, tornarem-se conhecidos e populares por questões profissionais no caso de bandas, *disco jockey* e comediantes, ou por questões de ego no caso dos milhões de estudantes do secundário e universidade que se encontram na Rede Social.

Um novo amigo foi adicionado à lista da autora. Ficando 220 amigos.

(24-30)

Foram acrescentados à lista de amigos mais dois elementos, assim, a lista de amigos é composta por 222 indivíduos.

Maio

(1-8)

O cibernauta Egípcio já referido diversas vezes, apagou o perfil da investigadora da sua lista de amigos, tem 950 amigos, mas existem muitos amigos com o perfil apagado da lista deste indivíduo, curioso é o facto de a lista de amigos ser constituída quase exclusivamente por mulheres (nove amigos do sexo masculino, duas bandas e o restante são senhoras). Aparentemente, as amigas virtuais que este cibernauta apaga da sua lista ou elas próprias apagaram, devem de ser como a autora, são mulheres que este indivíduo contactou e que depois começou a ser rude utilizando linguagem obscena e que provavelmente o travaram.

(9-16)

De acordo com o jornal “oje” de 15 de Maio de 2008, o MySpace vai lançar oficialmente a versão portuguesa do MySpace na Discoteca Lux, no dia 27 de Maio de 2008. O [myspaceportugal](http://myspaceportugal.com) ou www.myspace.com/myportugal apresentará uma nova imagem e será o perfil de interface de todos os utilizadores portugueses. Actualmente o MySpace detém cerca de 50 mil bandas portuguesas registadas e mais de 250 mil utilizadores nacionais.

Fiz o pedido ao myportugal para este me adicionar como amigo.

(17-23)

Quando a investigadora acedeu ao MySpace, a página inicial que surgiu foi a do MySpace.com Portugal, versão beta. A página está em português. Porém, as restantes páginas continuam em língua inglesa.

O pedido de amigo para o myportugal foi aceite.

Foram realizados *uploads* de 7 fotografias para o álbum “monumentos” e um upload para o álbum “Portugal”.

Foi escrito um comentário a uma fotografia do MySpaceportugal (myportugal).

Dois novos amigos enviaram dois comentários.

Participação no passatempo MySpace Portugal do jornal “O Público” para obtenção de entrada dupla no lançamento do MySpace Portugal, na discoteca Lux em Lisboa, no dia 27 de Maio pelas 21h30.



Passatempo Público - MySpace

Participe e seja nosso convidado na festa de lançamento do MySpace Portugal, com a actuação de Sam Sparro e The Vicious Five, no Lux (Lisboa), dia 27 de Maio às 21h30.

Para ser um dos nossos leitores convidados deve ser rápido.

O Público e o MySpace Portugal oferecem 10 convites duplos aos 10 primeiros leitores que cumpram os seguintes passos:

1 - Registo no MySpace (<http://www.MySpace.com>)

2 - Adicionar o perfil MySpace/myportugal como "amigo" (<http://www.MySpace.com/myportugal>)

3 - Colocar o perfil myportugal no top de amigos

*4 - Enviar link do seu perfil para **passatempos@publico.pt**, juntamente com o nome completo, BI e contacto telefónico até às 15h de segunda-feira, dia 26 de Maio*

Os 10 primeiros leitores que cumpram os passos de participação serão notificados por e-mail e deverão comparecer às 18h de segunda-feira dia 26 nas instalações do Público acompanhados do suplemento Ípsilon de 23 de Maio ou o jornal Público de 23, 24, 25 ou 26 para levantarem o seu convite duplo.

O cibernauta egípcio com quem eu falei através do MySpaceIM, desapareceu da lista de amigos, algo aconteceu ou foi expulso ou apagou o perfil.

Perfil visualizado por 652 indivíduos, tendo 222 amigos.

(24-31)

A autora realizou *uploads* de 17 fotografias para o álbum “Monumentos” (10 fotografias), para o álbum “Portugal” (5 fotografias) e duas fotografias para o álbum “My Photos”.

A fotografia do perfil foi alterada.

A pesquisadora recebeu um convite do MySpace do Reino Unido para pertencer à sua lista de amigos.

Foi recebido um *email* para “levantar” um convite duplo do MySpace e jornal Público para o lançamento do MySpace Portugal.

Email enviado dia 26 de Maio de 2008, 14h10:

Cara Maria do Carmo,

Agradecemos a sua participação no passatempo “Público – MySpace Portugal”.

Temos o prazer de confirmar que é um dos 10 leitores premiados com um convite duplo para a festa de lançamento do MySpace Portugal, dia 27 de Maio a partir das 21h30, no Lux (Lisboa).

Para levantar o seu convite, basta que se apresente na Loja do Público - R. Viriato, 13 (em Picoas), hoje (17h - 18h) ou amanhã (10h - 12h), onde deverá indicar o seu nome

completo e número de BI, acompanhado do suplemento Ípsilon de 23 de Maio ou do jornal Público de 23, 24, 25 ou 26.

Obrigada e até breve!

Com os melhores cumprimentos,

Cláudia Marques

O Convite em papel foi recebido no dia 26, às 18h, nas instalações do público.

Festa do MySpace no lux:

A discoteca abriu às 21:50, às 22:45 actuou a banda portuguesa “The Vicious Five”, sendo, posteriormente apresentado o concerto dos Australianos “Sam Sparro”. O público que povoava a discoteca era constituído essencialmente por bandas e músicos, alguns desconhecidos e muitos nomes de bandas portuguesas conhecidas do grande público português, tal como: Moonspell, Delfins, Júlio Pereira, The Gift; alguns apresentadores de televisão como Fernando Alvim, Isabel Figueira e Francisco Mendes; alguns actores como, Rita Pereira e Angélico, entre outros, para além de inúmeros cibernautas desconhecidos, como a própria autora.

Neste ambiente de descontração e muita música, a investigadora conseguiu conversar um pouco com o director de marketing do MySpace Portugal, o Sr. Pedro Almeida, o qual disponibilizou o seu email para que o pudesse contactar mais tarde, caso necessitasse.

A investigadora alterou o país no qual a sua página está alojada, mudou do Reino Unido para Portugal, e agora todas as legendas surgem em português.

Foi realizado um *upload* de cinco fotografias para o álbum “As minhas fotos”, fotografias tiradas num placar do MySpace que se encontrava na festa de lançamento no Lux (escrevendo comentários às mesmas).

A autora escreveu um comentário no perfil do MySpace Portugal. O qual foi aprovado. Novos amigos enviaram comentários. Totalizando 32 comentários no perfil da investigadora.

Vistas realizadas ao perfil 695. Lista de amigos contém 269 indivíduos.

Junho

(1-8)

Número de visitantes à página da autora foi 782.

Os álbuns “Turma de Bellydance” e “Viagens foram retirados.

É interessante verificar que desde o lançamento do MySpace Portugal, tem existido um fluxo bastante significativo em relação ao número de internautas que têm visitado a página da autora e alguns estabelecem contacto pedindo para serem aceites como amigos.

A autora convidou 29 pessoas que conhece no mundo real para aderirem ao MySpace e apenas 4 aceitaram, no entanto, raramente utilizam a página e não exploraram as potencialidades da Rede Social. Esta atitude verifica-se porque uns têm página no Hi5 e preferem a Rede Social concorrente, visto que a maioria dos amigos tem página na rede referido, e outros porque simplesmente não gostam de Redes Sociais.

Foram recebidos 8 comentários de amigos.

A investigadora escreveu oito comentários nas páginas de amigos virtuais.

Foram realizados 9 *uploads* de vídeos de concertos, 4 vídeos da banda “Corvos e Quorum Ballet”, 2 vídeos de “Shakira” e 3 vídeos dos “Red Hot Chili Peppers”.

Um novo utilizador do MySpace, enviou um *email* cuja mensagem parecia demonstrar que se tratava de um agente, tentando recrutar jovens do sexo feminino para trabalharem como modelos, apresentadoras de televisão e atrizes. Respondi ao *email* solicitando mais informações, visto que nem pediam o Curriculum, solicitei que me enviassem o *website* da empresa. O suposto agente respondeu dizendo que não tinha *site* porque implicava muitas despesas ao nível de impostos e que trabalhava para empresas privadas. Vou colocar uns excertos dos *emails*:

Oi Senhora Bela

Como são fazendo? gostarei de pedi-lo se irá; como ser um Modelo, Atriz ou um TV mais Presente nos EUA E Reino Unido se responder a meu correio de e com seu nome e foto ...@uk se São Intresteed na oferta Resposta a meu correio de e o quanto antes..... Votos de felicidade D

Hello D!

Can you be so kind and write the email again, but in english.

Thank you.

See you soon,

Carmo

Ok i will

Hi Beautiful one

HOW are you doing? will you like to be a Model,Actress or a TV Presenter in the Us or Uk if yes send me your Name and country to my email and e mail your picture to ...@uk and i will tell you the next step.you may end up being a Top Class Model,TV Presenter or a Popular Actress.Feel free to ask me any question on my E mail...

Hope to hear from you soon

D

Are you an agent?

Can you send me your website?

Thank You

Carmo

I ma a Agent But i havent got a Website cos i work for private Companies.and the tax is high.

Hello.

I Think i understand what you mean now. we need young ladies who are beautiful and they like to be a model Actress or a Tv Presenter we want to organize a Forum that will attract Models,Actors and Actress and Artiste From All over the World and this is a Great oportunity for you to be a star.Start like R Kelly,Snoop Dogg,Beyonce,Rihana,50 Cent,Akon,Usher and Celine Dion if you are interested let me l know and all participant will be given a sum of 5000 pounds on arrival at the event so if you are interested you register in time so you will be booked a Sit.you will also meet companies that need your face to Promote their Product Reply to my e mail if you are interested

D

Foi enviado um *email* para o Manager do MySpace em Portugal, Pedro Almeida, no qual a autora referia que estava a realizar um estudo sobre comunicação intercultural no MySpace, e que tinha recolhido informação sobre o MySpace de diversos media, e que poderia partilhar, caso estivessem interessados.

Após a festa de lançamento a autora enviou o primeiro *email* para o Manager do MySpace.

Caro Pedro Almeida,

Em primeiro lugar queria dar os parabéns pela festa de lançamento do MySpace Portugal no Lux, e pelo sucesso deste evento. O meu nome é Carmo e falei consigo quando o concerto de “Sam Sparro” estava a decorrer, lembro que me forneceu o seu *email* para mais tarde o contactar.

Pretendia agradecer o modo com me recebeu, porque apesar de estar extremamente ocupado mostrou-se disponível para qualquer informação, demonstrando muita simpatia e profissionalismo.

Estou a fazer um trabalho sobre o MySpace em relação à comunicação intercultural e gostaria imenso de colaborar convosco, ou seja, ajudar no que for possível, caso estejam interessados.

Se considerar conveniente posso enviar-lhe informação que encontrar sobre o MySpace e sobre Redes Sociais.

Na medida em que as Redes Sociais são algo pouco explorado em Portugal, tanto pelos indivíduos, como pelas empresas e instituições, penso que o MySpace ainda vai fazer correr muita tinta, porque as potencialidades só agora estão a ser exploradas.

Agradecendo desde já a atenção disponibilizada.

Com elevada consideração e estima,

Carmo Costa

Bom Dia Carmo,

Em primeiro lugar, queria agradecer o facto de ter vindo à nossa festa, ao mesmo tempo pedir-lhe as devidas desculpas por não lhe ter dispensado a atenção merecida.

Quanto ao que me propõe, trata-se de uma proposta irrecusável, tendo em conta que o escritório do MySpace Portugal apenas dispõe de uma pessoa, toda a ajuda é bem vinda.

Mais uma vez Muito Obrigado e Disponha.

Com os Meus Melhores Cumprimentos

Foi enviado um *email* para Pedro Almeida com fotografias tiradas na festa do MySpace e um vídeo do concerto de Sam Sparro.

Olá Maria,

Muitíssimo Obrigado pelas fotos e pelos vídeos, sugeria que as coloca-se no seu perfil.

Parabéns este é o espírito MySpace.

Abraço

(9 - 16)

Criado o “álbum MySpace Portugal com 13 fotografias tiradas da festa MySpace no Lux.

Cinco fotografias foram retiradas do “álbum as minhas fotos” e movidas para o “álbum MySpace Portugal”.

Foram realizados *uploads* de cinco vídeos sobre “belly dance”, um com um gato a brincar, dois *uploads* de concertos de bandas que actuaram na festa de lançamento do MySpace Portugal no Lux em Lisboa, o grupo português “The Vicious Five” e “Sam Sparro”. Totalizando 17 vídeos.

Recebidos quatro comentários.

Perfil visualizados por 803 utilizadores e lista de amigos contém 289 elementos.

(17 - 23)

A *homepage* do MySpace emergiu com um design inovador, surgindo com uma nova apresentação dos serviços do portal, como também serviços renovados.

Os vídeos colocados pela autora são actualmente 17.

Número de amigos totaliza 291 indivíduos.

(24 - 30)

As bandas que pertencem à lista de amigos, quase todas solicitaram para serem amigas da autora, porém os utilizadores normais foram quase todos convidados para a aderirem à lista da investigadora.

As bandas tentam obter o maior número de “amigos virtuais” ou fãs, mas aparentemente, os elementos que se encontram no top friends são amigos reais e pessoas

conhecidas, os restantes são desconhecidos ou “amigos virtuais”. Para as bandas o sentido de “amigo virtual” parece mais relacionado com a ideia de fã, de potenciais clientes, consumidores da sua música, discos, concertos e toda a panóplia de produtos vendidos pelas bandas e cantores. A mesma ideia é transmitida pelos *disco jockey*.

Para o sector da Música, o MySpace é um local de promoção dos trabalhos musicais perante um potencial universo de editoras e consumidores, para os conhecidos, a possibilidade de maior notoriedade, enquanto para os desconhecidos, uma possível plataforma para a fama e o sucesso na carreira.

Os comentários que surgem nos perfis parecem concentrar-se em pessoas conhecidas, ou seja, a actividade social na rede centra-se nos amigos reais, colegas, familiares, vizinhos e conhecidos. Na medida em que os utilizadores combinam saídas, afirmam que não têm visto os amigos ou falado, logo, sugere que se conhecem.

Julho

(1 - 8)

No dia 5 de Julho de 2008 existiam cerca de 34 categorias de fóruns que se dividiam em subcategorias, nos quais se debatiam variados tópicos. O MySpace tinha cerca de 237.334.665 indivíduos registados.

Foi eliminada uma fotografia do MySpace.

(9 - 16)

Recebido um comentário, totalizando 45 comentários ao perfil.

Aparentemente, existem utilizadores que afirmam ser do sexo feminino, mas parecem ser homens, especialmente porque colocam no perfil fotografias de mulheres lindíssimas em poses provocantes e os seus perfis são um pouco estranhos, o convite quase para aventuras sexuais.

Perfis semelhantes surgem com um certo “conteúdo para adultos” ou com pornografia, ou com propostas de negócio de “venda do corpo”, novamente com imagens de mulheres muito belas.

(17 - 23)

O Manager do MySpace em Portugal Pedro Almeida saiu da empresa a 18 de Julho.

A lista de amigos contém 294 elementos.

Hi Guys,

I'm no longer in MySpace since 18th July, so please forward your e-mail to João Martins jmartins@MySpace.com or for PR contact Elgar Rosa elgar.rosa@pure.ativism.pt or Filipe Gil filipe.gil@pure.ativism.com. For personal issues please contact me thru pedrotiagoalmeida@gmail.com.

It was a pleasure to serve this great cause, keep loving MySpace.

Olá,

Já não estou no MySpace desde 18 de Julho, por favor reencaminhe o e-mail para João Martins jmartins@MySpace.com ou para PR contactem Elgar Rosa elgar.rosa@pure.ativism.pt ou Filipe Gil filipe.gil@pure.ativism.com.

Continuem sempre com o MySpace.

Aquele Abraço

Pedro Tiago Almeida

(24 - 31)

Férias

Agosto

(1 - 8)

Dia 6 de Agosto *email* enviado para o Pedro Almeida foi devolvido, porque este não se encontrava na empresa.

Dia 7 enviado um *email* para o novo Manager do MySpace Portugal, João Martins.

A página da autora teve 873 visitas e 296 amigos.

(9 - 16)

Foram recebidos 4 novos comentários.

Existem diversos cibernautas que apresentam uma identidade falsa, para além de assumirem nomes de cantores, atrizes, escritores. Após uma pesquisa verifiquei que existiam imensos utilizadores que se apresentavam como sendo Paulo Coelho, o escritor brasileiro, alguns tinham a página em inglês, português e até alemão. Este é um exemplo de muitos perfis falsos que se podem encontrar nas Redes Sociais.

Alguns “amigos virtuais” que omitem determinadas informações ou que falsificam os dados fornecidos, como por exemplo, surgem imensos perfis com 90 a 100 anos, pessoas que não revelam o que pretendem no MySpace, ocultam a sua orientação sexual, a religião, entre outros dados.

Diversos utilizadores falsificam os dados pessoais, tais como, a idade, o género, porém, colocam fotografias, onde se verifica que são jovens. Como o exemplo de um “amigo virtual” brasileiro, que assume ser homossexual, mas mente na idade, no entanto, coloca fotografias mostrando ter entre 22 a 25 anos e divulga informação através de comentários ou amigos pessoais e revelam dados sobre este jovem (relembro que os comentários são sempre aprovados antes de serem publicados). Contudo, o mesmo jovem oculta a lista de “amigos virtuais”. Assim, se comprova que apesar de alguns dados serem falsificados, por vezes, existe a hipótese de descobrir a verdade, a informação real, se a observação for cuidada. A informação é transmitida através de comentários que fazem ou recebem, dos *blogs* e vídeos, podem até divulgar os locais que frequentam, expondo informações e detalhes sobre a sua vida pessoal. Outras informações que disponibilizam são através das fotografias, que incluem fotografias dos próprios, dos pais e irmão, dos amigos, família, namoradas ou esposas, filhos, família em geral, animais de estimação e carros, incluindo na maioria das vezes os nomes das pessoas.

Existem alguns elementos do sexo masculino que aparentemente convidam para a sua lista de amigos quase só mulheres. Existem dois “amigos virtuais” da lista da autora que procedem desse modo, enquanto que outros, têm poucos amigos, porque parece que pretendem encontrar alguém para algum compromisso sério ou não. Estes últimos indivíduos agiram do seguinte modo, enviaram uma mensagem elogiando, dando o contacto, falando um pouco sobre quem eram e o que pretendiam, como se pode verificar nos *email* que irei expor na tese.

Dos 17 vídeos colocados no MySpace, devo salientar que até ao momento o vídeo “belly dance 2” obteve 23 visualizações, o “belly dance 4” foi reproduzido 19 vezes. Todos os vídeos de “belly dance” foram reproduzidos várias vezes, em seguida foi o

concerto dos “corvos e quorum ballet 2” 14 vezes, e depois os dois concertos da “Shakira” e de “Sam Sparro” com um número um pouco inferior.

(17 - 23)

Férias

(24 - 31)

Férias

Setembro

(1 - 8)

Foram recebidos 3 pedidos de amigos.

Feitos dois comentários nas páginas de amigos

A maioria dos pedidos de amigos realizados foram aceites, poucos foram os recusados.

A lista de amigos foi elaborada através do acesso à lista de um amigo, pela qual foi iniciado processo de convite de outros utilizadores, o que significa que através da lista de “amigos virtuais” de amigos reais que têm página no MySpace, a investigadora foi criando a sua lista de “amigos virtuais”. Na realidade o mesmo sucede da vida real, é através de amigos mais chegados e familiares que conhecemos outras pessoas, com as quais criamos amizades ou uma relação mais superficial (os conhecidos e vizinhos). Alargando assim, a nossa rede de contactos. Nas Redes Sociais, tal como, no mundo real, o processo de ligações em rede é semelhante. De igual modo, no MySpace, pode existir uma extensa lista de amigos, contudo, dialogamos mais com um pequeno grupo, e a nossa escolha requer em indivíduos que tenham os mesmo interesses que nós, ou seja, por pessoas com as quais nos identificamos e nos sentimos bem, desejados e apreciados.

Porém, no mundo real convivemos com pessoas que mais tarde revelam características da sua personalidade que desconhecíamos, que nos surpreendem pela positiva ou que nos deixam petrificados e desiludidos. Desde amigos íntimos, a cônjuges, pais, namorados, familiares mais chegados, até vizinhos e conhecidos. Nós nunca conhecemos alguém a 100%. E na Internet, no caso especial do MySpace, também é difícil conhecer os “amigos virtuais” da nossa lista. Alguns não conhecemos porque não comunicamos, outros trocamos poucas mensagens, todavia, comunicamos imenso com determinados elementos, mas isso não significa que os conhecemos bem, nem que a

informação que nos transmitem sobre eles próprios seja verdadeira. É extremamente fácil convidar para a nossa lista inúmeras pessoas, mas não se consegue manter contacto com todos e muito menos criar amizades sólidas com frequência. Existem também pessoas simpáticas e educadas com as quais conseguimos dialogar e por outro lado, existem pessoas que revelam o seu lado mais sórdido, sem respeito pelo próximo, como se o outro fosse uma coisa. Isto ocorre porque as pessoas se sentem seguras atrás de um computador, pensam que não vão ser identificadas, e que tudo lhes é permitido fazer. Não creio que teriam este comportamento caso estivessem fisicamente presente com o seu interlocutor.

(9 - 16)

A partir da página da investigadora, há a possibilidade de ter acesso ao perfil de “amigos virtuais”, como também acesso à lista de amigos dos meus amigos, bem como aos grupos que este participa. Os membros do MySpace podem ligar-se uns aos outros através de redes de amigos.

As mulheres nos seus perfis apresentam estarem mais interessadas em fazer amizades, enquanto que os homens em geral parecem ter mais tendência para outro tipo de relacionamentos, como encontros de várias ordens, namoro, embora por vezes não o revelem no perfil.

(17 - 23)

Alguns elementos da rede MySpace pouco comunicam, não apresentam ser socialmente muito activos, visto que quase não têm amigos.

As mulheres regra geral têm muitos amigos, sendo a maioria dos seus amigos elementos do mesmo sexo. Os homens também têm como membros das suas listas mais mulheres que homens, o que é curioso. Existem homens que só têm praticamente mulheres na sua lista.

O controlo sobre a informação veiculada no perfil. Como o corpo está ausente no espaço virtual, os elementos do MySpace têm mais controle sobre a imagem que transmitem. Como só existe a palavra escrita, não são visíveis os gestos, nem a linguagem corporal, como tal, há um maior controlo sobre a informação que é veiculada sobre o utilizador. Não só estes podem não preencher certos dados que desejam omitir ou que considerarem abusivos, como inclusive apagarem comentários, mensagens e *posts*. Os comentários e os *posts* colocados pelos amigos reais e virtuais, necessitam de

ser aprovados antes de serem colocados na página, caso estes revelem algo que o indivíduo deseja ocultar, este simplesmente pode não publicar o comentário ou o post apagando-o. De salientar que apenas os membros que pertencem à lista de “amigos” podem colocar comentários e *posts*.

Os internautas querem provocar boa impressão nos restantes utilizadores, assim, torna-se imperativo transparecer uma imagem atractiva.

Em relação aos perfis pode-se verificar que existem dados que são falsos, nomeadamente a idade quando sugerem pessoas que afirmam ter 100 ou 90 anos, muitos perfis podem conter dados pessoais falsos, embora o MySpace privilegie a criação de um perfil verdadeiro.

Existem perfis extremamente criativos e cuidados, enquanto que outros são simples.

(24 - 30)

São poucos os tópicos colocados à discussão, apesar do número elevado de aderentes. O que demonstra haver pouca interacção entre os membros do grupo, isto é, a quantidade de assuntos discutidos não é coerente em relação à dimensão do grupo, porque seria de esperar uma maior actividade, no entanto, existem muitos grupos inactivos.

O que significa que a interactividade entre os diversos elementos é reduzida, embora possam partilhar algumas preferências.

Duas fotografias tiradas por amigos foram comentadas pela autora.

O grupo “bicharada” tem 28 elementos, 24 “amigos” foram convidados pela moderadora, enquanto que 4 novos elementos aderiram sem serem convidados.

Lista de amigos contém 345 elementos.

Outubro

(1 - 8)

Alteração da fotografia do perfil com uma nova fotografia.

Criado novo álbum “viagens” com 7 fotografias, nova fotografia para o álbum “vários”.

Criação de novo *blog* sobre como evitar os riscos das Redes Sociais em português e inglês.

Recebido um comentário a uma fotografia e outro ao novo *blog*.

Colocação de um *layout* diferente.

Relativamente aos comentários, quando “amigos virtuais” enviam publicidade a si próprios como se fosse um comentário, a autora rejeita o comentário e não publica no

seu perfil. Na medida em que são vídeos e músicas que carregam automaticamente sempre que a página é visualizada, criando uma enorme confusão. Considera-se que, se os visitantes quiserem ouvir a música escolhida para a página, podem carregar em *play* e não devem de ser obrigados a ouvir as músicas e vídeos que outros colocam no perfil da autora com o propósito de se autopromoverem. Visto que, se tal acontecesse, seria “uma algazarra infernal” cada vez que alguém acesse à página com duas ou três músicas a tocar ao mesmo tempo e vídeos de “amigos virtuais”, e não a música escolhida pela autora.

Total de comentários às fotografias: 4.

Número de amigos 350.

(9 - 17)

Dos 17 vídeos colocados no MySpace, posso destacar em primeiro lugar o vídeo “Belly Dance 2” que obteve 37 visualizações, o “Belly Dance 4” foi reproduzido 21 vezes. Todos os vídeos de Belly Dance foram reproduzidos mais do que 14 vezes. Em seguida, devo realçar o concerto dos “Corvos e Quorum Ballet 2” com 17 visitas, seguidamente o concerto da “Shakira” com 16 reproduções e depois o concerto de “Sam Sparro” com 15 visitas, os restantes têm um número de visualizações um pouco inferiores.

Colocadas seis fotografias no “álbum viagens”. Totalizando 107 fotografias, 6 álbuns e 4 comentários.

No último dia do estudo, dia 17 de Outubro de 2008, a investigadora tinha como “amigos virtuais”: 2 realizadores; 2 comediantes; 170 bandas, incluindo os *disco jockeys*, e pessoas individuais ou anónimos 191.

Nº total de utilizadores 247.584.998

Visualizações do perfil: 1.121

Amigos 365

Realizadores dois; Comediantes 2; bandas 170, incluindo os *disco jockeys*.

Embora o MySpace esteja geralmente em inglês, agora surgem páginas em italiano.

Grupos

Nº total grupos 34 categorias, a categoria mais numerosa em inglês é a “*activities*” com 317.801 grupos e em português a categoria mais popular é a “animais e animais de estimação” com 1.156 grupos.

Total de grupos em inglês 4.444.080 e em português 4.209.

Nº total grupos 11

Bicharada 28 membros 1 tópico 3 respostas

Rihanna 96 membros 2 tópicos 0 respostas

Eu acredito 125 membros 2 tópicos 0 respostas

Madonna 233 membros 4 tópicos 0 respostas

E Deus 110 membros 5 tópicos 0 respostas

D&G 144 membros 1 tópico e 0 respostas

Getting to 4.393 membros 4 tópicos 0 respostas 1 boletim

Portugalforlovers 72 membros 5 tópicos 8 respostas 1 boletim

Cool group 26.528 membros 5 tópicos e 0 respostas 122 boletins

Friends club 7.085 membros 5 tópicos 0 respostas 65 boletins

Latino's 30.242 membros 6.002 tópicos muitas respostas 430 boletins

Nº total vídeos meus 17 vídeos 226 visualizações

Nº total vídeos 14 categorias com

Nº total *blogs meus* 3 e 2 comentários

Nº total *blogs* 205.237.605 distribuídos por 26 categorias.

Nº total fóruns 23 categorias, em inglês com 2.245.256 tópicos, 72.690.458 respostas em português com 923 tópicos e 2 545 respostas.

Nº total *chats*: por categorias são 20, localização são 70 e idade são 5.

Nº total de utilizadores 247.584.998

Visualizações do perfil: 1.121

Amigos: 365

Comentários: 51